

# Enseñar y aprender la radio en América Latina y el Caribe



ENSEÑAR Y APRENDER LA RADIO  
EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

Radiografías de este presente



# **Enseñar y Aprender la Radio en América Latina y el Caribe**

*Radiografías de este presente*



**2019**

# ENSEÑAR Y APRENDER LA RADIO EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

## Radiografías de este presente

### *Coordinadores*

Tito Ballesteros López  
Oscar E. Bosetti  
Graciela Martínez Matías

### *Autores*

Ana Teresa Badía  
Tito Ballesteros López  
Andrés Barrios Rubio  
Oscar E. Bosetti  
Rubén D. Choque  
Alejandro Cornejo  
Xiomara Cubero  
Agustín Espada  
Haydée Galeano  
Marcelo Kischinhevsky  
Graciela Martínez Matías  
Carlos Montenegro Armijo  
María Eugenia del Pozo  
Ricardo Tello

### *Corrector de estilo*

Isidro Marín Gutiérrez  
Mónica Hinojosa Becerra

### **CIESPAL**

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina  
Av. Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín • Quito, Ecuador  
Teléfono: (593 2) 254 8011  
[www.ciespal.org](http://www.ciespal.org)  
<http://ediciones.ciespal.org/>

### *Primera edición*

Noviembre 2019  
Quito, Ecuador  
ISBN: 978-9978-55-191-2

### *Equipo Editorial*

Edición Camilo Molina  
Diseño Portada: Bryham Cuellar  
Diseño y diagramación: Diego Acevedo  
Corrección de estilo: María Dolores Chacón  
Ediciones Ciespal, 2019

*Los textos publicados son de exclusiva responsabilidad de sus autores.*



*Reconocimiento-SinObraDerivada*  
CC BY-ND

*Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.*







## **Índice**

<b>Profesores participantes en los cuestionarios</b>	<b>11</b>
<b>Prólogo</b>	<b>13</b>
Isidro Marín Gutiérrez	
<b>Introducción</b>	<b>17</b>
Gissela Dávila Cobo	
<b>Capítulo 1</b>	
Desafíos de la Enseñanza y el Aprendizaje de la Radio en el Siglo XXI	19
<b>Capítulo 2</b>	
Enseñar y Aprender la Radio en América Latina y el Caribe: 12 países y 63 Experiencias	47
Perfiles de Profesoras y Profesores participantes en los cuestionarios sobre la enseñanza y aprendizaje de la Radio en aulas de la región	235
<b>Referencias bibliográficas</b>	<b>253</b>
<b>Coordinadores</b>	<b>261</b>



## **Profesores participantes en los cuestionarios**

Esta obra transita felizmente por la gran América Latina y nuestro bello Caribe para buscar los ojos de quienes hacen y piensan la radio en la región. Cada uno de los nombres aquí citados no solo habla de una profesora o profesor comprometido con la enseñanza de la radio en la región, sino que narra una experiencia de vida. Cada profesor desde su práctica particular y su forma de sentir y enseñar la radio ha transferido su saber y su experiencia de años volcándola en una serie de respuestas como insumo principal para la construcción de cada informe que está a punto de leer.

A todas y todos, nuestro reconocimiento por cada día en el que impulsan la imaginación de quienes acogen con afecto y cariño la radio.

**Argentina:** Ariel René Levatti, Claudio Avilés Rodilla, Lucía Casajús, Majo Muller, Martín Parodi, Néstor Centra, Rodrigo Torres, Sergio Armand, Tina Gardella.

**Bolivia:** Patricia Cortez, Viviana Esprella, Fanny Hurtado J, Teresa Sanjinés, Guy Gallo.

**Brasil:** Luiz Artur Ferraretto, Eduardo Vicente, Ana Baumworcel, Sonia Caldas Pessoa, Ana Veloso.

**Chile:** Patricio Cuebas, Rigoberto Albornoz, Raúl Rodríguez, Juan Domingo Ramírez.

**Colombia:** Álvaro Rodríguez Hernández, Clarisa Chávez Solano, Jairo Orlando Guatama Garzón, Miguel Andrés Carvajal Navas, Sandra Esther Gasca Buelvas.

**Costa Rica:** Álvaro Villalobos, Carlos Vázquez Cordero, Danilo Chaves Cambronerero, Otto Virgilio Chinchilla Coto, Sylvia Carbonell Vicente.

**Cuba:** Alejandro Rojas, Alina Cabrera Domínguez, Ivonne Albelo Medina, Zenaida Costales Pérez, Idania Martínez Grandales.

**Ecuador:** Jorge Piedra C, Efraín Luna Mejía, Carlos Orozco, Pedro Colángelo, Patricio Álvaro Silva.

**México:** José Antonio Zavaleta Landa, Lenin Martell Gámez, Maribel Reyes Calixto, Antonio Calderón Adel, Elsa Edith Villar Rodríguez.

**Paraguay:** Hugo Díaz, Ana Carmen Espinoza, Carmen Sánchez, Liliam Barrera Cogliolo.

**Perú:** Fernando Cortés, Fernando Echevarría, Cesar Mac-Kay, Erincson Córdova, Marco Rumiche.

**República Dominicana:** Juan Salazar, María Eugenia del Pozo, Ana Bélgica Güícharo, Joel Reyes Colón, Juan Roberto Cruz.

## Prólogo

Isidro Marín Gutiérrez

Desde el nacimiento de las primeras facultades de Comunicación y Periodismo en Latinoamérica han existido formas organizadas o informales de contacto entre docentes, investigadores y estudiantes de Facultades en Comunicación y Periodismo. Pero pocas veces podemos palpar sobre una asignatura común como es la Radio que estamos haciendo en Latinoamérica. El objetivo de este libro es ayudar en la calidad de la educación en Radio en nuestras universidades. Durante mucho tiempo no hemos sabido qué estrategias docentes se estaban utilizando en nuestros países vecinos pero siempre se ha tenido la ilusión de trabajar en común con todos ellos.

Tenemos obras como *Integración y Comunicación en el área andina* (1986), *Comunicación para la Integración del Mercosur* (1998), *Educación y Comunicación para la Integración Latinoamericana* (2005), *Comunicación para la Integración: prácticas y desafío en la región andina* (2006) o *La Integración Regional en las Facultades de Comunicación Andinas* (2009). Pero ninguna obra que reuniese qué se estaba trabajando en temas específicos de radio en toda Latinoamérica.

Docentes-investigadores de las asignaturas de Radio de facultades y escuelas de Comunicación y Periodismo de Argentina, Chile, Paraguay, Bolivia, Brasil, Perú, Ecuador, Colombia, Costa Rica, Cuba, República Dominicana y México han compartido sus experiencias en su docencia

de la asignatura de Radio. Se ha entrevistado a 63 docentes de 12 países sobre los orígenes de la radio en su país, las facultades que ofrecen Radio como asignatura, los sílabos, la infraestructura, las características de la materia y del alumnado.

*Enseñar y aprender la Radio en América Latina y el Caribe. Radiografías de este presente* es un espacio en donde se unen el debate, la generación de conocimiento común y la reflexión ante lo próximo sobre los orígenes, la actualidad y el futuro de nuestra afición compartida. Incluso aparecen actividades y estrategias tomadas por los docentes de qué es lo que está funcionando para dar la asignatura de Radio o la bibliografía que usan en sus unidades didácticas o temarios que muchas veces es antigua.

Ya en 1985 CIESPAL convocó en Bogotá (Colombia) un simposio de *Integración y Comunicación: desafíos para el futuro* en donde se analizó la Comunicación en Latinoamérica. Pero debemos de seguir trabajando en conjunto e ir rellenando los huecos que nos faltan, de seguir este camino de la constancia para obtener impacto en nuestros territorios. Resulta curioso que sepamos más sobre la forma de trabajo en radio en Estados Unidos o en España que en nuestros países vecinos -a pesar de que nos unen lazos geográficos, históricos, ideológicos y culturales-, a veces nos separan más imaginarios falsos que la propia realidad.

Desde nuestras facultades de Comunicación y Periodismo podemos trabajar en común desde la asignatura de Radio fortaleciendo la formación de nuestro alumnado en aquellas cosas que sí están dando resultados.

No me gustaría desgranar lo que vamos a encontrar en *Enseñar y aprender la Radio en América Latina y el Caribe. Radiografías de este presente*. Me interesaría que el lector lo lea pausadamente y que saque sus propias conclusiones pero existen aspectos comunes muy sorprendentes. Existen asignaturas de Radio en todas las facultades analizadas con muy pocas horas de docencia. En ellas se utilizan casi los mismos libros clásicos pero alguno desfasado. El alumnado no está muy interesado en la materia ya que ve a la radio como un elemento

retrógrado y obsoleto. Pero con la ilusión de los docentes observa que la radio tiene una segunda vida gracias a las Nuevas Tecnología e Internet. Descubren el nuevo universo de los *podcast* y que su audiencia ya no está limitada por las ondas hertzianas sino que encuentran 400 millones de personas que utilizan el castellano como lengua vehicular.

Ojalá este sea el inicio de una comunidad de docentes de Radio interesados en investigar y trabajar en temas de Radio de forma conjunta, cooperando entre sí, intercambiando información útil y produciendo audios y programas conjuntos para toda Latinoamérica. Sería un sueño muy bonito en donde nos uniría no la distancia sino nuestros corazones latiendo al unísono.

Gracias a las TICs, a los *podcast* y en general a Internet tenemos la posibilidad de compartir aquellas actividades que nos están funcionando en las aulas para revitalizar un medio que lo han querido matar muchas veces y sigue más vivo que nunca: la radio.

*Enseñar y aprender la Radio en América Latina y el Caribe. Radiografías de este presente* ha ayudado a unir a docentes de Radio de 12 países latinoamericanos creando así el germen de una comunidad académica nueva. Ha vinculado a profesores interesados en la radio generando un diálogo sobre la materia, sobre las actividades, sobre los recursos que utilizan, sobre cómo son sus alumnos, sobre lo que funciona y lo que no funciona en las aulas, sobre la pasión de transmitir en radio... en general sobre la vida.

Loja (Ecuador)  
Noviembre de 2019





## **Introducción**

Gissela Dávila Cobo

Directora General de CIESPAL

Estudiar la Radio muchas veces adquiere una connotación meramente técnica, que no se acerca a lo que significa realmente estudiar un medio tan versátil e incidente. Por esto, en el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina – CIESPAL valoramos la propuesta de Tito Ballesteros, Óscar Bosetti y Graciela Martínez, para contar con un documento en el que se reúnan a expertos en Radio, desde la academia y también desde la práctica, para levantar una panorámica de lo que sucede en la región cuando se trata de enseñar y aprender sobre radio en las facultades de comunicación y periodismo.

Los resultados se recogen en este libro, que además de ser un esfuerzo enorme de profesores de doce países latinoamericanos que han revisado, analizado y comparado las mallas curriculares con las que miles de estudiantes se acercan cotidianamente al mundo de la radio, también se constituye en un documento valiosísimo para repensar, desde radialistas académicos y prácticos, lo que esperamos de un espacio en donde se “enseñe” radio.

El compromiso que hoy debemos asumir desde la comunicación, a partir de la lectura y la reflexión de esta obra, es el de pensar la Radio, no solo como un mero instrumento técnico, que se enseña y aprende, sino como un mundo de posibilidades, narrativas, alcances y

trascendencias que se puede construir desde sus ondas y sus bondades, tanto en tiempos como en formatos de producción. Todo es posible en el mundo de la Radio y puede ser una alternativa a la apuesta por la inmediatez en la que estamos viviendo actualmente.

Uno de los aspectos más importantes de la construcción de este texto fue su apuesta por una metodología colaborativa, en donde profesores de esa docena de países se han puesto de acuerdo para levantar esta investigación y proponer un documento que llama a la acción y a una apuesta por construir mejores marcos académicos alrededor de la Radio. Esto es una demostración de que el trabajo en red es el camino para construir y crear.

Ustedes, como lectores, encontrarán una obra dividida en dos partes: la primera, plasma las experiencias de la enseñanza y aprendizaje de la Radio; y, la segunda, revisa una fotografía de lo que implica la materia de radio en cada país. Material con el que se abren un sinnúmero de posibilidades para apostar por espacios de investigación y proyección de las carreras de periodismo y comunicación en la región.

Desde CIESPAL, les invitamos a contar con este libro como un manual de trabajo, desde el que se proponga y se actualice los criterios con los que se inicia a miles de jóvenes en el mundo de la Radio, pues este es un medio que nos permite acercar y construir procesos no solo comunicacionales y del cual todos los días aprendemos al ser un espacio en constante cambio y adaptabilidad.

## **Capítulo I**

### **Desafíos de la Enseñanza y el Aprendizaje de la Radio en el Siglo XXI**

Son múltiples y de distinta índole las preocupaciones y los desafíos que atraviesan las prácticas docentes en general. Algunas de ellas están vinculadas con las metodologías adoptadas y las teorías que se corresponden con esas *praxis* didácticas. Otras, problematizan las relaciones entre el “hacer saber” y el “hacer- hacer”, que se tensan en más de un área disciplinar. Muchas se focalizan en indagar cómo está construido el contrato pedagógico en el interior de una asignatura y durante su desarrollo, sin dejar de advertir el lugar que ocupan los objetivos, como los contenidos y los mecanismos y sistemas de evaluación previstos para ese recorrido académico. Todas, en fin, intentan organizar un perfil de las y los estudiantes que dé cuenta de sus intereses, de sus consumos culturales y mediáticos y -para no extender el listado- su imaginario en torno al Periodismo y la Comunicación Social.

Existe un consenso generalizado en admitir que las prácticas comunicativas desde un punto de vista general - integral constituyen el mecanismo por el cual las relaciones humanas existen y se desarrollan entre tensiones, encrucijadas y acuerdos más o menos consensuados. La educación es un particular tipo de comunicación que pone en contacto a dos o más personas con intenciones de protagonizar un proceso denominado de enseñanza-aprendizaje.

La vasta y nutritiva bibliografía dedicada a estos temas intrincados, complejos nos invita a reflexionar y auto-percibirnos como actantes abocados a las Ciencias de la Comunicación y la Educación. Por ejemplo, para Leperlier (1994) la comunicación no es solamente una transmisión de informaciones entre dos inteligencias, sino también una comprensión afectiva y empática del otro, de la otra. Para Peterssen (1976) la comunicación didáctica es un modo de encuentro profesional entre docentes y estudiantes, así como la capacidad de implicación personal del educador o la educadora y el educando o la educanda en su zigzagante y prolongado proceso de formación. A su vez, Titone (1986) considera ese proceso de enseñanza-aprendizaje como esencialmente interactivo y dialéctico, en el que se entrelaza el análisis del lenguaje de ambos actores del proceso de enseñanza-aprendizaje, no como segmentos separables, ni estancos sino como momentos indisolubles de un único proceso comunicativo.

Zabala (1995) -en tanto- considera al "proceso instructivo" como ese conjunto de interacciones basadas en la actividad conjunta de las y los estudiantes y del profesorado en su conjunto, que encuentran fundamento en una zona de desarrollo próximo que, por consiguiente, ven a la enseñanza como un proceso de construcción compartida de significados orientados hacia la autonomía de las nuevas generaciones.

En consecuencia, a la comunicación didáctica se la puede definir como un tipo de comunicación humana institucionalizada que tiene por finalidad la formación educativa de los individuos a través de esos procesos de enseñanza-aprendizaje, y es tal su importancia que sin auténtica comunicación dichos procesos no podrían realizarse. Por ello, entendemos que la esencia del acto didáctico es la comunicación. Precisamente, la didáctica surge históricamente «ante la necesidad de hacer efectivo y sistemático el proceso de comunicación de los conocimientos y valores culturales propios en cada grupo social a los nuevos miembros del mismo» (Rosales, 2001, p. 38).

En esa línea de trabajo y reflexiones, la didáctica nos muestra una serie de principios que se ocupan de relacionarnos con la enseñanza y

el arduo proceso que la involucra. Estos principios están pacientemente conformados, porque su misión es desarrollar los procesos de enseñar y de aprender en cuanto a la relación de la *praxis* educativa. Todos estos elementos fundamentales tienen relación porque buscan llegar al aprendizaje, porque en las numerosas opciones que se ofrecen son la evidencia de que no hay una única forma de aprender sino que cada persona tiene la responsabilidad de ir estructurando su propio método.

En este tramo del Siglo XXI, por cierto, estas cuestiones adquieren una centralidad significativa al momento de intentar interpretar el panorama que presenta hoy la didáctica de la comunicación radiofónica en un conjunto de naciones de América Latina y el Caribe.

Por tal motivo, este libro coral y colaborativo da cuenta de las percepciones, dilemas comunes y propuestas superadoras de un estado de cosas planteadas y enunciadas por un colectivo de docentes dedicados a la didáctica de la Radio que, desde sus propias realidades, permiten construir este friso de voces múltiples. Así, el lector interesado hallará en la primera parte de este volumen una serie de reflexiones y desafíos sobre la enseñanza y el aprendizaje de la radio en determinados países de la región. Conforman un panorama que no pretende dictar sentencia; en verdad, no son palabras definitivas, sino provocadoras, inacabadas y bajo construcción que quizá si nos puedan servir para pensar sobre cómo hacemos lo que tanto amamos.

*Enseñar y Aprender la Radio en América Latina y el Caribe. Radiografías de este presente* presenta doce informes del mismo número de países que retratan la vida de la radio en las aulas de la región. Para el desarrollo de este libro se trabajó bajo la modalidad de cuestionarios e informes finales. Cada coordinador o coordinadora aplicó un cuestionario común de diez preguntas a cinco o más colegas de su país para indagar sobre diferentes aspectos vinculados con este medio de comunicación y su presencia, tanto en los salones de clase, como en la vida cotidiana de las y los estudiantes.

La segunda parte de esta producción justamente presenta cada uno de esos informes y desde el sitio web <https://ensenaryaprenderlaradio>.

[blogspot.com/](http://blogspot.com/) usted, amigo lector, podrá descargar los cuestionarios que sirvieron de insumo para llegar a esos informes.

El texto que ponemos a su discusión fue editado por CIESPAL y se puede descargar libremente cliqueando: [ciespal.org](http://ciespal.org). A partir de un cuestionario compuesto por diez preguntas pudimos registrar esta fotografía que, seguramente, alienta a emprender los próximos recorridos para que -desde la puesta en marcha de la necesaria crítica y autocrítica de nuestras propias prácticas- nos permita avanzar hacia estadios de más y mejor calidad educativa para todas y todos.

### **Acerca de los Ítems y Problemáticas investigados**

Es muy heterogéneo el “estado del arte” que los planes de estudios de las carreras de comunicación revelados nos presenta acerca de la denominación de las asignaturas dedicadas a la radio, el año académico en que se cursan, la intensidad horaria prevista, la cantidad de semestres o cuatrimestres pautados o las horas dedicadas a las prácticas y a los contenidos teóricos.

Si bien en algunas universidades de la región se está atravesando por un proceso de reforma curricular o, el mismo ha concluido recientemente y la implementación del nuevo plan de estudios es relativamente próxima, son entre dos a tres los cursos obligatorios dedicados a la comunicación radiofónica con predominancia de una duración cuatrimestral y/o semestral. En muy escasos casos, se ofrecen cursos optativos vinculados con la edición digital de audios, las técnicas vocales y los géneros y formatos radiales.

Vale hacer notar que la presencia de las asignaturas dedicadas a la comunicación radiofónica mantienen su lugar en los actuales planes de estudios homologados de nuestras carreras, si bien -como se advertirá más adelante- la percepción de las y los estudiantes hacia el medio es desfavorable. Coadyuva a esta mirada crítica tanto la “poca escucha” del mismo, como la asociación de la radio con lo antiguo, con el pasado

o, directamente, el inicial desinterés hacia las materias de este campo de estudio.

Finalmente, del análisis de las respuestas obtenidas se puede colegir esa “tensión existente entre la teoría y la práctica”, que se manifiesta en ciertos porcentajes dedicados a uno u otro aspecto. Por caso, hay indicadores de un 30% destinado a la teoría frente a un 70% dedicado a las prácticas o su relación inversa al no contar con el necesario equipamiento tecnológico para la realización de la grilla de trabajos prácticos planificados para cada curso.

La carga horaria promedio semestres y/o cuatrimestres de 16 semanas de clases de, aproximadamente, ciento ochenta minutos semanales. Vale destacar que este indicador, por cierto, no difiere significativamente con las cargas horarias establecidas para las otras materias que constituyen los planes de estudio. Por eso, leído el dato desde este prisma, probablemente nos interpele para planificar con minuciosidad “el clase por clase”, una herramienta que no siempre es considerada como una guía necesaria para optimizar el calendario académico.

Hablar de obstáculos, dificultades o desafíos en relación con la enseñanza y el aprendizaje de la comunicación radiofónica, implica leerla desde un lugar específico, conocer las circunstancias históricas y actuales de la nación, la ciudad o el pequeño poblado en el que habita el medio de comunicación. La radio se entiende como potencialidad situada en contexto y no como un “algo” que está en todos lados y que es igual en Matanzas que en Guayaquil, que se expresa y aborda temáticamente de la misma forma bajo el frío de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires que en el calor infernal de Guaymaral, en Valledupar, Colombia. Le resulta inseparable, a cualquier lógica de enseñanza-aprendizaje entender su entorno para desarrollar sus fines.

Un segundo punto de partida para responder a esta palpitante inquietud, de enseñar y aprender, significa usar la expresión “radio” no de forma generalista sino particular. ¿Enseñar Radio? ¿Qué radio? ¿Qué tipo de radio? o, ¿Desde qué soporte se la escucha? La palabra

“radio” no es un todo, hablar de radio es, irremediablemente, emitir desde un altar llamado: proyecto político comunicacional. Es decir, desde una postura comunicativa. Una posición frente a la radio, pero también, frente a la vida misma. Al país en el que vive el medio de comunicación.

Hechas estas dos salvedades, la del contexto social y la de los proyectos políticos comunicacionales, se citan conclusiones a partir de cuatro categorías para responder a los obstáculos que presenta la enseñanza de la radio hoy y ellos son: la radio como medio, las universidades, las facultades, las y los estudiantes.

### **La radio como medio**

Una dificultad para enseñar la radio, es la radio misma, pues en la mayoría de los casos su oferta no motiva la escucha entre las y los jóvenes. “Los modelos de radios locales juveniles muestran una opción desfigurada en su papel como medio y su deber de responsabilidad social”, sumado a lo anterior, los discursos en muchas emisoras no se actualizan y ante la falta de creatividad el medio no contagia, no seduce. Aún más, el reclamo generalizado es que hay pocos referentes que escuchar y entonces, por momentos, se enseña una radio que ya no se hace. Los contenidos audiovisuales parecieran estar por encima de los puramente auditivos. El panorama del medio sonoro va más allá. Las posibilidades de vinculación laboral que este ofrece son escasas y los salarios bajos. Como anota el profesor español Arturo Merayo: “De la radio sabemos que nos puede dar de comer, pero no sabemos si de cenar”.

La existencia de grupos hegemónicos con discursos únicos, cierran espacios y plazas laborales, no hay una apertura clara para la creación de más frecuencias para quienes quieren estar frente a los micrófonos.



## **Las Facultades**

Creo que el primer obstáculo empieza desde la poca importancia que tiene el curso para algunas facultades de comunicación, lo cual se concretiza en las pocas horas de clase, en los cambios de las mallas curriculares, reduciendo los cursos y las horas de clase (Profesor universitario peruano).

En algunas facultades falta infraestructura, equipos donde hacer las prácticas profesionales.

En Cuba, por ejemplo, se registra ausencia de profesionales y centros de estudio para esta disciplina. En República Dominicana las universidades hacen esfuerzos en sostener la materia frente a los cursos cortos, talleres o centros educativos que ofertan “la enseñanza de la radio” en ese país.

En algunas instituciones hay pocos libros del área que puedan ser consultados en sus bibliotecas. Hay clases en las que participan muchos estudiantes (treinta o más) lo cual dificulta la realización de talleres y actividades prácticas con adecuados seguimientos personalizados. También se advierte la falta de personal de apoyo como operadores, técnicos y encargados de los laboratorios.

“Exacerbado distanciamiento de la institución de enseñanza en relación con el mercado” (Profesor de México). La relación enseñanza/práctica profesional (y los ideales de la formación) entran en conflicto con una realidad mediática que echa por tierra numerosos principios éticos.

Uno de los principales obstáculos que tiene que ver con la enseñanza es el de los cambios acelerados que propone el mundo en materia de comunicaciones y apropiación de los discursos. Es decir, el mundo de la comunicación ha cambiado y quizá los programas de las Universidades siguen anclados y respondiendo a las necesidades académicas, pero no a las del mundo laboral. La brecha entre alumnos y docentes en torno al entender la radio es grande. La comunión entre teoría y práctica aún no se articula idealmente. El mundo académico

habla del “deber ser” y en muchos lugares no hay referentes prácticos, o profesionales que desarrollen ese imaginario.

Sumado a todo lo anterior aparece la alta carga académica de todas las materias que cursan las y los estudiantes en un semestre.

## **Las Profesoras y Los Profesores**

La necesidad de actualización temática y práctica de las y los profesores en relación con su materia constituye no solo un desafío sino una razón por la que la enseñanza se dificulta. A veces se enseña para un momento histórico que ya pasó y no para el actual. El educador necesita desaprender. Existe una “visión aún centrada en la realidad, en parte, de los años 1950 (el guion como base de todo)” (Profesor de Brasil).

El otro obstáculo, a veces, es uno mismo.

La enseñanza ha cambiado, la radio también. No podemos seguir enseñando en los cursos como hace 20 años atrás. Nosotros los profesores debemos prepararnos para el reto de acercar la radio al alumno, que sientan que es una compañía, que tiene un potencial expresivo, que acompaña, que divierte, que está cerca (Profesor de Perú). Los profesores tienen una visión muy lineal de la producción, la mayor parte de las veces influenciada por la producción de la radio comercial (Profesor de México). Faltan metodologías, hay saberes, pero métodos poco efectivos de enseñanza (Profesor de México).

## **Los Estudiantes**

Como ya se ha señalado, la lectura que las y los jóvenes hacen del medio es que está anclado, es viejo, no ha cambiado. A muchos chicos no les gusta hacer reportería, buscar información y menos investigar. Ellas y ellos tienen una dificultad particular para relacionarse con las fuentes. Se presentan múltiples problemas de redacción, vocabulario y lectura en los matriculados en la materia Radio. Los jóvenes de hoy, en su gran mayoría, no leen. Estudiantes universitarios matriculados en la

materia Radio, desconocen textos sobre este medio de comunicación. Falta pensamiento crítico en muchos de quienes ven esta materia como una mera práctica. Se evidencia una falta de interés por el área de radio.

“Los estudiantes no le dan ni le ven importancia al medio y las competencias que él les brinda”.

Entre los obstáculos se pueden señalar estos ítems:

- Problemas en la redacción y en la comprensión lectora.
- No hay pasión por lo que se estudia.
- Hay muy poca proactividad.

Una dificultad es enseñarla a quien no la escucha, a quien no la quiere escuchar o a quien no se siente seducido por el medio. La resistencia, voluntaria o no, hacia la radiodifusión, genera dificultades en el binomio enseñanza-aprendizaje. Estos aspectos vinculados a ciertas categorías han sido tomados de los relatos aportados por las y los sesenta y tres profesores de radio de cincuenta universidades de doce países de la región que respondieron los cuestionarios y realizaron los informes finales.

En cuanto a las metodologías y teorías utilizadas para abordar el proceso de enseñanza y aprendizaje de la radio, se pueden anotar las observaciones y reflexiones que continúan.

La enseñanza de la radio desde su nacimiento ha tenido como base el método de la observación: se aprende a partir de mirar las acciones del ejecutor. En materia radiofónica las primeras teorías datan de la década de los treinta del Siglo XX, en particular de Alemania, país en el que dramaturgos, cineastas y literatos mostrarán interés por este novel medio.

Dos de los primeros hombres que se aventuran a teorizar sobre la radio son el dramaturgo Bertold Brecht, y el psicólogo y especialista en estética, Rudolf Arheim. Hacia 1931 Brecht escribe *Teorías de la Radio*, un libro emblemático; y en el mismo año, su compatriota especialista en el análisis del cine, Arheim hace lo propio con la *Estética Radiofónica*.

Se retoman estas experiencias teóricas, en razón a que después de leer las respuestas de los profesores de la región, es importante que quiénes estamos insertos en estas cuestiones debemos darnos a la tarea de crear teorías propias de la disciplina e incorporar conceptos de otras, susceptibles de ser implementadas en los cursos, y con ello potencializar los saberes de las y los universitarios.

En algunas de las respuestas encontradas se observa el privilegio que se brinda a la práctica al resultar más atractiva para las y los estudiantes. La argumentación se basa en el tedio que la literatura radiofónica provoca en los estudiantes. Aquí cabría una pregunta: ¿Qué tipo de literatura se enseña, y bajo qué prácticas docentes?

En lo que corresponde a la metodología es importante señalar que la variación de la misma, tiene su base en la experiencia profesional de los enseñantes, pero también en los modelos de enseñanza de las universidades y si éstas son públicas o privadas; y, por supuesto, en el número de estudiantes que se tiene en el aula. Por tal motivo, la aplicación de métodos para la enseñanza radiofónica es multifactorial.

Frente a este panorama, es necesario problematizar el proceso de enseñanza- aprendizaje, estudiarlo como un objeto de investigación para conocer lo que está ocurriendo con los mecanismos pedagógicos del docente. Asimismo, es posible retomar muchas de las actividades que la y el docente realiza con el alumno para teorizar sobre el problema y estructurar métodos de enseñanza, esto es, a partir de las prácticas que ya realiza. Por ejemplo, el diálogo se puede construir cómo método de enseñanza, lo mismo que la discusión; el método de la creatividad; las emociones y el sonido; los vínculos de escucha con la realidad, entre otros.

De la misma manera, habrá que trazar mecanismos para hacer converger la radio con otros medios e insertarla en sus nuevos contenidos. Por ejemplo en las narrativas *trans-medias* sonoras (Henry Jenkins sólo abarca la parte audiovisual) y retomar (de esos otros medios) sus teorías y métodos. La era de la disciplina única es cosa del pasado, en el Siglo XXI, el diálogo transdisciplinar es lo que abraza los

tiempos de la digitalización.

Por otra parte, es importante enfatizar que la enseñanza de la investigación es un proceso imperativo del productor radiofónico para la generación de contenidos con calidad y de interés para la sociedad, y pocos profesores lo retoman en sus clases.

Sin la investigación mediática, el medio sonoro se debilita. Por lo tanto, es indispensable la suma de actividades del profesor universitario que le permita vincular la teoría con la práctica a través de métodos coherentes que refuercen la formación de los futuros profesionales de la radio.

En suma, cómo señala uno de los profesores brasileños, es necesario retomar las enseñanzas pedagógicas de Paulo Freire y no olvidar que docentes y alumnos aprenden juntos; pero también, recordar que cada estudiante porta su propio *habitus*, citando al sociólogo francés Pierre Bourdieu, y esos elementos socioculturales y biográficos obligan al docente a preparar cada curso de manera distinta. El contexto, esto es, el *topos*, es piedra angular del proceso de enseñanza aprendizaje, lo mismo que la cultura que lo cobija.

### **La conexión Estudiante - Profesor**

Ante la pregunta si las y los docentes de Radio “conectan” o “no conectan” con sus estudiantes, los informes finales y los cuestionarios de los doce países sujetos de esta muestra casi que de manera unánime depositaron la mayor parte de tal responsabilidad de conexión en el docente. Hay salvedades, variables, pero en general la balanza sobre tal responsabilidad recae más sobre el educador.

Quizás esto obedezca a la forma en que está formulada la pregunta o porque en el fondo hay un reconocimiento del papel del educador como un líder de la clase, responsable de una tarea, compromisario social o un responsable de la educación, desligando del proceso a esas dos aristas más de esta especificidad educativa como son la universidad

como institución y el estudiante como agente directo del proceso formativo.

El conectar con las y los estudiantes, en una clase como la de Radio, amerita una reflexión que involucra formas y fondos. Algunas de ellas pueden ser la conexión, vista como el trípode: la institución como portadora del servicio educativo y sus implicaciones como centro de formación, el profesor como el sujeto que imparte una materia y establece relaciones con sus alumnos y los Estudiantes como jóvenes en formación sujetos de la formación misma. Pasamos a describir pormenorizadamente, una a una.

## **La Institución**

Si un profesor no está motivado porque no se siente bien remunerado económicamente, porque vive en un mundo de indisposiciones con la institución que le contrata, porque no es valorado, porque sus ideas no son consideradas, porque no forma parte de los procesos, porque tiene pocas horas de clase, porque carece de herramientas para hacer su trabajo, porque la biblioteca es delgada, porque adolece del espacio recomendable para desarrollar las prácticas planificadas; en fin, por todo ello, la institución se transforma en un obstáculo para la conexión entre docentes y estudiantes.

Un profesor puede estar lleno de ilusión, pero si no se siente cómodo en su espacio, nunca podrá ilusionar a otros. Entonces, la conexión jamás llegará a su corazón y usted que es profesor o profesora de Radio y lee este apartado sabe que es así. Del otro lado está el estudiante, el joven inquieto que quiere sentirse profesional de la comunicación y del periodismo radiofónico, pero no tiene la posibilidad de dar sus primeros pasos porque carece de grabadora, de equipo para editar, de sala en dónde grabar, de estudio desde el cual emitir. Entonces, los dos, enamorados, miran a la universidad como propiciadora de esa relación inestable y justo bajo esa mirada, aparece la desconexión.

## **La Profesora y el Profesor**

Cuando el profesor no orienta sus procesos con metodologías adecuadas surge una desconexión, de tal manera que es necesario participar en jornadas de formación y perfeccionamiento sobre aspectos metodológicos. Un profesor puede saber de radio, pero si su metodología no es la más adecuada aparecerá la “desconexión”.

Cuando de alguna manera se “extorsiona” al estudiante con la nota, cuando se le amenaza usando expresiones como: “Ponga atención porque esto entrará en el examen”, se habita el espacio de la amenaza y ahí nace una nueva “desconexión”. De igual manera cuando el educador o la educadora no desarrolla sesiones prácticas y solo abraza las hojas de los libros crea una “desconexión” en la medida en que la radio es práctica y la práctica es conexión tal y como se ha citado en distintos cuestionarios anexos a este libro y en los mismos informes finales producidos por las y los referentes de cada país.

En este apartado, relacionado con el profesor, es posible que cuando este no investigue o se actualice en las temáticas a tratar, quede al descubierto frente al estudiante. Así, el profesor se pone en evidencia y en la puerta del salón de clase toca la “desconexión”. “Conectar” significa preparar la clase y no “ensayarla” en el automóvil, el autobús o el metro mientras llego al salón de clase. No preparar es “desconectarse”. Así mismo, “conectar” es ser el primero en llegar a clase y el último en salir. Sin dudas, el compromiso, y la puntualidad del profesor es visto y valorado por el alumnado.

Muchas son las variables que pueden generar cercanía o distanciamiento con la materia Radio. Por ejemplo, no faltar a clase debería ser una regla de oro del docente. A veces aparece el reclamo generalizado que son pocas semanas de clase para enseñar la radio, pues bien, ya que son pocas semanas, valdría la pena que el docente no faltara a ninguna de ellas. De igual manera, la disciplina es importante para cualquier actividad que se desarrolle y no debe ser ajena a la clase. Ante la falta de disciplina y autoridad la “desconexión” toma asiento en el aula.

Pero volvamos a uno de los centros de atención y evidente preocupación de las y los estudiantes. Evaluar es una forma de acercar o apartar a los estudiantes del amor que se pueda sentir por una materia. Nadie que se sienta amenazado podrá vivir emocionado por la experiencia de hacer radio. Si se evalúa para conservar autoridad seguro que el profesor la ganará, pero la “desconexión” luego se lo tragará.

Al cierre de este apartado valdría la pena citar que cuando el profesor es inexperto y va a practicar sus clases y no a desarrollarlas de manera organizada se “desconecta”. También se desconecta cuando no conoce bien a sus estudiantes y un docente inmerso en el atraso tecnológico es sinónimo de “desconexión”.

## **El Alumnado**

El último apartado de este trípode tiene que ver con el sujeto de la formación institucionalizada: las y los estudiantes. La falta de respeto por parte de aquellos estudiantes que desconocen la autoridad docente en el aula desconecta al profesor de su “servicio” y, en muchos casos, también produce una desconexión el no conocer a la radio misma y su importancia.

De igual manera, la distancia generacional entre docentes y estudiantes es grande, en ese sentido, la “conexión” también puede serlo y en la variable “inserción laboral”: al no encontrar una motivación para desarrollarse laboralmente el estudiante bien se puede “desconectar” del lazo que siente con la clase, de igual forma la imposibilidad de hacer prácticas reales que lo vinculen con la producción profesional del medio puede generar una desesperanza y “desconexión”.

En esta zona del cierre de este aspecto, nos permitimos una reflexión final. Existe una lucha diaria, en cada salón de clase de la región: estar conectado a internet en clases teóricas y prácticas sin duda “desconecta” al estudiante con la materia, ¡con el profesor, con la facultad, con la universidad, con el mundo!



## ¿A quiénes se enseña la radio?

La pregunta cinco de cada cuestionario indaga acerca de a quiénes se le enseña la comunicación radiofónica. Quizá esta sea la réplica más interesante y de mayor proyección que aparezca en este listado de interrogaciones. Quizá aquí estén las respuestas que más puedan aportar pistas sobre la enseñanza y el aprendizaje de la radio en los países de la región. Veamos por qué.

Conocer a quienes se les enseña la radio es como conocer a quien habla en su emisora. Conocer el público es todo para una radio y para un docente su todo es su estudiantado, su público. Si en un curso el 100% de los estudiantes es menor de 20 años, entonces, ¿Cómo llegar a esa población? ¿Acaso no valdría la pena revisar los ejercicios de clase para articularlos a las necesidades de ellas y ellos y no a las del docente? Si la mayoría de los cursos están conformados por mujeres, ¿Esto qué significa? ¿Qué hacer con esta información?

Si los jóvenes que asisten a nuestras aulas provienen de poblaciones marginales, ciudades en las que la radio es fundamental en el proceso de medios, ¿cómo abordar esa realidad?

Si las “chavas” y los “chavos” que van a clase viven solos en sus casas porque han tenido que salir de su territorio en busca de la carrera universitaria que les atrapa, ¿Eso no importa al momento de encarar el enseñar y aprender? ¿Si en la primera semana de clase se enseña el programa del semestre, se está instalando un discurso producido hace cuántos años? ¿Se instala algo que se trae y quiere compartir o es un algo para discutir y volver a construir?

Es difícil definir cómo son los estudiantes en este universo compuesto por doce países y cincuenta Escuelas de Comunicación Social de la región. Sin embargo, los estudiantes son curiosos al momento de discutir y producir: “poner la mano en la masa”, crear, inventar, analizar y transformar (muchos piensan en desarrollar proyectos para la web, o tener un *podcast*); también en las aulas habitan chicas y chicos que aún no han encontrado su «lugar», o incluso, su espacio en los cursos que

han elegido. Son los indecisos, los que todavía buscan un sentido para la graduación y, claro, están los jóvenes dispersos por no comprender la importancia del vehículo, o incluso, por no valorar el texto sonoro.

Este apartado nos permite pensar en que hay estudiantes que son poco creativos. Que en las clases el docente tropieza con alumnos poco cultos, con poca formación de cultura popular y que muchos alumnos tienen limitaciones en referencias sobre cómo funciona su país. Se desconoce, a veces, lo más mínimo, que cada generación que llega al aula es diferente. Las y los estudiantes actuales son un poco enigmáticos. Lo que a simple vista puede ser percibido como apatía es, en realidad, una gran necesidad de ser motivados. Desde nuestro punto de vista el secreto de la enseñanza reside allí, porque una vez motivados, se vuelven productores ávidos de consejos, información, referencias, desafíos.

Algún profesor anotaba: “esta universidad recibe jóvenes que vienen de familias mineras y de clase media. Por esto es gente tímida, con algunos que se destacan por no ser así, y son estos quienes se demuestran más interesados y atentos”. Cada año pueden verse jóvenes más inmaduros. Hay poca cultura general. Los jóvenes tienen edades entre 17 y 22 años y el 70% de ellos son mujeres y el 30% hombres. Esta cifra no puede ser valorada como una realidad absoluta, pero sí, como resultado de lo citado en los cuestionarios por los profesores aquí participantes.

Los chicos y las chicas de hoy son nativos digitales. Proviene de distintas clases sociales. Son jóvenes que quieren aprobar y no necesariamente aprender y algunos empiezan las clases de forma dispersa, pero tras el desarrollo de las prácticas profesionales se sienten interesados en el medio radiofónico.

Bajo ese mapa de ideas se lee esta pregunta cinco, de allí que a partir de lo estudiado se propone a las y los profesores de Radio de la región no solo compartir los contenidos que se verán cada semana durante el período de estudio, sino, más bien, habilitar un espacio para el diálogo como primer encuentro con los y las estudiantes con los que

se compartirá el semestre, hablar de sus vidas, de su gusto por el medio, digamos que hacer una vinculación entre la radio de la ciudad en la que el joven vive o de la que viene. Es necesario conocer a los jóvenes antes que los jóvenes conozcan a la radio.

Posterior a esta discusión sobre la vida, los contextos, el entorno de cada estudiante bien podrían socializarse los contenidos programáticos, pero, igualmente alterarlos. Permitir al estudiante construir la materia y, de alguna manera, encausar sus inquietudes, incluirlas en las diferentes semanas de clase.

Proyectar el programa del semestre y resignificarlo. Volver a mirarlo y alterarlo. Proponer que cada estudiante en grupos de cuatro personas revise los contenidos y hagan propuestas concretas quizá aportaría más alegría y renovado espíritu de unos y otros en la enseñanza y el aprendizaje del medio. En conclusión, invitamos a las y los colegas de la región a expandir las formas de enseñanza a partir de lo que nos puedan enseñar nuestros estudiantes.

## **La radio, el audiovisual**

Sin intentar establecer un orden de mérito o de importancia entre las preguntas planteadas y las respuestas reseñadas, en la siguiente serie de respuestas se resumen de manera palpable varios de los principales aspectos de época que enmarcan tanto a la producción radiofónica como a las instancias de enseñanza aprendizaje del medio en nuestras carreras de formación de grado.

Sobre si en una sociedad marcada por lo audiovisual, resulta más difícil enseñar la radio, vale destacar la reflexión de un docente argentino quien sostiene que:

Si aceptamos aquello de que “una imagen vale más que mil palabras”, si nos entregamos mansamente a la “dictadura de la imagen” y nos rendimos sólo ante la evidencia de aquello que podemos ver y tocar, entonces sí se torna dificultoso enseñar Radio o sentirnos atraídos

por ella. Pero a poco de andar, con algún auxilio de la teoría y con ejercicios lúdicos sencillos, amenos e ingeniosos, podemos hacer que nuestros estudiantes re-descubran la potencialidad de otros sentidos como el oído, entiendan el enorme “poder de sugestión” de la radio y su gran capacidad para hacer volar la imaginación de los oyentes, contrarrestando aquella sentencia inicial por otra: “una palabra o un sonido pueden generar un mundo de imágenes”. No es tan complicado ni tan difícil lograr ese cambio de actitud.

Así mismo, complementando la observación precedente, un profesor chileno nos advierte que:

Si se trata de enseñar la radio tradicional, al aire, se fracasa. Deben integrarse las nuevas características multimediales, buscando lo que será el medio en los próximos años. Los estudiantes transmiten sus programas, los suben a *Ivxxx* u otro almacenamiento, crean *fanpage* y *Twitter*.

Si bien en distintas respuestas se reitera la necesidad de “despertar la pasión por el medio”, que “lo importante es motivar a los estudiantes” o que “si bien es una tarea difícil, hay que lograr que los alumnos se reencuentren con el valor del sonido”, resulta muy provechosa atender la toma de posición que las y los colegas costarricenses dejaron impresa en un acertado fragmento de su *Informe Final*:

Los profesores en las universidades de Costa Rica se enfrentan con la tarea de lograr que sus estudiantes se reencuentren con el valor del sonido incluso de la importancia y preponderancia de este en los otros medios de comunicación, incluyendo los que impone la nueva era de la comunicación. Los docentes sienten impostergable la necesidad de replantear los cursos y la forma de proyectar el medio en este siglo XXI, en momentos en que por ejemplo la radio se complementa hoy en día con cámaras en las cabinas y se transmite igualmente por *Facebook Live*. Sin embargo, los docentes más apasionados por enseñar consideran que todavía hay en las personas un “banco” de imágenes acústicas que es posible aprovechar para lograr espacios estéticos. Si “se enseña a

hacer radio” podemos aún conseguir realizaciones sonoras atractivas. Al respecto, Otto Chinchilla, profesor costarricense, considera que en la era de la economía de la información y la comunicación es indispensable que las personas estudiantes sepan, cómo lograr un acercamiento a las mediaciones múltiples, por lo que, el manejo adecuado de los lenguajes mediáticos es indispensable y necesario, dentro de un proceso formativo, donde se sienten las bases para una alfabetización digital y mediática. De este modo los alumnos interactúan con las diversas mediaciones, logrando integrar en la información una suerte de realidad virtual, donde alcanzan una convergencia mediática inteligente, sin dejar de lado el objetivo fundamental que es desarrollar habilidades y destrezas, en la producción de audio en sus diferentes formatos, siempre y cuando, mantengan un balance sensato en las características de todo medio: informar, entretener y educar, que a la vez colabora a una introducción a la realidad virtual.

Si bien en un primer acercamiento se puede pensar que en una comunidad marcada por lo audiovisual, resulta difícil y complejo enseñar los vericuetos de la comunicación radiofónica integral, entendemos -pese a las percepciones que pueden operar en contrario- que se puede aprovechar positivamente dicha característica de los tiempos actuales y los consumos mediáticos y culturales que componen el perfil dominante de nuestros estudiantes. Bajo la premisa orientadora que sostiene que el trabajo creativo implica asociar cosas comunes de una forma poco común, habría que incentivar a las y los estudiantes a recuperar ideas, contenidos, formatos y abordajes que muchas veces provienen del campo del audiovisual y aplicarlos o adaptarlos a la producción radiofónica. En esa línea que propone recuperar para nuestras *praxis* docentes los conceptos de “hibridaciones”, “mestizajes” y “*tras-polaciones*”, tal vez, encontremos retos y desafíos para darle nuevos y vivificantes aires a nuestros cursos para que estén más en sintonía con esas huellas instaladas en el tiempo presente.

## ¿Los estudiantes escuchan la radio?

Como resultado de una lectura atenta y contextualizada del conjunto de las respuestas obtenidas en este apartado destinado a indagar si sus estudiantes escuchan radio o no la tienen en cuenta dentro de sus consumos mediáticos y culturales, podríamos organizar a las mismas en este listado que sintetiza los principales núcleos de interés:

- “Nuestros estudiantes no escuchan radio”.
- “La experiencia de escucha es muy diversa”.
- “Escuchan radio de manera indirecta”.
- “Lo hacen en el auto”.
- “Lo hacen con otros dispositivos”.
- “No escuchan emisoras internacionales”.
- “En su universo de escucha la AM no existe”.
- “Sí escuchan radios *on line* y/o *podcasts*”.
- “Escuchan contenidos fragmentados”.
- “Conforman una audiencia que no obedece a los perfiles clásicos”.
- “La escucha no supera escasas horas del día. Se escucha por cortos periodos”.

La percepción generalizada es que en la mayor cantidad de los casos las y los estudiantes que ingresan a los cursos destinados a la comunicación radiofónica llegan sin escuchar lo que ocurre en el medio, lo que ofrece el parlante radiofónico. Conforman un público particular que habla de los flujos que discurren en las redes sociales, los video-juegos, un poco de lo que acontece en la televisión, las novedades literarias y los medios gráficos y, en algunos casos, hace referencia al actual panorama cinematográfico. Son navegantes del amplio ecosistema digital pero sus contenidos preferidos lo constituyen la música en línea o las series bajo el sistema por demanda.

Frente a este “estado del arte” referido a los consumos culturales, mediáticos en general y radiofónicos, en particular, resulta desafiante

plantear revisiones de todas aquellas prácticas docentes diseñadas para otro momento histórico y prestar atención a lo que denota la topografía de este nuevo escenario.

Probablemente un buen punto de partida podría ser el interrogarse acerca de qué escuchan cuando las y los estudiantes sintonizan radio. Y -para agregar otro aspecto no menos valioso y revelador- cómo la escuchan. Seguramente, concluiremos que esa audición poco tiene que ver con las formas sociales y culturales que amasaron diacrónicamente a la recepción radiofónica. La toma directa y el aquí y ahora se ha relativizado porque los tiempos y los espacios radiofónicos se construyen con los tiempos y los espacios de quienes escuchan... cuando escuchan.

La marca subjetiva que significa el manejar la escucha cuando se quiere, donde se quiere y como se quiere, es algo que actualmente carece de profundidad de estudio por parte de quienes offician de docentes en el campo radiofónico. Sobre todo porque esa escucha está creciendo en términos de interconectividad pero con cierto anclaje en alguna “dimensión conocida”. Esto es: resulta muy probable que se escuche al amigo o al amigo del amigo que está haciendo un programa de radio en Internet.

Si esos estudios se realizaran con la profundidad que el objeto disciplinar amerita, si se pusieran en acción las imprescindibles hibridaciones que permitan ampliar la mirada analítica y trascender ciertas fronteras conceptuales, es razonablemente entendible que haya que emprender una nueva alfabetización pedagógica en el plano radiofónico. Si las y los estudiantes acusan esos perfiles definitorios en cuanto a su vínculo con el medio, será necesario visitar y redefinir de qué hablamos cuando hablamos de los formatos periodísticos y tradicionales. O cuáles son las actuales características intrínsecas del lenguaje de la radio. O cuál es el devenir histórico de un medio en las vísperas de alcanzar su primer siglo de andar. O, sin agotar un inventario temático cruzado por cuestiones derivadas de la enunciación y la recepción, del lugar de las mega-empresas en la conformación de la

industria comunicacional y de la construcción de sentido, tal vez sea el momento de abrir una ventana a la cual se asomen para (re) descubrir las potencialidades del sonido en la historia de los medios y otros sistemas y dispositivos para la comunicación.

## **Libros de radio**

En la pregunta ocho, nos adentramos al repertorio bibliográfico que sirve como marco de referencia para organizar las lecturas de nuestras asignaturas.

- La producción de los textos.
- La circulación de los textos.
- Las rutinas de los profesores.
- Hay textos nuevos. Los docentes tienen dificultad para encontrar textos.

En América Latina y el Caribe, durante la segunda década del Siglo XXI se puede deducir la existencia de poca bibliografía sobre la radio, ello con base en las respuestas encontradas de los profesores pertenecientes a los doce países integrantes del *corpus* que conforma la presente investigación, quienes al preguntarles tres referencias bibliográficas, repetían autores de los años treinta y setenta, y no es que esté mal, pues los clásicos son siempre bienvenidos por sus grandes aportaciones, empero, preocupa la poca literatura contemporánea radiofónica publicada en nuestros países.

En este territorio caben las siguientes interrogantes: ¿Qué pasa con la producción, distribución y difusión de los textos sobre la radio? Se sabe que se escribe del tema, pero muchas de las veces las editoriales no exportan los textos. Frente a estos se ha de pensar las estrategias para la exportación e intercambio de bibliografía en Iberoamérica. A continuación se presentan algunos autores citados por los entrevistados:



1. Clásicos europeos: Rudolf Arheim, Bretold Brecht.
2. Europeos contemporáneos: Jerry Booth y Peter Lewis.
3. Clásicos de América Latina: Mario Kaplún y José Ignacio López Vigil, Daniel Prieto Castillo.
4. Españoles contemporáneos: Mariano Cebrián (multicitado), Emma Rodero, Pilar Martínez, José Muñoz y Jorge Gil.
5. Argentina: Oscar E. Bosetti, Ricardo Haye, Jorge Arabito .
6. Brasileños: Marcelo Kiscchinhevski (Aquí es importante señalar que quienes usan más a los autores brasileños son sus compatriotas, y entre ellos se citan).

También encontramos el florecimiento de temáticas antiguas que ahora están de moda, como el arte sonoro (el paisaje sonoro, la poesía sonora, los *Films* acústicos, entre otros), los géneros híbridos, las narrativas trans-medias o la radio comunitaria. Sobre ellos hay escasa bibliografía, pero aun así fueron retomados por algunos profesores.

En síntesis, se puede observar que -no obstante- la radio es un medio con un alto porcentaje de audiencia y, en plena reinención, existe una escueta investigación y un listado de publicaciones al respecto, o quizá desconocimiento de más textos. Es necesario que las y los investigadores, productores, y profesores de la región establezcan lazos comunicativos para intercambiar experiencias y publicar textos que den cuenta de los usos del medio radiofónico en estos países tan llenos de sonoridades culturales. Por ejemplo, México, Ecuador, Colombia, Bolivia, Perú por mencionar solo algunas naciones, cuentan con una riqueza sonora propia de sus culturas originarias, sonoridad de identidad que tendría que ser documentada a través de libros.

Es importante fomentar la investigación de la radio como un objeto de estudio que se está reinventando y cobrando fuerza con el desarrollo de las nuevas tecnologías, sumado a los fenómenos sociales y culturales que obligan a que sectores de la población tengan sus propios medios de comunicación, en particular las minorías de migrantes, indígenas, hombres y mujeres pertenecientes a la diversidad sexual, personas

adultas mayores, niños, entre otros colectivos de ciudadanas y ciudadanos. Esto es, la radio no sólo debe enseñarse desde la perspectiva técnica y literaria, sino también desde los usos que se le está dando a la misma en esta coyuntura política y cultural que vive el mundo; la radio continúa cumpliendo con una función social de primer orden, y esto no debe soslayarse en el proceso de escritura, tiene que recuperarse.

### **Ejercicios para enseñar la radio**

Pasemos a otro aspecto. La mayor parte de los ejercicios de radio propuestos para su enseñanza-aprendizaje en la región está relacionada con actividades prácticas que bien pueden ser permanentemente actualizadas. Queda trasparenteada la necesidad de actualizar los talleres, no porque los citados en estos Informes no sean suficientes, sino más bien, por la necesidad de cambiar en la medida en que los públicos que asisten a las clases son cambiantes. Ejercicios para vocalizar, modular, respirar adecuadamente, asumir posturas en la cabina de grabaciones, improvisar, usar los componentes de la radio suelen ser los mismos y repetidos.

Ejercicios sobre el sonido, su importancia, la edición, o la radio en línea, son ideas consignadas en los cuestionarios que reflejan métodos tradicionales y experiencias actuales. Es decir, un poco de todo, pero, sobre todo, reflejan una vez más y para remarcar la idea de este primer párrafo, la necesidad de actualización.

Recopilamos algunos ejercicios propuestos en estos Informes para enseñar la radio:

- Escucha de temas musicales.
- Talleres para reflexionar sobre el poder de sugestión de la Radio.
- Exploración del Radio-arte.
- Diseño y producción de cuñas.
- Entrevistas de semblanza.
- Adaptaciones sonoras de un texto escrito.

- Prácticas de improvisación.
- Lectura aplicando diferentes tonos y matices.
- Percepción musical.
- Tertulias.
- Creación de historias.
- Fotografías sonoras.
- Las funciones de la música.
- Producir informes de tres minutos.
- Selección, jerarquización y redacción de noticias para la realización de un boletín.
- Adaptación de una obra literaria.
- Realización integral de un Radio-teatro.
- Creación de microprogramas.
- Ejercicios de respiración, relajamiento y dicción.
- Presentación de programas “en vivo”.
- Producción de artículos científicos.
- Reportajes, redacción y edición de noticias.
- Grabación binaural y diversas discusiones sobre el uso actual del *podcast*, de los audiolibros y de los géneros y los formatos como el ficcional y el Documental Radiofónico.
- Producción de un *podcast* de opinión.
- Historia sin palabras.
- Adaptación sonora de cuentos (para generar un uso más amplio del lenguaje).
- Producción de guiones originales en diferentes formatos.
- Énfasis en producciones serializadas.
- Producción de programas musicales.
- Producción de *podcasts* y radio-revistas, noticieros, programas “en vivo”.
- Desarrollo de proyectos de los propios alumnos, especialmente *podcast*.
- Producción de piezas radiofónicas con actores y personas invitadas.

- Producción de documentales radiofónicos.
- Debates en radio (con múltiples fuentes).
- Reporterías.
- Emisiones de noticieros.
- Manejo de la consola.

Desde estas conclusiones se cree que los estudiantes pueden proponer ejercicios y no seguir necesariamente los que se sugieren desde el profesorado. Es decir, que esta sea una actividad colaborativa desde el inicio de la materia.

### **¿Se puede enseñar la radio?**

Sumar, estar junto a las y los estudiantes y trabajar sobre sus motivaciones bien puede ser una linda forma de enseñar y para los profesores de aprender sobre la enseñanza misma de la Radio. La respuesta a la pregunta, si la radio se puede enseñar fue escueta, la mayor parte de las y los profesores ofreció dos o tres frases, afirmativas y en cierto sentido, tienen razón. Si se imparten cursos, talleres, seminarios, diplomados de la Radio, es porque este medio es de primera importancia para la sociedad, y se puede enseñar.

La radio es una técnica que a través de la historia y el desarrollo de la humanidad adquiere nuevas dimensiones estéticas, literarias, periodísticas, musicales que harán de ella lo que significa en la actualidad: un medio con gran fuerza social y política. A principios del Siglo XX, nadie hubiera pensado que el oficio radiofónico sería parte de la enseñanza en las universidades. El proceso de enseñanza-aprendizaje se daba en la práctica; en el interior de las cabinas se observaba al productor dirigir a sus actores, musicalizadores, creadores de efectos especiales, operadores hasta concluir con el producto sonoro listo para emitirlo al “aire”. La generación del conocimiento era empírica.

En el 2018 este método de enseñanza en los institutos de educación superior persiste, sólo que ahora hay novedades semánticas

y hermenéuticas que colocan a la radio en una dimensión académica distinta, y al productor como un creador de significados o formas simbólicas como diría John B. Thompson. No obstante lo anterior, persiste la mirada pragmática, de ahí que la mayoría de las respuestas ofrecidas por las y los profesores entrevistados para el presente trabajo, señalaban: sí, es posible enseñar la Radio si hay pasión por el medio; es posible hacerlo sintiéndola, haciéndola, escuchándola. Otros decían: “Hay que enseñar haciéndola, eso es lo que motiva al estudiante”.

Por supuesto que la radio es posible de enseñar a realizarla. La pregunta es: ¿Qué tipo de radio se va enseñar? ¿La que se escuchaba de manera análoga, o la digital? ¿Con qué contenidos? ¿Desde dónde se dará este proceso de interacción entre el profesor y el alumno? ¿Todavía es necesaria la presencia de la y el docente habiendo tantos tutoriales para editar y montar sonidos?

A partir de estos cuestionamientos es necesario abrir un espacio a la reflexión para que los profesores se pregunten qué tipo de radio enseñan, y ¿cuál es el objetivo de continuar con estos cursos a nivel universitario? ¿Cuál es la función social del profesional de la radio? En fin, surgen distintas inquietudes sobre las que es necesario reflexionar en el momento de la preparación de los cursos, talleres y seminarios radiofónicos, y también antes de dar una clase.

La radio es un medio que exige un replanteamiento y reflexión constante en su proceso de enseñanza aprendizaje, y en ello es necesario detenernos de vez en cuando para que el medio tenga una evolución natural como la televisión, el cine, el video. Después de este recorrido analítico, sintético y reflexivo a partir de las respuestas de las y los profesores participantes hemos llegado a los tramos finales del capítulo I. Tal vez por aquello reiteradamente citado en nuestros cursos destinados a la comunicación radiofónica, aquí tenemos que apelar a los beneficios de la redundancia que está presente en todo proceso comunicativo donde los contenidos circulan por variadas direcciones y apelan a múltiples dispositivos.

Va de nuevo: estas reflexiones no buscan establecer cánones definitivos ni prescripciones universales, ni clausurar provechosas discusiones, o disciplina en los procesos de enseñanza - aprendizaje bajo las abyectas lógicas de la homogeneidad y el pensamiento único. Muy por el contrario. Si de algo valen estas páginas es para reconocer en qué geografías estamos habitando, con qué fortalezas, oportunidades, debilidades y aptitudes nos encontramos, qué tareas debemos afrontar y con qué recursos contamos en nuestros equipajes. Por cierto, como sucede en otros órdenes de la vida en comunidad, la crítica y la autocrítica debieran ser los motores para continuar la marcha en mejores condiciones, con otras herramientas.

Por eso, entusiastamente las y los invitamos a abrir las puertas del capítulo siguiente. No lo dude. Allí se despliega una imprescindible paleta de colores, sabores y sonidos que constituyen las radiografías que dibujaron doce países de América Latina y el Caribe acerca de qué es esto de enseñar y aprender Radio en los tiempos que corren. Nada más y nada menos.

Bienvenidos

## **Capítulo II**

### **Enseñar y Aprender la Radio en América Latina y el Caribe:**

#### **12 países y 63 Experiencias**

Cada uno de los informes finales contenidos en el segundo capítulo de este libro refleja la visión de profesoras y profesores participantes en una serie de cuestionarios diligenciados por ellas y ellos en los países en adelante citados. Las respuestas a los cuestionarios, que se encuentran como anexos abajo descarga en esta dirección: <https://ensenaryaprenderlaradio.blogspot.com/>, sirvieron de insumo para la elaboración de los textos que está por leer. Las doce experiencias citadas ofrecen un estado del arte de la radio local y un análisis sobre la forma de enseñar y aprender esta materia desde las aulas universitarias.

Cada informe es una reflexión inacabada y bajo construcción en la medida en que refleja el parecer de un grupo de educadores, pero no el pensamiento de todos los enseñantes de un país. Los informes no son sentencias definitivas, pero sí visiones autorizadas sobre los procesos que se viven en los salones de clase de la región.

Quizá, usted, como profesor o profesora de Radio se vea reflejado en este segundo capítulo, en tanto, la pretensión del mismo se cumpliría en la medida en que genere en el educador y el educando una abstracción sobre la complicidad de ese binomio al momento de dejarse seducir por el medio que nos ocupa: la radio.

Este es el capítulo 2 de *Enseñar y Aprender la Radio en América Latina y el Caribe. Radiografías de este presente*. Estos son los informes finales que arroja esta obra colectiva escrita desde la América Morena.



## Argentina

### Oscar E. Bosetti

Universidad de Buenos Aires (UBA)  
Buenos Aires. Argentina  
oscarbosetti@hotmail.com

Docente en las Carreras de Grado de Comunicación Social de las Universidades Nacionales de Buenos Aires, Entre Ríos y Quilmes. Se desempeñó como Subsecretario de Medios de Comunicación de la Universidad de Buenos Aires (2002-06) y fundó UBA: FM 90.5, La Radio de la Universidad de Buenos Aires y la Agencia Radiofónica de Comunicación de la Universidad Nacional de Entre Ríos.

Investigador de la Historia de la Radio Argentina. Entre otros títulos publicó: *Radiofonías. Palabras y Sonidos de Largo Alcance* (1994), *Las tres frecuencias didácticas del dial radiofónico* (1997), *Las charlas radiofónicas de Discepolín: Un caso de periodismo radiofónico cultural* (1999), *La Radio en Argentina* (2007), *Noventa años de palabras y sonidos de largo alcance* (2009) y *Radio Nacional: Las maneras de hablar de un medio público* (2010). *Compilador y coautor de los libros Radios universitarias argentinas* (2015), *Encrucijadas del Nuevo Milenio. Radio, Comunicación y Nuevas Tecnologías* (2016) y *Pensar las Radios. Reflexiones desde las cátedras, talleres y otros alrededores* (2017).

Miembro del Comité Ejecutivo Permanente de las Jornadas Universitarias “La Radio del Nuevo Siglo”.

## **Agustín Espada**

Universidad Nacional de Quilmes (UNQ)  
Buenos Aires. Argentina  
aeespada@gmail.com

Becario doctoral del CONICET. Maestrando en Industrias Culturales por la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ). Licenciado en Comunicación Social por la UNQ. Forma parte del Programa de Investigación “Industrias Culturales y Espacio Público” dirigido por los Doctores Martín Becerra, Guillermo Mastrini y Santiago Marino en la UNQ. Su trabajo de investigación indaga sobre las formas en las cuales las radios tradicionales se adaptan al escenario de internet. A su vez, analiza las nuevas condiciones de mercado, de actores, de consumo, regulatorias y publicitarias de un ecosistema, el de la radio en internet, en constante renovación.

## **Estado del arte**

El entramado polifónico, coral que aquí se presenta fue urdido a partir de las atentas observaciones de un colectivo de nueve entusiastas docentes dedicados a la comunicación radiofónica, que laboran al frente de cátedras que participan en los planes de estudio de una decena de carreras de Comunicación Social, Publicidad y Periodismo que se dictan tanto en universidades públicas nacionales como de gestión privada de la República Argentina<sup>1</sup>.

---

1 Agradecemos la participación comprometida y desinteresada de Sergio Armand (Universidades de Buenos Aires, Morón y de Ciencias Empresariales y Sociales), Claudio Avilés Rodilla (Universidad Nacional de Jujuy), Lucía Casajús (Universidad Nacional de Avellaneda), Néstor Centra (Universidad Nacional de

Según la información publicada por el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM), que oficialmente registra datos que incluyen reconocimientos, autorizaciones, licencias y permisos precarios, durante 2017 emitían 6.125 radios en nuestro país. De ellas, 279 lo hacían en la banda de la Amplitud Modulada y 5.846 en la de Frecuencia Modulada. En esa fuente administrada por el gobierno argentino no se consigna información sobre aquellas que utilizan exclusivamente el *streaming* como canal de enlace con sus potenciales públicos destinatarios.

Vale mencionar que, si tomamos como referencia a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y los Municipios que inmediatamente limitan con la Capital Federal del país, más de seis millones de personas sintonizan diariamente una emisora, según el relevamiento proporcionado por *Kantar IBOPE Media*. La última Encuesta Nacional de Consumos Culturales (ENCC), realizada por el Sistema de Información Nacional de Cultura Argentina (SINCA) en 2017, muestra que la radio perdió el 17% de interés entre los encuestados desde 2013. Sin embargo, se mantiene al tope de las preferencias junto a la televisión<sup>2</sup>.

Más allá de los variados soportes que se utilizan y los heterogéneos contenidos que se eligen escuchar, el consumo radiofónico está inscripto en un complejo y dinámico ecosistema que, seguramente, tiene similitudes con otros contextos latinoamericanos. Se estima que Argentina es el segundo país del continente con más usuarios registrados en *Instagram*, once millones. Es el séptimo país que más ve *Netflix*. Que *WhatsApp* está instalado en el 97% de los denominados teléfonos inteligentes. Y que el 20% de las veinticuatro redondas horas de un día lo dedicamos a estar conectados a la Red.

---

Avellaneda), Mary Esther Gardella (Universidad Nacional de Tucumán), Ariel René Levatti (Universidad Nacional de Entre Ríos), María José Muller (Universidad Austral), Martín Parodi (Universidad Nacional de Rafaela) y Rodrigo Torres (Universidad Nacional de La Rioja)

2 Encuesta Nacional de Consumos Culturales de 2017, Ministerio de Cultura de la Nación. Disponible en el siguiente link: <https://www.sinca.gov.ar/VerDocumento.aspx?IdCategoria=10>

Según la misma empresa de mediciones y análisis de audiencias citada anteriormente, el perfil predominante del oyente promedio plantearía la siguiente fotografía: mayoritariamente son mujeres y hombres de 30 años en adelante las y los que se contactan con las palabras y sonidos de largo alcance, antes que nada, “para informarse” y, luego, “para sentir compañía y entretenerse”.

El domicilio de cada una y cada uno de los integrantes de la audiencia estudiada es el lugar donde más se reciben los contenidos radiofónicos que se ofrecen, seguidos inmediatamente por el automóvil.

El consumo en el auto, especialmente en el caso de Buenos Aires, se comienza a asemejar a lo que ocurre en las grandes urbes, donde por la gran cantidad de tránsito se pasa mucho tiempo manejando y la radio es el principal acompañante. Eso impulsa el crecimiento del tiempo de escucha diario.

Se puede leer en el informe de la empresa multinacional británica que opera en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, España, Estados Unidos, Guatemala, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay, Venezuela y México.

Complementando este estado del arte, Ariel Hajmi, el Director Comercial para el Cono Sur de Kantar Ibope Media, sostiene:

Hoy por hoy lo que conocemos como radio, mundialmente se lo llama audio. Las mismas mediciones que nosotros hacemos, ya se denominan audio *measurement* en lugar de radio *measurement*. Lo que cambia es el soporte tecnológico, pero la necesidad y la intención de la gente de contar con un medio que lo acompañe, lo informe y lo entretenga en tiempo real, aunque sea a través de un *streaming* radial, va a seguir más vigente de aquí al futuro<sup>3</sup>.

Por otra parte, un informe elaborado por Anunciar<sup>4</sup> afirma que

---

3 <https://goo.gl/mv53bV>

4 <https://goo.gl/Rixjne>

la TV sigue siendo el medio de mayor consumo en Argentina<sup>5</sup>. En el mismo se sostiene que en relación al total de individuos, las mujeres consumen en mayor medida televisión abierta; los hombres canales por suscripción rentada, radios y diarios. En tanto, los jóvenes tienen mayor consumo de Internet y las redes sociales que más utilizan son *Facebook*, *YouTube* e *Instagram*. En el sector juvenil es donde la radio pierde mayor cantidad de audiencia. Según la ENCC, entre los 12 y los 17 años la escucha de radio pasó del 73% en 2013 al 39% en 2017. La caída fue menor entre los de 18 y 29: del 88% al 67%.

El 43% de las ventas netas totales de los diarios impresos editados en el territorio nacional se concentran en los sábados y domingos. El resto se divide durante los cinco días restantes de la semana. El suplemento dedicado a la sección espectáculos tiende a ser el más leído. En los hombres el suplemento deportivo lidera las lecturas. El 85% de los lectores de diarios leen los suplementos y cerca del 15% de los lectores sólo leen el cuerpo principal del diario.

Con estos datos de referencia, que enmarcan de manera descriptiva y sumaría a los talleres, asignaturas y seminarios dedicados al lenguaje y la Producción Radiofónica, se desarrollan sus procesos de enseñanza y aprendizaje en este tramo del siglo XXI, a casi cien años del inicio de las transmisiones del dispositivo eléctrico e inalámbrico ideado tecnológicamente por el italiano Guillermo Marconi, imaginado como medio de comunicación por los pioneros integrantes del mítico grupo apodado como “Los Locos de la Azotea”<sup>6</sup>.

---

5 Pese a esa supremacía, la televisión abierta atraviesa una sinuosa etapa debido a la pronunciada baja de su encendido. En el portal [television.com.ar](http://television.com.ar), que viene siguiendo este tema, se informó que 2017 (con un acumulado de 23,1 entre los cinco canales bonaerenses) fue el año de encendido más bajo de los últimos trece para los denominados canales de aire. Esa tendencia persistió en enero de 2018, con un encendido de 21,7 para el mismo corpus de emisoras, lo que constituye la cifra más baja medida mes a mes desde 2004.

6 Aquí hacemos referencia a la noche fundacional de la Radio ocurrida el 27 de agosto de 1920 cuando impulsada por el entusiasmo de Enrique Telémaco Susini, Miguel Mujica, Luis Romero Carranza y César José Guerrico, y con la sentida ausencia de Ignacio Gómez Aguirre (ese quinto miembro invisibilizado por la historia oficial) se emitió desde el Teatro Coliseo de la Ciudad de Buenos Aires la ópera “Parsifal” del compositor alemán Richard Wagner.

## Lo que dicen nuestras praxis

A partir de los datos recopilados en los nueve cuestionarios correspondientes a este capítulo, la enseñanza de la radio en las universidades argentinas puede caracterizarse como la combinación justa, equilibrada entre la teoría y la práctica para la producción del medio. Los distintos casos analizados demuestran que las materias a través de las cuales se aborda a la comunicación radiofónica diseñan un perfil de estudiante interesado en la producción de información y entretenimiento a través del lenguaje sonoro.

Resulta muy valioso y orientador el aporte de Ariel R. Levatti, docente de la Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER), cuando sostiene:

En cuanto a los contenidos, una estrategia para tratar de entusiasmar y de seducir a alumnos (que son cada vez más inquietos, demandantes y con intereses diversos) puede ser la organización de núcleos temáticos breves, conectados entre sí, que se pueden mover y mezclar como en un *puzzle* o rompecabezas, donde lo periodístico se mezcla con la ficción, donde un informe o un documental pueden tener una pincelada de radio-arte, donde el radioteatro se enlaza con la radio educativa, donde la publicidad comercial va de la mano de una propuesta artística integral y de la conciencia ciudadana, donde la música no es un relleno sino que atraviesa diferentes géneros y formatos, donde la historia de la radio no es un relato lineal de nombres, de acontecimientos y de fechas sino un pasado que se renueva, se actualiza y se proyecta. En síntesis, los núcleos temáticos no son para nosotros, en nuestra cátedra, unidades cerradas en sí mismas sino que se vinculan, se interconectan y se retroalimentan. Y esto nos parece que le otorga al desarrollo del taller la dinámica, el atractivo y el interés que nuestros alumnos esperan y demandan.

Todas las universidades estudiadas para este trabajo muestran que la radio cuenta con al menos dos cursos cuatrimestrales en sus carreras sean de Comunicación Social, Publicidad o Periodismo, a excepción de las Universidades Nacionales de La Rioja (UNLaR) y de Entre Ríos, donde los mismos son anuales.

En algunos casos, como el de la Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV) un tercer curso es de tipo optativo. En la Universidad Nacional de Jujuy (UNJu) las dos materias que trabajan sobre la radio son de carácter optativo, por lo cual un estudiante puede graduarse sin haber estudiado al medio.

### **De la lejanía con el medio a la conquista a través de la práctica**

Al momento de analizar las limitaciones, trabas u obstáculos que se imponen durante los respectivos trayectos académicos, las profesoras y los profesores consultados destacaron la débil e, incluso, la falta de escucha de contenidos radiofónicos por parte de los y las estudiantes. Además, en lo referente al diseño programático, coincidieron en las limitaciones temporales y, en línea con esta última observación referida a las cargas horarias destinadas al vínculo con el medio y con el estudio, las dificultades para la necesaria articulación entre los saberes teóricos y las instancias eminentemente prácticas. Así lo analiza Rodrigo Torres, docente de la UNLaR:

Tal vez, uno de los problemas más serios radica en que gran parte de los estudiantes casi no escuchan radio. Ello complica la posibilidad de generar actividades de enseñanza y aprendizaje sobre la producción de textos sonoros que los estudiantes no consumen y prácticamente desconocen. Incluso, durante la cursada del año 2017, una estudiante cuestionó la enseñanza de la producción de formatos periodísticos como el panorama y el boletín horario que no son consumidos por sus pares, en términos etarios.

Dentro de las dificultades para la articulación entre la teoría (sea de los formatos, de las rutinas, de los roles, o de la programación, entre otros ítems de necesario abordaje) y la práctica conviven los factores tiempo y capacidades personales. Sobre uno de los aspectos que compone este caleidoscopio, Tina Gardella de la Universidad Nacional

de Tucumán (UNT) así reflexiona en sintonía con los planteamientos enunciados en diferentes publicaciones producidas con su equipo de cátedra:

La metodología como camino a recorrer y las teorías como marcos de interpretación y de acción, suponen abordajes flexibles dentro de las estructuras y categorías necesarias para el proceso de enseñanza-aprendizaje. A la relación dialéctica del pensar/hacer planteadas por María Cristina Mata hace años para referirse a las dificultades de relacionar teoría-práctica, hemos sumado la dimensión subjetiva del sentir. Pensar-hacer-sentir como trilogía que se retroalimenta y que cada estudiante –incluso cada profesor– elige por dónde empezar el camino a recorrer, sabiendo que la que elija invariablemente lo llevará a las otras dos. Así se enseña lo que se desea compartir, se investiga lo que se desea conocer, se gestiona lo que se desea construir de la radio y desde la radio. Desde este posicionamiento, se solicita al estudiante el acompañamiento en el proceso.

El desconocimiento de los contenidos radiofónicos vuelve necesario un mayor trabajo teórico donde las definiciones se vuelven distantes, ajenas de los principales consumos culturales de los estudiantes. Esto se complejiza cuando, al momento de pasar a la materialización de los trabajos prácticos, una parte de los estudiantes demuestra timidez, problemas para el fluido desenvolvimiento oral o, incluso, ostensible desinterés en el formato propuesto en la consigna de la producción.

A pesar de la lejanía con el medio registrada por las y los docentes entrevistados, los mismos manifiestan que las y los estudiantes comienzan a escuchar radio con el primer curso y muchos de ellas y ellos terminan agradecidos por el acercamiento ofrecido. Esta situación se ve favorecida, también, por la cercanía y la conexión que logran los profesores con sus estudiantes en buena parte de los casos estudiados.

Sergio Armand, docente de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES) y la Universidad de Morón (UM) suma esta nutritiva mirada:



En muchos casos, los docentes están activos en la profesión y en ese caso, al estar actualizados respecto al medio, tienen una mayor conexión con los estudiantes. Pero en muchos casos algunos docentes se estancan en modelos que pertenecen a otras etapas de la radiofonía, o bien aplican exclusivamente su experiencia de oficio en un área de la radio que a veces no se condice con la pertinencia de la formación radiofónica en una carrera determinada. El ejemplo más frecuente es un periodista radial aplicando conceptos exclusivamente periodísticos en carreras como Publicidad, en la cual se hace más pertinente el diseño de artísticas y edición, aunque el conocimiento de la radio en vivo es también fundamental. En otros casos la distancia es de época; lamentablemente la edad del docente y del estudiante marcan ciertas distancias y es el docente quien debe esforzarse por conocer más a fondo el entorno y consumo comunicacional en que el estudiante está inmerso. Y un aspecto fundamental: dejar de lado el «secreto del oficio» para invitar, motivar e integrar al estudiante, abriendo las puertas al área, lo que implica romper con lo elitista, y acompañar en un camino de descubrimiento para el joven, quebrando de esta manera los prejuicios sobre el medio. Es muy abundante el anecdotario acerca de gente que no escucha radio y al descubrir las posibilidades expresivas del medio, terminan sintiendo adicción por la comunicación frente al micrófono.

La lógica derivada del modelo propio que atraviesa a la mayor parte de los seminarios - talleres para el dictado de las materias, el acercamiento de los estudiantes con los materiales de trabajo, los contextos particulares y diferentes para la práctica de producción en estudios de grabación o dentro de las aulas equipadas y la guía de las y los docentes vuelven a la enseñanza de la radio una experiencia agradable. Esto resulta útil, también, para acortar las distancias existentes en la relación entre el estudiante y el o la docente.

Martín Parodi de la Universidad Nacional de Rafaela sostiene este punto de vista que invita a reflexionar acerca de sus ecos y ramificaciones:

Los estudiantes actuales son un poco enigmáticos. Lo que a simple vista puede ser percibido como apatía es en realidad una gran necesidad de

ser motivados. Desde mi punto de vista el secreto está allí, porque una vez motivados, se vuelven productores ávidos de consejos, información, referencias, desafíos. A riesgo de repetirme, creo que estamos frente a una generación que tiene tanto para enseñarnos a los docentes como nosotros a ellos. Particularmente, considero que entienden a la comunicación de una forma más intuitiva y menos estructurada, un terreno fértil para alentar la experimentación con la radio, tengo grandes expectativas que de esta generación pueda llegar a salir la próxima revolución del mundo sonoro (si logramos motivarlos lo suficiente).

En este último punto la esencia de la radio colabora de forma notable. El diálogo, la articulación del trabajo en equipo y la familiaridad con el lenguaje hablado (diferente y más natural que el escrito o audiovisual) hacen de las prácticas en talleres, de las reuniones de producción y de las discusiones sobre los contenidos producidos un entorno favorable para la conexión y la des-contractura de las instancias propias del proceso de enseñanza - aprendizaje.

Para Claudio Avilés Rodilla (UNJu) el diálogo resulta fundamental para la conexión con el estudiante:

Por el abordaje pedagógico propuesto que busca ser distendido, dialogado y debatido, la “conexión” se produce de una manera óptima. En el desarrollo del taller se busca una cercanía con los estudiantes que pretende acortar las distancias simbólicas que habitualmente se establecen en la relación docente-alumno. Incluso, en la metodología de reuniones de producción, el/la docente se integra al equipo e interviene en los debates, en la construcción creativa y en la toma de decisiones casi como un par.

Entonces, el establecimiento de un contexto creativo para la producción y la inclusión de materiales externos o de entornos ajenos –como el aula-estudio de radio– son de incidencia máxima al momento de una mejor conexión con los estudiantes. Claro que las metodologías de trabajo no son siempre iguales y la alternancia entre la teoría y la práctica requiere de una alquimia compleja para sostener el interés del estudiantado.

Majo Muller, de la Universidad Austral, fundamenta un modelo pedagógico que invita a que los estudiantes reconozcan sus propias fortalezas comunicacionales y creativas a partir de las orientaciones de las y los docentes y del “hacer Radio haciendo Radio”:

Una de las metodologías que utilizamos en ambas materias es la del “*Feedback*”, que nosotros llamamos “Devolución”. Los alumnos hacen sus prácticas, desde una columna de opinión hasta un magazine, y siempre reciben una devolución de parte de los profesores, que también habla de la evolución que van teniendo y de lo que aún se puede enriquecer. También procuramos que los alumnos aprendan a hacer devoluciones a sus propios compañeros y que vayan desarrollando su propio espíritu crítico.

En lo que tiene que ver con edición, utilizamos mucho el autoaprendizaje. Si bien se les dan clases y tienen distintos espacios de consulta, se los anima a aprender experimentando con el editor.

Una de las metodologías del taller es el trabajo en grupo. Buscamos que se combinen y complementen los talentos y que aprendan a conseguir un resultado en equipo, en el que cada uno cumple un rol que permite un resultado común.

## **Del pupitre al estudio de radio**

En todos los casos analizados, la carga práctica ocupa la mayor parte del tiempo del desarrollo de los cursos. De esta manera, los talleres de producción o realización radiofónica exigen la conformación de equipos que develan que el contenido radiofónico es el producto de un trabajo colectivo que exige la convergencia de distintas tareas, roles y funciones y no sólo las que corresponden a la producción de contenidos con palabras articuladas mixturadas con otros sonidos.

En esta instancia particular, se definen cuáles son los roles preferidos o ideales para los estudiantes a través de la experimentación de cada uno de ellos. Claro que, también, las y los docentes encargan trabajos individuales o de grupos de trabajo más pequeños en los casos de los trabajos prácticos dedicados a la elaboración de informes

o crónicas radiofónicas. En este punto, el manejo y la gestión de los programas de edición de audio más amigables resulta uno de los principales objetivos de la experiencia.

Así, María José Muller completa sus comentarios acerca de la metodología de trabajo en los Talleres de Radio y sus objetivos:

También trabajamos mucho en el desarrollo de talentos. La radio necesita de distintos roles, que se combinan unos con otros para conseguir un resultado: un programa, una radio. Desde las cátedras buscamos que cada alumno encuentre en qué rol se siente más cómodo y cuál tiene más que ver con sus intereses y sus talentos. Algunos eligen ser conductores, otros productores o editores, musicalizadores, etc. En el caso de la radio, y para la construcción de textos sonoros, se usa mucho la Teoría de la *Gestalt*, que habla de un todo como resultado de la suma de partes y con un significado global superior y diferente al que cada parte tiene por separado (Balsebre). Desde allí intentamos que los alumnos construyan sus textos sonoros combinando los distintos recursos sonoros.

Los ejercicios prácticos que se les propone a las y los estudiantes, casi siempre en equipos de producción, muestran que en una primera instancia la formación busca mejorar la comunicación oral a través de la práctica de la lectura “en voz alta” de diferentes textos. De esta forma, los estudiantes encuentran en la palabra oral, en los silencios y en las entonaciones los recursos básicos de la comunicación radiofónica. Luego, los cursos pasan a la producción de diferentes formatos como entrevistas, boletines informativos, crónicas e informes. En algunos casos, las profesoras y los profesores incentivan a sus estudiantes a improvisar intervenciones a partir de palabras disparadoras o incluso a redactar guiones a partir de diferentes lecturas provenientes del campo de la literatura ficcional.

Como otra faceta de esta misma problemática, Lucía Casajús describe lo que sucede en la Universidad Nacional de Avellaneda:

Refiriéndonos a los obstáculos del acercamiento de los estudiantes a la radio universitaria hemos observado que son pocos los estudiantes

de Periodismo que se acercan por voluntad propia a participar en la radio. Es por eso que hemos implementado diversos mecanismos para la participación de los estudiantes tales como:

Convocatoria abierta y permanente: se realiza la convocatoria anual 'Radio UNDAV te quiere en el aire' destinada a los estudiantes, graduados, docentes y trabajadores de la UNDAV. Así, estudiantes de Periodismo y también de otras carreras presentan sus proyectos que son seleccionados por la Dirección de Medios, docentes y un equipo de profesionales del medio, que priorizan aquellos contenidos que en su diseño sean inéditos, originales y únicos, disparadores que propician la creatividad y la experimentación. Una vez en el aire son supervisados por la producción general de la radio que ofrece los recursos necesarios para la emisión y realiza un seguimiento que brinda herramientas y acompañamiento especialmente a los alumnos de periodismo que realizan sus prácticas.

Prácticas pre-profesionales y voluntarias: a partir de la articulación entre la Dirección de Medios y la Licenciatura en Periodismo, Radio UNDAV fue reconocida institucionalmente por el Departamento de Ciencias Sociales como espacio para la realización de las prácticas pre-profesionales obligatorias, tal como hemos mencionado. Asimismo, la radio también está abierta a la realización de prácticas voluntarias o espontáneas, de aquellos estudiantes que no cumplen con el porcentaje de materias requerido para la realización de las prácticas pre-profesionales obligatorias, pero que se acercan a la emisora manifestando su interés en participar, experimentar y aprender realizando tareas vinculadas al periodismo radiofónico. Así, desde la Dirección de Medios se propone al estudiante una modalidad de participación a partir de sus propios intereses y de la organización de la emisora y, tal como en el caso de las prácticas obligatorias, esta participación es guiada por profesionales de la radio.

En las clases teóricas, las y los docentes buscan combatir el vicio de la exposición permanente con la inclusión de recursos audiovisuales y sonoros que materialicen los textos teóricos. En esta línea, la bibliografía incluida en las cursadas demuestra que los conceptos claves que los programas buscan introducir en la cursada están ligados a las especificidades técnico-productivas e instrumentalistas de la

radio como medio así como también de los lenguajes y los géneros y formatos radiofónicos.

También se detectó que en estos currículos no se incluyen textos o materiales que faciliten la producción radiofónica (y la distribución digital de los contenidos) en contextos convergentes. Esto quiere decir que, por ejemplo, no se encuentran textos sobre radio y redes sociales o producción audiovisual radiofónica.

Podría decirse que, en muchos casos, desde los textos se enseña una radio lejana a los consumos culturales y mediáticos de los estudiantes. Por caso, sólo en las contribuciones de la Universidad Nacional de La Rioja y de Morón se registró un texto y una actividad práctica sobre el *podcast*.

Además, en estas clases también se vuelcan, en buena parte de los casos, las devoluciones y discusiones sobre los contenidos producidos. Muchos de los casos analizados cuentan con la elaboración semanal de un programa de radio producto del trabajo en conjunto de las y los talleristas.

En la Universidad Nacional de Avellaneda, por ejemplo, Lucía Casajús cuenta que la realización de programas a cargo de los estudiantes y emitidos al aire por la Radio de la Universidad significa la realización de “una clase en vivo”. Para la docente, esto rompe con “el espacio áulico tradicional y permite a los estudiantes interactuar con el espacio físico radiofónico y conocer y aprender a desenvolverse en el marco de sus especificidades”.

La militancia por la conquista del interés de las y los estudiantes está íntimamente ligada al perfil que ellas y ellos tienen. Son jóvenes que desconocen el medio, sus potencialidades pero que, paradójicamente, muchos de ellos se muestran interesados al inmiscuirse más en la práctica. De esta forma, los estudiantes se prestan más al aprendizaje práctico que al teórico aunque también exigen una actualización de las formas de exposición y de inclusión de las lógicas audiovisuales en los formatos radiofónicos.

En muchos casos, cuando el docente exige creatividad en la recuperación o desarticulación de los tradicionales géneros y formatos radiofónicos es cuando demuestran mayor interés. Claro que estas descripciones no pueden generalizarse porque en todos los cursos conviven estudiantes activos con otros más desinteresados.

Néstor Centra de la Universidad Nacional de Avellaneda, desde otra perspectiva no menos estimulante, retoma las propuestas acerca de cómo empatizar con los distintos perfiles de las y los cursantes asistentes a cada nuevo curso:

Descubrimos en estos años que muchos «sufrían» al tener que hablar frente a un micrófono. Trabajamos de manera especial a los que tienen ataques de pánico o mucha timidez. Existe esa franja que no escucha radio e intentamos que se sumen a descubrir el mundo de la radio. Les contamos que las noticias están cerca de sus propias casas, vivan donde vivan, y eso produce que empiecen a generar contenidos propios para los distintos trabajos prácticos que les solicitamos.

En los cuestionarios que dieron origen y acompañan a este informe, cada docente de la comunicación radiofónica despliega agudas, certeras e incitantes motivaciones para reflexionar acerca de nuestras prácticas en el ámbito de la enseñanza-aprendizaje del universo radiofónico. La descripción de los trabajos prácticos más movilizadores, cómo atender la tensión entre el avasallante espacio que conforman las pantallas audiovisuales frente a la estoica presencia de ese escenario acústico de la realidad que construye la radio o el heterogéneo corpus bibliográfico que acompaña los programas de estudios son las gentiles puertas de entrada para indagar en este vivificante territorio que se abre a interpretarlo con “los ojos del imaginar”.

Por eso, al decir de Ariel Levatti de la UNER:

Creo que en nuestros talleres y espacios académicos, lo que podemos hacer es generar un ámbito propicio para “escuchar radio, leer y reflexionar sobre la radio y hacer radio”, partiendo de la base (como decía Paulo Freire) de que “la educación es un proceso colectivo y a la

vez, una práctica liberadora, creadora”. “Todos sabemos algo. Todos ignoramos algo. Por eso, aprendemos siempre”. Y habría que agregar: “aprendemos juntos”. Me parece que nuestro rol docente se fortalece y enriquece a partir de reconocer las diferencias y admitiendo que podemos aprender mucho de nuestros alumnos, por ser la radio un objeto de estudio que cambia y evoluciona de manera permanente. Tal vez la radio del futuro no sea otra cosa que la radio que están imaginando, pergeñando y experimentado hoy nuestros estudiantes en nuestros talleres y en nuestras emisoras de radio.

La enseñanza y el aprendizaje se transforman así en actividades intercambiables dentro del espacio áulico. El esfuerzo por contar, hacer y enseñar la radio descrita por los profesores y profesoras entrevistados muestra que una de las claves radica en evidenciar al medio como un espacio abierto, amigable y dialogante. Y, así, enseñar la radio se convierte en un escenario en constante, saludable, incitante construcción.

## **Conclusiones**

Como seguramente ocurrirá con otros países de la región que participan de este mapeo, los procesos propios de la enseñanza y aprendizaje de la comunicación radiofónica en las universidades de Argentina enfrenta un heterogéneo listado de encrucijadas, aciertos y desafíos que transitan desde el escaso consumo de los contenidos del medio de gran parte de las y los estudiantes hasta el descubrimiento creativo de los tradicionales géneros y Formatos Radiofónicos cuando las propuestas docentes invitan a transitar tanto la recuperación como la desarticulación de los mismos para manufacturar creativamente la grilla de los trabajos prácticos planificados.

Casi siempre, los mismos son propuestos para realizar en equipos de producción de no más de cinco integrantes. En una primera instancia la formación busca mejorar la comunicación oral a través de la práctica de la lectura “en voz alta” de diferentes textos. De esta



forma, las y los estudiantes encuentran en la oralidad, en los silencios y en las entonaciones los recursos básicos de la expresividad radiofónica cuando ésta no cuenta con el aporte de los otros elementos del código para-lingüístico, como son los efectos sonoros y los usos de la música. Luego, los cursos pasan a la producción de diferentes formatos como las entrevistas, los boletines y panoramas informativos, las crónicas y los informes periodísticos. En algunos casos, los equipos docentes incentivan a sus estudiantes a improvisar intervenciones a partir de palabras disparadoras o incluso a redactar guiones a partir de diferentes lecturas provenientes del campo de la literatura ficcional.

Por otra parte, en las diferentes cátedras participantes se percibe un creciente esfuerzo para integrar tanto la enseñanza, como la investigación y la extensión, esos tres pilares nodales de la universidad pública nacional, laica y gratuita conquistados tras el Movimiento Reformista de 1918 y que -hasta nuestros días- persiste estoicamente.

Conformando la otra cara de la moneda y diseñando las siluetas de los hechos que requieren ser revisados y superados, también se detectó que en los cursos no se advierte la inclusión de textos o materiales de consulta que faciliten la producción radiofónica (y la distribución digital de los contenidos) en contextos convergentes.

Hasta aquí enumeramos un sumario, breve y provisional de un inventario de cuestiones que solo constituyen un delgado lote de conclusiones provisorias, que tendrá que profundizarse en un tiempo no muy lejano para recopilar persistencias y disrupciones, semejanzas y diferencias en una topografía dinámica como es la que constituye la trama que urde todo proceso pedagógico.



## **Bolivia**

Rubén D. Choque V.  
La Paz. Bolivia  
rubendario.chv@gmail.com

Rubén D. Choque V., estudió en Salta República Argentina. Es Licenciado en Administración de Empresas, Comunicación Social y Técnico Experto en Energía Solar. Consultor Experto en Sistemas Termo solares Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Más de 25 años de experiencia como Comunicador Social, siendo profesor en varias universidades encontrándome hoy en la Universidad Loyola.

## **Estado del arte**

Algunas practicas radiofónicas han quedado en el olvido en mi país. El guion escrito que era aprobado por un director antes de locutar un programa quedó prácticamente abolido. El material discográfico lo maneja el propio conductor del programa y no el responsable de discoteca, y finalmente la división física entre estudios también cambió.

Hoy el director es uno mismo, el “disco-tecario” es una computadora, y el técnico operador de radio es uno mismo. No todos tenemos una buena escritura para realizar un guion radial. No todos conocemos las diferentes posibilidades que existen dentro de la música para poder difundir. No todos tenemos el mismo oído para regular la

cantidad de volumen que requerimos para la difusión. En fin, hay tanta diferencia, que la vivimos en las radios pequeñas que proliferaron de manera incontrolable. Pero algo se quiere hacer.

1. Empezaremos por enumerar las radios en mi país:

Radio	Cantidad
Radios Comunitarias	170
Radios Públicas o del estado	221
Radios Privadas comerciales	972
Radios que transmiten en AM	301
Radios que transmiten en FM	1119

2. Cuántas escuelas de comunicación social existen en su país.

Podemos hablar de escuelas de comunicación que existen en instituciones privadas que dependen de universidades, así como escuelas de comunicación que son institutos privados y de convenio. No son más de 12 escuelas de comunicación legalmente establecidas.

3. En general cuáles son las debilidades y fortalezas de la radio en su país.

La radio de hoy en mi país carece de contenidos y formatos. Pese a ello logró mantenerse en escena por cobertura y accesibilidad, así como contar con todos los beneficios que ofrecen las tecnologías de la información y comunicación (TIC) como la automatización de sus emisiones; el uso de computadoras de última generación para producir de forma digital; el acceso a la web y las redes sociales y la utilización y el manejo de la red social *WhatsApp* y los mensajes de texto.

Los operadores y productores hacen gala de su habilidad en el manejo de la computadora, en los programas en directo solo es cuestión de apretar un botón y para la realización de programas grabados el trabajo es más fácil y rápido. En la actualidad, la producción en radio

implica menos tiempo, pero ¿qué pasó con la forma y contenido de los programas?

Varios de los radialistas están más afanados en dominar los paquetes para grabar y editar una cuña publicitaria, mientras que aquellos que acceden a ser locutores están más preocupados por modular correctamente su voz; pero ahora casi nadie quiere escribir para hablar; que tan difícil es plasmar las ideas en un papel, muchos locutores de emisoras musicales y también de algunas informativas piensan que en radio no es necesario escribir guiones o libretos.

En las radios musicales existen productores que a todo le llaman *jingles* y desconocen que este formato es un tipo de cuña radial.

En la actualidad, la crisis que sufre la radio musical se agudizó debido a que los únicos formatos que se manejan son: pedidos musicales, una mala presentación de la radio revista musical y en contadas emisoras, el invitado especial y el microprograma musical.

Las denominadas radios musicales (aunque no todas) se convierten en una especie de discotecas al aire donde el conductor se pasa todo el tiempo hablando en “diminutivo” y enviando “saluditos” a sus ocasionales oyentes.

## **Enseñar y aprender la radio en Bolivia**

### **1. Describa según el programa de comunicación social de su universidad la presencia de la materia “Radio” en el programa (intensidad horaria, semestres, horas prácticas, horas teóricas).**

Vamos a resumir las opiniones de los maestros de diferentes universidades de mi país. Seguramente mucho de esto se vivió en otros países de Latinoamérica, especialmente en Suramérica. La diferencia hoy la sentimos más con la inclusión que se debe al Gobierno del Presidente Evo Morales. Hay cambios sustanciales en la forma de hacer radio hoy en día, pero lastimosamente esto no se ve en las universidades.

La intensidad horaria ha disminuido en relación con el siglo pasado. En los semestres los estudiantes tienen más preocupación por la parte teórica que es impuesta por los profesores, dejando un pequeño espacio de su tiempo para la práctica. La práctica en muchos casos está limitada a las posibilidades que tienen las universidades de tener una radio, o un convenio con alguna emisora para que puedan hacer la práctica.

Considerando las distintas opiniones de los maestros, las horas prácticas, en la mayoría de las opiniones se dejan al libre albedrío de los alumnos, quienes se limitan a las mínimas demandadas, sin embargo, alguno que otro estudiante se destaca por tener un espacio en alguna radio urbana, no así con las emisoras comunitarias.

Todos los estudiantes que llevan la materia de Radio I o Radio II, (que en resumen es un año de hacer radio) están inscritos en la carrera de Comunicación Social, donde la gran mayoría piensa que es el camino que los llevará a la televisión.

En Bolivia teníamos escuelas Radiofónicas de la Iglesia Católica. Hoy ya no existen. Así que, a los apasionados de la radio, solamente les queda el camino de la auto formación.

## **2. ¿Qué obstáculos enfrenta en la enseñanza de la radio?**

La falta de infraestructura para realizar las prácticas. Salvo las universidades católicas del país que tienen sus centros de capacitación radial, se sufre de gran manera, puesto que muchas universidades no tienen mucho que ofrecer para las prácticas de radio. Existen algunas de ellas que logran realizar un convenio con alguna radio, donde posibilitan la práctica de los alumnos.

Pero aquí se manifiesta el compromiso del alumno para la materia de Radio, ya que muchas veces ante el compromiso y control de la emisora, los alumnos sucumben en el intento de ser locutores.

### **3. ¿Qué metodología y teoría usa para enseñar la radio?**

La metodología que utilizan es mejorar la expresión oral, hacerles conocer formatos y géneros de la radio.

### **4. ¿Cree usted que los profesionales de radio “conectan” o no “conectan” con sus estudiantes, sí, no, por qué?**

Los profesionales viven en el otro siglo. Hoy los jóvenes vienen con otros argumentos. La tecnología los trae a “mal traer”. Y también porque no decir lo mismo sucede con los profesores.

Según comentarios de los mismos profesores los jóvenes llegan cargados de nuevos equipos técnicos, así como traen el espíritu de querer conquistar el mundo, pero lastimosamente cuando se encuentran que la radio clásica, como la llaman ellos, les exige conocer guiones, conocer la personalidad del medio, conocer géneros y formatos, se desilusionan. Sin embargo, existen profesionales que logran recuperar el espíritu de los jóvenes delegándoles funciones y trabajo, pero son los menos.

La radio del siglo XXI llega cargada de nuevos compromisos técnicos y rompiendo barreras tradicionales que nos cuesta comprender.

### **5. ¿A quiénes enseña la radio? características de sus estudiantes (atentos, dispersos, interesados, etc.)**

Hay de todos los colores, gustos y sabores. Existen jóvenes que, son muy atentos, así también existen los dispersos, al igual que los interesados por hacer bien las cosas, son quienes prefieren la radio clásica y finalmente los otros alumnos que están en Comunicación Social, pero protestan por tener que estar en radio y no en televisión que es lo que más quieren.

## **6. ¿En una sociedad marcada por lo audio visual, resulta más difícil enseñar la radio?**

En Bolivia aún continúa existiendo la radio. Ella necesita solo de nuestros oídos, no así de toda nuestra atención como es la televisión.

La historia de la radiodifusión en Bolivia es casi tan larga como la historia de la radiodifusión misma. Fue en 1929 que surge la primera emisora comercial en Bolivia, “Radio Nacional”. A continuación, nació “Radio Illimani” allá por el año 1933, con el pretexto de ser un centro de propaganda y defensa nacional. Ya en 1952 se generó un hecho, político y comunicacional, nacieron las radios mineras. Por la década de los 60, la radiodifusión urbana vivió un periodo de estabilidad económica que permitió una organización de su producción con un criterio algo más profesional, aunque sin modificar sustancialmente el formato o molde establecido.

Como se puede apreciar la radio es parte de la vida misma de los bolivianos. La evolución de ésta no va a la par del desarrollo tecnológico que se vive. Aún continuamos con formatos y moldes establecidos en la radio clásica, los alumnos ya no quieren eso, quieren aprender de manera más rápida.

Hoy las radios clásicas como es el caso de las radios mineras continúan con las salas de grabación, con auditorios para la música en vivo, y salas para programas de mesas redondas. En fin, es mucha infraestructura que hoy ya no se la utiliza como fue en su momento.

¿Cómo le decimos a un estudiante que debe traer a un conjunto para grabar en un auditorio de la radio para que salga con más calidad el programa?, cuando él con un celular me puede amplificar la actuación en vivo de un grupo callejero. Son cosas que aun cuesta digerir a muchos profesores. Y para no pecar de estar retrasados en la tecnología es mejor callar y mantener el formato viejo y en algunos casos arcaico.



### **7. ¿Sus estudiantes escuchan radio o no la tienen en cuenta dentro de sus consumos mediáticos y culturales?**

Escuchan radio. Ejemplo: “Radio Disney” (Cajita musical); “Radio RQP” (Cajita musical); “Radio Panamericana” (Formato tradicional); “Radio Fides” (De la Iglesia Católica); Radios Cristianas, Radios Comunitarias (Identificadas con el gobierno) y Radios Comunitarias. Esa es la oferta radial.

### **8. Señale tres referencias bibliográficas en las que se basa para la enseñanza de la asignatura de la radio**

Kaplún, M. (1978). *Producción de Programas de Radio. El guion, la realización*. Quito: Ediciones Ciespal.

García Camargo, J. (1980). *La Radio por dentro y por fuera*.

Ramos, J.M. (s/f). *Manual de Radio I*.

Ruiz, A. (1992). *Manual de Radio II. Periodismo participativo para corresponsales comunitarios*. México: Instituto Nacional Indigenista.

Prieto, D. (1986). *Radio drama y vida cotidiana*. Quito: Ciespal.

López, J.I. (2005). *Manual urgente para radialistas apasionadas y apasionados*. Ministerio de Comunicación e Información.

López, J.I. (2004). *Ciudadana radio. El poder del periodismo de intermediación*. Universidad Católica Andrés Bello. Quito, Ecuador 2004.

OEA, C. (1976). *Periodismo educativo y científico*. Quito: Editorial Época.

### **9. Señale algunos ejercicios que usa en su clase de radio**

Los ejercicios se consideran por los consejos prácticos de Fernando García (2003). Técnicas de respiración, de relajamiento, de dicción.

## 10. ¿La radio se puede enseñar?

La Radio se puede enseñar. Pero hay que tener muy en cuenta que quiere el alumno. Muchos van ilusionados con querer ser grandes locutores. Pero la radio no es solamente eso, es producción, es guionización, es técnica, es operador, en fin, de pronto se encuentra con otra realidad dentro de una radio y algunos quedan cautivados, otros no.

## Conclusiones

Ha pasado el tiempo y el mundo, así como nuestra América Morena y Bolivia, nos muestran que la radio logra mantenerse en escena. Unos dicen que es por cobertura y otros dicen que es por accesibilidad, pero finalmente sea cual sea el motivo, hoy continuamos teniendo a la radio.

La llegada de la televisión, la llegada de nuevos soportes como el correo electrónico y las redes sociales, que han multiplicado y masificado la difusión de información y música, no logran hacer que la radio desaparezca de escena.

La radio al igual que otros medios de difusión, cuenta con todos los beneficios que ofrecen las tecnologías, como la automatización de sus emisiones; el uso de computadoras de última generación; el acceso a la web y las redes sociales la utilización y el manejo de la red social *WhatsApp* y los mensajes de texto.

Asimismo, en la computadora y en Internet se almacenan cientos de canciones, dejando atrás muchos años “de servicio” de grabadoras de cinta, tornamesas de vinil, reproductoras de casetes, y reproductoras de discos compactos.

Hoy los operadores y productores hacen gala de su habilidad en el manejo de la computadora, en los programas en directo solo es cuestión de apretar un botón y para la realización de programas grabados el trabajo es más fácil y rápido. Todo está archivado en la computadora.

En la actualidad, la producción en la radio implica menos tiempo, la tecnología ha permitido crear programas “más limpios” en cuanto a la realización. No hay errores de cortes musicales y no hay errores en la apertura de micrófonos.

Pero ¿qué pasó con la forma y contenido de los programas?, ¿qué ocurrió con las emisoras que ofrecían, pese a las limitaciones técnicas, programas variados y en diferentes formatos? Hoy gran parte de los radialistas están más afanados y preocupados en dominar los paquetes para grabar y editar una cuña publicitaria, que poner en práctica formatos y contenidos. Los que pueden y acceden a ser locutores, están más preocupados por modular correctamente su voz. Pero nada de escribir para poder hablar.

Cuán difícil hoy se volvió en plasmar las ideas en un papel. Muchos locutores de emisoras musicales y también de algunas informativas piensan que en radio no es necesario escribir guiones o libretos.

En muchas radioemisoras no conocen los formatos. Por ejemplo, a todo le llaman *jingle* o reportaje. En el caso de las radios informativas en la mayoría, confunden las noticias con el reportaje, siendo que éste último tiene características muy diferentes.

El radorreportaje es un formato de interpretación, donde se analiza un hecho noticioso y como lo diría el reconocido comunicador y radialista Mario Kaplún es una “monografía radiofónica” que requiere de un proceso más complejo para su realización.

En radio, los formatos para presentar información periodística actual se denominan nota simple y nota ampliada, que aún se producen en las radios informativas de las grandes redes.

En la actualidad, la crisis que sufre la radio musical se agudiza debido a que los únicos formatos que se manejan son: pedidos musicales, una mala presentación de la radio revista musical y en contadas emisoras, el invitado especial y el microprograma musical.

Quedaron en el olvido creativos formatos como el disco debate, el acertijo musical, el frente a frente, la parodia musical de los muchos que existen y que pueden ayudar a producir programas radiales, no

solo para difundir música, sino también información, e historia de los intérpretes y compositores.

Las denominadas radios musicales se convierten en una especie de discotecas al aire donde el conductor se pasa todo el tiempo hablando en “diminutivo” y enviando “saluditos” a sus ocasionales oyentes.

Por otro lado, en la mayoría de las radios musicales, los productores se limitan a grabar la publicidad (no producen ni los avances de los programas). Crear otras piezas sonoras es pérdida de tiempo y desgaste de los equipos: además a los empresarios, dueños del medio, no les interesa proponer otros programas pues “no venden”, solo vende el locutor o locutora de la “buena voz” que presenta los temas musicales, aunque no tengan ni idea de lo que están hablando.

La radio de hoy cuenta con todas las comodidades, que tal vez hubieran deseado los locutores, periodistas, libretistas, operadores y productores de antaño. Por eso hoy la radio se la escucha “vacía”.

¿Por qué “vacía”?, porque hoy la radio no tiene contenido, no tiene imaginación, no tiene formatos. Una gran mayoría de las radios en Bolivia son “vacías”. Se salvan aquellas donde es una institución que tiene locutores, periodistas, libretistas, operadores y productores. Son radios de cadenas nacionales.

"Hay locutores que están en la cabina", "hay periodistas que desde la calle les dan la información actualizada", "hay libretistas que preparan los guiones para sus noticiosos centrales". "Hay operadores que están frente a las consolas y finalmente hay productores que están programando y produciendo programas semanales y de fin de semana". "Hay equipo de trabajo y no son solo una cajita musical".

## **Brasil**

### **Marcelo Kischinhevsky**

Universidad del Estado de Río de Janeiro (FCS/UERJ)

Rio de Janeiro. Brasil

marcelokisch@gmail.com

Profesor del Departamento de Periodismo y del Programa de Estudios de Posgrado en Comunicación de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad del Estado de Río de Janeiro (FCS/UERJ), Doctor y Master en Comunicación y Cultura de la Universidad Federal de Río de Janeiro (UFRJ). Autor de varios libros, tales como *Radio y medios sociales – Mediaciones e interacciones radiofónicas digitales* (Editorial UOC, 2017).

## **Estado del arte**

El artículo busca sistematizar resultados de levantamiento exploratorio sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de radio en Brasil, segundo país con más emisoras en operación en el mundo, detrás sólo de los Estados Unidos de América. El trabajo parte de investigación anterior (PRATA y BIANCO, 2016), que trazó, en 2014, un perfil de la enseñanza de radio en 113 instituciones brasileñas de enseñanza superior del área de Comunicación. En la presente investigación, se escucharon profesores de radio de cinco de las universidades más

representativas del país, lo que posibilitó profundizar cuestionamientos de carácter cualitativo sobre los avances y desafíos del campo para la formación superior.

## Introducción

Un continente aparte en América Latina, con más de 200 millones de habitantes, Brasil presenta números impresionantes en cuanto a la producción radiofónica y a los hábitos de escucha.

Es el segundo país con más emisoras - cerca de 9.700 según datos de la Agencia Nacional de Telecomunicaciones, referentes a 2015<sup>7</sup>, detrás de los Estados Unidos de América<sup>8</sup>.

Con la gran penetración de la TV, primera opción en el menú mediático para el 63% de los brasileños, la radio es el medio de comunicación más consumido por apenas el 7% de la población<sup>9</sup>. Pero, si se consideran los dos medios más utilizados, el porcentaje asciende al 30%. La radio, por lo tanto, asume una posición relevante como medios complementarios, articulada a la TV (como en las transmisiones deportivas, acompañadas por el público por las imágenes de la TV, pero con el audio de la radio) y, sobre todo, Internet.

A pesar del importante papel desempeñado por la radio en el ecosistema mediático brasileño, faltan datos fiables sobre facturación y audiencia (Kischinhevsky, & De Marchi, 2016). El número de aparatos receptores en los hogares cae, año a año, en las últimas dos décadas, según datos del Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE), el porcentaje retrocedió del 90% en 1998 al 69% en 2015 (Instituto

7 Disponible en: <http://www.anatel.gov.br/dados/2015-02-04-18-43-59>. Más de 4.700 de estas son emisoras locales, de carácter comunitario.

8 Según datos de la Federal Communications Commission, órgano regulador de EEUU, había al final de 2017 en el país más de 17.500 emisoras AM y FM, incluyendo educativas y de baja potencia. Disponible en: [https://apps.fcc.gov/edocs\\_public/Query.do?docTitleDesc=Broadcast+Station+Totals&parm=5](https://apps.fcc.gov/edocs_public/Query.do?docTitleDesc=Broadcast+Station+Totals&parm=5).

9 Pesquisa Brasileira de Mídia 2016, investigación realizada por el Ibope Inteligencia para la Secretaría Especial de Comunicación Social (Secom) de la Presidencia de la República de Brasil. Disponible en: <http://pesquisademidia.gov.br/#/Geral/details-917>.

Brasileño de Geografía y Estadística). Parte de esa pérdida estaría siendo compensada por la escucha en teléfonos móviles, que alcanzó el 17%, superando la registrada en automóviles (14%) (Instituto Brasileño de Geografía y Estadística).

La principal investigación que realiza el sector, de Kantar Ibope Media, corrobora la percepción de que, a pesar de la reconfiguración del mercado, la radio “sigue desempeñando un papel fundamental en el día a día de la población” (Kantar Ibope Media). De acuerdo con el último levantamiento, realizado entre mayo y julio de 2017, el tiempo promedio diario dedicado por el brasileño a la actividad de escuchar radio era de 4 horas y 40 minutos. Según los datos, 52 millones de personas – el 87% de la población – escuchan radio en las 13 más grandes regiones metropolitanas en Brasil, siendo 52% mujeres y 48% hombres. El pico de consumo del medio ocurre entre las 10 y las 11 de la mañana, cuando la radio alcanza a 37 millones de brasileños en un intervalo de 30 días.

La investigación muestra que la radio se ve por la población como “una fuente ágil y confiable de información”: el 35% de los oyentes declaró consumir el medio cuando necesitan enterarse rápidamente de las noticias. Contrariando el sentido común, de que la radio sería hoy consumida por un público de más edad, el alcance del medio es mayor entre la población joven. De acuerdo con el levantamiento de Kantar Ibope Media, el 91% de los entrevistados entre 15 y 19 años declaró haber escuchado radio en los 30 días anteriores a la entrevista. Este alcance es del 90% entre las personas de 20 a 34 años, así como entre los 35 y 49 años.

En cuanto a su alcance, no es sorprendente que la enseñanza de la radio en el área de comunicación no haya sido mantenida, sino ampliada, en las nuevas directrices curriculares de los cursos de graduación en Periodismo y de Relaciones Públicas (RP), como veremos a continuación.

## **Directrices curriculares en el área de Comunicación en Brasil**

Debido a la brutal herencia colonial del país, donde la prensa sólo tiene autorización para instalarse a principios del siglo XIX, las primeras universidades brasileñas están constituidas sólo en los años 1920. En los años 1930, se estima que el total de matriculas en la enseñanza superior –un sistema excluyente y racista, orientado hacia las élites– giraba alrededor de 30.000. Ni siquiera existen estadísticas fiables sobre la oferta de enseñanza superior, debido a los constantes cambios en la metodología de recolección de datos y en el alcance de la cobertura de las investigaciones, hasta los años 1960. Se sabe, sin embargo, que hubo crecimiento acelerado en el número de matriculas a partir de ese período, con un salto de 278.000 matriculados en 1968 a 1,2 millones, una década después –período que coincide con el llamado “milagro económico”, proceso de modernización autoritaria liderada por una dictadura militar. En los últimos años, el total de matrículas pasó a crecer a un ritmo más lento, llegando al final del siglo XX a los 2 millones. Datos muy modestos considerando la población brasileña total de 170 millones (Instituto Brasileño de Geografía y Estadística, 2003, pp. 103-106).

En los primeros años del siglo XXI, sin embargo, el número volvió a acelerar, en la estela de una política de fortalecimiento de la enseñanza superior, a través del programa de universalización ProUni (Programa Universidad para Todos), con oferta de becas integrales y parciales, y del financiamiento estudiantil (Fies) para estudiantes de familias con bajos ingresos, durante los gobiernos Lula (2003-2010) y Dilma (2011-2016), del Partido de los Trabajadores. Con ello, el número de matriculados se cuadruplicó, llegando a 2016 en la casa de los 8 millones de estudiantes, distribuidos por 34.366 cursos de 2.407 instituciones de enseñanza superior. En el inicio del año 2018, datos del sitio del



Ministerio de Educación señalaban la existencia de 591 cursos del área de Comunicación en actividad en el país (12 en fase de desactivación), con autorización para abrir 86 mil plazas por año (Ministerio de Educación, 2018).

El área de Comunicación nace en Brasil en 1960 como parte de un proyecto autoritario, de control y de sumisión a la lógica del comunicador polivalente, que la Unesco y el Centro de Investigación y Estudios Superiores para la América Latina (CIESPAL) abogaban, a finales de los años 1950, para los países de la periferia del capitalismo (Meditich, 2012, pp. 47-61). Antes, hubo intentos de constituir Escuelas de Periodismo a partir de 1918, pero sólo en 1947 surge la primera licenciatura<sup>10</sup> en Periodismo, en la Facultad Cásper Líbero, herencia de un fallecido empresario de comunicación de São Paulo. El primer curso de Publicidad y Propaganda (PP) fue creado en 1951, en la Universidad de São Paulo, donde también surgieron, en 1967, los primeros cursos de radio y TV (también llamado “Radialismo”) y de Relaciones Públicas. En 1963, nació en la Universidad Católica de Minas Gerais el primer curso superior de Cine.

A partir de la dictadura militar (1964-1985), sin embargo, hubo un retroceso en la especialización de las licenciaturas. En 1969, con la divulgación del tercer currículo mínimo obligatorio, los cursos de Periodismo, PP y RP pasaban a ser obligatoriamente habilitaciones de cursos de Comunicación Social. Lo mismo ocurre con Radio y TV a partir de 1983. Se rompe entonces una la tradición humanista de escuelas nacidas de las tradicionales Facultades de Filosofía, y el régimen impone un curso de carácter técnico, lo que, según Meditsch (2012, p. 58), chocaba con la absoluta falta de laboratorios para la práctica profesional.

---

10 En Brasil, hay una distinción entre licenciatura y bachillerato, pero se optó por la primera forma, por ser consagrada en la América hispánica. Todos los cursos del área de Comunicación ofrecen diplomas de bachiller, y no de licenciados, lo que, en tesis, no los capacitaría para la docencia. A pesar de ello, los bachilleres enseñan en Brasil en diversas áreas, incluso en la Comunicación.

Claudia Peixoto de Moura (2001) señala que el área de comunicación tuvo cinco currículos mínimos implantados a lo largo de dos décadas (Dictamen n° 323/62, Dictamen n° 984/65, Resolución n° 11/69, Resolución n° 3/78 y Resolución n° 2/84), que se pueden clasificar, según el Dictamen n° 480/83, en las fases: clásico-humanística (hasta la segunda mitad de la década del 60), científico-técnica (década de 60), crítico-reflexiva (década de los años 60- 70), y de crisis de identidad (década de los 80).

Estas fases tienen como telón de fondo la conflictiva enseñanza de teoría y práctica en los cursos de graduación en aquel período, en que cohabitaban investigadores doctores egresados de otras áreas (Filosofía, Sociología, Psicología y Antropología), dedicados a los estudios de teorías de la comunicación, y docentes con experiencia de mercado, la mayoría de las veces sin titulación más allá de la licenciatura. A partir del 2000, hubo un expresivo avance del postgrado *stricto sensu* en Comunicación en Brasil. El número de cursos de maestría saltó de nueve a 45 en el período 1996-2014, mientras que el de cursos de doctorado avanzó de cuatro a 23 (CAPES, 2017). Con eso, cada vez más los docentes de radio se fueron calificando.

La crisis de identidad mencionada por Moura se refiere a la imposibilidad de reformular currículos, enyesados por la última legislación del régimen militar. La situación cambió radicalmente con el Dictamen n° 776/97, que flexibilizó la construcción de los currículos de enseñanza superior y llevó a una serie de discusiones que resultaron, cuatro años después, en la promulgación del Dictamen n° 492/01. La fragilidad regulatoria, que resultó en la proliferación de cursos con baja carga horaria y sin la mínima infraestructura, fue corregida apenas una década después, por la Resolución n° 3/07, que establecía carga mínima de 2.700 horas, tanto para los cursos de comunicación cuanto para los de Cine y Audiovisual.

Por fin, los Dictámenes n° 39/13 y n° 85/13 establecieron, en 2013, respectivamente, los cursos de graduación en Periodismo y

en Relaciones Públicas, ahora no más habilitaciones de los antiguos cursos de comunicación, atendiendo la reivindicación de entidades profesionales desde hace décadas. La carga horaria mínima de Periodismo fue elevada a 3.000, mientras que la de RP subió a 3.200. Las directrices de RP no mencionan la radio, pero las de Periodismo citan el medio nominalmente en dos de los seis ejes de formación que deben ser contemplados en los nuevos proyectos político-pedagógicos:

V – Eje de aplicación procesal, cuyo objetivo es el de suministrar al periodista herramientas técnicas y metodológicas, de modo que pueda efectuar coberturas en diferentes soportes: periodismo impreso, radio periodismo, tele periodismo, web periodismo, asesorías de prensa y otras demandas del mercado de trabajo.

VI - Eje de práctica de laboratorio, que tiene por objetivo adquirir conocimientos y desarrollar habilidades inherentes a la profesión a partir de la aplicación de informaciones y valores. Tiene la función de integrar los ejes restantes, sobre la base de proyectos editoriales definidos y orientados a un público real con publicación efectiva y regular, tales como periódicos, revistas y libros, periódicos murales, noticieros de radio y de televisión, revista web, agencia de noticias, asesoramiento de prensa, entre otros. (Resolución CNE / CES, 2013).

Los cursos de Radio y TV o “Radialismo”, aunque todavía permanecen como habilitaciones de la licenciatura en Comunicación, cambiaron de denominación un poco antes, en 2010, pasando a ser llamados Radio, TV e Internet (Prata et al., 2014). La habilitación, sin embargo, es francamente minoritaria: una búsqueda en el sitio del Ministerio de Educación identifica sólo 27 cursos de Radio, TV e Internet o “Radialismo” entre los 591 del área de comunicación en actividad.

¿Cuál es la presencia de la radio en los currículos de estos cursos? No hay datos sistematizados a nivel nacional. El principal esfuerzo en ese sentido fue el mapeo de la enseñanza superior de radio coordinado, en 2014, por el Grupo de Investigación Radio y Medios de Sonido, de la

Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación, más conocida como Intercom (Prata & Bianco, 2016). Las investigadoras que lideraron el proyecto, Nair Prata y Nélia del Bianco, aplicaron cuestionario junto a todos los cursos de comunicación en actividad en el país en la ocasión y obtuvieron respuestas de 113 instituciones. La mayoría ofrecía curso de Periodismo (93%), seguido de Publicidad y Propaganda (67%), Relaciones Públicas (31%), Radio y TV (22%), Cine y Audiovisual (19%) y Comunicación Organizacional (0,9%). Entre los encuestados, el 47% eran representantes de instituciones públicas, contra 35% de particulares y 18% de confesionales, comunitarias y filantrópicas. La investigación mostró que los cursos de Periodismo tendían a ofrecer de dos a tres disciplinas de radio con cuatro horas de clase semanales a lo largo del curso, mientras que Publicidad y Propaganda ofrecían una a dos. Los cursos de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional contaban, en promedio, con sólo una asignatura de radio. En los cursos específicos de Radio, TV e Internet, la oferta variaba de cinco a nueve disciplinas. Curiosamente, el 60% de los cursos de Cine y Audiovisual que participaron en el estudio informaron no ofrecer disciplinas de radio –aquellos que incluyen el contenido en el currículo– tienen como máximo dos clases sobre el medio.

La precariedad característica de los cursos de Comunicación en los años 1970 y 1980 parece haber quedado atrás. De los entrevistados, el 60% informó que los laboratorios de radio cuentan con equipos digitales actualizados y el 54% considera la infraestructura para las clases compatible con la encontrada en emisoras profesionales de radio. En el 91% de los casos, hay técnicos de audio para auxiliar a los estudiantes y los profesores en las actividades prácticas. Otro resultado positivo del levantamiento fue la interfaz con emisoras universitarias: el 31% de los encuestados trabajan en instituciones que operan estaciones FM y el 42% cuentan con web radios. Muchas de ellas propician espacio para experiencias de enseñanza-aprendizaje, posibilitando la práctica y la experimentación del lenguaje radiofónico.

Las investigadoras consideran que “la enseñanza de radio tiene una base teórica sólida combinada fuertemente con la práctica de laboratorio”. Ellas detectaron un deseo de profesores de más espacio para el medio en las mallas curriculares, pero destacan que es necesario “cuidar para que la enseñanza de radio no quede limitada a cumplir el contenido programático de modo artificial y burocrático”.

Aunque haya un aprecio considerable por la experiencia práctica dentro de las disciplinas de radio es esencial que los profesores entiendan que la competencia básica a ser desarrollada no se limita a tener habilidades para asumir tareas rutinarias en una empresa de comunicación o aprender a redactar correctamente una materia periodística. El proceso involucra también dominar informaciones y conocimientos y, al mismo tiempo, movilizarlos y aplicarlos de modo pertinente a diferentes situaciones. Por lo tanto, de nada sirve reproducir situaciones similares al mercado sin ejercitar en el proceso de enseñanza la capacidad de conectar experiencias vividas con conocimientos previos y adquiridos durante el curso [...]. (Prata & Bianco, 2016, p. 213)

Las autoras añaden que un desafío es “sensibilizar a alumnos que pertenecen al mundo de las pantallas de dispositivos móviles y de las imágenes por doquier para la percepción y sensación del sonido que es parte de lo cotidiano y poco percibido como una experiencia” (Prata & Bianco, 2016, p. 214).

La dificultad en establecer una interlocución con una nueva generación de estudiantes más afectos a dispositivos móviles digitales es un desafío reportado también por los cinco profesores entrevistados específicamente para este artículo. Pero antes hay que presentar los criterios y los procedimientos metodológicos de selección de estos docentes.

### **Nota sobre metodología**

La elección de los profesores entrevistados recayó sobre representantes de universidades de referencia, con sede en cinco de las principales

regiones metropolitanas del país: São Paulo, Río de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre y Recife<sup>11</sup>. Las tres primeras están situadas en la Región Sudeste, la más rica. Porto Alegre es el principal polo económico de la región sur. Ya Recife es una de las principales capitales de la Región Nordeste, al lado de Salvador y Fortaleza. Las cinco plazas también fueron elegidas por el fuerte hábito de escucha de sus poblaciones y por motivaciones históricas estas ciudades fueron pioneras en el radio periodismo, contando con ediciones locales del Reportero Esso a partir de los años 1941 y 1942 (Klößner, 2008), lo que ayudó a estructurar e impulsar estos mercados.

Según la encuesta Kantar Ibope Media, entre los 13 mayores mercados de radio en Brasil, la Grande Belo Horizonte (MG) es donde el mayor porcentaje de la población (95%) declaró haber escuchado radio en los últimos 30 días. En cuanto al tiempo de escucha, los destaques son para la Gran Goiânia (13ª región metropolitana, de menor expresión en el contexto nacional), donde los oyentes pasan en promedio 5 horas y 4 minutos escuchando radio diariamente; seguida del Gran Río de Janeiro, con 5 horas y 3 minutos de escucha diaria; y de la Grande Recife, con 4 horas y 58 minutos diarios dedicados al medio.

Recife, con la *Rádio Clube* de Pernambuco, y Río de Janeiro, con la *Rádio Sociedade*, compiten por la primacía en la radiodifusión brasileña y por lo tanto han consolidado audiencia al largo del siglo XX. *Radio Club* llevó a cabo transmisiones experimentales a partir de 1919, pero sería la *Radio Sociedade* la pionera en las transmisiones regulares, desde de 1923 (Ferraretto, 1998).

La selección de los profesores a ser entrevistados buscó contemplar la diversidad regional, con la representación proporcional al peso de cada una en la enseñanza superior y en la economía del país. Cuatro

---

11 Según las estimaciones del IBGE, la Gran São Paulo contaba, en 2016, con 21,2 millones de habitantes. El Gran Río venía en segundo lugar, con 12,3 millones, seguido por la Grande Belo Horizonte (5,8 millones), por el Distrito Federal y entorno, por la Grande Porto Alegre (ambos con 4,2 millones), Grande Fortaleza (4 millones), Gran Salvador y Gran Recife (ambas con 3,9 millones). Disponible en: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2013-agencia-de-noticias/releases/9497-ibge-divulga-as-estimativas-populacionais-dos-municipios-em-2016.html>.

de los elegidos son docentes efectivos de universidades que integraban en 2017 la lista de las mil mejores instituciones de enseñanza superior del mundo, *World University Rankings*, publicada por la *Times Higher Education*: Universidad de São Paulo (1ª brasileña en la lista), Universidad Federal de Minas Gerais (6ª), Universidade Federal do Rio Grande do Sul (8ª) y la Universidad Federal de Pernambuco (14ª). Una de las más tradicionales instituciones del país, la Escuela de Comunicaciones y Artes (ECA) de la USP ofrece 43 cursos de graduación, entre ellos licenciaturas en Periodismo, Audiovisual (fusión de los antiguos cursos de Cine y de Radio y TV, ocurrida en 2001), PP, RP y Producción Editorial, así como en Edu-comunicación. Además, cuenta con seis programas de postgrado *stricto sensu* (maestría y doctorado), incluso en comunicación, creado en 1993.

La Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas (FAFICH) de la UFMG, a su vez, ofrece, en el área de comunicación, cursos de graduación en Periodismo, Publicidad y Propaganda y RP, y cuenta con Programa de Postgrado en Comunicación (maestría, creada en 1996, y doctorado), así como la Facultad de Biblioteconomía y Comunicación (Fabico) de la UFRGS, que también tiene graduación en Biblioteconomía, Archivología y Museología y PPG en Comunicación e Información (maestría, igualmente creado en 1996, y doctorado). Ya la UFPE cuenta, en el área de Comunicación, con cursos de graduación en Periodismo, Radio, TV, Internet y Cine y Audiovisual y de maestría y doctorado en Comunicación (el Programa de Postgrado fue creado en 2001).

La decisión en relación al representante de Río de Janeiro fue más compleja, pues el autor es hoy el único docente de radio de la Universidad del Estado de Río de Janeiro (UERJ) y no cabría llenar el cuestionario en una auto-entrevista. La región metro politana de Río cuenta con otras tres universidades tradicionales en el área de Comunicación, la Universidad Federal de Río de Janeiro (UFRJ) –donde hoy hay un único profesor de radio–, la Pontificia Universidad Católica de Río de Janeiro (PUC-Rio) –donde hay seis profesores de radio, pero ninguno a tiempo completo– y la Universidad Federal Fluminense (UFF) –donde hay tres

profesores de radio, dos de ellos con doctorado y trabajando en régimen de dedicación exclusiva. El Instituto de Artes y Comunicación Social (IACS) de la UFF, que en 2018 cumple 50 años, ofrece licenciatura en Periodismo, Comunicación (en la práctica, el curso de PP, que todavía aguarda nuevas directrices curriculares), Cine y Audiovisual, Estudios de Medios y Producción Cultural. Además, alberga cinco programas de postgrado, siendo que el de maestría y doctorado en Comunicación, creado en 1997, es uno de los más tradicionales del país. Por la titulación del cuerpo docente y por la importancia no sólo en la formación de profesionales de la radio, sino también de investigadores, la opción recayó, por lo tanto, sobre la UFF.

Los cinco profesores entrevistados –Ana Baumworcel (UFF), Ana Veloso (UFPE), Eduardo Vicente (USP), Luiz Artur Ferraretto (UFRGS) y Sonia Caldas Pessoa (UFMG) – son doctores, con titulación obtenida entre 2002 y 2015. Los tres últimos tienen inserción en los Programas de Postgrado en Comunicación de sus respectivas instituciones, contribuyendo a la calificación de nuevos investigadores en radio y medios sonoros. Todos los cuestionarios fueron respondidos por correo electrónico en el verano de 2018.

## **Realidades distintas**

Por tratarse de cursos de referencia en el país, era de imaginar que el peso del radio en las mallas curriculares fuera expresivo en todos. Pero las realidades en las cinco instituciones encuestadas son bastante heterogéneas. Hay cursos donde sólo una asignatura de radio es obligatoria (caso de la UFMG) y otros donde los estudiantes tienen que cumplir créditos en hasta ocho disciplinas (UFPE).

Como era de esperar, el mayor número de disciplinas obligatorias de radio fue encontrado en la malla curricular del curso de Radio, TV e Internet de la UFPE. Son ocho: Introducción a la Radio y la TV (2º semestre, tres horas-clase por semana), Redacción para la Radio (4º,



cuatro horas-clase), Redacción para Radio 2 (5º, cuatro horas-clase), Dicción y Locución (6º, cuatro horas-aula), Legislación y Ética Radial (7º, tres horas-aula) y Marketing Aplicado al Radio y TV (7º, cuatro horas-clase). Se ofrecen, además, tres electivas: Democratización de la Comunicación y la Radiodifusión Comunitaria (cinco horas por semana), Taller de Producción Radiofónica y Radio en Brasil (ambas con tres horas). En el curso de Cine y Audiovisual, no hay asignaturas que trabajen contenidos específicos sobre radio.

Ya en la malla del curso de Periodismo de UFPE hay sólo dos obligatorias –Radio Periodismo (5º semestre, cinco horas de clase por semana) y Técnicas de Entrevista y Reportaje 2 (5º, cuatro horas) – así como dos optativas – Dicción y Presentación Radial y Radio en Brasil (ambas con tres horas). En el curso de Cine y Audiovisual, no hay asignaturas que trabajen contenidos específicos sobre radio.

El mayor número de obligatorias en un curso de Periodismo fue encontrado en la UFRGS, donde los alumnos deben cursar cuatro disciplinas: Fundamentos de Radio y Televisión (1º semestre), “Radiojornalismo I” (3º), Radio Periodismo II (4º) y Radio Periodismo III (6º), todas con cuatro horas de clase semanales. Hay también las electivas de Laboratorio de Radio y Laboratorio de Medios de Sonido, ambas igualmente con cuatro horas de clase semanales. Los demás cursos de comunicación de la universidad no contemplan la radio en sus mallas curriculares.

En la UFF, en el curso de Periodismo, hay tres disciplinas obligatorias –Historia del Radio y de la TV (4º semestre, dos horas semanales), Introducción a la Radio Periodismo (4º, cuatro horas) y Taller de Radio (5º, cuatro horas)– y seis optativas que pueden ser cursadas a partir del 4º semestre –Actividad de Extensión, con cuatro horas semanales, Radio-drama, Radio Educativa, Temas Especiales de Radio, Radio Documental y Radio Comunitaria, todas con dos horas. Los demás cursos de Comunicación de la universidad no contemplan el medio en sus mallas.

En la ECA/USP, el curso de Periodismo cuenta con tres asignaturas obligatorias –Periodismo en Radio y TV (2º semestre), Proyectos en Radio (5º) y Radio Periodismo (6º) –, todas con cuatro horas semanales, mientras que el curso de Audiovisual ofrece una obligatoria – Radio y Medios de Sonido I (1º) – y dos optativas – Radio y Medios de Sonido II (2º) y III (4º). Los demás cursos de Comunicación no ofrecen contenidos relacionados con la radio.

En la UFMG, por fin, sólo hay una disciplina obligatoria, Sonido y Sentido (1º semestre, cuatro horas semanales), común a los cursos de Periodismo, PP y RP. A pesar del nombre que remite a los estudios de sonido en el ámbito del audiovisual, la disciplina cuenta con un rol orientado hacia la radiofonía:

Los diferentes géneros del discurso sonoro. El lenguaje radiofónico: características principales. La producción radiofónica: tecnologías y procesos. Los nuevos procesos de producción y transmisión digital. Ejercicios de producción radiofónica, en diferentes géneros discursivos. (UFMG, Proyecto Pedagógico del Curso de Periodismo, 2015)

A partir del 5º período, los estudiantes de FAFICH/UFMG pueden cursar dos optativas: Radio y Medios Digitales (cinco horas semanales) y Estudios de Radio Periodismo (cuatro horas).

Las referencias bibliográficas utilizadas en estas disciplinas son muy diversas. Al menos dos encuestados mencionaron obras de Ferraretto (1998 y 2014); Kaplún (1978); Kischinhevsky (2016); Meditsch (2005) y Meditsch y Zuculoto (2008). Los dos últimos son libros de síntesis de las teorías de la radio, incluyendo traducciones al portugués de textos de autores como Arnheim, Balsebre, Brecht, Cebrián Herreros, Goffman, Guattari, Haye, Kaplún, Moragas Spa, Schafer y Zumthor.

Sobre los principales desafíos a la enseñanza de radio, la mayoría de los entrevistados coincide en señalar el bajo interés de los estudiantes sobre el medio. Ferraretto, de la UFRGS, también identifica la falta de interés en relación con las rutinas profesionales, la dificultad de los estudiantes de periodismo en la distinción de opinión

propia y la información periodística, el alejamiento de la institución educativa frente al mercado y una visión aún más centrada, en parte, en las realidades de los años 1950 (“el guion como base de todo”) y 1990 (“perspectiva contraria a la realidad multiplataforma del medio y aversión a la situación multifuncional del profesional”). Para Ferraretto, los estudiantes llegan a las clases cada vez más dispersos, inmaduras y con deficiencias en términos de conocimientos generales. Sólo el 20% de sus alumnos tienen el hábito de escuchar la radio.

Eduardo Vicente, de la USP, acuerda que “muy pocos” alumnos oyen radio, pero destaca que muchos suscriben *podcasts* y elogia la calidad del alumnado del curso en que enseña. El profesor e investigador reconoce que hay “alumnos extremadamente involucrados e interesados y otros bastante distantes”.

Ana Veloso, de la UFPE, resalta que “después de las clases y la realización de actividades prácticas, debates y evaluaciones de las producciones, escucha activa de programas y presentación del contexto que envuelve a las producciones, los/as estudiantes se involucran y pasan a participar más activamente”. Ella distingue tres tipos de estudiantes: aquellos curiosos en discutir y producir, que quieren “poner la mano en la masa, crear, inventar, analizar y transformar (muchos piensan en desarrollar proyectos para la web, por ejemplo, montar podcast, etc.)”; aquellos que aún no han encontrado su “lugar”, los indecisos, que aún buscan un sentido para la graduación; y aquellos dispersos, por no comprender o no valorar el vehículo.

Sonia Pessoa, de la UFMG, considera que la mayoría de los alumnos “es interesado, atento, involucrado con la producción y quiere aprender, pero quiere también crear, sentirse útil no sólo en la ejecución, sino en la elaboración, en la concepción, en la sugerencia”: “Cuanta más autonomía les doy a ellos, más se involucran y producen, valorando los propios talentos”, añade. La falta de hábito de escucha de radio también es percibida por la profesora e investigadora, que destaca, sin embargo, el interés de algunos alumnos por la cobertura deportiva. Hay, además,

en la evaluación de Pessoa, una audiencia creciente de podcasts y de radio vía Internet en general. Como obstáculo a la enseñanza, más que un posible desinterés de parte de los alumnos, apunta la falta de estructura de laboratorio en la UFMG, con “equipos obsoletos, estudio sin aire acondicionado, ausencia de técnico profesional para soporte en las actividades”.

Ana Baumworcel, de la UFF, destaca que el mercado radiofónico no ha prestado atención a los jóvenes, “marcados por la cultura de la movilidad, la conectividad y la instantaneidad y la posibilidad de escucha en dispositivos digitales”:

Hay una complicidad cognitiva y expresiva con las sonoridades, con sus fragmentaciones y velocidades en las que los jóvenes encuentran su propio ritmo e idioma. Los dispositivos de audición sonora presentan como atracción el poder de interactividad y de socialización. Y, por eso, en clase o en el estudio, en lugar de pedir a los estudiantes que apaguen los móviles, pido que investiguen algo relacionado con el debate, buscando traer un sentido educativo para este dispositivo, que, incorporado en la rutina de aprendizaje, contribuye a la grabación de entrevistas, de locución, de búsqueda de canciones y de diseño de sonido, además de la información de contenido. Más que radio, adopto la categoría de medios de sonido en mis clases.

Las entrevistas se realizan mediante variadas metodologías y perspectivas teóricas en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Con doctorado en educación e investigaciones sobre radio educativa e historia de la radiodifusión, la periodista Ana Baumworcel, hace 30 años profesora en la UFF, destaca el hacer radiofónico, que permea todas las asignaturas de radio en la malla curricular. La profesora desarrolla también, como proyecto de extensión, el programa Universidad en el Aire, gran reportaje producido mensualmente desde 1996 y transmitido primero por la Radio MEC AM de Río de Janeiro y, años después, en la Radio CBN –mayor red de emisoras *All News* del país– en red local. “Mis clases están vinculadas a los proyectos, lo que trae otro significado para la enseñanza-aprendizaje. Es diferente que un alumno produzca un

reportaje para ser escuchado en una radio comercial por 30.000 oyentes y no sólo para el profesor evaluar”, destaca Baumworcel. “Además, la propuesta es traer otras voces que suelen ser ignoradas o silenciadas en el mercado. Ganamos premios, por ejemplo, con reportajes sobre recolectores de basura, sobre la violencia contra mujeres trans, entre otras. Los alumnos hacen desde la pauta hasta la locución y acompañan la edición, eligiendo el diseño de sonido y fragmentos de canciones, pues tenemos una preocupación estética e investigamos la mejor forma de utilizar los recursos del lenguaje radiofónico”, añade.

La UFF tiene también un proyecto experimental de web radio, en las Ondas del IACS, coordinado por la profesora maestra Helen Britto, y otro proyecto en el área de dramaturgia radiofónica, coordinado por el profesor doctor João Batista de Abreu, que se capacitó en este género al participar, como becario, del taller promovido por *Radio Nederland* en sociedad con CIESPAL, en 1984.

La doctora en Comunicación, periodista e investigadora de temas como políticas de la comunicación, feminismo, géneros, ciudadanía y derechos humanos, Ana Veloso, de la UFPE, también subraya las actividades prácticas, como tertulias, entrevistas, producción de cuñas y producción/captación de efectos de sonidos por los estudiantes –“de modo que reflexionen acerca de la sensorialidad y el ambiente para la participación del público con el vehículo”– y producción de textos, pautas y proyectos de reportajes, programas artísticos, culturales y periodísticos. Ana Veloso recurre a estudios de caso, con “escucha activa y análisis de producciones de diversos géneros, formatos y lenguajes, producidos para múltiples plataformas”; producción de campañas con fines sociales y educativos (spots y cuñas) y lectura de textos y obras de referencia. También desarrolla proyectos en radio, como el programa “Fuera de la Curva”, generado hace tres años en la universitaria FM. Con ello, afirma, “el compromiso está siendo mucho mayor y el interés por el programa ha atraído a las y los discentes”.

Doctor en comunicación y también periodista, Ferraretto, de la UFRGS, trabaja desde la perspectiva teórica de la economía política

de la comunicación y de los estudios radiofónicos, conjugando clases expositivo-dialógicas, con recursos multimedia y presentación y problematización de ejemplos reales, simulaciones de prácticas profesionales y análisis y discusiones sobre textos y grabaciones de audio y vídeo. Las actividades desarrolladas en clase y estudio incluyen presentación de programas en vivo, planificación de programación, producción de reportajes, redacción y edición de noticiarios e incluso producción de artículos científicos. Ferraretto promueve también charlas con invitados, construyendo puentes entre universidad y mercado.

Vicente, de la USP, también alterna clases expositivas y prácticas, con audición de ejemplos y discusiones sobre el contexto actual de la radio en Brasil y en el mundo. El investigador trabaja con teorías de la radio y debate con sus alumnos el lenguaje radiofónico y la función social del medio, a partir de autores como Brecht, Arnheim, Stephen Barnard, Murray Schafer, David Hendy y Dziga Vertov.

También trato de acercar la radio al audio y a la discusión del sonido dentro de la producción audiovisual. Esto se hace tanto a través de autores ligados a los estudios de sonido (como Michel Chion y Valter Mursch) y a la pista musical (Ney Carrasco, Claudia Gorbmann). Traigo también compositores de pistas musicales, dobladores y artistas de foley para talleres y conferencias, señala.

Vicente también desarrolla trabajos prácticos en las disciplinas, como producción de podcasts, grabación y edición de paisajes sonoros, adaptación sonora de cuentos, producción y grabación de documentales radiofónicos y programas en vivo, utilizando el estudio de la radio universitaria de ECA/USP, equipos de grabación en exteriores e islas de edición.

La doctora en estudios lingüísticos, Sonia Pessoa, de la UFMG, trabaja con la Teoría de los Afectos, desarrollada por Jean-Luc Moriceau,

en la perspectiva de que los temas, los géneros y las experimentaciones de los alumnos deben tener en cuenta lo que los afecta cotidianamente

en la lectura de los libros, sus propios modos de percibir el mundo y partir de lo que el otro los provoca en sus modos de estar en el mundo.

En esta perspectiva, creó la “Radio Tercer Andar”, proyecto de enseñanza, investigación y extensión, especialmente con los estudiantes de la asignatura de Radio y Medios Digitales. “La idea es la valorización del oyente y su poder en la producción de pautas y en la participación en el aire como entrevistado, pero también como alguien que garantiza diversidad a la propuesta editorial de la web radio”, explica. No hay ejercicios individuales o pruebas que valen puntos. El proyecto involucra una autoevaluación al final de las clases. El alumno registra todas las actividades que desarrolló, elabora un informe, relaciona los puntos positivos y negativos de su actuación y de la disciplina y propone una nota final. La profesora hace lo mismo y la nota del estudiante es la media entre las dos.

Todos, de diferentes maneras, creen que se construye una conexión en el aula. Ana Veloso, de la UFPE, entiende “la relación entre discente y docente como necesariamente dialógica”, “hay que ir más allá de las técnicas de producción y trabajar el proceso de enseñanza y aprendizaje como una construcción colectiva”. Para Vicente, de la USP, el esfuerzo de conexión pasa por colocar la radio en un contexto más actual y próximo a la realidad de los estudiantes, a través del *podcasting*, de los audiolibros y de otros usos contemporáneos del lenguaje y de los formatos radiofónicos. “Intento llevar a los alumnos experiencias más innovadoras como la grabación ‘biaural’ y diversas discusiones sobre el uso actual del podcast, de los audiolibros y de géneros y formatos como el ficcional y el documental radiofónico”, explica.

Los docentes se dividen cuando se les pregunta si, en una sociedad marcada por el audiovisual, es más difícil enseñar radio. Para Ana Baumworcel, de la UFF, no hay dificultad alguna: “Lo importante es motivar a los alumnos”. Ana Veloso, de la UFPE, considera que difícil no es enseñar, sino “movilizar a las personas para la comprensión de la importancia del vehículo”: “el mayor desafío es despertar la pasión

por la radio. El desconocimiento es grande. No considero que sea por cuenta, únicamente, de la atracción de lo audiovisual”.

“Ya Ferraretto, de la UFRGS, cree que la sociedad contemporánea no está marcada por el audiovisual”:

Creo que la expresión correcta es “sociedad marcada por el convergente”. Sin embargo, la dificultad no está en enseñar propiamente, sino en la forma como el conocimiento se articula con la realidad. En la universidad, hay exceso de visiones basadas en la década de 1970, pareciendo que todavía se vive en la realidad capital-trabajo o derecha-izquierda del período dictatorial. En la gestión de las empresas, muchas emisoras siguen con perspectivas similares a las de los años 1950 (gestión sin planificación y basada en la copia de modelos considerados “de éxito”). En la profesión, hay resistencia a las tecnologías que obligan a la adopción de rutinas multifuncionales. Todo ello sumado da como resultado una formación desconsiderando y negando la realidad del mercado de la actualidad. En paralelo, en rigor, dentro de las instituciones, no se ofrecen soluciones para la superación de esa realidad.

Pessoa, de la UFMG, entiende que el desafío no se limita a la comunicación sonora, se extiende a la enseñanza de la comunicación como un todo, “mucho más por los aspectos éticos, de ciudadanía y de formación humanística que por la técnica propiamente dicha”.

Parece contradictorio, pero creo que el audio se destaca, en movimientos sutiles en salas de prensa de grandes vehículos internacionales y en la cantidad enorme de producción de podcasts, pero exige también diálogo con imágenes y otros elementos que puedan actualizar su circulación en ambientes digitales.

Enfrentado a la provocación respecto a la posibilidad de enseñar radio, Ferraretto dice que no hay duda, pero sostiene que prevalece en el mundo académico, una perspectiva equivocada centrada en la evolución histórica de los medios de comunicación: 1) impreso; 2) radio; 3) televisión; y 4) Internet. “En realidad, por experiencia, me parece que facilita el proceso cuando se enseña: 1) comunicación oral y corporal; 2) comunicación escrita y audiovisual. En este último caso, la perspectiva



convergente pasaría todo”, afirma el profesor de la UFRGS, que obtuvo buenos resultados al hacer la experiencia en la asignatura electiva Laboratorio de Radio, con alumnos “no formateados” de PP y RP. “Los de periodismo, en general, tuvieron más dificultades en función de una formación excesivamente basada en la idea de guion escrito”.

Para Vicente, la prevalencia de un modelo de radiodifusión comercial en Brasil aumenta la responsabilidad de la universidad. “No tenemos modelos alternativos de radio, por eso corresponde al medio académico ofrecer a los alumnos la oportunidad de pensar la radio fuera de los modelos comerciales hegemónicos”.

Pessoa va en la misma dirección y afirma que es “absolutamente necesario la enseñanza de la radio a partir de reflexiones y de actividades prácticas que promuevan un ejercicio ético y más hospitalario con un mundo más diverso y respetuoso con las diferencias”.

Veloso considera que es posible despertar el interés por el medio. La profesora de la UFPE cita a Bernardo Toro, para quien movilizar es “convocar voluntades, despertar pasiones”. “A partir de ahí, puede ocurrir el cambio, la implicación, el compromiso y el aprendizaje colectivo. Así, estamos aprendiendo juntos. En la práctica, lleva tiempo y trabajo, sobre todo por el inmediatez: los estudiantes y los docentes, muchas veces, quieren/esperan, resultados más inmediatos”, añade.

Para Ana Baumworcel, buscar una aproximación entre los campos de la Comunicación y de la Educación tal vez pudiera contribuir a estimular mayor participación de los alumnos en el proceso de enseñanza-aprendizaje en general.

## **Conclusiones**

La enseñanza-aprendizaje de la radio en el nivel superior en Brasil enfrenta una serie de desafíos, desde la falta de interés de gran parte de los estudiantes por el vehículo hasta las disputas académicas en torno a la formulación de las mallas curriculares, que suelen preferir los soportes de sonido. Las entrevistas atestiguan, sin embargo, una serie

de avances, como la calificación del cuerpo docente, las experiencias didáctico-pedagógicas de carácter innovador y el esfuerzo para integrar enseñanza, investigación y extensión, tres pilares de la universidad.

Estas son sólo conclusiones provisionales de un estudio exploratorio, que podrá profundizarse, extendiéndose la aplicación de los cuestionarios a otras instituciones, no sólo públicas de referencia, sino también privadas.

En el caso de la UFPE, se nota una interlocución entre unidades académicas y emisora universitaria, lo que proporciona una importante experiencia práctica en un ambiente controlado, bajo la supervisión docente. En la UFF y en la UFMG, las actividades de laboratorio se extienden a diversos proyectos, entre web radios y la asociación con una emisora comercial, que también revierte en producción de contenidos experimentales de calidad para el público externo, y no simplemente para la obtención de créditos en clases.

Sólo en una de las instituciones, hubo quejas en relación a la infraestructura disponible para las actividades de laboratorio, lo que corrobora los resultados de investigación de Prata y Bianco (2016). La mayoría de los cursos están, por lo tanto, en condiciones de formar adecuadamente, desde el punto de vista técnico, a sus estudiantes. Es necesario resaltar, sin embargo, que el universo investigado es limitado y circunscrito a cinco cursos considerados de excelencia, lo que ciertamente tiene impacto sobre los resultados. Muy probablemente, cursos de menor expresión enfrentan dificultades considerables para mantener laboratorios y ofrecer actividades de investigación y extensión en soporte sonoro. Además, es notorio que, en las facultades privadas, raros son los profesores con título de maestro o doctor y régimen de dedicación integral a la docencia.

Hay que lamentar la casi inexistencia de asignaturas de radio en la graduación en PP y RP, lo que perjudica al mercado como un todo, ya que el resultado evidente es el empobrecimiento, en términos estéticos y creativos, de todo contenido publicitario e institucional para medios de sonido.

## Referencias bibliográficas

- Ferraretto, L. A. (1998). *Rádio, o veículo, a história e a técnica*. Porto Alegre: Sagra Luzzatto.
- \_\_\_\_\_. (2014). *Rádio – Teoria e prática*. São Paulo: Summus.
- IBGE, (2003). Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística/Centro de Documentação e Disseminação de Informações. *Estatísticas do século XX*. Rio de Janeiro: IBGE.
- Kaplún, M. (1978). *Producción de Programas de Radio. El guion, la realización*. Quito: Ediciones Ciespal.
- Kischinhevsky, M. (2016). *Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação*. Rio de Janeiro: Mauad X.
- \_\_\_\_\_. (2017). *Radio y medios sociales, Mediaciones e interacciones radiofónicas digitales*. Barcelona: Editorial UOC.
- Kischinhevsky, M. & De Marchi, L. (2016). Expanded Radio. Rearrangements in Brazilian Audio Media Markets. *Radio, Sound & Society Journal*, vol. 1, nº 1, pp. 75-89.
- Klöckner, L. (2008). *O Repórter Esso, A síntese radiofônica mundial que fez história*. Porto Alegre: EdUPUCRS.
- Meditsch, E. (coord.), (2005). *Teorias do rádio: textos e contextos*, vol. 1. Florianópolis: Insular.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Pedagogia e Pesquisa para o Jornalismo que está por vir: A função social da Universidade e os obstáculos para a sua realização*. Florianópolis: Ed. Insular.
- Meditsch, E. & Zuculoto, V. (coord.), (2008). *Teorias do rádio: textos e contextos*, vol. 2. Florianópolis: Insular.
- Ministério da Educação. (2013). Resolução CNE/CES nº 1/13, *Resolução do Conselho Nacional de Educação/Câmara de Ensino Superior*.
- Moura Peixoto de, C. (2001). Curso de Comunicação no Brasil: Do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares. *Revista Famecos*, nº 14.
- Prata, N. & Binco del, N. (2016). Perfil do ensino do rádio no Brasil. En: V.I. Zuculoto, Lopez De. & M. Kischinhevsky. *Estudos Radiofônicos no Brasil, 25 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom*. Coleção GPs (Grupos de Pesquisa), v. 22. São Paulo: Intercom.
- Prata, N., Pessoa, S., Santos, M. & Campelo, W. (2014). Cursos de graduação em Radialismo no Brasil: trajetória e cenário. *Revista Brasileira de História da Mídia*, v. 3, n. 2, jul.-dez.



## **Chile**

### **Carlos Montenegro Armijo**

Pontificia Universidad Católica de Chile

Santiago de Chile. Chile

cmontene@uc.cl

Periodista egresado de la Pontificia Universidad Católica de Chile y Magister en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Santiago de Chile. Trabajó como periodista en las radios Chilena y Cooperativa. Desde 2006 se desempeña como académico de la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile, en donde imparte cursos de periodismo radial, coordina la línea de contenidos radiales de la carrera de Periodismo y trabaja como Editor General del medio escuela *Radio UC*.

### **Estado del arte**

Un 19 de agosto de 1922 arrancaba la historia de la radio en Chile. Ese día, un grupo encabezado por los profesores Enrique Sazié y Arturo Salazar, lograba enviar sonidos a distancia desde la Casa Central de la Universidad de Chile, hasta los salones del diario “El Mercurio” (Lasagni, Edwards, & Bonnefoy, 1988). En esa primera transmisión ya se dibujaba parte del destino de lo que sería la radiodifusión chilena: música grabada, música en vivo y la lectura de noticias, en este caso

sacadas del diario impreso, entre las que se incluía la información de un temblor ocurrido en la zona sur del país.

Ha sido la vocación de servicio público la que ha caracterizado a la radio en Chile. Si bien el modelo empleado es uno comercial, con emisoras financiadas mayormente a través de la venta de publicidad, la radiodifusión en Chile ha encontrado sus momentos de más alta valoración en la conexión con la ciudadanía ya sea en las grandes catástrofes naturales, como los movimientos sísmicos, o bien en las épocas más duras de la historia política del país. Así ocurrió durante la larga dictadura de Augusto Pinochet, cuando la radio construyó un capital de credibilidad del que goza hasta el día de hoy, siendo la voz de los silenciados y manteniendo una firme y valiente oposición, principalmente a través de las radios chilenas y cooperativas.

Estos lazos contruidos con la ciudadanía perduran hasta hoy, en una época en que la industria radial sigue contando con la confianza de la gente. Según la encuesta Cadem - Plaza Pública, la radio es la institución más confiable entre los chilenos, con un 61% de los ciudadanos que declaran confiar en ella “mucho o bastante”, superando a la televisión abierta, que registra un 53% o a los diarios, que logran solo un 42% (Cadem, 2018).

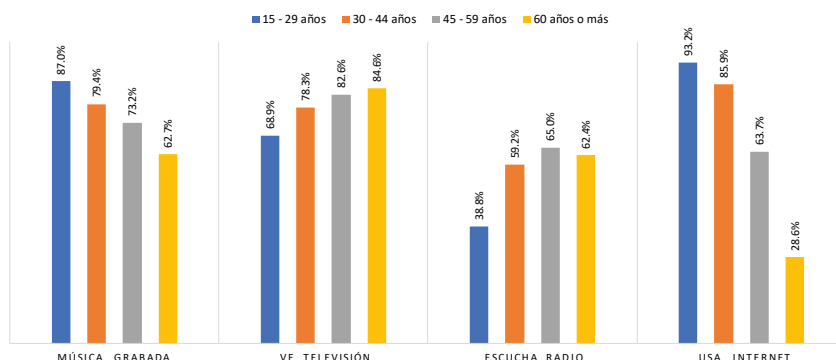
**Tabla 1: Confiabilidad en medios y plataformas**

	Porcentaje “Poco” o “nada”	Porcentaje “Mucho” o “bastante”
La radio	35%	61%
Televisión abierta	45%	53%
Televisión por cable	48%	48%
Diarios y portales on line	49%	46%
Diarios impresos	55%	42%
WhatsApp	65%	28%
Facebook	68%	25%
Revistas	69%	25%
Twitter	64%	17%

**Fuente:** Cadem, Plaza Pública

Pero la confianza en el medio se contrasta con el terreno que gradualmente ha perdido de cara a otras experiencias de consumo medial. Según la Encuesta Nacional de Participación Cultural del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, un 55,4% de los chilenos escucha radio al menos una vez en el día, por detrás del 77,9% que dice ver televisión a diario. Una señal de alerta particular para la radio constituye el 76,7% de personas que escuchan música grabada todos los días (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2017). Estas cifras se estiran más cuando la revisión es por rangos etarios.

**Figura 1: Proporción consumo de medios en el país, por rango etario**



**Fuente: Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.**

En este escenario se presentan las 2.312 concesiones radiales que existen en el país, según las cifras de la Subsecretaría de Telecomunicaciones. De acuerdo con sus registros, 1.806 de estas señales corresponden a Frecuencia Modulada y sólo 144 a la Amplitud Modulada, una franja que ha perdido terreno entre las audiencias, particularmente en la región metropolitana, pero que todavía conserva cierta fuerza en otras regiones del país. Un porcentaje menor del

total corresponde a las 351 emisoras denominadas “radios de mínima cobertura” o, según la nueva estructura, “radiodifusión comunitaria ciudadana”, pequeñas emisoras a las que la ley otorga exiguas potencias para su transmisión en la franja FM y escasas opciones para obtener auspicios (Subsecretaría de Telecomunicaciones, 2018).

Al igual que otros mercados mediales, el de la radio presenta una alta concentración. Según cifras del académico Luis Breuell, en una investigación desarrollada para el Consejo Nacional de Televisión en el año 2015, el índice de concentración alcanzaba al 77% de la audiencia y al 83% de la inversión publicitaria si se tomaba en ese minuto a los cuatro principales conglomerados (Breuell, 2015). Pequeños movimientos en los últimos años han generado cambios menores, en un escenario que mantiene a cuatro grandes conglomerados radiales: “Iberoamericana Radio Chile”, perteneciente al grupo español Prisa; el grupo “Bethia” de propiedad del empresario Carlos Heller, dueño también del canal de televisión Mega; en tercer lugar el grupo “Dial”, que a la fecha de este informe es propiedad del empresario Álvaro Saieh, controlador del diario “La Tercera” y finalmente el grupo “13 Radios”, del también empresario Andrónico Luksic, quien también es titular del Canal 13 de televisión.

El resto de las 36 emisoras en el Gran Santiago, corresponde a estaciones de radio que no forman parte de conglomerados y están vinculadas a tradiciones familiares en el negocio radial, partidos políticos o agrupaciones gremiales o empresariales. A ello se suma la presencia de radios religiosas, de universidades estatales (las universidades de Chile y Santiago) y la reciente en FM “Radio de Carabineros”, una emisora de servicio, propiedad de la policía uniformada y que es la única que no participa del proceso de licitación del espectro electromagnético.



## **Introducción**

### **La enseñanza del periodismo radial**

En Chile cerca de 30 universidades imparten la carrera de Periodismo (Ministerio de Educación, 2018). De cuatro de ellas provienen los docentes que participaron con sus respuestas en este estudio, contestando un cuestionario estándar, al que sumo mis aportes como profesor en una quinta institución.

Todas las mallas curriculares consultadas incluyen al menos un curso dedicado a la radio. La mayor parte de ellos se ubica en torno al segundo año de la carrera y cuenta, principalmente, con un formato teórico-práctico, dando lugar de forma alternada a elementos conceptuales y su posterior puesta en ejercicio. Este es el caso, por ejemplo, de la Universidad de Chile, donde se presentan las asignaturas de “Radio I” y “Radio II”, precisamente en los semestres tercero y cuarto.

Una característica común y que ha favorecido fuertemente la docencia en el medio, es la existencia de emisoras que contemplan entre sus objetivos la formación de los estudiantes. Son estas estaciones de radio, creadas y ejecutadas al alero de las universidades, el lugar ideal para la ejecución y visibilizarían el trabajo de los futuros profesionales, casi siempre de forma posterior a un intenso período teórico. Así ocurre con la Universidad Austral de Chile (UACH), que en su curso “Periodismo radial” pone énfasis en el conocimiento y aplicación del lenguaje radial, desarrollándolo especialmente en torno a la radio de noticias y llegando a una etapa final en la que los estudiantes ejecutan sus propios informativos radiales en el contexto de la Radio Universidad Austral de Chile FM. Particular es el caso de esta universidad que en su segundo curso mínimo de la malla, el “Taller de producción radiofónica”, fija su atención en la creación y ejecución de formatos innovadores, que también se emiten por esa emisora.

En la Pontificia Universidad Católica de Chile (UC), en tanto, también el trabajo se desarrolla en dos cursos. Primero el teórico-práctico

“Narración radial”, orientado al lenguaje radial, los géneros periodísticos y las nuevas formas de hacer radio en el entorno digital. El segundo curso, “Taller de periodismo radial”, sitúa al estudiante y su curso, en el rol del departamento de prensa de una radio informativa, en este caso, Radio UC. En esta tarea ponen al aire en conjunto dos noticiarios diarios, además de distintos boletines horarios. La formación en la UC se completa con cursos optativos de carácter práctico, orientados uno a la edición periodística en radio, y el otro a la producción y creación de programas. Sin embargo, más allá de los cursos formales, una buena parte de la docencia radial en esta universidad se desarrolla en “Radio UC”, instancia en que los alumnos postulan su participación de manera voluntaria, asumiendo todos los roles del medio, tanto en la producción y realización de programas, como en la gestión de la emisora. En cada ciclo académico un número cercano a los 60 estudiantes participa de forma voluntaria, pero se integra a un sistema de trabajo que implica obligaciones y un proceso organizado de retroalimentación por su desempeño.

Algo similar ocurre con la Universidad Diego Portales (UDP). Allí los estudiantes tienen un primer curso teórico, “Periodismo radial”, y una segunda instancia, de carácter electiva, que les permite desarrollar su trabajo en el proyecto multimedia de la Escuela de Periodismo, Vergara 240. Además, Patricio Cuevas, docente de esta universidad, destaca que es esperable que durante el desarrollo de la carrera los alumnos creen otros productos sonoros, como *podcast*, crónicas y reportajes.

En la Universidad Católica de la Santísima Concepción (UCSC) la oferta radial en la malla es más amplia. La carrera contempla tres cursos mínimos de radio: “Mensaje radial”, “Producción radial” y “Realización en radio”. A esto suman un curso entre la oferta de optativos.

## Los obstáculos en la enseñanza radial

La radio no es un medio que figure entre las primeras opciones de consumo medial para los estudiantes. En línea con lo señalado por la ya citada Encuesta Nacional de Participación Cultural, los jóvenes no escuchan radio. A propósito de esta distancia con el medio, el profesor Patricio Cuevas de la UDP, destaca: “Esto implica que deben llegar a esta cátedra sin saber nada y con la obligación de los profesores de hacerles descubrir un medio que no es cercano, pero que está transformando su naturaleza”.

Entre quienes sí escuchan radio se corre el riesgo de caer en el extremo opuesto, como destaca el profesor Juan Domingo Ramírez, de la UACH: “Si lo hacen (escuchar radio), tienden a reproducir los modelos actuales de noticias. Es complejo introducirlos en lenguajes radiales proyectivos y de experimentación”.

La falta de escucha no es algo que sufra solo la radio. Como destaca el profesor Raúl Rodríguez, de la Universidad de Chile, “pese a la ilusión nuestra y las ‘teorías digitales’, tampoco están en el entorno digital, más allá de *apps*, redes sociales, entre otros usos básicos”, lo que se convierte en otra dificultad a la hora de enfrentar la enseñanza del periodismo.

También se destaca entre las respuestas los rasgos propios de esta generación. Se trata de un grupo de estudiantes que, en mi percepción aprenden de forma distinta. Más allá de lo radial, cualquier ejercicio de docencia hoy está desafiado por el estilo de aprendizaje de los alumnos, el formato de las clases debe ser muy activo, se deben agotar los recursos para intentar captar la atención.

## Las metodologías de enseñanza

Sin duda la práctica es el camino para encantar a los estudiantes. El profesor Patricio Cuevas, de la Universidad Diego Portales destaca que la aplicación es “fundamental desde el primer momento”, pero advierte

sobre la importancia de mantener la perspectiva, haciendo ver el rol que cumple cada pieza producida dentro del entramado de una emisora.

Entre los docentes entrevistados se destaca la importancia de situar al estudiante en lo que denominan “el mundo real”, considerando cada una de las etapas de producción, desde la pauta, pasando por la fase de recolección de datos y terminando con la puesta al aire. Creo relevante destacar que la experiencia de emitir de forma real los productos creados por los estudiantes, refuerza en ellos el compromiso con la verdad, la rigurosidad y en general con los valores periodísticos, al tener ellos la certeza de que, además de sus auditores, sus fuentes pueden acceder también a la versión final de su trabajo.

En este “aprender en el hacer” resulta clave la progresión en la adquisición de responsabilidades. El profesor Rigoberto Albornoz, de la Universidad Católica de la Santísima Concepción resalta que desde el año 2013 el programa de la carrera se dicta a través del modelo basado en resultados de aprendizaje y competencias:

Las clases tienen una formación conceptual y luego la aplicación práctica de los conceptos. El conjunto de actividades tiene como finalidad el logro de los resultados de aprendizaje junto con la formación de competencias en sus distintos niveles, todo lo cual se expresa en el programa de la asignatura.

Juan Domingo Ramírez resalta, por otro lado, la relevancia de compartir con los estudiantes distintas tecnologías y softwares, para así generar competencias independientes de la técnica empleada.

Siempre en esta metodología centrada en la experiencia práctica, la etapa de evaluación cumple un importante rol.

En el análisis de los programas se van construyendo modelos de producción basados en una comunicación de diálogo, contextualizada, y de valoración de los oyentes. Se cruzan conceptos de otras asignaturas, como las industrias culturales y la mediación de los medios: Bertrán, Díaz Bordenave, Barbero, entre otros, explica Juan Domingo Ramírez, de la UACH.

## **A quiénes se les enseña y cómo conectan los docentes con ellos**

Dependiendo de la malla curricular, los estudiantes pueden o no tener alguna experiencia de reporte, aunque lo usual es que esto no ocurra. Lo que sí los define es su escaso conocimiento del medio radial, dada la exigua experiencia como auditores del mismo. Sin embargo, más allá del desconocimiento y la lejanía, el ejercicio práctico les resulta atractivo y muestran un efectivo interés en aprender del trabajo radial. Cuevas señala que los estudiantes agradecen, especialmente, cuando el profesor interviene en el proceso en momentos que el alumno se encuentra en las islas editoras, en el estudio o desarrollando otras actividades.

Entre los profesores entrevistados emergen dos líneas de conexión con los estudiantes: por un lado está la estrictamente radial y periodística y por otro, la personal.

En lo referido a lo periodístico y radial, un factor que posibilita la conexión con los actuales estudiantes es el interés del profesor por innovar, tanto en las metodologías empleadas en la sala de clases, como en los productos radiales generados, como lo destaca Patricio Cuevas:

Algunos profesores tienen un enfoque muy tradicional dictado por la lógica de la rueda de prensa y las vocerías. En la medida que se reflexiona y aplican cosas respecto de la post producción, la narración y el montaje, la tarea se vuelve más desafiante.

En este mismo sentido, se destaca la importancia de dar espacio a los estudiantes para que sean protagonistas en cada etapa del proceso. Se trata de un equilibrio muy delicado para el profesor entre dejar al alumno proponer, pero al mismo tiempo mantener una responsabilidad en la decisión última, esto con el fin de garantizar la existencia de ciertos estándares. Cuando el estudiante se siente protagonista, está decididamente más involucrado y esto, en cada etapa del proceso: en la pauta al proponer temas y su estrategia de reporte, en la reflexión

sobre las voces que deben ser escuchadas al cubrir una historia y también en la discusión en torno a los mejores formatos para llegar a las audiencias.

En la misma línea de la innovación, Raúl Rodríguez, de la Universidad de Chile cree que es necesario abrir la mirada:

Ampliando el conocimiento más allá de la nota informativa, podemos mejorar las culturas profesionales y las prácticas de radio dentro de los medios. Así también estamos incentivando el desarrollo de proyectos propios (*podcast*, radios en línea, etc.). Es decir, hoy no se necesita estar en «las radios tradicionales» para hacer radio.

Pero así como la innovación en formatos y estilos permiten enganchar, también lo hacen las estrategias que apuntan a las características personales de los estudiantes, como lo destaca Rigoberto Albornoz:

Nos conectamos demostrando interés y empatía suficiente. Los alumnos son muy receptivos y dispuestos. Esto también requiere que el profesor investigue y se mantenga al tanto de los cambios que experimentan los medios de comunicación y las formas de comunicarse que tienen los jóvenes.

Como ya mencionábamos en el apartado sobre metodología, los jóvenes estudiantes de comunicaciones no aprenden de la misma forma que lo hacían hace diez o incluso cinco años. Cuando el docente se esfuerza en conocer a su alumno, incorpora nuevas metodologías en la sala e incentiva la participación, existe también una posibilidad de conexión. En cambio, cuando la radio resulta un medio lejano, cuando es “eso que escuchan con los padres en el auto” y además es presentada en clases de formato teórico, con largos contenidos expositivos, los riesgos de perder su atención son mayores.

Por lo anterior, resulta esencial situar a la radio en el entorno digital e incluir en la reflexión con los estudiantes aquellos momentos en que se conectan con la radio, sin estar necesariamente sintonizándola: cuando descubren un posteo en *Instagram* o *Facebook* de la radio,

cuando la emisora crea una infografía o también, claro, cuando ha tenido un golpe periodístico del que han sabido por otras plataformas. Ahí también ellos se han conectado con la radio y al hacerles ver esto, el profesor también conecta con ellos.

## **El predominio de lo visual en la cultura**

La fuerte presencia del mundo audiovisual, sumada a la baja escucha radial, podría ser una dificultad a la hora de enfrentar la docencia en radio, sin embargo, no llega a ser de importancia. Rigoberto Albornoz advierte que en el medio sonoro, una de las dificultades viene dada no tanto por el predominio audiovisual, sino por cómo este puede condicionar a los jóvenes: “Existen limitaciones que se relacionan con las formas expresivas verbales y la falta de pericia para elaborar mensajes que solo tengan sonido”. Este problema se ve reforzado cuando nos planteamos ante la radio tradicional, que cuenta con un código estrictamente sonoro y en el que, de entre todos los recursos expresivos del lenguaje radial, los estudiantes hacen prevalecer aquel que conocen por su uso diario, es decir, la palabra, esto en desmedro de las oportunidades comunicativas que ofrecen los efectos sonoros, la musicalización y el silencio.

Aún en este escenario, el predominio audiovisual se convierte en una oportunidad, remarca Patricio Cuevas:

La radio es un medio visual. O sea, es ciego, pero visual. Por lo tanto, debes tratarlo creando imágenes, capturando ambientes, obteniendo buenas declaraciones, desarrollando la historia en la sala de edición, y con un aire caliente, con una dosis de emoción y urgencia permanentes.

En ese sentido podríamos decir que la radio tiene más en común con el libro que con la televisión, pero se apoya en esta cultura predominantemente audiovisual para favorecer la comunicación de sus mensajes sonoros que apelan a la creación de imágenes.

Por otro lado, las oportunidades que ofrece el entorno digital han ido difuminando la frontera entre los medios tradicionales. Tal vez vale la pena remarcar la diferencia que existe entre la enseñanza por un lado del lenguaje radial y por otro, de los canales por los que hoy la radio puede llegar a sus audiencias. Hoy el medio radial y quienes lo estudian, se debieran ver desafiados a “poblar” cada nueva plataforma, a probar las oportunidades que ofrecen para la radio y arriesgarse aunque un par de semanas después, el canal deba ser desechado. En un ambiente universitario el riesgo debiera ser una máxima y esto termina exigiendo a los estudiantes conocer otros lenguajes, además del radial.

Si vamos un paso más allá, incluso, Ramírez sostiene que “si se enseña la radio tradicional, se fracasa” y añade que hoy deben integrarse las características multimedia “buscando lo que será la radio en los próximos años”. En la misma línea, Rodríguez sostiene que el predominio audiovisual no es un problema mayor “en la medida que desarrollemos proyectos de radio o programas que apunten a aprovechar las bondades de la convergencia, teniendo como base lo sonoro o radial”.

Creo, particularmente, que pensar hoy los programas de radio agotando los roles de trabajo y la experiencia de escucha en el espacio “al aire” (aunque sea este virtual o digital) es simplemente abandonar una parte de la tarea. Hoy la producción radial debe considerar la convergencia y las oportunidades que ofrece la interacción del contenido entre lo estrictamente sonoro y el mundo de las redes sociales y las oportunidades de multimedia e interactividad que ofrece el sitio de la emisora.

### **La falta de escucha**

Ya está mencionado como uno de los principales obstáculos a la hora de enseñar radio: los jóvenes no la escuchan. Los programas de deportes, principalmente en sus versiones de estudio, aunque también



en las de estadio, son de los pocos que gozan con “alta sintonía” entre los estudiantes de periodismo. Los contenidos musicales dejaron de ser patrimonio de la radio, hoy los jóvenes descubren las novedades a través de plataformas especializadas, como *Spotify* o en sitios de videos, como *YouTube*.

Otra instancia de escucha son los traslados. La radio, también para estas generaciones jóvenes, sigue siendo un medio de compañía que permite conectar con el mundo, al mismo tiempo que hacer más breves los trayectos entre la casa de estudios y su hogar, aunque esto ocurre en una pequeña proporción de los alumnos, al menos según lo que confiesan en las primeras clases de los cursos, cuando como profesores sondeamos su aproximación al medio.

A nivel general, las audiencias radiales suelen experimentar aumentos cuando el país registra desastres naturales de magnitud, como han sido en los últimos años los fuertes sismos o algunas inundaciones. Los jóvenes no son distintos al resto de la población, dado que acceden a la radio, en menor medida por interés propio y en la mayor parte de los casos, como resultado de una acción familiar.

Entre quienes sí escuchan radio, la diversidad de canales para hacerlo es lo más llamativo: el teléfono móvil a través de su navegador o de las aplicaciones móviles de las emisoras y transmisiones de *Facebook Live*, aparecen entre los canales mencionados por los alumnos.

Suelen ser los propios cursos de radio un espacio de descubrimiento. Cuevas señala:

Se encuentran con la radio, más bien; en la medida que sus padres comparten ciertos espacios y tienen la costumbre de enseñar el hábito. Nos pasa que este tipo de ramos son un descubrimiento para ellos. Muchos se enamoran a primera vista. Lo digo súper en serio.

## Referencias bibliográficas en la enseñanza del periodismo

Estas son las referencias mencionadas por los profesores consultados.

Patricio Cuevas, Universidad Diego Portales:

- Manual de estilo de construcción de crónicas de la NPR.
- Manual de estilo de Radio Ambulante.
- Sound Reporting, también de NPR.

Rigoberto Albornoz, de la Universidad Católica de la Santísima Concepción, de Concepción:

- Araya, C. (2006). Cómo producir un programa de radio. *Revista Educación*, vol 30, n° 2, Universidad de Costa Rica.
- Balsebre, A. (1996). *El Lenguaje Radiofónico*, Madrid: Cátedra.
- Ballesteros, T. (s/f). *La radio un medio para la imaginación*. Red de emisoras comunitarias del Magdalena Medio. Colombia.
- Cebrián H., M. (2008). *La Radio en Internet*, Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- \_\_\_\_\_. (2010). *La radio en Internet*.
- Lazo, C. M. & Ortiz S., M. (2016). *La información en Radio*, Madrid: Fragua.
- Rodero, E. (2005). *Producción Radiofónica*. Madrid: Cátedra.

Raúl Rodríguez, Universidad de Chile:

- Martínez C, M. del P. (2002). *Información Radiofónica*. Madrid: Ariel.
- Instituto Nacional de Estadísticas (2016). *Anuario tiempo libre y cultura*
- Ramírez, J, D. de la Universidad Austral de Chile, en Valdivia:
- López, V. (1997). *Manual urgente para radialistas y radio apasionados*. Quito. Ecuador.

A nivel personal, destaco de mi bibliografía como textos de referencia, los siguientes:

- Cebrián H., M. (2008). *La Radio en Internet*, Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Martínez C., M. del P. (2002). *Información Radiofónica*. Madrid: Ariel.
- Rodero Antón, E. (2005). *Producción Radiofónica*. Madrid: Cátedra.

### **Ejercicios en clases**

La idea de acercarse de la mejor forma posible al trabajo periodístico real, flota como un eje central entre los ejercicios descritos por los profesores entrevistados.

Patricio Cuevas, UDP

1. Salida a terreno a buscar historias. Cortan cuñas. Cuentan la historia enfrente del curso (declamando) mostrando tres de esas cuñas.
2. Pauta de prensa tradicional. Recogen cuñas y reportean la dimensión contraria. Arman nota y escriben pautas de presentación.
3. Investigación de crónica radial. Cuatro fuentes, hipótesis y desarrollo en un producto de cinco a siete minutos. Deben incluir el guion en su versión final definitiva.

Rigoberto Albornoz, UCSC:

1. Captura y edición de sonido en programa de edición digital.
2. Elaboración de boletín.
3. Elaboración de noticiero.
4. Realización de reportajes.
5. Desarrollo de entrevistas.

Raúl Rodríguez, U. de Chile:

1. Convertir una nota de prensa escrita para radio.
2. Salir a reportear y llegar a escribir, locutar, editar y montar nota de radio dentro de la misma jornada de clases.
3. Hacer despacho en el terreno.

Juan Domingo Ramírez, UACH:

1. En el curso inicial se trabaja en crónica con cuña, insistiendo en la proyección de la noticia. Disponen de una mañana de trabajo en que reportean, graban y editan sus productos.
2. En el segundo, generan un proyecto de programa de una hora de duración. Producen un programa o y luego 6-8 capítulos que son grabados bajo la supervisión del docente, un técnico académico y cuatro ayudantes de cursos superiores. Se ejercitan en la generación y defensa de sus proyectos, uso del estudio, edición y relación con la emisora de la universidad.

Además de estos valiosos ejercicios de formatos periodísticos, me permito mencionar algunas actividades más, que son parte del contenido de mis cursos (UC):

1. Puesta en página web de un reportaje radial. Luego de entregar una versión tradicional de un reportaje de siete minutos, con fuentes propias y un cuidado trabajo de pauta, los estudiantes llevan ese tema a una versión web, trabajada con gestores de contenido gratuitos y que resultan simples de usar para ellos, como *Wix* o *Wordpress*. El ejercicio consiste en informar del mismo tema, conservando el mismo foco, pero desarrollando un trabajo multimedia e interactivo, en el que el sonido ocupa un lugar protagónico.
2. Test de actualidad con voces. Así como incentivamos la escucha de radio y explicamos a los estudiantes la necesidad de estar

permanentemente informados, un formato de control de actualidad consiste en la ejecución de voces de personajes que han sido protagonistas de noticias en la semana para que los alumnos identifiquen a la fuente y la noticia. Quienes tienen el hábito de estar informados, en general obtienen muy buenos resultados y para el resto, resulta desafiante.

## **Enseñar la radio**

Entre los profesores consultados existe consenso: la radio se puede enseñar, aunque “se aprende con los años de oficio”, advierte Patricio Cuevas. Casi como un complemento, Rigoberto Albornoz asegura que el medio tiene “una personalidad propia” que la puesta en práctica, pero también la revisión de sus raíces permiten conocer.

Resalta Raúl Rodríguez, que “partiendo por lo sonoro, pero pasando por distintos géneros y formatos, además de la ejecución de transmisiones especiales, el hacer es el camino preferido para la enseñanza del medio”.

Ramírez apunta que la clave está en mirar al futuro:

Claro que sí (se puede enseñar). Siempre y cuando se dé libertad a los estudiantes para experimentar, crear, defender, producir y poner al aire sus productos (a través de una emisora al aire o la creación de radios *on line*). Pero la enseñanza no está en la imitación de los modelos actuales, sino en la proyección de la radio en los años en que ellos ya estarán en el mercado laboral.

Desde mi punto de vista la radio no sólo se puede enseñar, sino que la radio también se puede transmitir: cuando el estudiante ve que el profesor vibra, cuando el estudiante ve que al profesor el medio le apasiona y sobre todo, cuando el estudiante ve que el profesor trabaja junto a él codo a codo, imponiendo desafíos, pero guiando y acompañando cada etapa del proceso, ahí la radio se transmite y se enseña.

En mi experiencia profesional el escenario ideal para la enseñanza de la radio es la existencia de un “medio-escuela” en la propia universidad. Ese escenario propicia labores que una malla curricular no podrá entregar y genera interacciones entre estudiantes, que las paredes de un curso no pueden ofrecer. De todas estas interacciones emerge el ambiente docente que caracteriza a un “medio-escuela”, un lugar donde cada integrante del equipo técnico sabe que no sólo está poniendo al aire la radio, sino que está enseñando. De la misma forma cada estudiante sabe que no sólo está ejecutando su programa o su tarea, sino que también está llamado a entregar herramientas a sus pares más jóvenes. Para los estudiantes el ejemplo de su profesor resulta motivante, pero para los más jóvenes, el modelo que representan sus compañeros mayores resulta especialmente motivador y vocacional. Por otro lado aquellos alumnos que cursan los semestres finales de su carrera, sienten la responsabilidad de llevar a las nuevas generaciones las herramientas que han ido adquiriendo. Y compartir, también en radio, es el mayor de los aprendizajes.

## **Conclusiones**

La mirada general entre los profesores entrevistados es optimista. Si bien el punto de partida puede no ser uno especialmente favorable, existen distintas estrategias que permiten seguir creyendo en un futuro luminoso.

En las universidades estudiadas existe una mirada que combina contenidos teóricos con un fuerte componente práctico, siendo esta segunda parte la que registra una mayor valoración por parte de los estudiantes. Especial relieve adquieren los proyectos de “medios escuela” existentes en las instituciones participantes. Estos espacios permiten a los alumnos poner en práctica los aprendizajes adquiridos en un marco real con las responsabilidades que implica, pero también con sus correspondientes oportunidades para la creatividad.

La baja escucha de radio es siempre una amenaza. Sin embargo, son los propios cursos y el ejercicio de lo aprendido la mejor instancia para el descubrimiento del medio. Si bien la radio puede parecer un medio lejano, se reconocen alternativas para aproximarlo. Por un lado, la innovación, tanto en las metodologías de enseñanza como en los propios productos creados, mientras que por otro canal resulta clave para el enganche con los contenidos, la empatía que el profesor genera con los estudiantes y su forma de aprender. En ambos caminos es indispensable saber situar a la radio en el entorno digital y describirla como un medio que vive un proceso de cambios y adaptación, de forma que hoy apela a sus audiencias y a los propios jóvenes, por vías diversas e innovadoras.

## Referencias bibliográficas

- Breuell, L. (2015). *Estudio de Concentración de Medios en Chile*, octubre 2018, Disponible en <https://goo.gl/E1c1PV>.
- Cadem, (2018). *Plaza Pública, Cadem.*, octubre 2018, Disponible en <https://plazapublica.cl/wp-content/uploads/2018/04/Track-PP-223.pdf>.
- Lasagni, C., Edwards, P. & Bonnefoy, J. (1988). *La radio en Chile: historia, modeos, perspectivas*. Santiago: Ceneca.
- Ministerio de Educación, (2018). *Mi Futuro*, septiembre 2018, Disponible en [www.mifuturo.cl](http://www.mifuturo.cl).
- Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, (2017). *Encuesta Nacional de Participación Cultural 2017*, octubre 2018, Disponible en [https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2018/03/enpc\\_2017.pdf](https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2018/03/enpc_2017.pdf).
- Subsecretaría de Telecomunicaciones, (2018). *Subsecretaría de Telecomunicaciones*, octubre 2018, Disponible en <http://subtel.gob.cl>.





## **Colombia**

### **Andrés Barrios–Rubio**

Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano  
Bogotá. Colombia  
andres.barrios@outlook.com

Desarrolla su actividad investigadora, actualmente, en el uso de las redes sociales como espacio para la interculturalidad en el caso de los jóvenes, el impacto de las TICs en la formación de los comunicadores, y en el análisis de las sinergias entre el on air y el online en la industria radiofónica colombiana; temas sobre los que versan sus publicaciones académicas. Profesor Titular y Director del Departamento de Comunicación Social y Cinematografía –Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Colombia.

### **Estado del arte**

Colombia se ha caracterizado en su historia mediática por ser un país con unas costumbres radiofónicas bastante arraigadas, la radio tiene una penetración del 89% que le da un papel preponderante en el ecosistema mediático nacional donde la televisión alcanza un índice del 99%, Internet 85% y la prensa 67%. Las 1.578 emisoras que existen en Colombia (667 comerciales, 285 de interés público y 626 comunitarias) desde la AM (353) y el FM (1.225) atraviesan un proceso

de transformación, reconfiguración y reinención que les permite responder a las necesidades de la audiencia, ahora inmersa en los dispositivos de pantalla. Proceso que está soportado en la convergencia teórico-práctica que brindan los procesos investigativos y formativos de las más de 63 escuelas de comunicación social – periodismo que existen en el territorio nacional.

## **Introducción**

El ecosistema mediático atraviesa un proceso de convergencia en el que coexisten los medios convencionales y lo que se conoce como cibermedios (Cebrián, 2009) o web-medios, ahora complementados por los *app*-medios (Barrios-Rubio & Gutiérrez-García, 2017). Escenario en el que la prensa, la radio y la televisión replantean sus rutinas productivas (Bonet & Fernández, 2006, Gutiérrez & Pacheco, 2011, Martínez-Costa, 2015) y reconfiguran su modelo de negocio (López, 2011, Martí et al., 2015) para hacer frente a un nuevo nicho de mercado en el que la audiencia responde a las dinámicas de sus dispositivos de pantalla (Ribes et al., 2017).

El fenómeno de las TICs, que nos es ajeno a la academia y el proceso de formación que se brinda a los futuros profesionales, ha transformado la forma en que se prepara a los estudiantes para analizar, confrontar y abordar la forma de actuar en el entorno mediático de un mundo globalizado (Barrios & Fajardo, 2017). La malla curricular de los programas de comunicación social – periodismo se estructuran para permitir que el educando adquiera competencias<sup>12</sup> para desempeñar su profesión en el entramado social de una sociedad tecnológica, y de este modo, responder a los requerimientos del mercado laboral que busca

---

12 Se puede definir la competencia como un conjunto multifuncional y transferible de conocimientos, destrezas y actitudes que todas las personas necesitan adquirir en el proceso de aprendizaje para su realización y desarrollo personal, inclusión en la sociedad y acceso al empleo. Deben ser transferibles y, por tanto, aplicables en determinados contextos y situaciones (Zubizarreta, 2008; Tuñez, Martínez & Abejón, 2010; Zambrano, 2012; Barrios & Zambrano, 2015).

comunicadores que a través de los diversos aplicativos, de los medios modernos, propicie la constitución de una cultura “local” (Urcola, 2008, Banegas & Rivera, 2012).

La teoría como base de la práctica, la mezcla de posturas y corrientes académicas tradicionales con el desarrollo de las competencias prácticas, forma comunicadores-periodistas autónomos e independientes facultados para propiciar productos textuales, sonoros, visuales, fotográficos, gráficos e iconográficos que responden a las lógicas de difusión cross-mediáticas bajo narrativas trans-mediáticas (Martínez-Costa, 2015) Modelo pedagógico en el que convergen el concepto tradicional del aula y los laboratorios de práctica y experimentación que acompaña la construcción del conocimiento por parte de profesores y estudiantes (Zambrano, 2012; Barrios & Fajardo, 2017). Reinención del entorno educativo para la generación “@”<sup>13</sup> (Barrios 2016a) que hoy está en las Universidades.

Las instituciones de educación superior configuran un perfil convergente del comunicador social – periodista que responde a seis dimensiones presentadas por García (2009) y Salaverría (2010): empresarial, grupos multimedia que diversifican canales y soportes de distribución; tecnológica, convergencia de soportes, plataformas y medios; contenidos, procesos de producción en diferentes formatos; comunicativa, confluencia de lenguajes y sistemas; usuarios, audiencias determinadas; profesional, nuevas rutinas de trabajo y competencias del comunicador. Integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados de forma que los comunicadores elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una (Salaverría, Gracia, & Masip, 2010). Los *mass media* dejaron de ser estructuras aisladas y entendieron la importancia de su convergencia, por ello el profesional de hoy debe saber moverse en ese entorno en

---

13 Se clasifica como generación @, a aquellos jóvenes nacidos del año 2000 en adelante y que en su proceso de formación, así como en sus diversas relaciones sociales conviven con diversos medios, aplicativos y plataformas virtuales.

el que tanto los medios, como los profesionales de la comunicación, encuentran una oportunidad y un complemento para su trabajo de comunicación en la sociedad. Reto concordante con una audiencia que de manera simultánea accede a diversos medios y plataformas desde esos instrumentos tecnológicos que posee y a través de los cuales se relaciona con la sociedad y los medios y plataformas (Castillo, 2014) Gramática que condiciona la producción de contenidos, el consumo de los mismos y las interacciones comunicativas; la forma de llegar al público.

Simbiosis mediática-formativa que propicia la apropiación de procesos interactivos, esquemas de información y recursos expresivos para llegar a una audiencia de pantalla, que poco accede a los medios convencionales. Concepción comunicativa interactiva que conecta contenidos, medios y servicios con un comunicador-periodista marca que trabaja para un medio tradicional y a su vez genera y administra su imagen digital (Noguera, Martínez, & Grandío, 2011). Bifurcación de contenidos en una pantalla interactiva que trae consigo la inclusión de vínculos o enlaces entre textos, gráficos, secuencias de vídeo, sonido, animaciones e incluso música, que están interconectados y jerarquizados entre sí para conducir al público a unas acciones de consumo predeterminadas.

De lo expuesto surge el cuestionamiento del papel que cumple la academia en la formación del comunicador-periodista de hoy. La preparación que se brinda al futuro profesional para hacer frente a un entorno de redes de comunicación y colaboración en el que se imponen modelos de sindicalización, afiliación, agregación y comunidades a través de web-medios y *app*-medios en donde los medios convencionales revitalizan su aportación diferencial (texto, audio y vídeo) al tiempo que redefine la relación con el público-usuario. Panorama que replantea el concepto de la profesión y su actuación en el ecosistema comunicativo.

## **Metodología**

Desde su llegada a Colombia, en 1929, la radio se ha posicionado como uno de los medios de comunicación más importantes de la sociedad nacional. Los índices de penetración, alrededor del 74%, demuestran un hábito de consumo consolidado que incide en la interpretación y construcción de la realidad nacional (Barrios, 2016b). El objetivo de este texto es evidenciar la forma en que las universidades colombianas sensibilizan a los jóvenes estudiantes con el sonido para aproximarlos a las rutinas productivas y el modelo de negocio de la radio impactada por el ecosistema digital. Para delinear el eje de acción en el desarrollo del proceso investigativo se formuló la siguiente pregunta:

¿Cuál es el proceso de enseñanza–aprendizaje que se tienen por parte de las instituciones de educación superior para que los comunicadores sociales – periodistas se desempeñen en un medio de comunicación como es la radio?

Para identificar los ejes de acción, en el campo sonoro, de las universidades en sus mallas curriculares se desarrolló una investigación descriptiva de tipo exploratorio correlacional (Cazau, 2006) a través de encuestas–entrevistas aplicadas a 5 profesores (Tabla 1), de igual número de universidades, las cuales fueron seleccionadas con los siguientes criterios: contar con importante número de egresados vinculados a la industria radiofónica, que su malla curricular tenga o haya tenido un énfasis o fuerte componente radiofónico, y que dentro de sus propuestas de trabajo de extensión o impacto en la comunidad esté una emisora convencional o virtual. La recolección de la muestra se realizó entre los meses de diciembre de 2017 y marzo de 2018.

**Tabla 1. Muestra de profesores y universidades objeto de estudio**

Universidad	Profesor	Emisora de la Universidad	Proximidad de la institución con la industria radiofónica
Pontificia Universidad Javeriana	Miguel Andrés Carvajal Navas	Javeriana Estéreo y Radiando-web	Dentro de su plan de estudios de Comunicación Social cuenta con un énfasis de radio. Dada la especificidad los estudiantes tienen la posibilidad de cursar 18 asignaturas del campo radiofónico.
Institución Universitaria Politécnica Gran-colombiano	Álvaro Rodríguez Hernández	Poliradio	Su emisora ha sido epicentro de la conformación del <i>pull</i> de medios digitales que ofrece para la formación de estudiantes. En la actualidad tiene una sola materia específica del campo sonoro, pero en su propuesta formativa el sonido juega papel estratégico.
Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano	Sandra Esther Gasca Buelvas	Emisora HJUT y Ôyeme Utadeo	Contó con un programa tecnológico de producción radial que daba la posibilidad de cursar 18 asignaturas del campo radiofónico. En la actualidad en su plan de estudios tiene dos materias específicas del componente sonoro y apuesta por la formación de los procesos de convergencia.
Universidad Santo Tomas	Clarisa Chávez Solano	Escenario Radio	Su emisora ha tenido impacto en la formación sonora de los estudiantes, escenario de práctica voluntaria y guiada que involucra al educando con la comunicación radiofónica. En la actualidad cuenta con una materia específica de radio, pero el sonido está presente en los escenarios convergentes.
Fundación Universitaria Los Libertadores	Jairo Orlando Guatama Garzón	Libertadores <i>OnLine</i>	Constituyen una emisora virtual como escenario de proyección y práctica de los estudiantes interesados en profundizar en el campo radial. Actualmente cuenta con dos asignaturas específicas del área sonora.

**Fuente:** Elaboración propia

Para la exploración de los planteamientos recolectados se empleó el programa de análisis cualitativo MAXQDA teniendo como base tres categorías de análisis (Tabla 2). Insumo que permite la construcción de la realidad estudiada desde la aproximación al discurso elaborado por los docentes de cada Universidad (Jaramillo, 2012). Ejercicio académico–investigativo que aporta pistas sobre lo que se hace, cómo se vive y cómo se puede mejorar la enseñanza–aprendizaje del texto sonoro en Colombia.

**Tabla 2. Categorías de análisis**

Categoría	Lo que busca
<b>La enseñanza del medio radio</b>	Escenario bajo el cual se imparte la asignatura, estrategias y metodologías que propician el acercamiento al componente sonoro.
<b>Los jóvenes y el medio radio</b>	Relación y aceptación de los jóvenes a las propuestas sonoras. Apropiación de uno de los medios de trabajo profesional.
<b>La radio y los procesos convergentes</b>	El proceso de enseñanza–aprendizaje vinculado a la reinención de un medio existente en el marco de internet.

Fuente: Elaboración propia

Los hallazgos, que no presentaron ningún inconveniente durante su recolección, fueron analizados de una manera inductiva, con el fin de encontrar temas comunes y opiniones generalizadas. Esta técnica permitió que los invitados participaran en la construcción de un perfil de la enseñanza de la radio en las instituciones de educación superior colombianas.

## Resultados y discusión

La enseñanza del medio radio ha perdido escenario y protagonismo en las mallas curriculares de los programas de comunicación social –

periodismo, de las cinco o seis asignaturas que tenía en la década de los 80 y comienzo de los 90 se comprime a uno o dos cursos en este instante. Escenarios académicos en donde, sin importar el nombre que asume en cada universidad, se busca generar en los estudiantes competencias frente al lenguaje radiofónico, la narración sonora, la redacción radial, los equipos técnicos, el modelo de negocio, las rutinas productivas y la concepción de géneros y formatos radiofónicos.

Las instituciones de educación superior colombianas concentran sus esfuerzos en los primeros semestres a temas de redacción, el periodismo y las teorías de la comunicación que luego serán adaptados a las particularidades de cada medio. La radio aparece en el segundo o tercer semestre como un taller sonoro teórico-práctico, en promedio tres horas a la semana, que busca sensibilizar la narración sonora de los educandos. Quienes apuestan por un espacio más amplio dedicado al medio radio, en sus programas educativos, estructuran un segundo curso más práctico (cuatro horas semanales) en el que los estudiantes llevan a la realización, a través de propuestas comunicativas sonoras que convergen con los géneros periodísticos, los conceptos teóricos desarrollados en el contexto radiofónico.

Es generalizada una queja, de los profesores del área radial consultados, frente al poco tiempo con que se cuenta para el campo radiofónico, pues en 16 semanas, 48 horas semestrales, es casi imposible abordar los contenidos programáticos y llevarlos a la práctica, desarrollar las habilidades radiales en el joven. En el escenario académico, el aula de clase, no solo hay que hacer frente a los problemas de redacción, vocabulario y lectura, así como a las limitaciones técnicas y tecnológicas que se evidencian en los estudiantes, sino que se debe derrotar el desinterés por la radio que poco o nada conocen y consumen. El primer reto está en demostrar que el medio radio es más que música y brinda un sinnúmero de competencias al profesional de la comunicación-periodismo.

Pedagógicamente, el escenario planteado obliga a recurrir a dos tipos de metodologías educativas: Cognitiva, desde la fundamentación



teórica el estudiante realiza trabajos investigativos que posteriormente permiten el análisis de piezas sonoras que conducen a la construcción de conocimiento, y constructivista, se lleva a la práctica ejercicios en los que el educando de forma autónoma les da un sentido propio para ser comunicados a través de la radio o cualquier otro medio de reproducción sonora. Talleres en los que la teoría es llevada a la práctica para la producción de contenidos. *Design Thinking* de aprendizaje colaborativo basado en problemas que desarrolla las habilidades y competencias radiofónicas.

Fundamentación teórica que está sustentada desde los planteamientos de autores norteamericanos, europeos y latinoamericanos<sup>14</sup>, contemporáneos y actuales, que abordan los lineamientos del fenómeno radiofónico convencional y la transformación que tienen las rutinas productivas del medio al incluir en su modelo de negocio escenarios en donde la radio se transforma en “web-r@dio” y “app-r@dio”. Postulados teóricos que se materializan y evalúan en la producción y postproducción de diversos contenidos sonoros (Gráfica 1).

### Gráfica 1. Ejercicios de apropiación sonora

Contenidos Sonoros	Prácticas individuales	Improvisación. Dicción. Respiración. Entonación. Lectura. Interpretación de la información. Producción de paisajes sonoros. Cuñas y material comercial. Construcción de historias con sonidos.
	Prácticas grupales:	Programas: Informativo. Magazín. Deportivo.
	Géneros periodísticos:	Entrevista. Reportaje. Crónica. Debate

Fuente: Elaboración propia

### Prácticas de enseñanza-aprendizaje que se adecuan a la segunda

14 Robert Hilliard, Carl Housman, Philip Benoit, Erick, Norberg, Jonathan Kern, Armand Balsebre, Arturo Merayo, María del Pilar Martínez-Costa, Félix Riaño, Emma Rodero, Miguel Ángel Ortiz, Luís Fernando Trujillo, Andrés Barrios-Rubio, María Gutiérrez-García, Belén Monclús, Josep María Martí, entre otros.

categoría de análisis, los jóvenes y el medio radio. En las aulas de clase como en el dial se encuentran diferentes personalidades. Son estudiantes que escuchan poca radio, no les gusta salir a la calle a hacer reportería y todo lo quieren obtener de Internet. Su apatía y desinterés es predominante al inicio de los cursos dado que no tienen un conocimiento real de lo que pueden hacer con las competencias que van a adquirir y le servirán más allá de la producción radiofónica.

Distancia que se derrota caracterizando al estudiante, haciendo un perfil de aquel que está en el aula: unos que se enfocan en temas periodísticos y tienen un nivel muy alto de atención, interés y seguimiento de instrucciones; otros que son seguidores de la música y son más dispersos; y los amantes de las culturas alternativas que tienen un nivel de concentración mayor, son bastante analíticos, críticos y muy proactivos a investigar. La clave del éxito está en conectar al joven con el sonido, apasionarlo con el medio. La capacidad que tiene el docente para gestionar las habilidades comunicativas del educando.

La relación de los jóvenes con el medio radio está más próxima a los procesos convergentes que al consumo en antena. El *Smartphone* se constituye en el transistor de años anteriores, la generación *millennials* que hoy está en el aula satisface sus necesidades sonoras principalmente desde plataformas musicales, tipo *Spotify*, y *podcast* de temas específicos. El componente informativo es accesible desde los mensajes de las redes sociales que los conducen a la información textual con acompañamiento de audios, vídeos y complementos gráficos e iconográficos.

El joven de hoy tiene una concepción diferente del medio radio, más que producir imágenes para el oído, los universitarios se inclinan por aprender a adquirir destrezas en la producción de contenidos. La metodología de enseñanza-aprendizaje se concentra en la radio y los procesos convergentes, el brindar al mercado realizadores que no conciben al medio radiofónico aislado e invisible; profesionales que tienen en mente una radio integrada a las lógicas de las redes sociales, las transmisiones simultáneas en audio y vídeo por diferentes canales,

al tiempo que aprovechan un espacio diferente que se configura como herramienta de inclusión para personas con deficiencia visual.

La enseñanza del medio, al igual que la radio, se reinventa, asume los retos del ecosistema digital. Hoy se aprende de otra manera, de los estudios de sonido se traslada el curso a los laboratorios “R@dioLab” escenificados en las emisoras virtuales de las universidades. Espacios de experimentación, vinculados en las parrillas de programación, en los que se sensibiliza al joven con la narración sonora, el diseño de propuestas creativas, sincrónicas y asincrónicas, que se pueden hacer llegar a una audiencia concentrada en sus dispositivos de pantalla.

## Conclusiones

El ecosistema educativo universitario replanteó la enseñanza del medio radio, los procesos de aprendizaje se concentran en las dinámicas de un escenario convergente en el que los medios convencionales disminuyen su influencia en la audiencia. El componente sonoro explora nuevos lenguajes, formas de narrar y transmitir experiencias a través de las “web-r@dio” y las “app-r@dio”. Desde los resultados reflejados, en el instrumento aplicado, se evidencia una apuesta de la academia por activar una enseñanza práctica, reflexiva y artística que incubara mentes críticas y creativas que se sensibilicen con el componente sonoro de las propuestas comunicativas, sincrónicas y asincrónicas, en el medio radio y las plataformas sonoras del ecosistema mediático de hoy.

Los programas de comunicación social – periodismo se transforman en agentes dinamizadores de las necesidades básicas de aprendizaje de los comunicadores–periodistas. Nueva concepción de la disciplina en la que el saber humanista y social convergen con herramientas de comunicación, redes sociales y métodos de búsqueda que activan la lectura, la investigación, la creatividad y la escritura para la creación de productos comunicativos que responden a las lógicas de difusión *cross-radiales* desde su narrativa *trans-radial*.

Los jóvenes que circulan las aulas universitarias exploran nuevos

estilos que desde las bases teóricas tradicionales de la radio buscan reinventar el medio y responder al modelo de negocio y las rutinas productivas de una industria inmersa en el ecosistema digital de las audiencias. Para enamorar a los jóvenes con el medio es necesario identificar y acercarse a sus rutinas de consumo mediático, escenario en donde el sonido debe superar la barrera de su color musical y llevarlos a la necesidad de una radio hablada. Espacio digital en donde el podcast tiene un camino por recorrer revitalizando el uso de los géneros y formatos (reportaje, crónica, dramatizado, editorial, entre otros) que han perdido transcendencia en la radio de antena.

Desde las bases de la narración sonora los docentes del área radiofónica apuestan por potenciar talentos, encontrar propuestas que, en su forma y fondo, exploren concepciones productivas que desde el sonido evidencien un dominio conceptual, tecnológico y estético del área. Modificación de los parámetros actuales que responden a las dinámicas de una disciplina y sus nuevas formas de transmitir la información, posibilidades comunicativas que amplían el campo de acción del profesional en comunicación-periodismo. Estrategia de relato que es congruente con las formas de agenciamiento y circulación de la información en la construcción de realidad de las audiencias.

## Referencias bibliográficas

- Banegas, D. & Rivera, D. (2012). Análisis de la empresa informativa impresa y digital de Ecuador. *Razón y Palabra*. 79. Disponible en <https://goo.gl/UGDSTM>
- Barrios, A. (2016a). *Narrativa periodística en la convergencia de medios. Estudios sobre el mensaje periodístico*, 22(1), pp. 163-176. Disponible en <https://goo.gl/jPVFPQ>
- Barrios, A. (2016b). *La Radio generalista colombiana ante el desafío digital: un modelo en transición*. Tesis de Doctorado. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

- Barrios, A. & Fajardo, G. C. (2017). El ecosistema educativo universitario impactado por las TIC. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 15(30), pp. 101-120. Disponible en <https://doi.org/10.22395/angr.v15n30a5>
- Barrios, A. & Zambrano Ayala, W. (2015). Convergencia Digital: Nuevos perfiles profesionales del periodista. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 13 (26), pp. 221-240.
- Barrios, A. & Gutiérrez García, M. (2017). Reconfiguración de las dinámicas de la industria radiofónica colombiana en el ecosistema digital. *Cuadernos.info*, (41), pp. 227-243. Disponible en <https://doi.org/10.7764/cdi.41.1146>
- Bonet, M. & Fernández, D. (2006). El reto de la digitalización del archivo sonoro en los servicios públicos de radiodifusión. El caso de Catalunya Radio. *El profesional de la información*, 15(5), pp. 390-396.
- Castillo, L. (2014). Interactividad y audiencias en los periódicos digitales: Estudio de tres medios mexicanos. *Intersticios sociales*, (8), pp. 1-25.
- Cazau, P. (2006). Introducción a la investigación en Ciencias Sociales. Buenos Aires: *Redpsicología Online*. Disponible en <https://goo.gl/85mRqt>
- Cebrián, M. (2009). Comunicación interactiva en los cybermedios. *Comunicar*, 17 (33), pp. 15-24. Disponible en <https://doi.org/10.3916/c33-2009-02-001>
- García, J. (2009). La comunicación ante la convergencia digital: algunas fortalezas y debilidades. *Signo y Pensamiento*, 28(54), pp. 102-113.
- Gutiérrez, F. & Pacheco, C. (2011). Las audiencias activas y su impacto en las rutinas profesionales del periodismo chileno: El caso de radio Bío Bío tras el megaterremoto de febrero del 2010. *Contexto*, (19), pp. 195-212.
- Jaramillo, J. (2012). Representaciones sociales, prácticas sociales y órdenes de discurso. Una aproximación conceptual a partir del Análisis Crítico del Discurso. *Entramado*, 8(2), pp. 124-136.
- López, N. (2011). La radio se transforma: nuevas tecnologías, nuevos hábitos de consumo y nuevos perfiles para el medio más cercano. En M.A. Ortiz, & N. López, (Eds). *Radio 3.0 Una nueva radio para una nueva era: la democratización de los contenidos*, pp. 15-40, Madrid: Editorial Fragua.
- Martí, J. M., Monclús, B., Gutiérrez-García, M. & Ribes, X. (2015). La radio, modelo de negocio en transición: estrategias de oferta y de comercialización en el contexto digital. *Quaderns del CAC*, 41(18), pp. 13-22.

- Martínez-Costa, M. del P. (2015). Radio y nuevas narrativas: de la crossradio a la transradio. En M. Oliveira, & F. Ribeiro. (Eds.), *Radio, sound and Internet Proceedings of Net Station International Conference*, pp. 168-187.
- Noguera, J. M., Martínez, J. & Grandío, M. del M. (2011). *Redes Sociales para estudiantes de comunicación*. Barcelona, Editorial UOC.
- Ribes, X., Monclús, B., Gutiérrez-García, M. & Martí, J. M. (2017). Aplicaciones móviles radiofónicas: adaptando las especificidades de los dispositivos avanzados a la distribución de los contenidos sonoros. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 4 (7), pp. 29-39.
- Salaverría, R. (2010) ¿Ciberperiodismo sin periodistas? Diez ideas para la regeneración de los profesionales de los medios digitales. En F. Campos Freire, (coord.), *El cambio mediático*, pp. 236-249, Zamora: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Salaverría, R. García, J. & Masip, P. (2010). Concepto de convergencia periodística. En X. López, & X. Pereira, (Coord), *Convergencia digital. Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España*, pp. 41-64, USC: Universidad Santiago de Compostela.
- Tuñez, L., Martínez, Y. & Abejón, P. (2010). *Nuevos entornos, nuevas demandas, nuevos periodistas. Estudios sobre el mensaje periodístico*, 16, pp. 79-94.
- Urcoala, M. (2008). Juventud, cultura y globalización. *Revista Perspectivas Sociales*, 10(2), pp. 11-31.
- Zambrano, W. R. (2012). *Modelo de aprendizaje virtual para la educación superior MAVES, basado en tecnologías web 3.0*. Bogotá: ECOE.
- Zubizarreta, J. (2008). *La práctica profesional en el proceso de convergencia mediática. Una aproximación metodológica*. Estudio de caso del grupo local de comunicación GOIENA Komunikazio Zerbitzuak, Koop. E. *Análisis*, 37, pp. 82-108.

## **Costa Rica**

Xiomara Cubero Marín  
xiomaraacubero@yahoo.com

Periodista, creativa publicitaria, relacionista pública, productora audiovisual, productora de radio, locutora, guionista con más de 35 años de experiencia laboral en el mundo de las Ciencias de la Comunicación Colectiva, y una maestría en Comunicación y Mercadeo; con amplia experiencia como *coaching*, conferencista, capacitadora y consultora internacional. Ha laborado en importantes espacios informativos y de entretenimiento en radio, prensa escrita y televisión. Como productora se ha destacado en radioteatros nacionales e internacionales. Directora de revistas nacionales y regionales con una especialidad en producción radiofónica para niños.

## **Estado del arte**

Rumbo al centenario de la radiodifusión en Costa Rica hay que destacar que, Amando Céspedes Marín, fue el pionero de la radio en Latinoamérica, a quien se le conoció en el continente como “El abuelito de América”. Para 1921 don Amando tenía su radioemisora TI-NRH Heredia Costa Rica, la pequeña radio que él mismo diseñó y por medio de la cual difundió música nacional e internacional, presentó noticias, poesías, historias, narraciones, promovió la belleza de las costarricenses y de la naturaleza nacional, en fin, hizo radiodifusión por medio de su radio emisora en onda corta.

La radio es parte del ser costarricense, próximos al primer centenario del surgimiento de este medio de comunicación, seguimos haciendo radio en la que prevalece la credibilidad y la confiabilidad por parte de los radioescuchas.

A través de los años se han logrado excelentes radioteatros, programas de entretenimiento, noticieros, musicales, programas para niños, en fin, toda una gama de producciones. Con la llegada de la televisión se creyó que la radio desaparecería, pero no fue así, ella continuó desarrollándose no solo en la capital, sino en todas las regiones del país, son alrededor de 70 frecuencias de radio AM; 55 en FM, y alrededor de 30 radios en línea (*On Line*), últimas que han venido abriendo espacio a los más apasionados por el medio.

Evidentemente con la llegada de Internet, surgen plataformas musicales, que son preferidas por los jóvenes en detrimento de la radio tradicional, sin embargo, los noticieros y programas de opinión continúa con sus fieles radioescuchas. Por otra parte, la radio en Costa Rica carece de telenovelas, radioteatros, entre otros géneros laboriosos en parte porque la gente joven opina que eso son “cosas de viejitos” y la educación radiofónica no logra cautivarlos, apasionarlos y mucho menos motivarlos a hacer radio. Los profesores aducen que esta generación carece de ingenio y cultura general para emprender proyectos de esa magnitud.

En los automóviles es donde más se escucha la radio en Costa Rica, especialmente musicales, noticias y deportes. Hay espacios que tiene una larga trayectoria y conservan una audiencia fiel, en especial programas de humor y de opinión. La radio se ha adaptado muy fácilmente a los cambios tecnológicos, la mayoría de las radioemisoras costarricenses cuentan con su página en línea para ser contactados por Internet, desde celulares, *tablets* o computadoras. También cabe resaltar que la mayoría se ha incorporado a distintas plataformas para facilitar la ubicación de sus contenidos como *TuneIn Radio*, Radios.co.cr, entre otras.



## **Introducción**

Se presenta a continuación una compilación respecto a la enseñanza de la radio en Costa Rica, con la participación de cinco profesores, que tienen amplia experiencia en la enseñanza de dicha materia en las universidades de este país, a saber: Prof. Álvaro Villalobos, Prof. Charlie Vázquez, Prof. Danilo Chávez, Prof. César Barrantes (los cuatro de universidades privadas) y la Prof. Silvia Carbonell (de la Universidad Estatal), así como al experto en la materia Prof. Otto Chinchilla Coto, con más de 40 años de experiencia en la enseñanza de la radio y la producción radiofónica.

## **La enseñanza de radio en la malla curricular universitaria en Costa Rica.**

La enseñanza sobre la radio en Costa Rica, antes de los años 80, fue muy empírica, de hecho, la quinta radio del mundo en Onda Corta (NRH) nació a mediados de los años 20, en Heredia, Costa Rica, en manos de Amando Céspedes Marín, quien la diseñó y la dirigió gracias a un artículo que leyera en una revista estadounidense.

En un principio el aprendizaje sobre la radio se dio de manera autodidacta y luego se trasladaban los conocimientos de manera práctica de unos a otros. Para los años 90 tuvo una fuerte influencia extranjera por capacitaciones que diera la *Deutsche Welle* de Alemania, Radio Nederland de Holanda, así como Radio y Televisión Española, entre otros aportes que generaron un boom en la producción radiofónica. Esto gracias a convenios que hiciera la Cámara Nacional de Radio (CANARA), bajo la coordinación del Lic. Otto Chinchilla Coto, quien posteriormente laboró por 22 años impartiendo sus conocimientos y difundiendo los de expertos internacionales, en universidades y en el Instituto Nacional de Aprendizaje del país (INA).

En las universidades privadas de Costa Rica, para el 2018, la enseñanza sobre la radio se imparte para las carreras de las Ciencias de la Comunicación Colectiva, a saber: periodismo, relaciones públicas y publicidad, como parte del programa de estudios de bachillerato.

El curso sobre radio es un 40% teórico y un 60% práctico y tiene una duración de dos cuatrimestres, con una lección de tres horas por semana, para un total de 15 semanas por cuatrimestre, en total son 90 horas aproximadamente, más el tiempo de trabajos extra clase que se le asigna a los alumnos que va entre dos o tres horas adicionales por semana, para sumar alrededor de 190 horas sobre el mágico mundo de la radio.

En el caso de la universidad del Estado, en la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva, de la Universidad de Costa Rica (UCR) no se cuenta con una asignatura específica para radio, sin embargo, los contenidos sobre lenguaje y producción radiofónica se mezclan en asignaturas más generalistas que tienen que ver con los géneros periodísticos de información, interpretación, opinión y entretenimiento, en soportes multimedia. Además, en la UCR, existe en la carrera de Periodismo una asignatura optativa que aborda la información en radio, pero que todavía no se ha impartido y por tanto no existe la información requerida.

El experto en la enseñanza sobre la radio en Costa Rica, Otto Chinchilla, describe los contenidos que imparten desde la historia de la radio, hasta las características del medio, las formas de transmisión y las características del lenguaje radiofónico, la métrica de la redacción radiofónica, partiendo de la palabra, la frase, la oración y el párrafo.

Chinchilla afirma que otros aspectos muy importantes que se tocan en los programas de estudios sobre radio son la responsabilidad y ética de quién tiene un micrófono en la mano, sobre todo destacando elementos fundamentales de la radio sobre entretener, sin ser grotesco o vulgar, informar siempre y cuando se confirmen con las fuentes los datos que respalde la información y educar, introducir nuevos términos, conceptos y vocabulario, además, de las responsabilidades

que significa el estar ante una audiencia, sobre todo en momentos en que se den eventos, en los que es necesario guardar la calma y animar al oyente a actuar con cautela y prudencia, tales como, fenómenos naturales, accidentes entre otros.

En términos generales según los expertos, en el primer cuatrimestre, se pretende que los estudiantes conozcan sobre el sonido, los elementos que componen la producción radiofónica, los tipos de grabadoras, el uso de los diversos tipos de micrófonos, la edición, en fin, todo el proceso que conlleva la producción radiofónica.

También, se introduce al estudiante, en el uso del formato radiofónico de guion, en el cual se describe, tanto las características del sonido, como los planos del mismo, para lo que se hacen prácticas individuales y grupales, (deben hacerlo con grabadora en mano y sin editar), contar una historia con sonidos, la cual, lleve de la mano al oyente y ésta sea comprendida, sin el uso de palabras.

Con este ejercicio, se pretende que los estudiantes tomen conciencia de lo importante que es el sonido y el silencio, así como, aprender a escuchar, además, de los elementos que lleva una historia en cuanto a planos, meta-contenidos, uso de la cotidianidad, escenas del contexto ambientación, las relaciones de meta-contenido y la cultura que puede darse en un mensaje radiofónico, que el mensaje sea claro (que no requiera de explicaciones ya que la radio es rápida y fugaz), utilizando imágenes auditivas, y teniendo presente que “no existe un texto sin un contexto”, y que en la cotidianidad la radio transmite historias (*Storytelling*).

Otra práctica común en la enseñanza sobre la radio es la que consiste en que las personas estudiantes, sean capaces de escribir las instrucciones de un guion literario, con todas sus partes desde un objetivo general, hasta sus objetivos específicos, base fundamental para la elaboración del guion técnico.

Del guion literario, se pasa a la realización del guion técnico, los estudiantes plantean las características del sonido, para desarrollar una historia, donde se dé las instrucciones al editor, para construir la

propuesta. Deben aplicar los planos, el volumen, el silencio (que no sea bache), así como, utilizar sitios virtuales, o librerías de sonido.

Como paso siguiente se trabaja con la introducción del uso de la voz, con lo cual es necesario dar pautas básicas para la correcta emisión e interpretación de textos (Vocalización, dicción, respiración, tono, timbre o matiz), lo cual es el elemento fundamental para realizar una buena transmisión. Aquí se le hace sentir al estudiante, la necesidad de conocer un sistema de evaluación para su trabajo, de modo que se plantea los aspectos de inteligibilidad, corrección, relevancia y atracción (INCRA) cada uno, con sus subtemas de evaluación.

Ante el resultado de las historias de sonido, se pasa a conocer el primer formato y sus características, que facilita a los estudiantes desarrollar la imaginación, aplicar la creatividad y se trata de la charla radiofónica (monologada, dialogada e ilustrada) una vez que se hacen prácticas de éstas, se procede a conocer otro formato.

Chinchilla explica que al alumno también se lo incorpora en lo que es “el *Spot* radiofónico”: que se caracteriza, no sólo por el mensaje que emite, sino, que a la vez, la persona estudiante debe investigar sobre aspectos tales como: públicos meta, el mensaje, para qué público está dirigido, franja horaria, si se debe emitir en horarios especiales, en qué emisora, cobertura, hábitos de audiencia, la edad del público meta, cultura y educación, nivel de formación, ubicación geográfica, poder adquisitivo, conocimiento de los valores y costumbres de consumo del segmento de audiencia.

Una vez grabado y producido el ejercicio del *spot* radiofónico, en el cual se toma mayor conciencia de la importancia y características del medio y de la audiencia, se pasa a conocer el primer formato informativo: “La noticia”, se inicia con su formato básico, se escriben y cada estudiante realiza sus prácticas de redacción, aplicando las características de la misma.

Seguido de la práctica individual, se forman grupos de cinco o seis estudiantes, donde cada uno, toma un rol para cubrir noticias sobre sucesos, deportes, cultura, economía, política y farándula. El grupo

decide un nombre para el programa y debe realizar, su promoción, los mantenimientos, el uso de las cortinas, para los cambios de sección y decidir la locución, luego se pasa a grabar el primer noticiero. En este primer intento, las noticias deben ser reales, de la universidad, el trabajo, la comunidad u organizaciones, por ser un formato básico, no llevan inserciones de ningún tipo.

Una vez elaborado, grabado y editado el programa, el grupo presenta a los compañeros de todo el curso, la venta de su programa, después de escucharlo hacen una auto-evaluación, seguida de la misma, los compañeros de toda la clase hacen sus aportes, con las oportunidades de mejora.

Es importante destacar que, en este tipo de formación como docente, se hace una tabla de progreso de cada estudiante siguiendo parte del modelo dual, que combina lo teórico, con lo práctico, y para su seguimiento, se lleva un registro por competencias, de cada estudiante, para de ese modo, determinar el avance, dificultades y oportunidades de mejora continua en aspectos tales como: conocimiento, habilidades y destrezas, de modo que la persona estudiante, sepa que se le da un seguimiento personalizado, con el fin de que alcance los objetivos y su aplicación en la cotidianidad.

Durante el segundo cuatrimestre, los estudiantes van a profundizar sobre los formatos informativos de noticias (tipos de noticias), entrevista: clases de entrevistas, desde la noticiosa, básica utilizando el sentido común y de semblanza. En este curso tiene mucha importancia la investigación que la persona estudiante, haga de sus fuentes. Se recalca el tema de la idea de la improvisación, en la cual se cae muy rápido por falta de preparación y facilismo, se “improvisa” sobre lo que se sabe y conoce, solamente, porque sino el mensaje no tiene contenido y se vuelve redundante.

Mientras los estudiantes van asimilando los formatos, se vuelven a formar grupos de cinco o seis estudiantes y se les solicita elaborar una propuesta de programa informativo, con elementos de entretenimiento y educación, pero que sea acorde con la realidad (la

formulación del proyecto se realiza en las tres primeras semanas de cuatrimestre).

Cada equipo, busca un medio (radio) donde realizar y transmitir el programa cada semana, con una duración de 20 minutos a media hora, para lo cual, siempre se les asigna una región del país, donde deben cubrir los acontecimientos reales de dicha comunidad, estudiando las instituciones más importantes que conforman la población: policía, centros de salud, iglesias, actividades políticas, cultura, municipalidad, asociaciones de desarrollo, equipos deportivos, escuelas, colegios, actividades comerciales, y hasta curiosidades.

Una vez presentado y aprobado el proyecto se graba el programa piloto, para hacer la presentación del mismo a la empresa, donde se les darán el espacio para realizar la práctica, pueden ser medios comerciales, o emisoras culturales.

Se les permite hacer comerciales de carácter social, puesto que para que exista un programa, es importante que sepan que el mismo debe generar los recursos necesarios para ser un producto emprendedor, capaz de convertirse en una iniciativa de negocio. Una vez emitido el programa al aire y en directo, este puede ser grabado y puesto en un *podcast*, en una página *web*.

Cada dos semanas, los estudiantes tienen una sesión con el docente, para evaluar los aciertos y las oportunidades de mejora, así como, la participación de cada uno de los integrantes del grupo, puesto que las competencias también miden la responsabilidad y la convivencia del trabajo en equipo.

En el grado de licenciatura, se imparten dos talleres, en este proceso, los estudiantes realizan producciones con mayor complejidad, tales como reportajes, empleando los principios del periodismo de investigación y en profundidad.

En el primer cuatrimestre los estudiantes plantean el proyecto guion literario, y realizan el esquema de trabajo incluyendo un *Gantt*, que lleva los pasos de: producción, investigación, realización del guion, realización (documentación de respaldo, entrevistas, a los implicados,

entrevistas a especialistas y comentaristas, partes del reportaje, ambientación), post producción (selección de los materiales a utilizar, editar los segmentos que sean parte de la narrativa, respaldos legales, realización del guion final con las variaciones que se dieron durante las entrevistas, interpretación de textos, ambientación ambiental, grabación, edición y revisión de los productos, aplicando los términos del INCRA, en su totalidad.

También los reportajes pueden ser parte de una entrevista de semblanza que contenga la investigación completa del personaje, sus allegados, amigos, críticos, etc. De esta manera cada equipo produce una serie de reportajes de un caso real, que represente una realidad contextual, por aspectos de una problemática, histórica, política, cultural, económica, de derechos humanos, corrupción.

Para concluir, Otto Chinchilla hace referencia a una anécdota sobre el impacto de la radio en el ámbito social:

En una ocasión unos estudiantes presentaron un producción sobre explotación laboral de una transnacional, y la empresa los denunció formalmente, y el caso llegó hasta la Rectoría, y presentamos ante las autoridades la sustentación legal del caso y la Escuela de Derecho, asumió con el departamento legal de la Universidad, el seguimiento y la defensa, y por tener todos los elementos legales (pruebas), que respaldaron la información ganamos la demanda de modo que los estudiantes y la Universidad salieron airosos.

## **Obstáculos para la enseñanza de la radio en Costa Rica**

Entre los obstáculos que se encuentran a la hora de enseñar radio en la segunda década del siglo XXI prevalece la percepción de antigüedad que tienen los estudiantes sobre la radio y el acelerado desarrollo de las tecnologías de la comunicación. Aunque algunos por el contrario ven este aspecto tecnológico más bien como un nuevo reto al tener que pasar de las ondas hertzianas a la Internet, o bien combinando ambos sistemas de difundir radio.

Los estudiantes cuentan con plataformas muy sofisticadas como *Spotify* para escuchar música, además las redes sociales brindan espacios noticiosos, y en general los buscadores en Internet permiten localizar infinidad de espacios de comunicación acorde con los intereses, gustos y preferencias de los muchachos, con gran facilidad e inmediatez.

Las mallas curriculares tienen programas de estudios con contenidos antiguos muy difíciles de modificar por el aparato burocrático que les reviste, por lo que los profesores continúan enseñando “radio a la antigua”, y aunque lo intenten hacer con pasión será como intentar enseñarles sobre dinosaurios, es decir, enseñarles sobre un tema que no forma parte de su diario vivir, que no le encuentran utilidad ni razón de ser.

Una vez inmersos en la tarea de enseñar sobre la radio los profesores se percatan de que los jóvenes no leen, no investigan y no tienen los conocimientos básicos de cultura general. En fin, se enfrentan con un vacío en cuanto a vocabulario, capacidad de contextualización y análisis, pensamiento crítico, facilidad de palabra, desinformación, y falta de interés en la lectura de los textos del curso o libros recomendados por el docente.

La enseñanza de la radio enfrenta ante todo un problema cultural y generacional. El amor por la radio vivida para finales del siglo XX, es el mismo que tienen hoy los jóvenes por las redes sociales. Incorporar ese *chip* de pasión por la radio será posible en la medida en que los estudiantes le encuentren una utilidad práctica y beneficiosa para sus vidas. En la medida que se potencialice la producción para emisoras en línea, se iniciará el encantamiento de esta nueva generación *millennials* por hacer radio desde su mundo digital.



## **Metodologías y teorías para la enseñanza de la radio.**

Para la enseñanza de radio en las universidades se combina la teoría con la práctica. Se trabaja tanto con computadoras para procesar texto y programas de edición de audio, como el *Adobe Audition*. También se cuenta con un estudio de grabación y los equipos de edición requeridos.

El programa de estudios de producción radiofónica abarca desde la preproducción, producción y postproducción de productos radiofónicos, haciendo énfasis en tres formatos principales: la cuña, el radio teatro, la radio revista y los géneros informativos. En la clase se imparte la teoría, se elaboran los guiones y se trabaja la preproducción. De manera magistral se plantean, analizan y discuten las bases teóricas que sustentan los elementos de la producción sonora.

Además de los conocimientos sobre cómo producir se le enseña al estudiante aspectos fundamentales sobre dicción, postura, proyección de la voz, en fin, se le enseña a descubrir la voz como pilar fundamental para el medio. La parte práctica de los programas para la enseñanza buscan la inmersión total del estudiantado en la práctica donde a partir de esas bases teóricas se producen distintas actividades.

Es propio el impartir clases magistrales para temas teóricos, talleres prácticos para que los alumnos escuchen producciones y programas, aprovechando para adquirir conocimientos. Los ejercicios prácticos delante del micrófono son fundamentales, así como dinámicas grupales de elaboración de guiones, producción y grabación.

Este trabajo pedagógico teórico-práctico es complementado con visitas a emisoras en donde el alumno puede visualizar el proceso de manera integral, compartir experiencias con veteranos del medio e incentivar el deseo de hacer radio.

Por último, se trabaja la presentación de las producciones de los alumnos en clase, donde son analizadas y evaluadas de manera crítica por el colectivo de la clase bajo la supervisión del docente.

Otto Chinchilla, puntualiza a continuación sobre la “metodología por competencias”, con un seguimiento del desarrollo individual de

cada estudiante en su proceso de aprendizaje, paralela a prácticas reales en laboratorios. El estudiante además tiene un contacto con la realidad mediática y laboral, con lo cual inicia una nueva experiencia, mediante un “modelo Dual”, que es tener conocimiento de aspectos teóricos, que deben ser puestos en práctica con quienes realizan el trabajo cotidiano, en los cuáles siempre hay oportunidades de mejora porque hay un verdadero maestro taller.

El registro por competencias permite ayudar a la persona estudiante a alcanzar los objetivos y el grado en que los domine, de modo que pueda asegurarse que la persona sabe hacer y convivir (conocer, hacer y convivir) conocimiento, habilidades y destrezas.

### **Conexión entre el estudiante y el docente de la radio**

El reto del docente es lograr esa conexión necesaria para convencer al estudiante de lo fascinante de la radio como medio de comunicación y hacerle descubrir todas las posibilidades y ventajas que ofrece este medio, con el fin de lograr un mayor apego con la radio para que la visualice como una herramienta que evolucionó con la tecnología (emisoras *online*).

De hecho, ante la misión de enseñar, los profesores consideran que esa conexión se logra con algunos y con otros no, por lo que las clases no se pueden dar en una “sola dirección” profesor-estudiante. Es indispensable que las clases se den hoy de maneras interactivas, dinámicas y de “doble vía”.

Claro está que el cambio generacional y la competencia de nuevos medios digitales se convierten en barreras por superar, para lograr que docentes y estudiantes “conecten” a la hora de aprender sobre la radio. Aunado a este panorama también afecta la falta de conocimientos de muchos docentes sobre aspectos metodológicos, pedagógicos y disciplinarios sobre cómo enseñar a esta generación *millennials*.

## **Perfil de los estudiantes universitarios de radio**

En las primeras clases el profesor se enfrenta a un grupo de jóvenes que no conocen la radio, no la consideran parte de su vida, con alto grado de desinterés y apatía sobre una materia que en su mayoría la consideran como un requisito obligatorio de su programa de estudios. Para estos alumnos este es un medio pasado de moda, aburrido y sin utilidad práctica.

Los estudiantes se caracterizan, en su mayoría por carencia de buen vocabulario, conocimientos y dominio del uso del idioma, son personas carentes de pensamiento crítico y capacidad de investigación. Estos jóvenes no tienen un manejo de cultura general que le facilite la contextualización de la información o la comunicación en radio. Además de que se resisten a conocer y explotar un medio de comunicación al que lo tildan de extemporáneo, anticuado, viejo y fuera de moda.

Por otra parte, la mayoría de los estudiantes de los cursos universitarios de radio son muy dispersos y viven inmersos en las nuevas herramientas que la tecnología pone a su disposición. Además, existen alumnos de periodismo, publicidad, relaciones públicas, diseño gráfico, producción audiovisual con énfasis en televisión (donde prevalece la imagen y el sonido a la palabra), o sea, se reúne en una clase a estudiantes con distintas aptitudes y actitudes ante la enseñanza del medio.

## **La radio en una sociedad marcada por lo audio visual**

Los profesores en las universidades de Costa Rica se enfrentan con la tarea de lograr que sus estudiantes se reencuentren con el valor del sonido incluso de la importancia y preponderancia de este en los otros medios de comunicación, incluyendo los que impone la nueva era de la comunicación.

Los docentes sienten impostergable la necesidad de replantear los cursos y la forma de proyectar el medio en este siglo XXI, en momentos

en que por ejemplo la radio se complementa hoy en día con cámaras en las cabinas y se transmite igualmente por Facebook Live.

Sin embargo, los docentes más apasionados por enseñar consideran que todavía hay en las personas un “banco” de imágenes acústicas que es posible aprovechar para lograr espacios estéticos. Si “se enseña a hacer radio” podemos aún conseguir realizaciones sonoras atractivas.

Al respecto, Otto Chinchilla considera que en la era de la economía de la información y la comunicación es indispensable que las personas estudiantes sepan, cómo lograr un acercamiento a las mediaciones múltiples, por lo que, el manejo adecuado de los lenguajes mediáticos es indispensable y necesario, dentro de un proceso formativo, donde se sienten las bases para una alfabetización digital y mediática.

De este modo los alumnos interactúan con las diversas mediaciones, logrando integrar en la información una suerte de realidad virtual, donde alcanzan una convergencia mediática inteligente, sin dejar de lado el objetivo fundamental que es desarrollar habilidades y destrezas, en la producción de audio en sus diferentes formatos, siempre y cuando, mantengan un balance sensato en las características de todo medio: informar, entretener y educar, que a la vez colabora a una introducción a la realidad virtual.

### **Los *millennials* y la radio en Costa Rica**

El perfil de los estudiantes no obedece al clásico oyente de radio, son una generación con herramientas digitales con múltiples plataformas, aplicaciones y medios para escuchar lo que desean escuchar. La mayoría lo que escuchan es música y para ello existen medios en los que pueden programar su melodía favorita, por cantante, género, época, tal es el caso de *Spotify*. En sus celulares acceden a la nube donde almacenan sus mensajes favoritos. En fin, la radio no es precisamente su medio de entretenimiento.

La razón por la cual no escuchan radio es porque son pocas las alternativas de producción de alta calidad en el espacio radiofónico nacional que se pueden escuchar. Es escasa la oferta en la radiodifusión nacional por ejemplo, no hay una sola serie radiofónica en alguna radioemisora nacional. En el 2018 la cadena privada costarricense, Radio Columbia, ha incorporado de forma recurrente en sus espacios informativos (Noticias Columbia) la producción y emisión de reportajes que explotan más las posibilidades estéticas y descriptivas de la radio. Pero en general las emisoras se han convertido en rocolas de música con algunos espacios de entrevistas en donde priva la improvisación y los guiones han pasado a la historia, ni qué decir de formatos como el radioteatro, que hace muchos años no se produce en Costa Rica.

### **Ejercicios para las clases de radio en Costa Rica.**

Los profesores han indicado algunos de los ejercicios utilizados en sus clases, en las que destacan prácticas de campo, y prácticas supervisadas en estaciones nacionales. Hay ejercicios de actividades aplicadas, proyectos de simulación, exposiciones sobre los conocimientos adquiridos y experiencias vividas, a saber:

Actividades aplicativas: el estudiantado trabajará en la producción de dos ejercicios donde se pondrán en práctica los conocimientos tratados en el curso.

Proyecto “Exploradores del sonido”: los estudiantes realizarán la producción de la banda sonora de un segmento de película, al cual se ha suprimido el sonido original, aplicando las técnicas de Foley Art.

Exposición, participación y aportes: en este apartado se valorará el interés de las y los estudiantes en el curso, a través de las exposiciones, de su participación en clase y su pro-actividad en las tareas y en las prácticas que se realicen.

Claro está que depende del capítulo que se quiera enseñar existen ejercicios específicos, por ejemplo, para producción, locución (dicción,

vocalización, articulación), sistemas de lenguaje (voz, música, efectos de sonido y silencio), técnicas para el manejo del tiempo y el espacio en radio, etc. Para mejorar el uso de la voz el ejercicio del lápiz es el más común, así como los trabalenguas. También es preciso que le quede claro a los estudiantes cómo se produce la voz, cuáles son los principales resonadores y cómo “se agrade” y se puede cuidar la misma.

Durante el curso éstas son otras de las prácticas señaladas por los profesores consultados:

- Escribir noticias para radio (se utiliza un manual de estilo propio para este medio).
- La improvisación al micrófono.
- Locución de guiones (de noticias, reportajes y programas).
- *Storytelling*.
- Entrevista radiofónica.
- Reportaje radiofónico.
- Ejercicios: escribir para el oído (redacción de guiones).
- Edición y mezcla de audios (*Adobe Audition*).
- Análisis de programas de radio (criterios de producción).
- Ejercicios de construcción de historias con efectos de sonido.
- Ejercicios de redacción creativa.
- Ejercicios de interpretación.

## **Las clases, los libros**

Los libros que usan distintos profesores como referencia son:

- Balsebre, A. (1998). *La invasión marciana de Welles o la perfecta verosimilitud de la ficción radiofónica*. En P. Barea.
- \_\_\_\_\_. (1987). *Las imágenes auditivas en la radio*. Tesis de doctorado, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona.

- Barea, P. (1992). *Redacción y guiones*. Bilbao: Servicio Editorial Universidad del País Vasco.
- Blanch, M. & Lázaro, P. (2010). *Aula de locución*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Cruz, L. D. (1995). *La voz y el habla. Principios de educación y reeducación*, San José, Costa Rica. Universidad Estatal a Distancia.
- Chion, M.(1999). *El sonido*, Barcelona: Paidós.
- Escenarios de la radio (1998). Centro de Documentación Teatral, Ministerio de Cultura. Madrid.
- Gutiérrez, M. & Perona, J.J. (2002). *Teoría y Técnica del Lenguaje Radiofónico*. Barcelona: Bosch.
- Hausman, C., Benoit, P. & O'Donnell, L. (2011). *Producción en la radio moderna*. México DF: International Thomson Editores.
- Hernández, F. & Ospina, A. (1987). *Técnicas de expresión oral y escrita*. Bogotá: ICFES.
- Hernández, G. (2008). *La noticia radiofónica*. San José: Radio Nederland Training Centre.
- Mateu, M. et al., (1992). *Actividades corporales de expresión*. Barcelona: Paidotribo.
- McIntyre, H. (2015). *No, radio isn't dead. In fact, it's doing better than ever*. Disponible en <https://goo.gl/giC3GQ>
- Mejía, C. (1999). *Manual de expositor*. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Rodero, E. (2003). *Locución radiofónica*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión (RTVE).
- Rodríguez, A. (1998). *La Dimensión Sonora del Lenguaje Audiovisual*. Barcelona: Paidós.
- Scivetti, A. R. et al. (1997). *Educación de la voz. Terapia fonoaudiológica*.
- Tenorio, I. (2012). *La nueva radio: Manual completo del radiofonista 2.0*. Barcelona: Marcombo.
- Volpini, F. (1995). *Diseño de programas de radio: guiones, géneros*

*y formulas*. Barcelona: Planeta.

- Zepeda, J. (2010). *La entrevista*. San José: Radio Nederland Training Centre.

## **¿Se puede enseñar radio?**

Absolutamente sí se puede enseñar a hacer radio. Las técnicas, los recursos de producción y la base teórica se enseñan (de varias formas, como con clases magistrales, con presentaciones en programas como *Prezi*, “experimentando”, visitas a radios, análisis de producciones de calidad, la dinámica y la pasión del docente va determinar la asimilación de los conocimientos).

Sin embargo, la manera más efectiva de enseñar radios es escuchando programas -o extractos de ellos- para explicar un concepto o contenido específico. Como en toda disciplina profesional, debe haber habilidades y destrezas personales que se deben desarrollar con mucha práctica, esfuerzo y pasión.

## **Conclusiones**

Algunas debilidades de la producción radiofónica radican precisamente en la preparación académica de esta materia, aunado al desinterés de las nuevas generaciones ante la gran gama de alternativas que les ofrece el Internet y la tecnología inteligente. Además, se suma la decadencia cultural de los estudiantes, la falta de lectura, pobreza de vocabulario. Por otra parte, se ha incrementado la invasión de gente sin preparación que “pagan un espacio y hablan por radio” sin respetar los lineamientos mínimos que exige este maravilloso medio de comunicación.

El financiamiento de las producciones radiofónicas es quizá uno de los factores que más afectan la radio en Costa Rica, y la falta de patrocinio.



En suma, podemos determinar que el ingenio, la creatividad y la pasión por hacer radio permanece en Costa Rica, sobre todo en gente mayor de 40 años, por su parte los *millennials* no descubren aún la magia del medio, por estar inmersos en el mundo cibernético, redes sociales y otras plataformas paralelas y por no contar con la preparación académica que les motive, les siembre la pasión por hacer radio.



## **Cuba**

### **Ana Teresa Badía Valdés**

Universidad de La Habana

La Habana. Cuba

ateresacu@yahoo.es

Ana Teresa Badía Valdés. Doctora en Ciencias de la Comunicación Social. Profesora Titular de la Universidad de la Habana. Jefa de la Cátedra de Radio del Instituto Internacional de Periodismo José Martí. Autora de libros como *La radio nuestra* (2015), *Radio y televisión en convergencia digital* (2018) y *Periodismo y educación en contextos digitales* (2018)

## **Estado del arte**

Cuba fue uno de los primeros países de América Latina en inaugurar su radio, el hecho ocurrió el 22 de agosto de 1922. En la actualidad y según el último censo realizado en el país, existen 97 emisoras radiales, 2.018.852 aparatos receptores en los hogares, una cifra que representa un 0,54 como promedio por vivienda (Oficina Nacional de Estadísticas, ONE, 2012). Como mediación individual, la edad interviene en el consumo: se aprecia que el 80% de las personas mayores de 15 años la escucha todos los días de la semana (Cardentey, 2017). Sin embargo, los jóvenes son los que menos la consumen, según un estudio del Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas (CIPS) (2012). Ese grupo

sintoniza con mayor frecuencia los programas dirigidos a los adultos o al destinatario general (Despaigne, 2012, p. 32). En los hogares, quienes deciden sobre la sintonía son los adultos. Y es que en las edades tempranas se produce un consumo indirecto de lo que sintonizan otros (padres o abuelos, por ejemplo) en función de sus intereses y preferencias.

Es significativo que, en el caso de los jóvenes, el consumo se relaciona con el uso de las nuevas tecnologías. Ese segmento poblacional posee, más tecnología que otros. Específicamente, en los menores de 18 años el teléfono celular aparece como uno de los dispositivos más usados para la recepción radiofónica (Abreu, 2015). Los jóvenes además sintonizan la radio esencialmente para escuchar música. En el caso de los adolescentes este propósito es más marcado. El 96,4% de ellos afirma que disfrutar de la música ocupa un lugar especial en sus prácticas culturales (Márquez, 2012).

En el país existen más de 1.051.510 equipos reproductores de audio con radios incluidas, a lo cual ha de añadirse el crecimiento de la telefonía móvil (2 millones en el 2015) a través de cuyos dispositivos se puede sintonizar la radio Oficina Nacional de Estadísticas (ONE, 2012). Como característica se deriva que en ese segmento poblacional existe un alto consumo en el ámbito privado, además del teléfono a través de dispositivos como la computadora y los reproductores, entre otros.

En las zonas rurales es más frecuente la escucha de la radio que en las zonas urbanas. Por ejemplo, en un diagnóstico reciente en el capitalino municipio Plaza de la Revolución, la radio bajó a un sexto lugar de predilección entre las artes, elegida por el 30% de toda la población municipal, antecedida por la literatura (31,33%) y teatro (30,66%) (Couceiro, 2014).

Entre los hábitos de consumo radiofónico a tener en cuenta resulta interesante el de la radio y la música por parte de los conductores del transporte público. En la capital se estudió recientemente que la mayoría de los encuestados (77,2%) dijo escuchar música o radio durante su jornada laboral (Despaigne, Alfonso & Fajardo, 2014). Entre

las funciones del medio los encuestados declararon en un 13,8% que la sintonizaban: “para informarme”, “me entretiene”, “para instruirme”, “para tener una compañía”, “me actualiza”, “porque tiene programas de participación”, “para variar”, “me actualiza musicalmente”.

Por su parte, para la investigadora cubana Orieta Cordeiro (2015), mientras que la radionovela ocupa muy poco espacio en el mundo, en la mayor de las Antillas se mantienen su producción y su demanda. Por ejemplo, la serie de novelas de la Emisora Nacional Radio Progreso, año tras año puntea entre los diez programas más escuchados y aceptados por el radioyente a escala nacional. Así, en un estudio realizado en 2015 en la oriental provincia de Santiago de Cuba, se encontró un elevado consumo de la radionovela. Quienes refieren escucharlas poseen predominantemente nivel de escolaridad secundario (30,7%), preuniversitario (28,4%) y superior (22,7%). El técnico medio (14,8%) y el primario (3,4%) son los de menor porcentaje. Por ocupaciones, son principalmente las amas de casa (32,8%) las que más prefieren ese género dramático, seguidas por los jubilados (28,3%) y los desocupados (18,2%); y con un índice inferior los trabajadores (7,9%), cuentapropistas o autónomos (6,2%) y estudiantes (5,4%) (Grave de Peralta, 2015).

En la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, como parte del Plan de Estudios D, se imparte la asignatura de Periodismo Radiofónico en el segundo año y Realización Radiofónica en tercer año. Al finalizar cada semestre la teoría es vinculada a la práctica y un mes de práctica en los medios. Desde septiembre de 2017 se comenzó a implementar el Plan E para estudiantes de primer año que incluye a la Disciplina de Comunicación Audiovisual, la cual abarca la enseñanza de aquellos procesos comunicativos que, sin importar el canal de difusión, tienen como denominador común el uso de la imagen y el sonido, así como la combinación de ambos elementos, contemplando que esta suma va a generar, la mayoría de las veces, un nuevo significado. Luego de un análisis del plan de estudio anterior, de las demandas del campo profesional y de las nuevas tendencias del lenguaje audiovisual, ese último plan de estudios se compone, en

su currículo base, de las materias Periodismo en Radio y Televisión I y II y como parte del ciclo complementario, el currículo propio incluye las asignaturas Tecnología y producción contenidos audiovisuales, locución y conducción de espacios audiovisuales y Taller de Análisis de contenidos audiovisuales. Se ofrece además una amplia variedad de asignaturas como currículo optativo que complementa la formación del futuro profesional del periodismo que se desempeñará en los medios audiovisuales. Entre las posibles optativas figuran Edición para radio, Edición para televisión, Cultura y Comunicación musical, Taller de Realización radiofónica, Taller de Realización audiovisual, Apreciación cinematográfica, Historia y Crítica del cine, Guion Creativo en Radio, entre otras. Su diseño está orientado a cuatro objetivos básicos: el dominio del discurso audiovisual en los diferentes géneros y formatos; el dominio de la técnica para la producción; la creación de productos comunicativos en diversos géneros y formatos; y la reflexión teórica en torno al impacto y modificaciones de la comunicación audiovisual en las sociedades contemporáneas desde los formatos tradicionales e hiper-mediales.

## **Introducción**

### **Obstáculos que enfrenta en la enseñanza de la radio**

La mayoría de los encuestados se refieren a las dificultades de infraestructura, aún cuando la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana hace unos días estrenó un moderno estudio de radio y televisión.

A juicio de Alejandro Rojas:

La radio enfrenta primero que todo, el reto de seducir a los estudiantes, muchos llegan con previsiones y se visualizan escribiendo en medios impresos o digitales y otros en la televisión. Sin embargo, muy pocos muestran vocación por el medio radiofónico.

## **Enseñar la radio**

Con relación a la enseñanza de la radio la totalidad de los encuestados estima que el reto de la nueva radio es insertarse con propuestas novedosas, con códigos multi-medias y que lejos de separarse de esa visualidad la use en su beneficio.

## **Ejercicios que usan en su clase de radio**

Para la Doctora en Ciencias de la Comunicación Social y profesora de la Universidad de La Habana, Zenaida Costales:

La enseñanza del periodismo radiofónico se convierte en un ejercicio pedagógico trascendental como herramienta del discurso contemporáneo por excelencia: seducción, espectáculo, imaginario lúdico, posibilidades de apropiación y construcción de discursos. Ello unido al desarrollo y expansión de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs). En la combinación de los anteriores elementos radica uno de los caminos pedagógicos para la articulación de una teoría-práctica transformadora, involucrada directamente con el contexto circundante.

Al respecto señala que la potenciación del relato radiofónico, su construcción dramática -que incluye el papel del docente en la concepción y puesta en escena de la clase- y la innovación individual y colectiva es muy importante para encarar la transformación social.

Los profesores resaltan la importancia de la socialización en el aula de productos radiales, de materiales teóricos y de las producciones científicas de los estudiantes, como estrategia pedagógica. En nuestra experiencia, los alumnos colaboran en emisoras nacionales, provinciales y municipales, espacios donde han de articular el conocimiento teórico con la praxis.

El estudio del periodismo radiofónico se articula con materias optativas como: Locución Informativa, Construcción del Relato

Audiovisual, Sonido y Relato Audiovisual, Edición Digital, que posibilitan que, la asignatura de Periodismo Radiofónico se convirtiera junto a la Práctica Laboral en disciplina integradora para que los alumnos se familiaricen más con la actividad profesional mediática, la vida cotidiana, las ideologías profesionales y rutinas productivas de los periodistas radiales.

Para obtener además una mayor efectividad en el aprendizaje, se utilizaron estrategias del análisis del discurso como el desmontaje de productos comunicativos propios del medio, como forma de llegar luego a la producción de materiales de manera más consciente y crítica. Esa última articulación hizo énfasis en perspectivas de identidad de género y culturales en general.

La presencia en el aula de reconocidas personalidades de la radio, quienes juntos compartan experiencias y clases, también ofreció una fortaleza pedagógica irrefutable en nuestro caso.

Otra estrategia aplicada como parte de los ejercicios es la construcción de auto-relatos de los estudiantes desde las perspectivas de un discurso radiofónico innovador. Consiste en que los alumnos conformen estrategias de formación que apuntaran al auto-reconocimiento y a la inserción en los contextos. En ellos se articulaban vida personal y entorno social. La idea es una suerte de lienzo sonoro donde esté presente el relato, las historias de vida con el uso de los elementos del discurso radiofónico. El objetivo obedece fundamentalmente a aprender a escucharse y compartir con otros su propia construcción de memoria sonora sobre una época y realidad común para todos: sus vidas, un país. Los relatos radiofónicos articulados por los estudiantes cuentan su país desde los sonidos. Ello, cada semestre, arroja una extraordinaria recopilación de sonoridades icónicas que identifican acontecimientos ligados a la historia de la nación desde una perspectiva generacional e innovadora.

La formación de los nuevos periodistas radiales y, en general de todos los profesionales de la comunicación, debe dar cuenta del uso de las nuevas herramientas tecnológicas. Por ello en la enseñanza



de la asignatura se emplean conferencias sobre el desarrollo de competencias en *TICs*. La formación se completa con las visitas a las emisoras del país.

En general se hace énfasis en el incentivo a la creación de historias a partir de la vinculación de los recursos del discurso. En esto último se imbrican: la creación de historias a partir de los usos de la voz, los efectos, o la música por sí solos; el escribir para radio; concebir guiones radiofónicos; y hacer entrevistas en el aula.

Alina Cabrera, profesora de la Universidad Hermanos Saíz de la provincia de Pinar del Río sostiene que:

Algunos de los ejercicios que utilizamos en clase son por ejemplo, invitar personalidades al aula para hacer conferencias de prensa, también traer especialistas de diferentes temas para que los alumnos les hagan entrevistas, mandar los estudiantes para la calle a buscar elementos que puedan constituir noticia para redactar en el aula, también a partir de una situación determinada orientarle a los estudiantes que hagan un comentario, o varios recorridos por la ciudad y a partir de ahí que los alumnos escriban una crónica para determinar las habilidades narrativas.

Por su parte, Idania Martínez Grandales, responde acerca de los ejercicios que emplea en sus clases:

1. El uso de textos diversos para, a través de la lectura oral, ejercitar la fonética, dicción y articulación, aspectos desatendidos y que afectan la transmisión clara y nítida de los mensajes.
2. La lectura oral de géneros que posibilitan el uso adecuado de la voz, sus tonos e intenciones. Una buena entonación posibilitará una mejor comprensión de las ideas, una relación más eficiente: emisor-receptor.
3. La práctica oral en función de un buen manejo de la respiración, la fluidez y el ritmo.
4. La presentación de situaciones diversas para desarrollar habilidades para la improvisación, y con ella, la diversidad

lexical-semántica, la creatividad y la originalidad en la expresión oral.

### **¿Los profesores de radio “conectan” con sus estudiantes?**

Sí, conectan, porque durante el período académico se logra involucrar a los estudiantes en la práctica radiofónica. Existe como ejemplo el desarrollo de un Festival llamado 60 segundos en el cual los estudiantes narran a través del discurso de la radio, sobre todo con la utilización de música, efectos, voces y silencios, historias de vida, opina Zenaida Costales.

Al igual que la totalidad de los encuestados que consideran como positiva su capacidad de conectar con los estudiantes.

Es gratificante apreciar cómo los estudiantes descubren las posibilidades para experimentar, luego de aportarles conocimientos sobre los valores agregados del sonido, la multimedialidad, el diálogo con la audiencia a través de las redes sociales o los efectos de la voz y la música, por sólo citar algunos ejemplos que facilitan el acoplamiento inmediato. “Hace poco tuve la experiencia de motivar un debate acerca de la defensa del patrimonio a través de la radio y la necesidad de aprender a contar historias; son asuntos que inevitablemente despiertan interés”, opina la Doctora en Ciencias de la Comunicación Social Ivon Albelo Medina.

### **La radio sí se puede enseñar**

La clase resulta un espacio físico y emocional, ecosistema comunicativo donde se construye el conocimiento. Enseñar radio en la sociedad del conocimiento resulta una dimensión pedagógica. Saberes como la responsabilidad del futuro profesional, su perspectiva ética, su ideología profesional, y la necesidad de tener en cuenta también las consideraciones estéticas se incorporan en ese desafío.

## Conclusiones

En Cuba se estudian las carreras de Comunicación y de Periodismo en las cuales se imparten asignaturas relacionadas con el discurso radiofónico. La primera se cursa en cuatro instituciones y la segunda en las casas de altos estudios ubicadas en las 14 provincias de la geografía nacional.

Existen 99 emisoras de radio que transmiten en plataformas diversas (AM, FM, OC) ponderando en la actualidad la integración de los nuevos formatos de comunicación. Todas cuentan con su perfil en las redes sociales Facebook y *Twitter*.

Las principales fortalezas están en que existe una tradición de hacer y escuchar radio, en la profesionalidad de sus trabajadores y en la calidad de la formación de estudiantes. Como aspiraciones deben señalarse la necesidad de articular una radio con más participación de sus audiencias en la gestión de contenidos y la constante renovación en un contexto de convergencia digital que sugiere tanto nuevas narrativas como gramáticas.

Según estudios realizados, el 80% de los mayores de 15 años escucha radio todos los días de la semana. Los jóvenes son quienes menos la consumen y sintonizan con mayor frecuencia los programas dirigidos a los adultos o al destinatario general. Es significativo en ese grupo poblacional que el consumo se relaciona con el uso de las nuevas tecnologías. Sobre todo, en los menores de 18 años el teléfono celular aparece como uno de los dispositivos más empleados para la recepción.

## Referencias bibliográficas

Abreu E., L. (2015). *Visión 20/20. Un acercamiento a la juventud cubana*, Tesis de Diploma de la Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana, Modalidad Portafolio Profesional. Tutoras Doctoras Ivonne Albelo y Zenaida Costales.

- Badía, A. (2013). La radio, un salto de la web al móvil, que pasa por las redes sociales. *Chasqui*, 123, pp.27-33.
- \_\_\_\_\_. (2015). *La nueva radio: de la producción a la preservación*, 06/04, Disponible en <http://www.lajiribilla.cu/articulo/6428/la-nueva-radio-de-la-produccion-ala-preservacion>.
- Cardentey, M. (2017). ¡Fighting!: entre el consumo cultural, los dramas coreanos y Juego de Tronos, 02/03/2015. Disponible en <http://www.cubahora.cu/cultura/fighting-entre-elconsumo-cultural-los-doramas-coreanos-y-juego-de-tronos>.
- Centro de Estudios Sobre la Juventud (2011,2012). *IV Encuesta Nacional de Juventud*.
- Centro de Investigaciones Sociales de la Radio y la Televisión (CIS), (2010). *Informe sobre hábitos de vida de la población cubana*. Ciudad de La Habana: Instituto Cubano de la Radio y la Televisión (ICRT).
- Cordeiro, O. (2015). *La radionovela entre el arte y sus detractores*. Disponible en <http://www.envivo.icrt.cu/opinion/71-la-radionovela-entre-el-arte-y-sus-detractores>.
- Couceiro, A. (2014). *Consumo contemporáneo de la radio en Cuba. Un estudio de caso*. Centro de Investigaciones Sociales del Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT). Archivo. La Habana.
- Despaigne, E., Valdés, A. & González, I. (2014). ¿Música o programas radiales? Elige tú que viaje yo. Ponencia. Festival Internacional de Radio y Televisión. Instituto Cubano de Radio y Televisión. La Habana.
- Despaigne, Y. (2012). *Los programas juveniles de las emisoras nacionales de radio*. Tesis presentada en opción al Título Académico de Máster en Desarrollo Social. Universidad de La Habana.
- Domínguez García, M., Rego, I. & Catillo, C. (2014). *Socialización de adolescentes y jóvenes. Retos y oportunidades para la sociedad cubana actual*. La Habana: Ciencias Sociales.
- Grave de Peralta, E. (2015). *Producciones Radioarte. ¿Qué piensa usted?* Tesis en opción al grado de licenciatura. Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.

Márquez, A (2012). *La edad de la melomanía. Una caracterización del consumo de música en adolescentes habaneros*. Tesis presentada en opción al Título Académico de Licenciada en Periodismo. Facultad de Comunicación Social. La Habana.

Oficina Nacional de Estadísticas, (2012). *Tabulaciones de la Base de Datos del Censo de Población y Viviendas del 2012*. Editora ONE. La Habana, 07/05/2014., Disponible en: <http://www.one.cu>



## **Ecuador**

### **Ricardo Tello Carrión**

Universidad de Cuenca

Cuenca. Ecuador

ricardo.tello@ucuenca.edu.ec

Docente titular a tiempo completo en materias profesionalizantes. Exdirector de Carrera; actual Director de *Radio Universitaria*. Ex editor general de diario *El Tiempo* de Cuenca; ex editor de sección en diario *El Universo*; ex subdirector de información en diario *El Norte*. Exdirector de noticias de *UNSIÓN Televisión*.

## **Estado del arte**

Un análisis sobre la enseñanza de la radio en el tercer nivel de educación formal entre estudiantes ecuatorianos no puede estar desligado del comportamiento que este medio, hoy audiovisual en esencia, tiene sobre sus audiencias: según Tito Ballesteros, creador del *blog Radios de América* y Santiago García, productor en “*Radialistas Apasionados*” y consultor técnico en *Analfatécnicos.net*, en Ecuador la “tasa de emisoras por cada 100 mil habitantes (es de): 6,79” (Ballesteros, & García, 2018), territorio con más de 15 millones de habitantes. Según el documento, la composición de las radioemisoras para ese momento (2018) era la siguiente:

### Según frecuencia AM / FM / Onda Corta

Emisoras en AM	Emisoras en FM	Emisoras en Onda Corta
165	921	15

### Por su clasificación

Emisoras comerciales privadas	Emisoras de servicio público	Emisoras comunitarias
1.006 (85.8%)	148 (12.6%)	19 (1.6%)

Total emisoras: 1.173
-----------------------

**Fuente: La Radio en América Latina y el Caribe. Mapa Interactivo.**

Lo que ocurre con la radio convencional en Ecuador se sostiene en la tendencia mundial sobre el consumo de este medio de comunicación –o de su equivalencia- en medio de la vorágine que significa el desarrollo de Internet y las alternativas de comunicación trans-media: en el último decenio, cuando entró en vigencia la Ley Orgánica de Comunicación (2013) que redefinió las relaciones laborales entre comunicadores y empresarios, se han cerrado algunos medios de comunicación impresos y también audiovisuales. La mayor parte de ellos se ha adaptado a los nuevos formatos y se ha especializado en versiones *online*.

Un estudio titulado: “¿Desaparece la radio de AM en América Latina y el Caribe?” en el que participaron 13 países, coordinado por el comunicador social Tito Ballesteros, consultó sobre la situación de las radios de Amplitud Modulada en la región. En el capítulo de Ecuador, escrito por el entonces Director de la Red de Radios Universitarias en este país, Juan Manuel Aguiló, se precisó así sobre la AM ecuatoriana:

Las radios AM mantienen una desactualización tecnológica y en contenidos abrumadoramente grande. Con excepción de las radios pertenecientes al Estado y Gobierno y algunas privadas que sí están en una actualización constante, la gran mayoría sobrevive con equipos muy



precarios. Esto se entiende al alto costo que la modulación en amplitud plantea. No obstante, al escuchar estas radios encontramos gran carga publicitaria de target popular debido a los bajos costos.

Una circunstancia muy similar ocurre en el resto de los países de la región, tal como se evidencia en las conclusiones del estudio, no escapa a la realidad de la formación universitaria en comunicación. De hecho, el documento en mención sostiene que: “De las 18 radios en AM inscritas bajo la categoría de servicio público, tres pertenecen a universidades o institutos de nivel superior, 10 a entidades públicas del Estado, gobierno o asociaciones, y cinco pertenecen a organismos religiosos”. Es decir, en términos generales la universidad ecuatoriana está formando en radio, pero tan solo tres de nueve universidades que ofertan la formación en comunicación, tiene emisoras vinculadas a ellas. La alternativa, en otras universidades, ha sido recurrir a las experiencias de adaptación a la radio online, la ciber-radio o la radio digital.

Así, nos proponemos entonces indagar exploratoriamente cómo se está enseñando radiodifusión en las universidades ecuatorianas mediante la aplicación de una encuesta a un total de siete docentes de diferentes regiones:

- Efraín Luna, docente de radio y Director de la Radio de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.
- Jorge Piedra Cardoso, docente en la Universidad del Azuay (UDA) y Director de Radio la Voz del Tomebamba.
- Carlos Orozco Tupacyupanqui, docente de radio en la Universidad de Cuenca.
- Pedro Colángelo, docente de radio en la Universidad Politécnica Salesiana, (UPS).
- Diego Melo, docente de radio en la Universidad de las Américas (UDLA).
- Patricio Arévalo, docente de la Universidad Central del Ecuador.

## **Introducción**

### **Enseñar radio**

Las cátedras de radio nacieron conjuntamente con las carreras de periodismo o comunicación en las universidades ecuatorianas: en el caso de la Universidad de Cuenca, las cátedras de radio se definieron en la década de los años setenta del siglo anterior. La característica de la época era vincular a la cátedra con un docente que estuviera en la primera línea de la radiodifusión local, lo cual terminaba otorgando una primera categoría a lo a *priori* o a lo que se había conformado por experimentación o por simple alquimia.

### **¿Cuánto ha cambiado aquello?**

El expediente aplicado a los docentes universitarios ecuatorianos busca tomar una muestra en las áreas del plan de estudios: materias de radio, denominación, año académico, intensidad horaria, número de semestres, horas prácticas, horas teóricas; obstáculos en la enseñanza, metodologías y teorías, empatías; perfiles de estudiantes; referencias bibliográficas y ejercicios prácticos.

### **Plan de estudios**

Los planes de estudios en las universidades consultadas fluctúan entre una y seis asignaturas dedicadas a radio convencional y digital. La Universidad Católica Santiago de Guayaquil, por ejemplo, tiene seis asignaturas de Radio a lo largo de la carrera, cada una con una carga de tres horas semanales, para un total de 48 horas académicas por semestre. La carga práctica se eleva pues los estudiantes de cursos superiores deben cumplir un requisito obligatorio de laborar seis horas diarias de práctica radial durante medio semestre.

En casi la totalidad de las cátedras, la carga teórico-práctica está presente en una relación de hasta 50% en teoría y 50% de práctica, como el caso de las seis cátedras de radio de la carrera de periodismo en la Universidad de Cuenca. En el caso de la Universidad del Azuay, donde se ofertan dos cátedras de radio, una de ellas se refiere exclusivamente al tema de la publicidad en radio; en ambos casos la relación es la siguiente: 25% teórico; 75% prácticas.

En el caso de la Universidad Politécnica Salesiana, desde el año 2017 en que entró en vigencia su nuevo plan de estudios, se plantearon las materias denominadas Narrativas Sonoras, en quinto semestre, y Narrativa Hiper-medial, en octavo semestre, en reemplazo de Radio Básica que se impartía en tercer semestre. Así, éste es el ejemplo más claro de una suerte de adaptación a las nuevas narrativas trans-media.

En términos generales la formación en radio (preproducción, producción, postproducción; nuevas narrativas digitales) tiene una aplicación progresiva: se sigue enseñando con mayor énfasis las estructuras y los discursos de la radio convencional. Todas las materias de radio están vinculadas de una u otra forma, como pre-requisitos o co-requisitos, con otras materias relacionadas con la teoría del periodismo.

En la siguiente tabla exponemos algunas de las asignaturas:

UCSG *	UDA	UPS	U. de Cuenca	U. Central
Expresión Oral para Radio y Televisión. Locución para Radio y Televisión.	Radio.	Narrativas Sonoras.	Radio Online.	Comunicación auditiva 1
Tecnología audiovisual.	Publicidad Radial.	Narrativa Hiper-medial.	Géneros y Formatos de Radio.	Comunicación auditiva 2
Comunicación Radiofónica. Producción y realización radiofónica.			Producción Radial.	
Prácticas de radio.			Documental Radial.	

\*Esta Universidad cuenta con una emisora en AM.

## **Obstáculos en la enseñanza de radio**

Laboratorios y personal especializado: estos son los dos factores más recurrentes en la identificación de los problemas en el proceso de enseñanza-aprendizaje de radio en las universidades ecuatorianas. El acondicionamiento de laboratorios tanto para el modelo convencional (radios en AM y FM) como para el digital (*online*) sumado a la falta de presupuesto para que los laboratorios operen 24 horas, siete días a la semana, está relacionado básicamente con el tema presupuestario, pues esas mismas universidades ofertan para la formación integral de los comunicadores, cátedras de televisión y de prensa escrita.

Sostener una emisora de radio con el modelo convencional exige un gran presupuesto: la Universidad Católica Santiago de Guayaquil destina cerca de tres millones de dólares anuales para mantener su canal de televisión y la radio abierta en Amplitud Modulada.

La habilitación de una radio-laboratorio digital bordea los cuatro mil dólares, sin contar con el presupuesto para personal técnico y académico. El catedrático Efraín Luna (UCSG) opina que el segundo aspecto que dificulta la enseñanza –además de la dependencia tecnológica externa– es la falta de interés de parte de los propios estudiantes que toman la cátedra porque consta en la malla obligatoria y no como materia opcional.

En resumen, las unidades de educación superior limitan la inversión en laboratorios óptimos básicamente por temas económicos: la formación es generalista y se dirige al soporte múltiple; la deficiencia se la compensa con prácticas pre-profesionales en convenio con radioemisoras locales o nacionales de corte privado (con finalidad de lucro), públicas (donde la restricción es mayor por temas de remuneración obligada por la ley) y comunitarias.

## Metodologías y teorías utilizadas

La metodología utilizada en la totalidad de las carreras de las universidades consultadas considera que la combinación teoría-praxis es la más recurrente. En el caso específico de la UCSG, “Aplicamos la metodología constructivista *learning by doing*, el aprender haciendo”.

Ninguno de los docentes consultados se refirió académicamente a una teoría específica para el proceso de enseñanza en radio. Sin embargo en mallas de tercer nivel se incorpora el sistema de talleres para edición de audio, locución, y postproducción.

Se concluye de esta forma que contenidos de mirada crítica no se formulan en el proceso de enseñanza de radio: se limitan más a los temas operativos, que a los de construcción de una conciencia crítica que busque cuestionar la realidad para modificarla. Tampoco hay una interacción con la comunidad extramuros universitarios

Estudiantes consultados en dos universidades se refirieron al “anecdotario” del docente como una fórmula de enseñanza. Se refieren al docente que cuenta sus experiencias personales haciendo radio, que en alguna medida tampoco han tenido una formación académica especializada en comunicación radial.

Falta de conectividad oportuna a internet, laboratorios disminuidos y operadores, son problemas que se suman a las carencias metodológicas, especialmente en las universidades públicas donde la autogestión procuraba solventar ciertas necesidades. “La gratuidad de la educación como garantía constitucional vigente en el país nos impide hacer autogestión para el tema de laboratorios, como se lo hacía hasta antes del año 2007 en muchos espacios académicos”, opinó un exdirector de carrera de la Universidad de Cuenca; lo cual ha llevado a recurrir a los períodos académicos como alternativa para mantener operativos los laboratorios de forma semestral.

## **Empatía docentes-estudiantes**

La composición de una cohorte tiene, en estricto, una característica heterogénea. En una suerte de clasificación básicamente exploratoria se concluye que solamente un porcentaje de los estudiantes manifiesta su afinidad por la radio con la misma intensidad de quienes lo hacen por la televisión o por los medios impresos o por los de múltiple plataforma.

Por lo tanto, la empatía docente-estudiante resulta directamente proporcional con la composición de esa cohorte: los estudiantes que se vinculan desde un inicio con la radio son quienes la toman como opción laboral. Solamente en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil se considera la formación en radio como un paso indispensable para la formación de periodistas en televisión, por ejemplo.

En términos generales, lo que distancia a los estudiantes de los docentes es la carga teórica que se le da a una carrera de formación práctica. Por ello, la totalidad de las universidades tiene un flujo de producción semestral en radio: en la Universidad Politécnica Salesiana se activa, en el ritmo del semestre, un Club de Radio que guía las actividades prácticas y sostiene la programación excepto durante los recesos académicos.

Cuando el trabajo docente no está atravesado por el tema de la radio, las carreras mantienen su empatía con todos los alumnos en forma genérica: inducción, fidelización o acompañamiento.

## **Perfil de los estudiantes**

En la Universidad de Cuenca, el estudiante interesado en la radio generalmente proviene de una línea familiar de radiodifusores o periodistas radiales: son los más interesados, destacados y colaboradores. Pero hay otras características que los definen y empatan con el perfil de estudiantes de otras universidades:

- “Millenials”
- Nativo digital.
- Competencias en edición de audio.
- Aventajados en temas de dicción y/o modulación de voz.
- Radiodifusores empíricos.

Con la irrupción de los medios emergentes, estas características se conjugan para quienes deben hacer radio “que se lee”, televisión “que se escribe” o prensa “que se mira”. La siguiente es una lista de cualidades definidas por los docentes que participaron en el estudio:

- Prácticos.
- Directos.
- Proactivos.
- Creativos.
- Dinámicos.
- Empáticos.

### **Cómo enseñar en un ambiente audiovisual**

La redefinición del medio: la radio que se mira, que se escucha, que se lee, la que interactúa, la que permite la construcción de contenidos colaborativos, ha vuelto complementaria a la educación en temas audiovisuales con la formación para radio. Las mallas académicas han actualizado sus propuestas para no estancarse solamente en el medio convencional, sino encaminarse a la construcción de ciber-radios.

Ninguno de los docentes consultados ve obstáculos en la educación de una sociedad preponderantemente visual. El hecho de que en sus perfiles de ingreso se hayan definido como condición la afinidad con temas audiovisuales, facilita el proceso de enseñanza-aprendizaje en la radio del nuevo milenio. Se sugiere trabajar más en “estímulos puramente auditivos”, pero entendiendo que las emisoras convencionales también están inmersas en la dinámica de la convergencia digital.

Estamos ante un panorama de ampliación de la radio, pero que no acaba de cuajar en ofertas diferenciadas. Sin embargo, la televisión está ganando terreno a las emisoras. En la televisión una cosa son las ofertas de contenido y servicios digitales por satélite donde aparecen las propuestas temáticas y multimedia, otra es la oferta por cable en combinación con la telefonía e internet y otra la oferta por ondas terrestres que trata de ampliar su desarrollo a servicios paralelos multimedia e interactivos. Por el contrario, parece que la radio se ha estancado en una modalidad consolidada como es la hertziana y que apenas incorpora otras innovaciones (Cebrián, 2008).

Es cierto, se admite que los medios masivos tradicionales siguen entre nosotros, pero ya han claudicado en su rol hegemónico. Están cambiando para seguir siendo los mismos.

A diferencia con lo que ocurrió con los dinosaurios, los medios masivos continúan entre nosotros, pero ya no tienen el rol hegemónico de antaño, que les permitía alcanzar audiencias televisivas de 50 puntos de *rating*. Perduran, pero con públicos mucho más segmentados. Y, al mismo tiempo, ha aparecido una multiplicidad de enunciadores emergentes, que a diario producen contenidos relacionados con el de los medios masivos, pero que también reabastece a esos medios. Este es el contexto en el que emergen las narrativas transmediáticas, de las cuales es relevante estudiar los tipos de cambios que producen y el modo en el que afectan la circulación de sentidos en nuestra sociedad (Carlón, 2016).

## **Estudiantes conectados con la radio**

La relación de los estudiantes provenientes de la generación “milénica” con la radio convencional es crítica. Salvo casos excepcionales, la generalidad prefiere sistemas digitales o repositorios de música en la que ellos seleccionan sus listas de reproducción o la galería de sus músicos o bandas preferidas. Una radio que hable es cada vez más ausente entre los estudiantes.



El docente Pedro Colángelo, de la UPS, hace una acotación válida: “Creo que muchos jóvenes desestiman la radio por falta de estímulos, tanto desde la propia costumbre como debido a la falta de una oferta escasamente original”.

Para el docente de Comunicación auditiva 1 y 2 de la Universidad Central del Ecuador, el establecimiento de estudios superiores más antiguo del país, dice que:

Al iniciar el semestre (2018) se realizó una encuesta y el resultado fue que el 51% de los estudiantes escucha radio. Al preguntarles por qué no escuchan radio el 49% responde porque utiliza otros medios; (de ellos) el 24% dice que no existen programas de interés. Otro porcentaje dice que es aburrido, que no genera impacto.

## Referencias sugeridas

A los docentes consultados se les solicitó no menos de tres referencias bibliográficas con las cuales enseñan radio. La lista es la siguiente:

Lic. Efraín Luna Mtr. Docente de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil y director de la radio UCSG.

- Blanch, M. & Lázaro, P. (2010). *Aula de Locución*. Editorial: Cátedra.
- López Vigil, J.I. (2015). *Pasión por la radio*. Editorial: Artes Gráficas Silva.
- Rodríguez, L. (2011). *Ponele onda. Herramientas para producir radio con jóvenes*. Editorial: La Tribu.

Dr. Jorge Piedra Cardoso; docente de la Universidad del Azuay y director de radio La Voz del Tomebamba.

- De Anda. & Ramos, F. (2004). *La Radio: El despertar del gigante*. Editorial Trillas.

- Rodero, A. E., Alonso, C.M. & Fuentes, J. A. (2004). *La radio que convence. manual para creativos y locutores publicitarios*. Editorial Ariel.
- Tenorio, I. (2011). *La nueva radio, manual completo del radiofonista 2.0*. Editorial Marcombo.

Lic. Carlos Orozco ¿Es correcta esta abreviatura? Mtr. Docente en la Universidad de Cuenca.

- Berdasco, Y. (2014). *Comunicación radiofónica*. Madrid: Centro de Estudios Financieros.
- Cebrián H., M. (2008). *La radio en Internet: de la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil*. Buenos Aires: La Crujía.
- Moreno E., P. (2012). *Géneros periodísticos en radio: técnicas de redacción y estilo*. Sevilla: EGAUDIM.
- Pérez R., L.D. (2004). La radiodifusión universitaria y los circuitos cerrados de radio en las instituciones de educación superior: una propuesta para la expresión de los estudiantes. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 192 (XLVII), pp. 153-186.

Lic. Pedro Colángelo. Mtr. Docente de radio en la Universidad Politécnica Salesiana.

- Atorressi, A. (1994). *Los géneros radiofónicos*. Buenos Aires: Colihue.
- Bosetti, O.(2003). *Radiofonías. Palabras y sonidos de largo alcance*. Buenos Aires: Colihue.
- Dido, J.C. & Barberis, S. (2006). *Radios Universitarias. Principios, funciones, objetivos*. La Matanza: UNLM.
- Portugal, M. & Yudchak, H. (2008). *Hacer radio. Guía integral*. Buenos Aires: Galerna.
- Rodero, E. (2011). *Creación de programas de radio*, Madrid: Síntesis.

- Tubau, I. (1998). *Periodismo oral. Hablar y escribir para radio y televisión*, Barcelona: Paidós.
- Vitoria, P. (2009). *Producción radiofónica: técnicas básicas*. México DF: Trillas.

Lic. Patricio Álvaro Silva, Mtr. Docente de la Universidad Central del Ecuador.

- Balsebre, A. (2004). *El Lenguaje radiofónico*. Madrid: Cátedra.
- Barrios Rubio, A. (2011). *De la Onda a la web: paralelo entre la radio convencional y la radio virtual*. Bogotá: Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- Camacho Camacho, L., (2000). *Imagen Radiofónica*. México DF: McGraw-Hill.
- García, S. (2010). *Manual para radialistas analfatécnicos*. Quito: UNESCO.
- Herrera, S. (2008). *Cómo elaborar reportajes en radio*. Buenos Aires: La Crujía.
- López Vigil, J.I. (2005). *Manual urgente para radialistas apasionados*. Quito.
- Pérez, M. & Tello, N. (2003). *La entrevista radial*. Buenos Aires: La Crujía.
- Tenorio, I. (2012). *La nueva Radio. Manual completo del Radiofonista 2.0*.

Como ya se había planteado antes, la relación teoría-práctica en la enseñanza de radio en ninguno de los casos supera el 50% de la carga horaria semestral. En la Universidad del Azuay, por ejemplo, la relación es 75% teórico y 25% práctica. Los ejercicios propuestos como práctica los exponemos en la siguiente tabla:

Pre producción	Redacción de guiones.	Redacción de libretos.	Redacción de noticias.	Radio dramas.	Ejercicios: locución, fonética, dicción, entonación.	Juego de roles.
Producción	Realización ajustada al guion.	Realizaciones por géneros.	Producción de programas sin guion.	Lectura e improvisación en relación a la locución.	Imposición e inflexiones vocales.	
Pos Producción	Búsqueda bibliográfica programas para la producción digital.	Edición de los trabajos radiales con el programa Adobe Audition.	Operación técnica y edición de audio.			

## Conclusiones

La posición de los docentes que participaron en las entrevistas, es unánime sobre la posibilidad de enseñar radio: para unos, basta con escucharla; para otros escucharla y producirla; para todos es fundamental escribir y producir. Pero hay quienes acotan un elemento preponderante: el docente debe ser un radiodifusor que ponga en escena las estrategias prácticas de la construcción de la radio convencional o de la nueva radio, con una sólida formación académica.

Para Jorge Piedra:

las técnicas de la radio y sus formatos son los que se enseñan. La radio es más importante que lo algunos piensan, porque es el medio de comunicación más popular, de mayor penetración en la sociedad, de más bajo costo y de mayor alcance; argumentos suficientes para que exista esta materia.

En términos generales, como lo sostiene Patricio Álvaro, “Creo que podemos enseñar técnicas de cómo utilizar los elementos del

lenguaje radiofónico (palabra, música, efectos sonoros y silencios) y cómo utilizar los diferentes géneros y formatos. La creatividad está en el estudiante”.

## **Referencias bibliográficas**

- Aguiló, J.M. et al. (2015). ¿Desaparece la radio de AM en América Latina y el Caribe?. En T. Ballesteros López, (coord.), Colombia. Disponible en <https://goo.gl/ajqMim>
- Cebrián H, M. (2008). *La radio en Internet: de la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil*. Buenos Aires: La Crujía.
- Carlón, M. (2016). La hipermediatización contemporánea. Entre el fin de los medios masivos y las narrativas transmedias. En O. Bosetti, & R. Haye, *Radios, (-compiladores), Comunicación y Nuevas Tecnologías: Encrucijadas del nuevo milenio*, Avellaneda: UNDAV Ediciones.



## **México**

### **Graciela Martínez Matías**

Universidad Autónoma de la Ciudad de México

Universidad Nacional Autónoma de México.

Ciudad de México. México

Graciela.martinez.matias@uacm.edu.mx

Doctora en Ciencias Políticas y Sociales por la Universidad Nacional Autónoma de México. Profesora investigadora de tiempo completo por la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, UACM, y profesora en el doctorado en el Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Defensora de las audiencias de Radio Educación. Conferencista en universidades nacionales e internacionales. Líneas de investigación: comunicación comunitaria, indígena; medios públicos; el arte sonoro en las ciencias sociales; la representación de la interculturalidad en los medios; estudios sonoros y radiofónicos.

## **Estado del arte**

### **Panorama general de la radio en México en el 2018**

La historia de la radio data de 1921, en lo que se considera el periodo pos-revolucionario. En ese año se realizaron los primeros experimentos acústicos en la Ciudad de México (doctor Gómez Fernández) y posteriormente en Monterrey (ingeniero Constantino de Tárnava). A

este segundo se le da el crédito de iniciar la radio en este país. A partir de este momento se da el desarrollo del medio radiofónico emulando al modelo comercial de los Estados Unidos, ejemplo de ello serán la CYB, “El Buen Tono” (1923), la XEW, “La Voz de la América Latina” (1930) y La XEQ (1938). Mientras en Europa se privilegiaba el modelo de servicio público, creando contenidos sociales para dar respuesta a las necesidades de la población, en México los programas se concentraban en la difusión de música, dramatizaciones y concursos. El objetivo era la comercialización.

Durante más de ochenta años prevalece este formato, con la incorporación de radios estatales, que fungen como difusoras de los gobiernos en turno, y de manera aislada las radios comunitarias<sup>15</sup>.

Después de una ardua lucha de la sociedad civil, académicos, y algunos legisladores para modificar la ley relativa a medios, que databa de 1960, lo que la convertía en un instrumento jurídico obsoleto para la realidad mexicana, en 2013 finalmente se promulga la Reforma Constitucional de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y un año después su Ley Secundaria<sup>16</sup>, donde por primera vez se reconocen como figuras jurídicas a los medios públicos y comunitarios.

Para septiembre de 2018, con base en información publicada por el Instituto Federal de Telecomunicaciones, en México existen 1.978 emisoras en general. 414 en AM y 1.564 en FM. El 80% pertenece al modelo comercial, y están en manos de 15 familias. Sólo 58 emisoras son medios de uso social (comunitarias-indígenas). A este respecto, los concesionarios de radios indígenas, en el Foro de Sustentabilidad realizado por el IFT, señalaron:

En los casi cinco años que lleva de existencia el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) apenas ha entregado siete concesiones de

---

15 Radio Huayacocotla y Radio Teocelo son las pioneras en México. Surgen en 1965 en la provincia de Veracruz.

16 Esta Reforma ha levantado mucha polémica en territorio mexicano, pues mientras para unos es un gran avance, para otras personas la ley tiene muchas deudas, principalmente con los medios de uso social: comunitarios e indígenas, y de uso público (radio estatales y universitarias).



radio para uso social indígena, una cantidad que resulta insuficiente para atender a una población de más de 15.7 millones de personas distribuidas en un total de 64.172 localidades, consideraron representantes de organizaciones que promueven el acceso de la población indígena a servicios de telecomunicaciones y radiodifusión. Algunas de las principales dificultades para que las comunidades indígenas obtengan dichas concesiones son la falta de apoyos económicos para abrir y equipar emisoras radiales, la burocracia de los trámites y que no cuentan con un régimen fiscal especial que les permita mantener los proyectos a largo plazo, dijo en entrevista Melquiades Rojas Blanco, representante del Congreso Nacional de Comunicación Indígena.

Durante la presentación del Diagnóstico de Cobertura Garantizada en los Pueblos Indígenas, por parte del IFT, dijo que de las siete concesiones otorgadas sólo dos están operando al 100%: la *Radio Jëmpoj*, en la región mixe y *Radio Nahndiá*, ubicada en la región mazateca de Mazatlán de Villa de Flores, ambas en el estado de Oaxaca.

El dirigente explicó que muchas comunidades indígenas no están en la lógica de solicitar permiso al Estado para utilizar el espectro radioeléctrico porque ellos parten de que éste se encuentra en su territorio y es utilizado no con fines de lucro, sino para defenderse de las empresas extractivas y eólicas. (Miranda, La Jornada).

Esta Ley es de importancia para la sociedad mexicana, pero en materia de medios comunitarios e indígenas tiene vacíos, y como en su momento señaló el entonces senador Javier Corral Jurado, ha trastocado ejes fundamentales de la Reforma Constitucional: a) fomentar la competencia de medios comerciales, y b) promover la calidad, pluralidad y diversidad de los contenidos a través de los medios públicos y de uso social. Hecha por la borda dos de sus grandes definiciones: la de telecomunicaciones y radiodifusiones como servicios públicos de interés general y su concepción de derechos humanos, centralmente el derecho a la información (Corral, 2014).

Por tanto es importante enunciar, desde el nacimiento de la radio comunitaria el Estado Mexicano ha mostrado un desprecio y falta de respeto hacia quienes la producen. Pero sobre todo a las audiencias

que expresan necesidades firmes de contar con un espacio público para dialogar sobre su cosmovisión del mundo, y de los problemas que enfrentan en el cotidiano. La prensa mexicana en más de una ocasión ha denunciado casos de agresión y violencia contra estos medios y sus productores. Las emisoras han sido cerradas, sus equipos de transmisión desconectados y tirados a la calle.

En materia de medios públicos, la situación también es compleja, pues mientras unos dirigentes se comprometen a cumplir a cabalidad las obligaciones constitucionales para ser realmente medios de Estado, otros siguen siendo voceros del gobierno. Por esa razón, como escribe la revista *Zócalo* en su editorial: “es necesario fortalecer su marco jurídico que le otorgue independencia editorial y de gestión, además de consolidar la participación ciudadana y respetar los códigos deontológicos internos” (*Zócalo*, 2018, p. 4).

En México la ley exige por parte de los medios públicos de radio y televisión cumplir con los siguientes puntos:

1. Independencia editorial
2. Garantías de participación ciudadana
3. Reglas para la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales
4. Autonomía de Gestión financiera
5. Reglas para la transparencia y rendición de cuentas
6. Defensa de sus contenidos
7. Opciones de financiamiento
8. El pleno acceso a tecnologías

En lo que respecta a las radios comerciales, éstas continúan siendo las acaparadoras del cuadrante de AM y FM. Su programación es netamente musical, noticiosa y hablada. Sus contenidos no abarcan temas de experimentación sonora o nuevas modalidades en lo que a sus formatos se refiere (aquí no existe nada referente a paisaje sonoro, poesía acústica, *road movie*, postal sonora y demás géneros del radio

arte). Además, no responden a las necesidades informativas de la población. Este estancamiento social y creativo los ha llevado a una crisis financiera y de credibilidad. Las audiencias no están más en sintonía con sus contenidos y conductores, y se registra una emigración de usuarios a nuevas plataformas sonoras, especialmente a la radio por Internet, sean estos programas nacionales e internacionales, y los *podcast*. En el mes de agosto, *Radiopolis*, la cadena de radio perteneciente al grupo Televisa, poseedora de seis emisoras en la Ciudad de México, y emblemática por ser la iniciadora de la radio comercial más importante de América Latina en la década de los treinta con la *XEW*, fue puesta a la venta. Esta noticia sacude a los medios en este país e invita a la pregunta: ¿Qué significa este hecho? ¿Ya no le reditúa económicamente a Emilio Azcárraga Jean, dueño del consorcio tener seis emisoras de cobertura nacional? ¿O “Televisa” desea invertir en otras áreas de la comunicación digital?

Con todo, de acuerdo a una nota publicada en el diario *Milenio*, la Ciudad de México es la más radiofónica del país:

Llama la atención el distinto nivel de consumo radiofónico en las tres ciudades analizadas. Según el Ifetel, la Ciudad de México es “más radiofónica” que Guadalajara y Monterrey. En el último trimestre, la “proporción promedio de radios encendidas” en la Ciudad de México fue de 11.26%, mientras que en la capital de Jalisco llegó al 5.80% y en la de Nuevo León a 5.57%.

## **La investigación radiofónica en México**

La radio, forma parte de la historia del mexicano, de su biografía e identidad. Sin embargo, poca relevancia se le ha dado en términos de investigación científica y académica. Desde hace más de una década, el declive de la investigación de la radio es evidente. En los programas de posgrado en Comunicación los temas de interés de los estudiantes se centran en el uso de las nuevas tecnologías, la legislación en medios, la transparencia en los gobiernos federales, los video-juegos. Pocas son las

investigaciones en radio. Las existentes se basan en la radio comunitaria, la radio y nuevas tecnologías, los usos de las nuevas plataformas para la difusión de la radio, etcétera. De diez investigaciones, una es dedicada al medio sonoro.

Y de libros sobre la radio, la mayoría son de divulgación o manuales técnicos. En general es poca la literatura radiofónica producida en México. Los clásicos siguen siendo consultados: *El guion de los medios audiovisuales* (Maximiliano Maza), *Breve historia de la radiodifusión en México* (Fernando Mejía Barquera), *La imagen radiofónica y El radioarte en México* (Lidia Camacho), *La guerra de las ondas* (Romeo Figueroa), *La telaraña magnética* (Fernando Curiel), *Una historia hecha de Sonidos* (autores varios, editado por Radio Educación). De reciente edición: *Radio Totopo* (Griselda Álvarez) o *La función social del documental sonoro* (Karla Lechuga).

## **La enseñanza de la radio en las escuelas y facultades de Comunicación en México**

De acuerdo a cifras del Consejo Nacional de Escuelas de Comunicación (Coneicc), en México existen 84 escuelas y facultades de Comunicación de educación superior (esto es, nivel universitario). Es posible arriesgar a enunciar que hay más de cien escuelas de Comunicación en este país<sup>17</sup>, que en sus planes de estudio incorporan la materia de radio en al menos dos semestres.

La radio junto con el cine, son dos de los medios más antiguos:

1895 es una fecha importante para los medios de comunicación: en ese año nacen la radio, inventada por el genio boloñés Guillermo Marconi, y el cine, creado por los hermanos Augusto y Luis Lumière, de Francia. A partir de ese momento veremos cómo cine y radio compartirán para su realización técnicas y elementos de su lenguaje (Martínez, 2015).

---

17 Pues no todas están incorporadas al Coneicc.

Por su longevidad, la radio se convierte en un medio interesante por su función social, emocional, técnica, literaria, periodística y estética, pero también es un reto su enseñanza en la era de lo digital, también denominada por Ulrich Beck como la “Segunda Modernidad”; por Lyotard, “Sociedad Posmoderna” o Manuel Castells la llama la “Sociedad de la Información”. En este tiempo para muchos críticos del medio, enseñar la radio es obsoleto, mientras para otros es un reto y una nostalgia. En este contexto, y como parte de este gran proyecto de América Latina, se realizó el siguiente estudio que a continuación se enuncia.

## **Metodología**

El corpus señalado por los coordinadores del proyecto son cinco profesores (hombres y mujeres) de diferentes regiones del país en turno. La selección de los cinco docentes mexicanos se realiza con base en el conocimiento e intercambio académico en congresos y en las universidades nacionales, pero sobre todo por su experiencia en la enseñanza de la radio, y su gusto y pasión por él.

Se aplicó un cuestionario integrado por diez preguntas elaborada con base en categorías claras y actores definidos: estudiantes, profesores, aula, recepción y uso del medio y metodología de la enseñanza del medio.

### **a. Corpus**

Dra. Maribel Reyes Calixto, Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Dr. Lenin Martell Gámez, Universidad Autónoma del Estado de México.

Mtro. José Antonio Zavaleta Landa, Facultad de Estudios Superiores Aragón, UNAM.

Mtra. Elsa del Villar, Universidad La Salle.

Dr. Antonio Calderón Adel, Universidad de Monterrey, Nuevo León.

## **b. Análisis**

1. Describa según el programa de comunicación social de su universidad la presencia de la materia radio en el programa (Intensidad horaria, semestres, horas prácticas y horas teóricas).

Lenin Martell.

Es poca la enseñanza son dos materias y no son obligatoria.

Antonio Calderón.

Materias teórico-prácticas en tres semestres:

- -Instrucción técnica y conducción de radio.
- -Géneros radiofónicos.
- -Producción radiofónica.

Elsa del Villar

Se imparte una materia en segundo semestre, seis horas semanales. La primera parte es la teoría, la segunda la práctica. Se tiene una emisora para practicar. 12 alumnos por grupo.

José Antonio Zavaleta

Seminario Taller I, II y III. Son cuatro horas a la semana. Es una materia teórico-práctica.

Maribel Reyes Calixto

La materia de radio es optativa en dos semestres con frecuencia de tres horas por semana.

## **¿Qué obstáculos enfrenta en la enseñanza de la radio?**

Lenin Martell

- Los enseñantes están influenciados por la producción comercial, y les falta capacitación para producir.

Antonio Calderón

- Aproximar a los estudiantes a un medio que les es ajeno.
- La apropiación de la teoría y su aplicación práctica

Elsa del Villar

- Mayormente que no es un medio del que gustan, pero una vez que lo conocen les gustan. El acercamiento sonoro es básico.

José Antonio Zavaleta

- La falta de identificación con el medio, los muchachos vienen muy enfocados en el lenguaje audiovisual, pero desconocen el lenguaje sonoro

Maribel Reyes Calixto

- Escucha de los alumnos de Internet.
- Falta de equipo.
- Falta de personal que atienda los laboratorios.

### **¿Qué metodologías y teorías usa para enseñar la radio?**

Lenin Martell

- Se enseña la técnica y luego se aplica el ejercicio.

Antonio Calderón

- Estrategia académica diseñada desde la generación de la idea hasta la realización de un programa en vivo.

Elsa del Villar

- Teorías de Shafer. Sensibilización sonora, experimentación y creación radiofónica

José Antonio Zavaleta

- Trabajo etnográfico, historias de vida, al ver dramatizaciones un poco de teoría actancial.

Maribel Reyes Calixto

- Adopto técnicas pedagógicas de acuerdo al grupo. Importante el reconocimiento del sonido.

### **¿Cree usted que los profesores de radio “conectan” o no “conectan” con sus estudiantes, sí, no, por qué?**

Lenin Martell

- Sí, los profesores más jóvenes. Pero les falta experiencia internacional.

Antonio Calderón

- Es un reto frente al desconocimiento del medio y las redes. Pero cuando se le encamina al proyecto de manera correcta, se da la relación.

Elsa del Villar

- Sí conectan aquellos alumnos más sensibles.

José Antonio Zavaleta

- Depende si el docente logra conectar la parte estética, la parte técnica, la parte logística, la parte emocional de la radio como instrumento vivo dentro de la ecología de medios, que conecta con sus audiencias

Maribel Reyes Calixto

- Los profesores logran inspirar a los alumnos.

### **¿A quiénes enseña la radio? Características de sus estudiantes (Atentos, dispersos, interesados, etc.)**

Lenin Martell

- Son alumnos capaces, pero con poca cultura.



Antonio Calderón

- A alumnos gustosos por el proceso de producción.

Elsa del Villar

- Los alumnos se interesan por el medio cuando lo conocen.

José Antonio Zavaleta

- Con grupos dispersos, pero a partir de la práctica se integran.

Maribel Reyes Calixto

- Cada generación es distinta: hay desde los interesados y creativos hasta los dispersos.

### **¿En una sociedad marcada por lo audiovisual, resulta más difícil enseñar la radio?**

Lenin Martell: “Es importante, permite ejemplificar”.

Antonio Calderón: “Resulta más difícil por las redes”.

Elsa del Villar: “Definitivamente, se les hace poco atractivo escuchar”.

José Antonio Zavaleta: “Dejar que empiecen a experimentar las especias; el uso de metáforas, la dimensión estética revisada a partir de la escucha”.

Maribel Reyes Calixto: “Lo difícil es enseñar a educar el oído”.

### **¿Sus estudiantes escuchan Radio o no la tienen en cuenta dentro de sus consumos mediáticos y culturales?**

Lenin Martell: “Escuchan poco y no escuchan radio internacional”.

Antonio Calderón: “Escuchan radio en el automóvil, en *podcast* en sus dispositivos móviles, y en el transporte”.

Elsa del Villar: “Son escuchas indirectos, y prefieren plataformas digitales”.

José Antonio Zavaleta: “Escuchan la radio en el transporte público. Se enfocan a las redes sociales”.

Maribel Reyes Calixto: “Sí, pero más la música en internet o series en video”.

**Señale tres referencias bibliográficas en las que se basa para la enseñanza de la asignatura de radio.**

Antonio Calderón

- Sosa P, G. (2016). *Días de radio: historias de la radio en México*. Secretaría de Cultura, México.
- Lechuga, K. (2015). *El documental sonoro, una mirada desde América Latina*. Buenos Aires: Jinete Insomne.
- (s.a.) (2014). *Memorias de la 10 Bienal de Radio*. México: Radio Educación.

Elsa del Villar

- Camacho, L. (2007). *El radioarte. Un género sin fronteras*. Ciudad de México: Trillas.
- Murray, S. R. (1977). *The tuning of the world*. New York A.A Knopf

José Antonio Zavaleta

- López, J.I. (1997) *Manual urgente para radialistas apasionados*. Quito. Gráficas Silva.
- Vitoria, P. (2014). *Producción radiofónica: técnicas básicas*. Ciudad de México. Trillas.
- Rodríguez, L. (2011). *Ponle Onda. Herramientas para producir radio con jóvenes*. Buenos Aires. La Tribu.

Maribel Reyes Calixto

- Kaplún, M. (199). *Producción de programas de radio*. Quito. CIESPAL.
- Barquera M, F. (2007). Historia mínima de la radio mexicana. Revista de Comunicación y Cultura. Ciudad de México: Marzo Mayo.

- Cebrián H, M. (2001). *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona: Gedisa.

### **Señale algunos ejercicios que usa en su clase de radio.**

Antonio Calderón:

- Elaborar crónicas y notas informativas grabadas de eventos culturales y académicos de la universidad.
- Ejercicio de escucha de series dramatizadas para identificar los distintos elementos del lenguaje radiofónico en las obras.
- Diseñar, grabar y editar una entrevista periodística, después organizar una mesa redonda para presentarlas en vivo en la emisora.

Elsa del Villar:

- Fotografías sonoras a partir del certamen *World press photo*.
- Realización de radio-cuentos.
- Doblaje de tráiler de películas.

José Antonio Zavaleta:

- El disco de mi vida.
- Grabación de ambientes.
- Leer poesía con diversas intenciones.

Maribel Reyes Calixto:

- Ejercicios de imitación de spots publicitarios.
- Ejercicios corporales para la respiración.
- Escritura de guiones a partir de sensaciones auditivas.

### **¿La radio se puede enseñar?**

Lenin Martell:

- La radio permite poner en práctica muchos ejercicios.

Antonio Calderón:

- La labor del docente no es `enseñar la radio` si no establecer estrategias y acercar los recursos para que los estudiantes hagan posible la radio”.

Elsa Edith Villar:

- Se puede compartir el amor por el mundo sonoro.

José Antonio Zavaleta:

- Aspectos técnicos, artísticos, éticos, legales, de programación, escucha, e investigación.

Maribel Reyes Calixto:

- Sí, todo lo que se aprende se puede enseñar.

## **Conclusiones**

El corpus de análisis para este informe está constituido por cinco profesores de las carreras de Comunicación de Instituciones de educación superior del norte y centro de México; dos de escuelas privadas y tres de universidades públicas dieron respuesta a diez preguntas sobre el proceso de enseñanza aprendizaje de la radio. Para México, la radio es parte de la historia, aún la gente canta con determinados autores que conoció en este medio; se siente identificado con un sinnúmero de locutores que, aunque no los conoce les habla de tú. (Se refieren a la periodista Carmen Aristegui, como Carmen) y repiten los anuncios comerciales de memoria “mejor, mejora Mejoral”. La radio es un medio tan importante en el Siglo XXI, que a pesar de que muchos “expertos en medios” ya la daban por muerta hace algunos años, aun forma y seguirá siendo parte de los programas de estudio de las licenciaturas en ciencias de la comunicación y periodismo en este país. El problema es que el diseño de contenidos no está adaptado al contexto local y global mediático, pero también a las necesidades de

consumo, producción y distribución de los contenidos sonoros. Con base en las respuestas obtenidas de los cinco profesores entrevistados se posibilita la siguiente enunciación:

Son miradas plurales, tres hombres y dos mujeres entre 35 y 48 años, que permiten ver que la enseñanza de la radio en México continúa realizándose de manera tradicional. Algunos docentes apenas se arriesgan a experimentar con el medio, trascender los procesos de enseñanza aprendizaje, y de metodologías que puedan aportar más al desarrollo de la radio. Falta osadía, arriesgue en el aula.

La pasión por el medio es una constante en las respuestas, pero ello no es suficiente para generar nuevas estrategias de enseñanza que posibiliten que el estudiante nuevamente se apodere del medio. Dos de los profesores entrevistados marcan con claridad la importancia del sonido y otros de la capacitación en la producción. La investigación es una herramienta fundamental para lograr esta trascendencia del medio, y sólo se esboza.

Además, es un imperativo trabajar en ella, pues será la base para producciones sonoras complejas y con contenidos de relevancia social, además, es fundamental conocer las posibilidades del sonido, de lo audiovisual y las nuevas plataformas digitales para lograr que la radio forme parte de este nuevo universo de relatos trans-mediáticos.

Mirar a la radio como el gran medio de comunicación que logra convergen las tecnologías y las técnicas, pero también el humanismo, las emociones, es fundamental aceptarlo, además de la literatura, el periodismo, la estética y los métodos etnográficos.

Hay que ver a la radio ya no como la cenicienta de los medios, sino como la reina de la comunicación. De los distintos actores que producen la radio depende esto sea una realidad.

## Referencias bibliográficas

- Álvarez, C. L. (2018). Pueblos y Comunidades Indígenas, En: *Telecomunicaciones y Radiodifusión en México*. México: UNAM, Posgrado Derecho.
- Diario Oficial de la Federación. (2014). *Ley de Telecomunicación y Radiodifusión* 14 de julio, 2014 Disponible en: [http://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5352323&fecha=14/07/2014](http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5352323&fecha=14/07/2014)
- Jurado, J. (2014). *Retroceso legislativo*. El Universal 10 de julio de 2014, disponible en <http://www.eluniversalmas.com.mx/editoriales/2014/07/71256.php>.
- Labelle, B. (2007). *Radio Memory*, Audio Issues Vol. 4. Errant Bodies Press: Berlin.
- Martínez, G. (2015). *Cine y radio: dos medios en diálogo histórico*. A través de Vertov Dziga y Walter Ruttmann. Ponencia.
- Martínez, G. (2016). *Insuficiencias normativas en la regulación de los medios comunitarios e indígenas*.

## **Paraguay**

Haydée Galeano

Universidad Nacional de Asunción (UNA)

Asunción. Paraguay

Correo electrónico: hg.40-2010@hotmail.com

Licenciada en Ciencias de la Comunicación, docente, consultora.

Productora de Programas de radio y TV. Comunicadora Institucional.

Tutora de Tesis.

## **Estado del arte**

En Paraguay es muy difícil saber con exactitud cuántas escuelas de Comunicación Social existen, pero aproximadamente, se podría decir que alrededor de 23, pues funcionan en el interior como filiales, y hay semestres en las que no se convocan por la falta de alumnos. La gran deficiencia de estos centros de enseñanza, son la falta de laboratorios de Radio, Televisión y Sala de Redacción, como mínimos básicos.

La situación de la radio en Paraguay no ha variado. Son 544 radios, y están distribuidas en todo el país. Las principales fortalezas radican en que se constituyen en las principales fuentes de noticias por su simultaneidad e instantaneidad, y en particular porque no cuentan aún con internet. Por ello, las de Frecuencia Modulada, FM, van intercalando músicas y flashes informativos. En ambos casos, es decir, de las AM y de las FM, sobreviven mediante las publicidades de las casas comerciales

que pautan en ellas, y como un medio de ingreso y soporte, en especial para el pago de salarios a sus trabajadores.

## **Introducción**

Conocer cómo se enseña la radio es una pregunta que muy pocas veces se hacen los profesionales docentes de la carrera de Ciencias de la Comunicación que tienen a su cargo el desarrollo de esa materia. Este texto propone un debate más que interesante sobre, por ejemplo, las diferencias existentes en cuanto a cargas horarias destinadas a la materia en cuestión, carencias en la enseñanza aprendizaje y la denominación misma de las asignaturas radiofónicas.

Enseñar radio en una universidad es una de las actividades más complejas, porque se trata de complementar las actividades teóricas con las prácticas, y para ello, se debe contar con los equipamientos tecnológicos necesarios, como por ejemplo, la dotación de un estudio de radio, acústica adecuada, parlantes, consolas, micrófonos, etc.

Cada profesor consultado para este estudio planifica sus clases, trata de hacerlo de la forma más didáctica, divertida y creativa posible, a fin de que los estudiantes puedan apasionarse, empoderarse, amar este medio mágico para ponerlo, también, en beneficio de las audiencias.

Siempre es positivo revisar las metodologías y técnicas implementadas en la enseñanza aprendizaje, pero a veces surge, en medio de las prácticas, alguien que desea enfocarse en otra cosa. Enseñar radio me recuerda a un refrán que he escuchado en uno de tantos talleres: “La radio no se aprende en el aula, se aprende en la cabina, frente al micrófono”, en buen decir y hablar de los hombres que la aman y la entienden. Creo que la radio particularmente de eso se trata.

¿Cómo enseñar radio? Esa sin duda es una tarea difícil debido a que los alumnos por lo general no escuchan emisoras de Amplitud Modulada en donde se abordan temas periodísticos, analíticos, actuales, sino



que se centran más en la escucha de la oferta de Frecuencia Modulada, donde se difunde música acompañada de algunos flashes informativos.

En la actualidad, algunas de las desventajas de la radio, planteadas por el estudioso uruguayo, Mario Kaplún, es el desplazamiento de la unidireccionalidad, es decir, que se desconocen las reacciones de los oyentes, de la audiencia, debido a que no existen formas de verificar sobre lo que piensan y cómo reaccionan ante determinadas ideas planteadas, por ejemplo, por parlamentarios en cuanto al estudio de anteproyecto de Ley de Jubilación.

Muy por el contrario, con la aparición de las redes sociales, ha desaparecido la unidireccionalidad, pues las audiencias se manifiestan a favor o en contra, a través del *Facebook*, *Whatsapp*, *Twitter*, *Instagram*, manifestando sus posiciones o instalando ideas con respecto a un tema planteado. La reacción es inmediata, o cuando se enfoca sobre el aborto, no tardan en realizar llamados telefónicos a los medios, y reclamar salir al aire para expresar sus puntos de vista.

La enseñanza de la radio no solamente trata de que los alumnos puedan saber hablar, vocalizar, tener un buen timbre, articular las palabras sino que implica conocer dónde está la noticia, cómo se redacta en radio, qué formato utilizar en el caso de obtener datos útiles.

A los estudiantes se les debe estimular, a ellos les gusta descubrir todo el tiempo, siempre hay alguien que irrumpe en la clase de radio, y pide practicar otro formato que no sea necesariamente el desarrollado en el aula. Recuerdo que en todas las clases, un alumno me reclamaba: “profe, voy a hacer de *disc-jockey*”. Le respondía que no formaba parte del temario del día. La insistencia fue tanta, que nuevamente un día, reclama, y por el cansancio le digo: “que sí”. Se sentó en el estudio ante el micrófono, y comenzó a hablar, a presentar los temas musicales, a los autores, a los integrantes del grupo, cantaba con ellos, y bailaba. Se dejó ir en su pasión, y le acompañé, y le acompañaron sus compañeros con aplausos y bailes. Hoy día, ese alumno trabaja de *disc-jockey*, se gana la vida actuando en fiestas y siempre que puede me saluda y agradece. Ese día entendí que la libertad de hacer lo que le gusta a

los estudiantes en el aula, puede ser además de divertido, beneficioso económicamente.

Cuando “soltás” a los alumnos en la cabina, se sienten estimulados, para seguir haciendo radio. Sienten ese entusiasmo, se enciende en esa chispa, se despierta en ellos la creatividad, imaginación y por qué no, la seguridad de hablar ante una multitud. De ahí entendí que la clase no solamente estaba para programas periodísticos serios, para enfocar la problemática política y social del país, sino que formaba parte de una de las estrategias pedagógicas para enseñar radio: dejarlos ser libres, que sientan la radio, que vivan la radio, que sueñen con la radio, que ayuden con la radio y que estimulen con la radio su creatividad.

Cada materia dentro de la facultad cuenta con sus programas de estudios, donde se consigan ciertas pautas relevantes a seguir. El profesor Hugo Díaz, docente de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Filosofía de la Universidad Nacional de Asunción, explica el plan contempla la Teoría y la Práctica, es decir, su denominación es Teoría y práctica del Periodismo IV, Radio, con dos horas cátedras (45 minutos) con receso de cinco minutos. Por lo que generalmente, se desarrolla la teoría, y en la siguiente hora las prácticas relacionadas con lo dado en clase.

En cuanto a las dificultades o los obstáculos con que tropieza el profesional, es la falta de adecuada infraestructura, sin cabina de locución para las prácticas, pocos equipos, sin emisoras de radio que suplen lo que no puede la institución. Díaz insiste en que la radio es práctica, práctica más práctica.

### **Los profesores, los estudiantes**

¿Cree usted que los profesores de radio “conectan” o no “conectan” con sus estudiantes? El profesor Hugo Díaz cree que efectivamente debe haber ese enlace de estudiante con el docente, que es como buscar sintonizar una emisora: conexión para la adecuada comunicación.

En relación con los grupos de estudiantes que acompaña, Díaz considera que “siempre se tiene un grupo heterogéneo, pero son más quienes se muestran interesados, prestan atención y estos en el camino arrastran a los dispersos, a los desconectados”. La profesora Carmen Espinoza, afirma que “A los chicos les encanta la radio. Los alumnos se dispersan al inicio de las clases, luego se interesan por los ejercicios y comienzan a trabajar con las prácticas”.

## **Lo audiovisual**

En una sociedad marcada por lo audiovisual, resulta más difícil enseñar la radio, la profesora Carmen Sánchez sostiene que siempre hay interesados en estudiar radio a pesar de la existencia de otros formatos.

La profesora Liliam Barrera afirma que:

La radio esconde todo un mundo de magia, que no es comparable a lo visual, incluso permite redescubrir aspectos de la personalidad que logran conectarse con mayor fuerza y fluidez con el público. La radio se convierte en un medio que conecta sentimientos, genera opiniones, produce empatía, y una serie de situaciones que suelen quedar dispersas cuando se recurre al medio visual. Cree que la voz y los sentimientos, sumados a la capacidad y carisma del conductor prevalecen en este medio, el docente se convierte en un facilitador y con base a su experiencia en un orientador de técnicas para incursionar en la profesión, el alumno tiene posibilidad de descubrir esta pasión a través de un docente apasionado.

“Internet devora todo, el audiovisual es un eje de interés para motivar el aprendizaje al estudiante que así puede encontrar otros formatos de interés profesional”, también, sostiene Díaz, que frente a la escucha de la radio “los estudiantes tratan de incorporarse a la locución ya sea como práctica o como trabajo y de esta manera se escuchan mutuamente”.

Según los cuestionarios usados como soporte para la realización de este informe, las referencias bibliográficas más comunes que los profesores utilizan en el aula, para la enseñanza de la radio son libros de: Mariano Cebrián Herreros, Mario Kaplún, José Ignacio López Vigil, Arturo Merayo, José Javier Muñoz y César Gil.

Para muchos de los docentes consultados los ejercicios infaltables en el aula son la respiración, vocalización, entonación, infaltable y contagiosa siempre la resulta la lectura de trabalenguas. Sin embargo, Hugo Díaz anota: “El estudiante primeramente debe conocer el lenguaje de la radio, pero previamente debe realizar ejercicios de respiración diafragmática, básico, primordial para hacer radio”. Posteriormente, dice que son indispensables enseñarles la articulación de las palabras, trabalenguas, vocales, silabación y el respeto por los signos de puntuación al leer.

## **La escucha de la radio**

¿Sus estudiantes escuchan radio o no la tienen en cuenta dentro de sus consumos mediáticos y culturales? La licenciada en Ciencias de la Comunicación, docente, presentadora de radio y televisión, conductora de programas de televisión, comunicadora Institucional y consultora Liliam Barrera afirma que:

Otro gran problema, en nuestro país, es que los jóvenes muy poco escuchan radios AM, amplitud modulada, dónde el locutor es protagonista (en el sentido que utiliza la comunicación oral durante mayor cantidad de tiempo, interactúa más, por los contenidos y emite comentarios y/u opiniones). Esto dificulta mucho la enseñanza pues se carece de parámetros en cuanto a imagen e información, lo que dificulta la capacidad de análisis y diálogo que debe estar presente en la radio.

## **Conclusiones**

“No me resulta claro. La radio no sé, pero que una buena escena primero académica, luego profesional, se construye, se trabaja para despertar el interés, convencer y luego mantener en la carrera laboral, es un compromiso”, concluye, Hugo Díaz, docente de la Universidad Nacional de Asunción (UNA). Por su parte Barrera, afirma que “las clases prácticas, respiración, ejercicios de trabalenguas, lecturas pausadas y rápidas, lecturas de noticias, promociones, publicidad, diálogo, análisis, se constituyen en una base para la enseñanza”. Espinoza, agrega otros factores, como la pasión. “Las ganas, paciencia, perseverancia, y crecer para llegar a ser un buen comunicador/a impulsa el deseo por conocer el medio. Lo primero para enseñar la radio es entregarles las herramientas para desenvolverse”.



## **Perú**

Alejandro Cornejo Montibeller  
Universidad San Martín de Porres  
Lima. Perú  
investigacionsonora@gmail.com

Productor y realizador radial. Responsable del Área de Radio de la Universidad de San Martín de Porres. Miembro Fundador del Foro de Documental Sonoro. SONODOC. Fundador del Grupo de Investigación Sonora. GRIS Perú. Miembro de la Comunidad de Estudios Sonoros CES.

## **Estado del arte**

En el Perú existen alrededor de 20 a 25 escuelas o facultades especializadas en ciencias de la comunicación, periodismo, marketing y publicidad. En este contexto, el estado ha venido regularizando la situación legal de todas las instituciones, en una campaña que involucra la formalización y estandarización de excelencia para la educación que exigen los parámetros internacionales. Así, muchas no han obtenido la licencia de funcionamiento ni la certificación oficial que se requiere para la adecuada titulación de los alumnos.

Según el Consejo Consultivo de Radio y Televisión, en el Perú existen 5,257 estaciones de radio, resaltando que las regiones con mayor porcentaje son Cusco y Cajamarca (9%), Áncash, Lima, Puno (7%), Piura,

Junín, Arequipa (6%). Cabe resaltar que existen 45 estaciones con la denominación y reconocimiento de Radios Comunitarias.

La mayoría de las radios en el Perú son radios locales, y su gestión se basa principalmente en el accionar económico local. Esta situación hace que ésta sea su principal fortaleza de contenido y narrativa local resguardando la identidad y la cultura, pero a su vez es una de sus principales debilidades ya que el ingreso de las grandes corporaciones centralizadas en la capital (Lima), ha hecho sumamente difícil la gestión y la competencia de calidad de señal con las repetidoras instaladas en las regiones, que además han estandarizado los mensajes y contenidos descontextualizados.

Existe una especie de supervivencia de las radios locales, que han preferido vender o alquilar su señal a las corporaciones nacionales o a iglesias protestantes que costean su producción con el aporte de sus fieles.

Últimamente, se aprobó en el país la ley 2133, que regula el gasto de publicidad del estado peruano en los medios privados, afectando en 60% al ingreso que las radios locales podían tener como proveedores del estado. Esta ley denominada Ley Mordaza, afecta también a las grandes empresas pues han visto afectado su ingreso en aproximadamente un 30%.

Si bien, la tecnología ahora es más accesible y muchas estaciones ahora cuentan con buen equipamiento, el contenido deja muchas preguntas y cuestionamientos, pues ante la adversidad económica el control de calidad ha decaído, utilizando muchas veces la radio como medio de partidos políticos que abarrotan la parrilla con tendencias de opinión, sin sentido ético alguno.

Se puede sumar a este ramillete de problemas, la capacitación discontinua o nula de los realizadores radiofónicos. Siendo en su mayoría improvisados locutores comunicadores sin bases conceptuales, éticas o técnicas, hecho que no condiciona su labor, por su puesto, pero afecta al desarrollo de un contenido estético que pareciera no interesar hoy en día.



Sin embargo, la radio sigue siendo el principal medio de comunicación, y lo seguirá siendo principalmente por la geografía nacional y la proximidad que la población tiene con el medio.

## **Introducción**

### **La radio y los realizadores radiales en el Perú**

La consolidación de la enseñanza de Radio en las universidades se encuentra en un proceso de búsqueda “desorganizadamente” afianzado. En muchos centros de estudio, la especialidad sigue siendo una materia libre o de elección, y en algunos casos ni siquiera es tomada en cuenta en la carrera de Ciencias de la Comunicación o Periodismo.

La mayoría de los propietarios, productores, conductores o realizadores de las principales radios de Perú son empíricos. Proviene de una generación donde hacer radio era una afición, pasatiempo o labor adicional a la verdadera profesión y a veces también una herencia familiar, estableciéndose hoy en día una relación inconsecuente, entre el amateurismo y el profesionalismo académico, donde ambos actores reclaman su espacio en el que conviven a la vez. Una extraña mezcla entre práctica y técnica, entre impulsos y procesos, entre mercadeo y estética, entre trabajo y pasión.

En este contexto los estudiantes hacen sus prácticas pre profesionales (obligatorias) en un medio donde se devela que lo aprendido en la universidad probablemente no sea útil o no se desarrolle como le habían enseñado, ya que, en la acción cotidiana de la radio, el medio es dirigido por un no-académico que desconoce los procesos, teorías y órdenes universitarias.

Es así como en un momento el nuevo profesional se encuentra en un conflicto, cuestionando el último año de universidad, descubriendo que para hacer radio no es necesario saber todo lo expuesto en los salones de clase. Mucho menos la investigación o enriquecimiento bibliográfico.

Estas situaciones no hacen más que cuestionar si es necesaria la enseñanza de radio en las universidades. Sobre todo porque las instituciones académicas han destinado demasiadas horas hacia el campo teórico en una especialidad que es en esencia práctica.

En este cuestionamiento entre el profesionalismo académico y el desarrollo empírico del quehacer radial, el eje en el que ambos encuentran la concordancia se encuentra en la efectividad de las realizaciones y la aplicación estética de las obras, ya que ambos buscan que más público guste de sus realizaciones radiofónicas, éxito con muchas variables de llegada con estilos propios para cada realizador y contexto.

En las encuestas realizadas a docentes universitarios de radio de la ciudad de Piura y Lima, se evidencia la situación en la que se encuentra la enseñanza de la materia en ambas ciudades, que muy bien pueden significar la muestra aleatoria de los docentes universitarios en la especialidad de Radio.

Los profesores Fernando Cortés del Instituto de San Ignacio de Loyola de Lima, Fernando Echevarría de la Universidad de San Martín de Porres de Lima, Cesar Mac-Kay de la Universidad de San Martín de Porres de Lima, Erincson Córdova de la Universidad de Piura, Marco Rumiche de la Universidad Nacional de Piura, respondieron un cuestionario con el que se busca iniciar el análisis de la situación de la enseñanza – aprendizaje de la especialidad de Radio en centros educativos universitarios en Perú. Sin duda ésta es una muestra significativa y las conclusiones y comentarios que realizo las hago desde mi experiencia como docente y realizador radial desde 1995 en diferentes medios nacionales y como investigador con especialidad en paisajes sonoros e interculturalidad. En la actualidad tengo a cargo la Coordinación del área de Radio de la Universidad de San Martín de Porres de Lima (Perú).

## ¿Qué obstáculos enfrenta en la enseñanza de la radio?

Las respuestas evidencian la influencia de la visualidad en referencia a la sobre exposición de contenidos de video, foto, texto en redes sociales y plataformas de comunicación, siendo esta una realidad que muchos docentes de radio exponen como una problemática. Éste es quizá un reto para redefinir los métodos de enseñanza y tener en cuenta que la radio de hoy tampoco escapa a la imagen y cada vez se la asocia con ella, generando plataformas multimediales, radios enriquecidas por el video para esclarecer o concentrar la información, pero empobrecidas en su creatividad. Esta exposición sigue siendo una decisión especial de cada medio, debiendo capacitar a los futuros comunicadores radiales para espacios sonoros con soportes visuales sin que esto signifique acabar con el buen manejo de los elementos del lenguaje radiofónico.

Con referencia a esta primera cuestión, los temas que prevalecen como principales factores que obstaculizan la enseñanza de la radio o son un condicionante negativo en esa búsqueda son:

### a. Tecnología e infraestructura

La radio está asociada intrínsecamente a la tecnología e infraestructura, desde el *home studio* hasta las cabinas profesionales. Muchas instituciones se han concentrado mucho en este factor, contando con los más avanzados equipos y adecuada infraestructura para la enseñanza de la radio. Esta posibilidad condicionada por la capacidad de gasto que cada institución educativa constituye uno de los factores menos uniformes entre los centros educativos superiores en Perú.

Definitivamente se convierte en un obstáculo al ser una justificación para ocultar otros tipos de problemas de contenido, capacidad y certificación académica. Si bien, la tecnología es algo importante, creo luego de observar los casos existentes en Perú, ésta no es una limitante para hacer buena radio.

Existen universidades que con no más de cinco ordenadores imparten sus contenidos a más de doscientas personas y existen otras que para la misma cantidad de alumnos destinan veinte ordenadores, para la preproducción y realización de piezas radiales. Esta diferencia, sin embargo, no garantiza la calidad en las obras, en el sonido o en el contenido de las mismas.

El mismo caso se evidencia en la infraestructura, donde se puede hacer las prácticas en estudios improvisados, básicos, semi profesionales y profesionales, sin que ninguno de estos garantice un mensaje efectivo o de calidad. Si bien uno de los elementos de la calidad se asocia a cierta particularidad sonora en la que se evidencia una ecualización armónica y captura de sonido límpida, este hecho no asegura un éxito al 100%.

## **b. Horas académicas**

En Perú, ya es un reto la educación, y con énfasis, la educación superior, debido a diversos factores que recién en la actualidad se ha decidido atender, como por ejemplo la legalidad de los centros de estudio, o la baja calidad en la enseñanza que durante décadas no fue atendida con responsabilidad por el Estado. Y es recién desde hace pocos años que se está tratando de organizar, categorizar y legalizar la educación pensando en el usuario final, el estudiante.

La enseñanza de Radio como materia o especialidad en una universidad está asociada principalmente a la carrera de Ciencias de la Comunicación o de Periodismo, variando principalmente entre universidades el tiempo destinado a la enseñanza de esta especialidad. Configurándose este hecho como el transversal para configurar el mapa de contenidos en las instituciones educativas en el país.

## **c. Contenidos temáticos**

El contenido de cada malla curricular varía de acuerdo a cada centro educativo. No existe una constante y mucho menos un estilo

“nacional” o “escuela peruana” de hacer radio. Normalmente los contenidos temáticos y los *syllabus* se adecuan a cada profesional y a las publicaciones que se tengan a mano en cada espacio. Esto no quiere decir que los contenidos no sean idóneos o profesionales, sino que responden a necesidades inmediatas y no a un plan estratégico o fundamento transversal de comunicación.

#### **d. Interés o identificación del alumno con la materia**

De acuerdo con cada universidad, la radio como materia puede ser un curso obligatorio o electivo, en ambos casos y quizá en el segundo con mayor énfasis. Algunos docentes identifican el “poco interés” en el medio por la tendencia visual de los jóvenes estudiantes hoy en día.

#### **e. Referencias**

En Perú ésta puede ser una de las principales dificultades académicas, sobre todo para una especialidad como la Radio, teniendo en cuenta que la oferta bibliográfica está bastante limitada por factores principalmente económicos para la adquisición y acceso. Las universidades peruanas tienen una bibliografía postergada, desactualizada, limitándose principalmente a publicaciones de hace 10 o hasta 20 años de antigüedad.

#### **¿Qué metodologías y teorías usa para enseñar la radio?**

Al tratarse de una materia o especialidad tan vivencial y sensible, la enseñanza de la radio, como había mencionado antes, puede volverse difícil por la carencia o la dificultad de acceso a los libros sobre ese particular, lo cual hace que el docente deba establecer una estrategia de realización efectiva, investigación y análisis de la práctica misma.

Algunos docentes tienen muy bien estructurados los contenidos relacionados con publicaciones específicas. Sin embargo, no existe un

modelo peruano para la enseñanza de la radio, ni un perfil aproximado del profesional con base a la metodología o las teorías especializadas, expuestas en aulas.

### **¿Cree usted que los profesores de radio “conectan” o no “conectan” con sus estudiantes, sí, no, por qué?**

Luego de analizar las respuestas, algunas escuetas y otras detalladas, y conociendo el medio local, se puede evidenciar lo fundamental que resulta el docente, profesor o maestro para lograr que los estudiantes se “enganchen” con el curso para hacer atractivo los contenidos y las dinámicas, en general es decir el arte pedagógico, que no todos poseen o no están preparados y esta puede ser una dificultad a la que las instituciones educativas deben prestar atención y cuidado, ya sea como búsqueda de logros de excelencia educativa, formalización o acondicionamiento a un plan educativo regional o nacional. Los docentes deben ser capacitados antes y durante su labor en el campo de la pedagogía, ya que los especialistas de radio provienen de la práctica misma, y el encuentro con la educación superior sucede en un ámbito coyuntural, circunstancial, que no puede ser excusa para no proponer los contenidos desde un espacio de educación superior.

### **¿A quiénes enseña la radio? Características de sus estudiantes (Atentos, dispersos, interesados, etc.)**

Las características de los estudiantes suelen ser más o menos las mismas en todos los contextos, un perfil global en referencia al uso de los medios de comunicación con la prevalencia visual, con una aproximación a los medios más exitosos, así como a sus personajes. Por lo general la radio y el sonido se convierte en un descubrimiento sorpresivo más no una búsqueda u objetivo específico.

La realidad es que un alto porcentaje de estudiantes de Ciencias de la Comunicación o Periodismo, no identifican a la radio como su

principal medio de comunicación. La relevancia para ellos la tiene la televisión y la prensa escrita y establecen así, preferentemente, un interés puntual por el *marketing* y las relaciones públicas.

### **¿En una sociedad marcada por lo audiovisual, resulta más difícil enseñar la radio?**

Enseñar radio en una universidad será siempre un reto por las problemáticas antes expuestas por parte de la actitud de los alumnos y los intereses que estos evidencian, pero la radio se debe asociar al concepto 360°, donde los retos del medio van de la mano con las capacidades y técnicas que los nuevos comunicadores radiales deben asumir cambiando el “*chip*” de medio únicamente sonoro a medio multiplataformas y multipropósitos, proyectando los mensajes y contenidos hacia la vida virtual e interactiva del público y de las marcas asociadas a cada contenido.

La radio como medio de comunicación ha superado todas las dificultades culturales y tecnológicas que la historia le ha propuesto con base a la creatividad de sus realizadores y el acercamiento hacia las artes, la cultura y los nuevos medios. Es así que en Perú este proceso sigue asumiendo estos retos en diferentes espacios, ya sea en la radio comercial, institucional, local, rural y universitaria.

### **¿Sus estudiantes escuchan radio o no la tienen en cuenta dentro de sus consumos mediáticos y culturales?**

Es evidente que la radio no es el principal medio para los jóvenes universitarios de hoy, y el error principal está posiblemente en que se sigue considerando como un medio de entretenimiento o de información. Pero algo que se debe resaltar en los salones de clase universitarios es que los estudiantes de Ciencias de la Comunicación o Periodismo o quienes estudien la radio deben asumir la idea que la

escucha placentera del medio radial debe ser desarraigada y asumir la radio como un espacio especializado, de análisis e investigación para que en un futuro puedan establecer en ella un espacio laboral efectivo.

La radio no solo es música y noticias, y ese mensaje debe ser inculcado con responsabilidad por parte docentes o maestros en cada espacio académico.

### **Señale tres referencias bibliográficas en las que se basa para la enseñanza de la asignatura de radio.**

Más allá de las recomendaciones bibliográficas que cada docente pueda facilitar a sus alumnos, la problemática del acceso bibliográfico en Perú navega entre las dificultades adquisitivas de los libros de especialidad, ya sea por el elevado costo, así como la carencia de investigaciones y publicaciones en las universidades con relación a la radio.

Es importante mencionar también, que las principales librerías se encuentran en la capital, Lima, y en provincia no existen publicaciones actualizadas asociadas a la especialidad, además es mucho más difícil acceder a publicaciones de editoras internacionales de renombre.

Muchos de los docentes deben tener la iniciativa personal de actualizar la bibliografía radiofónica de manera virtual.

### **Conclusiones**

Hoy se mantiene una relación afectiva entre el peruano y la radio. Algo mágico en una geografía difícil. Hasta la generación anterior, la memoria colectiva encontraba en la radio un espacio importante. La radio estaba asociada a combatir momentos difíciles como el terrorismo, los desastres naturales o diversos conflictos sociales. Las nuevas generaciones son las que mayor desapego tiene con el medio. La radio no ha conectado del todo la realidad tecnológica y discursos de interés con su público principalmente visual.



En paralelo, está la profesionalidad y la academia, pues de manera desorganizada trata de actualizar sus contenidos, y se concentra por lo general en capacitar a los futuros “radialistas” para una labor en medios y formatos superpoblados, desatendiendo las posibilidades que las radios especializadas y experimentales pueden otorgar.

Un punto aparte, para los propietarios, productores o directores de los medios que siguen visibilizando a profesionales de otros rubros en el medio que requiere de realizadores radiofónicos, sosteniendo las preguntas: ¿Lo que estudiamos nos capacita para laborar en la radio de hoy? ¿Enseñamos para hacer radio actual?



## **República Dominicana**

María Eugenia del Pozo  
mariaeugeniadelpozo@gmail.com

Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra en Santo Domingo Santo Domingo. República Dominicana. Docente por asignaturas en la Escuela de Comunicación y Artes Cinematográficas de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra en Santo Domingo. Especialista en estrategias de contenido trans-media y nuevos medios. Imparte las asignaturas de Gestión y Producción de Radio; Comunicación Digital y Multimedia; y Metodología de la Investigación.

## **Estado del arte**

En las aulas de las universidades dominicanas, los y las alumnas de comunicación manifiestan poco o nulo interés en los estudios de la teoría y la práctica, de la gestión y producción profesional de la radio. Es el planteamiento común de cinco docentes del país que retroalimentan este estudio de la enseñanza y aprendizaje de la radio en el nivel superior. Algunos datos sobre la realidad de la profesionalización de la comunicación en República Dominicana, podrían aportar criterios de causa que expliquen la disminución del interés por este medio tradicional.

Dos estudios recientes consideran la tendencia de crecimiento de los grupos de medios en las últimas décadas, en especial en los sectores estatal y empresarial.

Frank Báez, en su exposición en *El Libro Blanco del Periodismo Dominicano de 2010*, apunta que en el país se contabilizan 19 grupos de medios, dos del sector público y 17 del sector privado. Aunque como bien señalan De León y Grullón (2017) en una publicación auspiciada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), el grupo Baninter ya no existe. «Los diecinueve grupos seleccionados controlan en total 320 medios de comunicación masiva: 20 canales de televisión, 262 emisoras de radio, 6 periódicos, 19 revistas y 13 medios digitales» (Cruz, 2010, p.55).

En el *Libro Blanco del Periodismo Dominicano* se señala que al menos el 46.4% de los medios pertenecen a estos grupos mediáticos. En este contexto, la radio representa la mayoría de los medios con un 85.6% de emisoras en todo el territorio nacional. Más del 40% son propiedad de grupos de comunicación. Sin embargo, pese a este gran volumen de emisoras, para un territorio de poco más de 10 millones de habitantes, interesa el bajo número de colaboradores en la radio, así como el poco contenido informativo y educativo en sus programaciones.

En cuanto al alcance temático, en las FM el 47,9% es musical; el 43,63% es generalista; religiosas el 3,5%, mientras la radio educativa se queda con menos del 1,4%. En las AM el porcentaje generalista alcanza el 50,54% el musical un 11,83%. (...) La escasa cantidad de empleados que registran las emisoras es otro elemento característico del sector en el país. Fueron 104 las emisoras que reportaron entre uno y cinco trabajadores. Sólo siete informaron sobre una cantidad mayor a 50. (Cruz, 2010, p.135)

A la fecha de esta publicación se contabilizan más de 100 emisoras al servicio de la comunidad, no así radios comunitarias en su concepto natural, pues son administradas y dirigidas por la Vicepresidencia de la República Dominicana (al momento del estudio por el Despacho de la Primera Dama). Estas emisoras están concentradas en al menos 17 provincias del país.

El bajo salario, el poco crecimiento y la reducida rotación laboral, son otros aspectos que también inciden en el estado de la comunicación en República Dominicana.

La desaparición de los noticiarios radiofónicos dio paso a los programas de opinión y de entrevistas, los cuales abundan en la radio dominicana. Las pocas oportunidades y los bajos salarios en los medios empujan a muchos periodistas a crear sus propios programas. (De León & Grullón, 2017, p.155).

Las audiencias en República Dominicana continúan confiando en los medios por encima de cualquier otra institución de acuerdo al estudio, sin embargo, en su mayoría piensa que el periodismo dominicano no es independiente, sino que responde a intereses ya sea del «Estado, del empresariado o de la Iglesia Católica».

El estudio de la UNESCO toma en cuenta el indicador de que los y las periodistas, el personal mediático asociado y las organizaciones respectivas pueden ejercer su profesión con o sin seguridad, en este sentido señaló que «en República Dominicana el periodismo se ejerce en condiciones muy precarias e inseguras, lo cual afecta negativamente en la calidad de las informaciones que el público tiene derecho de recibir de manera imparcial y verás» (p. 152).

Otro aspecto a considerar es la cantidad de comunicadores profesionales en relación a aquellos que no lo son. En el estudio manifiesta que existe una alta proporción de quienes realizan funciones periodísticas careciendo de formación en la materia. Se hace referencia a la existencia de que ocho de 47 universidades cuentan con una escuela de comunicación social. Sin embargo, en éstas se contemplan pocos o ningún programa de estudio superior de especialidad o maestría vinculada con la carrera.

«El profesorado universitario reconoce que los egresados de las escuelas de Comunicación Social del país salen con deficiencias notorias, poco deseo de integrarse al ejercicio periodístico de calidad y con limitada responsabilidad social» (p.174). Este último dato resume

el impacto de la situación del ejercicio de la comunicación en el país en la percepción de los estudiantes en relación a la radio y, aunque se han presentado sólo algunos datos tímidos en esta introducción, se pretende a continuación analizar el parecer de los docentes de al menos tres universidades del país.

## **Introducción**

### **Obstáculos**

La radio, como contenido, está presente en los *pensum* de las carreras de comunicación y publicidad de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra, de la Universidad O&M y de la Universidad APEC. Son las Universidades que han acogido a los docentes entrevistados para este informe. La asignatura es habitualmente impartida en estas universidades desde su perspectiva teórica y práctica, sobre todo en su naturaleza oral.

Luego de aplicar entrevistas por separado a los docentes de radio, se concluyó que existen cuatro miradas desde las cuales determinar los obstáculos actuales de la enseñanza y aprendizaje de esta materia: el alumno y su reducido interés por la radio; el docente, son limitados y con poca carga horaria asignada a la producción de radio; infraestructura, poco o ausente espacio técnico para las prácticas; la academia, con oportunidades para revalorizar el impacto que mantiene la radio en la construcción del imaginario social. Estos ejes, al observarse podrían contribuir a la profesionalización de la carrera, en un país con alrededor de 300 emisoras activas, en especial en las poblaciones del interior y con penetración en los grupos más pobres.

Juan Salazar, profesor en la Universidad O&M señala que entre los obstáculos vinculados al alumnado y a la academia, los pocos que consumen radio lo hacen para escuchar música, pero cuando

toman la asignatura y descubren este “medio para la imaginación”, lo descartan por la ausencia de herramientas para la ejecución de los ejercicios prácticos. Lo ideal, según afirma, es contar con una emisora universitaria y que, en ausencia de recursos para estas instalaciones, se generen alianzas con al menos una de las tantas activas en el país, para que los estudiantes puedan participar en directo de la experiencia.

Al referirse al mismo aspecto, el reciente profesor de la Universidad APEC Joel Reyes Colón indica que entre las principales barreras con las que se ha encontrado en el aula es con lo subestimado que es el lenguaje radiofónico por parte de los estudiantes. Su clase está dirigida a alumnos de la carrera de publicidad, lo que hace inclinar sus intereses hacia solo algunos aspectos de la radio. Dice que la realidad de la radio ha cambiado en los últimos años, pero su naturaleza se mantiene en relación al lenguaje, a los valores y a la producción.

Ana Bélgica Guichardo, docente de radio de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra, plantea que la evolución de los medios tradicionales y digitales han hecho más difícil la labor docente. El profesor o la profesora, según indica, deben esforzarse aún más en hacer que el estudiante se enamore de la radio y vea el valor en formarse en ella.

Aunque reconoce que una vez se ha logrado el entusiasmo por la radio, el estudiantado produce historias e ideas con gran creatividad, lo que atribuye al contexto audiovisual que le rodea.

Entonces se entusiasma mucho con eso, con la idea de crear esa imagen en los demás. Me ha gustado mucho los proyectos que salen de ese tipo de muchachos que ya tienen experiencia de producir audiovisuales. Por ejemplo, los que vienen de ser *youtuber* y los que vienen de hacer trabajo para cine, se entusiasman mucho con la radio, agrega.

De acuerdo con el profesor Juan Roberto Cruz, también de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra, el bajo interés de la radio en los estudiantes puede deberse “a la tendencia actual que tienen por el cine, las redes sociales y el video en general. Los estudiantes no

comprenden la importancia del dominio del audio en cualquier tipo de producción audiovisual, y lo ven como un recurso obsoleto”.

Los cuatro docentes coinciden en que los alumnos se han inclinado más a la producción audiovisual, sin valorar el alcance que los medios radiofónicos siguen teniendo en todo el territorio nacional, pero que con mayores recursos técnicos y pedagógicos es posible enamorarlos de la radio.

### **El proceso de enseñanza**

El propósito que comparten los maestros es, en cada clase, es entusiasmar a los y las estudiantes por amor a la radio. A pesar de la poca carga horaria para la materia, la dividen en exposiciones teóricas y análisis crítico de lecturas, y luego en mayor medida en ejercicios prácticos y experimentación con proyectos.

La asignatura Comunicación Radiofónica se imparte en el cuarto nivel de la carrera de Comunicación Social en la Universidad Dominicana O&M, donde imparto docencia. La escuela es sabatina y la materia tiene una hora y 30 minutos cada semana.

La teoría, según el programa de la asignatura, está centrada en el conocimiento de los fundamentos básicos del lenguaje radiofónico, sus características y uso correcto. Incluye técnicas para la elaboración de noticias, crónicas, reportajes y otros géneros periodísticos para radio.

Respecto a la parte práctica, el programa enfatiza en la necesidad de enseñar al estudiante a desenvolverse en los diferentes puestos de una emisora de radio, el uso de la mesa de control y otros equipos, además del uso del guion radiofónico y el adecuado manejo de las técnicas de locución”. Juan Salazar, docente en la O&M.

La técnica que a la profesora Ana Bélgica Guichardo más le resulta en sus clases es el abordaje de la radio desde su naturaleza, observando proyectos que han tenido éxito en otros países y motivando al alumnado a producir y poner en práctica sus propias ideas. Recuerda algunos de los ejercicios que realizó en sus primeros años como docente:



Una de las cosas que a mí me gustaba era las dramatizaciones de los libros, las historias de los libros, vamos a contar una historia de un libro distinto de la manera que tú quieras. Siempre recuerdo la del Quijote porque se entendió la encarnación de lo cotidiano, algo que quedó también y con un nivel tan bueno, siempre lo recuerdo. Y ese es uno de lo que pongo de ejemplo cada tanto porque hay cosas que tienen que vivirlo ellos/ellas, si no las viven, si no las realizan desde su propia realidad entonces no sirve la apuesta por la radio en la Universidad.

Reflexiona que un elemento que ha incorporado en los últimos años es el sentido trans-media y la radio desde las plataformas tecnológicas móviles. Señala que esta evolución es un vivo ejemplo de que la radio no va a acabar, así que intenta incorporar nuevas técnicas en el aula que permitan poner a los alumnos en un contexto real.

El profesor Joel Reyes Colón, quien al momento de la entrevista no se encontraba activo en la docencia, dijo que en las tres horas a la semana con las que contaba para su clase de producción de radio, intentaba dar más importancia al lenguaje radiofónico, al proceso de comunicación y a la radio comercial. Asegura que para sus estudiantes de publicidad la radio no es tan valorada en relación a otros medios, y en el sector se llega hasta desestimar. Sin embargo, intentaba demostrar el valor de este medio y los amplios horizontes que permite desde la creatividad. “La intensidad era de tres horas una vez por día. Es una materia más práctica, aunque tiene su teoría, se genera un flujo de creatividad, de comunicación, de cuestionamiento maravilloso. Una experiencia muy estimulante”, expone.

El proceso de enseñanza debe actualizarse y atender a los nuevos usos de la radio. Así lo afirma el profesor Juan Roberto Cruz cuando dice:

Entiendo que, si el profesor enseña radio haciendo el enfoque en la «radio tradicional» basada en radiofrecuencias, creo que puede ser más complicado que estudiantes ‘conecten’ con la realidad actual. Ahora bien, si logran hacer el vínculo entre la radio como ‘audio a distancia’ como elemento indispensable de calidad para cualquier producción

audiovisual, entonces lo entienden y le prestan importancia. Y si le sumamos el auge que está teniendo actualmente la radio digital y el *podcast*, presentando casos de éxito y posibilidades, en mi experiencia a ellos les encanta saber todo lo que hoy se puede hacer dominando este recurso. Claro, de vital importancia es también el estilo de enseñanza de cada profesor y los recursos didácticos que utiliza para lograr todo lo mencionado anteriormente.

## **Los estudiantes y el nuevo contexto de aprendizaje**

Con base a los anteriores planteamientos el contexto de enseñanza-aprendizaje de la radio ha cambiado. El análisis de percepción y de intereses de esta nueva generación de estudiantes es aún más relevante para evaluar la actualización docente.

Comprender al alumnado y sus motivadores en relación a la radio es una acción de responsabilidad que, con la ayuda de algunas técnicas de investigación, bastaría para la toma de decisiones en la pedagogía.

A inicios del 2018, un grupo de estudiantes de la clase de Producción y Gestión de Radio en la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra, conmemoraron el Día Mundial de la Radio con tres conferencias de profesionales de la radio y la comercialización del medio. En este evento el grupo presentó el resultado de un análisis en el aula acerca de las características que según ellos debe prevalecer en la radio para garantizar su prevalencia en el futuro, ante las nuevas audiencias. Escogieron aspectos que consideraron del pasado y presente del medio, combinadas a características de la audiencia digital a la que ellos pertenecen.

Los 24 alumnos se han basado en textos producidos por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, así como de los especialistas Carlos Correa y José Ignacio López Vigil, para plantear sus ideas, obteniendo como resultado “10 elementos que conforma a la radio moderna”:

1. Preservar la memoria histórica, cultural, que pueda ser aprovechada por las distintas generaciones.
2. Propiciar un ambiente de colaboración y trabajo entre profesionales en los entornos nacional, regional y global que permita honrar el oficio radial.
3. Velar por la capacitación del talento humano, respondiendo a las necesidades sociales de los países.
4. Difundir aspectos culturales y educativos para contribuir con el desarrollo y crecimiento social de los ciudadanos, además de fortalecer su identidad cultural.
5. Usar Internet de manera responsable como medio y herramienta para la difusión y obtención del conocimiento.
6. Usar el *streaming* y el *postcasting* para facilitar el acceso de todas las audiencias a contenidos de calidad en sus diferentes contextos.
7. Considerar métodos colaborativos para la difusión de materiales digitales, a través de aplicaciones u otros medios que permitan un acceso más económico para los usuarios y productores.
8. Democratización del contenido radial tradicional, aprovechando metodologías innovadoras e Internet.
9. Estudiar la audiencia, conocerla y de ese modo brindar un contenido personalizado acorde a necesidades y contexto.
10. Participar de la conversación de la audiencia activa y productora de sus contenidos.

Su capacidad de análisis crítico en relación a la radio habla de su perspectiva sobre el proceso de enseñanza y aprendizaje. Ellos observan la radio como un ejercicio que trasciende fronteras y por eso sus enunciados están planteados bajo una mirada global y democrática.

Fundamentados en las entrevistas realizadas a los docentes para este informe, se construye un perfil de estudiante de radio con las siguientes características:

- Prefieren la teoría vinculada a la práctica.
- Dominan las tecnologías.

- Necesitan ser motivados.
- Anteponen la televisión o proyectos audiovisuales en relación a la radio.
- Se inclinan a la interacción dinámica en el aula.
- Al experimentar y al ver el resultado de sus proyectos se entusiasman.
- Escuchan poca radio.
- Muchos han perdido el interés por la lectura.
- Validan la información segmentada en Internet.
- Entienden el contexto nacional de los medios de comunicación y sus necesidades, en especial la radio.
- Los que escuchan radio prefieren una versión más personalizada como los *podcast* o las especializadas.
- Quieren dejar su huella en la historia y ser protagonistas, quieren trascender en sus carreras.
- El teléfono móvil es un apéndice de sus vidas.

**Tabla 1: Perspectiva del docente sobre el contexto actual de los estudiantes**

Docente	Perspectiva
Juan Salazar, Universidad O&M	“El profesor muchas veces debe abandonar momentáneamente su verdadero rol y convertirse en un motivador que inculque a sus estudiantes la necesidad de asumir con responsabilidad, disciplina y entrega cada tarea asignada. Sin abandonar el rol de facilitador, incluyo también la firmeza que se requiere para formar un profesional acabado (...) Es tratar de que la transmisión de conocimientos sobre la radio no sea una tarea aburrida. Que cada cátedra esté adornada del dinamismo que siempre ha caracterizado la radio, podría convertirse en un elemento motivador”.

<p>Ana Bélgica Guichardo, Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra.</p>	<p>“El estudiantado tiene que practicar la radio, si no lo hace no aprende por más teoría que les demos. Es un constante ver, juzgar y actuar; ver, juzgar y actuar. O sea, tenemos que hacer radio, evaluar esa radio, volver a diseñar, volver a hacer, volver a evaluar. Y si no hay ese círculo tampoco sirve. No solo se trata de hacer, hacer.</p> <p>La radio no se enseña, la radio se aprende (...) Somos parte de una evolución y es un momento importante para la radio. Entonces en la medida en que le hacemos entender a ellos que sí, que ellos vienen de audiovisuales. Si eso que ellos traen en la cabeza le puede servir para ayudar a otros a alimentar esa imaginación, a ayudarse ellos mismos a ser más creativo. Porque al final del día que es lo que promueve la radio, la creatividad. Y porqué nuestra radio es tan pobre, por esa ausencia de creatividad”.</p>
<p>Juan Roberto Cruz, Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra.</p>	<p>“En un grupo de 10 a 15 estudiantes quizá uno ha reportado que escucha radio de manera recurrente, aunque casi todos dicen escucharlo en el vehículo de camino a casa o la universidad, pero sin prestar mucha atención. En el caso de la radio digital, son más los que escuchan, sobretodo en formato podcast. (...) Si ellos logran entender la radio como «audio a distancia», lo cuál es la definición técnica del recurso, entonces es muy sencillo que ellos sepan donde se utiliza y la importancia que tiene. Igual, entiendo la pregunta desde «radio tradicional». En este último caso, si es más complicado, porque ellos lo ven como un medio desfasado y soslayado por la TV e Internet”.</p>

**Fuente: elaboración propia a partir de entrevistas.**

## La pedagogía

De acuerdo a los datos recolectados durante las entrevistas a los docentes, el ejercicio pedagógico está caracterizado por la práctica en el aula por encima del análisis teórico, esto para lograr el mayor interés del alumnado en la materia. Las limitaciones técnicas contribuyen, en cierta manera, a elevar la creatividad del profesorado en sus asignaturas. El salón de clases se convierte en un laboratorio de experimentación y de imaginación.

Las deficiencias expuestas en la anterior pregunta trato de compensarlas de alguna manera. Esas limitaciones en la universidad no

pueden detenerme en el objetivo de brindar una formación adecuada a mis estudiantes. Además de la teoría que requieren para conocer la radio en todas sus vertientes y usos, en el aula incluyo prácticas de un noticiario en vivo, con informaciones elaboradas por ellos mismos para radio, algunos participan como locutores y otros realizan simulacros de reportes en vivo desde la calle. Luego se intercambian los roles. Trato de que cada teoría esté acompañada de un trabajo práctico, profesor Juan Salazar.

Por otro lado, la reducción de asignaturas dedicadas a los estudios de la radio y las nuevas necesidades de los alumnos, hacen más intensiva la docencia. En ocasiones una sola vez por semana, durante tres meses, los estudiantes deben analizar la teoría, comprender la trans-medialidad de la radio, conocer el proceso de producción, los aspectos del sentido auditivo y lenguaje radiofónico, al tiempo de saber producir sus propios guiones, programas y proyectos.

Lo que nos puede ayudar a suplir esa baja intensidad (baja carga horaria de las asignaturas de radio) es la capacidad que tenemos para trabajar las horas de trabajos en las asignaturas de radio, que hay que empeñar el doble de creatividad, destaca la profesora Ana Bélgica Guichardo.

### **Libros recomendados por los docentes**

- Connelly, D. (2017). *Digital radio production*. 3rd ed. Illinois: Waveland Press, Inc.
- Figueroa, R. (1997). *¡Qué onda con la radio!*. Alhambra, México.
- López Vigil, J.I. (1997). *Manual Urgente de Radialistas Apasionados*. Quito.
- \_\_\_\_\_. (2004). *Ciudadana Radio. El poder del periodismo de intermediación*. Ministerio de Comunicación e Información, Venezuela.
- \_\_\_\_\_. (2006). *Golpe de Radio*. Venezolana C.A., Venezuela.

- Morrison, H. (2016). *Historia de las telecomunicaciones en la República Dominicana y Latinoamérica: impacto social y reflexiones*. 4th ed. Santo Domingo: Diario Libre Impresos.
- Riaño, F. (2018). *Todo Sobre Podcast 2018: No es más radio, es mejor*. 3rd ed. Bogotá: Félix Riaño, p.439.
- Rodero, E., González, A., María, C. & Fuentes Abad, J.A. (2004). *La radio que convence. Manual para creativos y locutores publicitarios*. Ariel Comunicaciones, Barcelona.
- Rodero, E. (2011). *Creación de programas de radio*. Síntesis, Madrid.
- Vera, Teo. (2009). *Las telecomunicaciones en América y República Dominicana. Origen y desarrollo*. Editora Corripio, Santo Domingo.

## Conclusiones

La comunicación nacional presenta importantes retos que impactan a la academia y al interés de los estudiantes en el ejercer en los medios. Este panorama es todavía más evidente en la radio, al ser mayoría en volumen y alcance en el país.

Sin embargo, estos retos llegan con oportunidades. La experiencia de los docentes cuyas voces han sido expuestas en este informe, demuestra que con la motivación y creatividad suficiente es posible reencontrar al alumnado con la radio imaginativa, educativa e informativa. Con ello sería posible elevar en el futuro la profesionalización de la radio en República Dominicana.

Dos aspectos que se deben sobreponer al momento de abordar la realidad de la radio son el análisis del contexto del alumno y sus modelos de aprendizaje, así como los recursos técnicos y herramientas educativas con las que se pueda contar. Si se parte de lo que han planteado los profesores en este informe, nos encontramos en un momento crucial para tomar decisiones en relación a la pedagogía.

Valdría pues la pena, quizás en otro estudio, abordar la mirada del alumno, entender aún más su entorno. De seguro tienen mucho que enseñarnos a los y las docentes.

#### Referencias bibliográficas

Cruz, E.M. (2010). *El Libro Blanco del Periodismo Dominicana*. Editorial Funglode, Santo Domingo.

De León, O. & Grullón, A. (2017). *Análisis del Desarrollo Mediático en República Dominicana. Basado en la aplicación de los Indicadores de Desarrollo Mediático de la UNESCO*. UNESCO, Santo Domingo.

### **Comentarios Finales**

Llegar al final de este recorrido de doce informes construidos de manera analítica por el mismo número profesores de América Latina exige una reflexión, pues es imposible no decir nada frente a este arduo trabajo de más de un año. Para empezar, es una investigación única en la región, por no decir a nivel mundial sobre el proceso enseñanza y aprendizaje de la Radio.

Inicia con la enunciación de una serie de categorías generales: Radio, Universidad, Profesores, Educandos, Territorio, entre otras, de las cuales se van a desprender algunas más, hasta dibujar un amplio mapa conceptual (técnico, cultural, geográfico) que provoca continuar con este recorrido analítico en otras partes del orbe. ¿Qué ocurre en Europa, Asia, África, Oceanía con la enseñanza de la radio? ¿Cuál es la postura política e ideológica que asumida por sus docentes? Pues como se enuncia en el texto, la enseñanza del medio sonoro va más allá de una cuestión técnica y didáctica, implica una postura política, y subrayar ese hecho de manera explícita, es uno de los logros de estos informes.

Por otra parte, es interesante hallar una pluralidad y diversidad de estilos en un mismo texto. Cada coordinador propuso, a partir del insumo dotado por los iniciadores de esta aventura sonora, un cuestionario con diez preguntas, su propio método y estilo para



la construcción de su Informe. Algunos trabajaron con el método histórico, otros con el de análisis del discurso; otros más con método comparativo, etcétera. Con sus recursos artísticos, teóricos, etnográficos, empíricos, plasmaron la situación que se vive en una parcela de realidad de sus países el proceso de enseñanza y aprendizaje de la Comunicación Radiofónica.

La problematización del fenómeno de la enseñanza de la Radio es planteada con claridad por cada profesor, lo que otorga la posibilidad de conocer la concepción que se sigue teniendo en América Latina y el Caribe de un medio como la Radio. Estos datos son oro molido para los investigadores, pues como se enuncia líneas arriba, esta investigación viene a sentar las bases de lo que se puede hacer en otras áreas del conocimiento a partir del uso de cuestionarios estructurados, con un coordinador por país, y la selección de un corpus de entrevistadas y entrevistados a partir de las regiones, departamentos o estados componentes de cada país.

Pero sobre todo, también ofrece datos culturales del territorio, de la región, de los profesores, alumnos, y de la situación misma que se vive en las Universidades. Sin duda, es un texto del cual aún se pueden realizar decenas de estudios. Este es el primer paso para provocar realizar más redes de trabajo de investigación entre los profesores de América Latina y el Caribe.



## **Perfiles de Profesoras y Profesores participantes en los Cuestionarios sobre la enseñanza y aprendizaje de la Radio en aulas de la región**

Argentina

**Ariel René Levatti**

Licenciado en Comunicación Social. Docente ordinario a cargo del Taller de Especialización II de Audio en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de Entre Ríos. Miembro fundador de la Agencia Radiofónica de Noticias de la UNER y Secretario de Redacción durante el período 1993/2003. Gerente de Programación de LT10 Radio Universidad Nacional del Litoral entre los años 2006 y 2014.

Co-autor del libro “Radio: ¿con la música a otra parte?, De la galena a la era digital” publicado en 2013 por la Editorial de la Universidad Nacional de Entre Ríos. Director e integrante de Proyectos de Investigación, Extensión, Tesis y Pasantías referidas a la teoría, enseñanza y práctica radiofónica. Designado en 2014 como integrante del Comité Ejecutivo Permanente de las Jornadas Universitarias “La Radio del Nuevo Siglo”. Institución a la que pertenece: Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de Entre Ríos.

**Claudio Avilés Rodilla**

Profesor adjunto del Taller de Tecnología y Producción Radiofónica I y Docente auxiliar del Taller de Tecnología y Producción Radiofónica II

en la Universidad Nacional de Jujuy (UNJU), Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Doctor en Comunicación (Universidad Nacional de La Plata). Jujuy.

### **Lucía Casajús**

Responsable de articulación institucional y académica de la Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV) y coordinadora de las prácticas estudiantiles de Periodismo en Radio UNDAV. Doctora en Comunicación (Universitat Jaume I), Magíster en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación, Periodismo Digital y Multimedia (Universitat Jaume I).

### **Majo Muller**

Docente a cargo de Producción Radiofónica y Realización Radiofónica en la Licenciatura en Comunicación en la Universidad Austral. Profesora en la materia Calidad en la Comunicación en la Maestría en Gestión de Contenidos (Universidad Austral). Doctora en Comunicación (Universidad Austral). Licenciada en Comunicación (Universidad Austral).

### **Martín Parodi**

Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Rosario (UNR). Coordinador Artístico de Radio Universidad de Rosario. Docente de la materia Producción Radiofónica de la Licenciatura en Comunicación Social de la UNR, del módulo de Radio del Postítulo en Periodismo y Comunicación de la UNR y de la materia Taller de Audio Digital de la Licenciatura en Medios Audiovisuales y Digitales de la Universidad Nacional de Rafaela.

### **Sergio Armand**

Licenciado en Ciencias de la Comunicación-Universidad de Buenos Aires; doctorando en Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Docente de Cine en la Facultad de Ciencias Sociales (UBA) y profesor titular de Radio en las Universidades de Morón y de Ciencias

Empresariales y Sociales. Investigador UBACyT en el área de cine y animación. Periodista radial y realizador audiovisual. Ha compilado tres libros sobre cine digital y es autor de libros y artículos sobre radio y comunicación en distintas revistas científicas.

**Tina Gardella.**

Locutora Nacional, Licenciada en Comunicación Social y Magister en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales (PLANGESCO-UNLP). Docente de la carrera de Ciencias de la Comunicación en la Facultad de Filosofía y Letras de la UNT y Docente y Directora de la Carrera de Locución Nacional en la UNSTA. Se inició como Locutora en Radio El Clavillo en la ciudad de Concepción, Tucumán, con el regreso de la democracia. Desde allí y con la producción de los micros de INCUPO, trabajó por una nueva Ley de Radiodifusión. Fue locutora de LV12, LV7, Antena 8, Radio Nacional Tucumán y Canal 5 de Concepción. Dirige la carrera de Locución Nacional, producto de la lucha gremial de los 90 para evitar que los locutores viajaran a Buenos Aires para matricularse. Integrante del proyecto de investigación CIUNT La Comunidad Lingüística y sus instituciones. Discursos, Actores y Sujetos en la Argentina Contemporánea”. CIUNT Código 26H410 que dirige la Dra. Elisa Cohen de Chervonagura. Es compiladora del libro de la cátedra Comunicación *Radiofónica Prácticas y Saberes de Comunicación Radiofónica* (2013-Dpto. Publicaciones FFyL. ISBN 978-950-554-768-5) y de artículos sobre Radio y Comunicación Alternativa como capítulos de diversos libros. En imprenta su libro *Todos somos hijos de la misma historia* editado por el Dpto. Publicaciones de la FFyL, UNT, 2016.

**Néstor Centra**

Docente titular de la Cátedra Radio I de la Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV) dentro de la Licenciatura en Periodismo. Trabajó en ESPN Radio, Belgrano y Nacional. Es abogado y docente en la Escuela de Comunicación ETER y en la Universidad Abierta Interamericana.

**Rodrigo Torres**

Docente titular de la Cátedra de Producción Radial en la Universidad Nacional de La Rioja (UNLaR). Doctor en Comunicación Social.

Bolivia

**Patricia Cortez**

Docente Universidad Católica de Cochabamba Bolivia.

**Viviana Esprella**

Docente Universidad Católica de La Paz.

**Fanny Hurtado J**

Docente de Tiempo Completo de la Universidad José Ballivian en Trinidad.

**Teresa Sanjinés**

Docente de la Universidad Técnica de Oruro.

**Guy Gallo**

Docente de la Universidad San Francisco Xavier Sucre.

Brasil

**Luiz Artur Ferraretto**

Profesor del curso de Periodismo y del Programa de Postgrado en Comunicación e Información de la Facultad de Biblioteconomía y Comunicación de la Universidad Federal de Rio Grande do Sul (UFRGS). Bachillerato en Comunicación Social, con habilitación en Periodismo Gráfico y Audiovisual (1986), por la UFRGS, donde también completó maestría (2000) y doctorado (2005). Autor de «Radio - El vehículo, la historia y la técnica» (3ª edición en 2007) y «Radio - Teoría y práctica» (2014), entre otros trabajos. Concentra sus investigaciones en la historia y en el futuro de los medios de comunicación, en particular

analizando la radio comercial. Coordina el Núcleo de Estudios de Radio (NER) de la UFRGS, integrado por investigadores de diversas instituciones de enseñanza. Fue coordinador (2007-2010) del Grupo de Investigación Radio y Medios de Sonido, de la Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación (Intercom).

### **Eduardo Vicente**

Es profesor asociado del Departamento de Cine, Radio y TV (CTR) de la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidad de São Paulo (ECA/USP), actuando en el Curso Superior del Audiovisual (graduación) y en el Programa de Postgrado en Medios y Procesos Audiovisuales (PPGMPA). Bachillerato en Música Popular, con maestría en Sociología por la Universidad de Campinas (Unicamp), doctorado en Ciencias de la Comunicación y Libre-Docencia en Sonido para Medios Audiovisuales por la ECA/USP. Realizó estancias postdoctorales en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, España (2018) y en la *Faculty of Arts, Design and Media de la Birmingham City University*, Reino Unido (2014). Es editor de *Novos Olhares: Revista de Estudios sobre Prácticas de Recepción de Productos Mediáticos* ([www.revistas.usp.br/novosolhares](http://www.revistas.usp.br/novosolhares)) y coordinador del *MidiaSon - Grupo de Estudios y Producción en Medios de Sonido*, acreditado junto a la ECA/USP y al Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (CNPq). Sus investigaciones y publicaciones son vinculadas a temas como música popular, industria discográfica y radio (lenguaje e historia).

### **Ana Baumworcel**

Profesora asociada e investigadora de Radio del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Federal Fluminense. Periodista, tiene doctorado en Educación de la UFF (2012), master en Comunicación por la misma institución (1999) y bachillerato en Comunicación - habilitación Periodismo por la Universidad Federal de Río de Janeiro (1980). Experiencia en el área de Comunicación, con énfasis en los

Medios de Sonido, trabajando, principalmente, con los siguientes temas: radio, periodismo, historia de la radio, radio educativa, juventud y educación. Líder del Grupo de Investigación Media Sonora y Juventud, que tiene como objetivo contribuir a la teorización sobre la función de los medios de comunicación en la educación de los jóvenes. Organizadora del libro «Vargas, agosto de 1954: la historia contada por las ondas de la radio» y autora de varios artículos y capítulos de libros.

### **Sonia Caldas Pessoa**

Profesora del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Federal de Minas Gerais (UFMG) y profesora colaboradora del Programa de Postgrado en Comunicación (PPGCOM/UFMG). Periodista, se graduó por la Facultad de Filosofía, Ciencias y Letras de Belo Horizonte (FAFI-BH). Tiene maestría (2005) y doctorado (2015) en Lingüística por la Facultad de Letras de UFMG, con estancia doctoral en la Universidad de París Est-Crèteil / Le Céditec - *Centre d'étude des discours, images, textes, écrits, communication*, en Francia. Su producción científica tiene como foco la radio - radio- periodismo, análisis del discurso radiofónico, radio-documentario, web-radio, radio y nuevas tecnologías, así como el análisis del discurso de la diferencia, personas con discapacidad, vulnerabilidades, afectos en la investigación académica, redes sociales en línea y encuestas con abordajes etnográficos. Es directora científica adjunta de la Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación (Intercom).

### **Ana Veloso**

Profesora de los cursos de Periodismo, Publicidad y Radio, TV e Internet de la Universidad Federal de Pernambuco (Departamento de Comunicación), miembro del Consejo Curador de la Empresa Brasil de Comunicação (EBC) y colaboradora de la ONG Centro das Mulheres do Cabo. Periodista, se graduó por la Universidad Católica de Pernambuco (1994). Master (2005) y doctora en Comunicación (2013) por la UFPE. Tiene experiencia en el área de comunicación, con énfasis



en la radiodifusión, y participa en investigaciones que se centran en los siguientes temas: periodismo, medios de comunicación, radio, políticas de comunicación, industrias culturales, ciudadanía, género, feminismo, medios radicales y derechos humanos.

Chile

### **Patricio Cuevas**

Periodista egresado de la Universidad Diego Portales, Magíster en Opinión Pública y académico de la misma casa de estudios desde 1999. Entre 1998 y 2006 se desempeñó como conductor y director artístico en radio Rock & Pop, entre 2008 y 2012 fue conductor y periodista de cultura en ADN Radio Chile y conductor del programa “Expreso Bio-Bío entre 2013 al 2016, actualmente conduce Universo al Día en Radio Universo y se desempeña como editor en Vergara 240 y Vergara 240 Radio.

### **Rigoberto Albornoz**

Periodista egresado de la Universidad Católica de la Santísima Concepción, Licenciado en Comunicación Social y Master en Comunicación Audiovisual. Se desempeña actualmente como académico de dicha casa de estudios y como Director de la Radio de la UCSC. Desde el año 2000 y entre el año 2012 y 2015 ocupó el cargo de director de la Facultad de Comunicaciones de la UCSC. Trabajó como periodista en Radio Chilena de Talca, y en Radio Fantástica de Talca donde también se desempeñó como asesor programático.

### **Raúl Rodríguez**

Periodista egresado de la Universidad de Chile y Magíster en Comunicación Política. Actualmente académico del Instituto de Comunicación e Imagen de dicha universidad. Entre el año 2005 y 2014 fue director de la Radio Comunitaria Juan Gómez Millas y durante el año 2014 se desempeñó como director del proyecto “Radioteatros de

historias populares: constructores de ribera y recolectoras de orilla Hualaihué”, implementado en la Región de Los Lagos.

### **Juan Domingo Ramírez**

Periodista egresado de la Pontificia Universidad Católica de Chile y Doctor en Comunicación y Periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona en España y Magister en Desarrollo Rural de la Universidad Austral de Chile. Se desempeña como académico del instituto de comunicación social de la Universidad Austral de Valdivia desde el año 1989.

Colombia

### **Álvaro Rodríguez Hernández**

Docente tiempo completo del Departamento Académico de Comunicación de la Facultad de Mercadeo Comunicación y Artes de la Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano. Comunicador Social - Periodista Especialista en docencia universitaria Educación virtual y presencial. Medios Digitales y Convencionales Comunicación Digital. Director de “PoliRadio” y “PoliDeportes”. Conferencista. Periodista Free Lance.

### **Clarisa Chávez Solano**

Docente tiempo completo de la Facultad de Comunicación Social para la Paz de la Universidad Santo Tomás. Comunicadora Social y Periodista con posgrado en Relaciones Internacionales. Dirige la emisora digital institucional, Escenario. Tiene 24 años de vida profesional en el medio de las comunicaciones y el periodismo.

### **Jairo Orlando Guatama Garzón**

Docente de tiempo completo de la Fundación Universitaria Los Libertadores. Profesor Hora Cátedra en la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Comunicador Social – Periodista, Especialista

en Docencia Universitaria. Productor y realizador radial. Amplia trayectoria como docente universitario en los espacios académicos de producción de radio, realización radial, noticieros de radio, locución.

### **Miguel Andrés Carvajal Navas**

Docente tiempo completo de la Universidad Central. Coordinador de la Agencia Central de Noticias (ACN). Comunicador Social con énfasis en producción radial, Especialista en Comunicación Organizacional. Se vinculó a los medios culturales cuando estudiaba. Su carrera ha estado siempre ligada a la radio universitaria.

### **Sandra Esther Gasca Buelvas**

Profesora hora cátedra del Departamento de Comunicación Social y Cinematografía de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Maestra en Tecnología Educativa con profunda especialización en el campo radiofónico, escenario en el que concentra sus esfuerzos docentes e investigativos en asignaturas de redacción y producción sonora.

## **Costa Rica**

### **Álvaro Villalobos**

Álvaro Villalobos es egresado de la Universidad de Costa Rica (UCR), inició su carrera profesional en periodismo en agosto de 1980, en Radio Monumental. Allí laboró durante 17 años, tiempo durante el cual ocupó cargos en Noticias Monumental como reportero, jefe de información, subdirector y director. Posteriormente, trabajó en Radio Reloj de 1998 a 2002, en el área de producción de programas, así como subdirector de Radioperiódicos Reloj. Además, de 2002 a 2006 se desempeñó como asesor de prensa en el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y del 2008 a 2011, como asesor de prensa en la Cámara Costarricense de Hoteles (CCH). En el área académica, ejerce la docencia universitaria desde 1994. Actualmente, es profesor en la Universidad San Judas Tadeo,

Universidad Internacional de las Américas (UIA) y en la Universidad Latina.

### **Carlos Vásquez Cordero**

Carlos Vásquez Cordero es Publicista y cuenta con una Master en Comunicación con Énfasis en Publicidad. Cuenta con amplia experiencia en la realización audiovisual y radiofónica de géneros comerciales y formativos. Por más de 19 años ha trabajado como productor, locutor y editor en diversos medios nacionales e internacionales. Actividades que combina con la fotografía y la música. Desde hace 13 años ha impartido cursos de producción radiofónica y audiovisual en diferentes universidades de Costa Rica además de talleres de producción en el exterior.

### **Danilo Chaves Cambronero**

Danilo Chaves Cambronero nació en Limón, Costa Rica, en 1973. Es Licenciado en Ciencias de la Comunicación Colectiva por la Universidad de Costa Rica. Es periodista radiofónico; docente universitario, productor e investigador académico en temas de radiodifusión. Para el 2019 es el Jefe de Información de Noticias Columbia y productor del espacio Onda UNED, de la Universidad Estatal a Distancia. Miembro de Jurados del Colegio de Periodistas, Becado por la Cooperación Española y Participante Distinguido por el Tecnológico de Monterrey, México.

### **Otto Chinchilla Coto**

Otto Chinchilla es Comunicador Social y Administrador Educativo. Miembro del Colegio de Periodistas y comunicadores sociales de Costa Rica. Es un comunicador que se ha distinguido por sus propósitos de compartir conocimientos, habilidades y destrezas con personas colegas del ámbito de la comunicación, educación, infocomunicación y las nuevas tendencias creativas para la producción audiovisual. Chinchilla fue fundador del Centro de capacitación en Locución.

Creador de los currículos para Formación Profesional para Locutores, Coordinador del Convenio Cámara Nacional de Radio de Costa Rica, Instituto Nacional de Aprendizaje de Costa Rica y Radio Nederland Training Centre América Latina 1988-2016. Coordinador Asistente del Proyecto de Emisoras Culturales de Costa Rica – Liecht.

**Sylvia Carbonell Vicente**

Universidad de Costa Rica. Nació en Barcelona (España) en 1954, es Licenciada en Ciencias de la Información y Magíster en Comunicación Audiovisual y Publicidad por la Universidad Autónoma de Barcelona, títulos reconocidos y equiparados por la Universidad de Costa Rica. Especialista en radio y producción de audio, ejerciendo como docente en la Universidad Autónoma de Barcelona y desde hace más de veinte años en la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica. Además, en la Universidad de Costa Rica, coordinó el Centro de Producción Audiovisual, la Comisión de Trabajos Finales de Graduación, durante ocho años ejerció la dirección del Posgrado en Comunicación y actualmente es la directora de las Radioemisoras UCR.

Cuba

**Alejandro Rojas**

Licenciado en Periodismo en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana. Administrador del sitio digital de la emisora nacional Radio Rebelde. Experto en temas de periodismo digital. Profesor de la asignatura de Realización Radiofónica de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.

**Alina Cabrera Domínguez**

Licenciada en Periodismo. Ganadora de Premios nacionales de Radio. Corresponsal de la emisora nacional Radio Rebelde. Miembro del Comité Nacional de la Unión de Periodistas de Cuba. Profesora de

la asignatura de Periodismo Radiofónico. Profesora de Periodismo Radiofónico de la Universidad “Hermanos Saíz”, de Pinar del Río.

**Ivonne Albelo Medina**

Licenciada en Periodismo. Doctora en Ciencias de la Comunicación Social. Subdirectora de la emisora nacional Radio Rebelde. Profesora de la Facultad de Comunicación y del Instituto Internacional de Periodismo José Martí. Profesora de las asignaturas Periodismo radiofónico y Realización Radiofónica.

**Zenaida Costales Pérez**

Licenciada en Periodismo. Doctora en Ciencias de la Comunicación. Profesora titular de la Universidad de La Habana. Vicedecana de Investigación y Posgrado. Profesora de las asignaturas Periodismo radiofónico y Realización Radiofónica. Autora de varios artículos sobre radio en publicaciones indexadas.

**Idania Martínez Grandales**

Licenciada en español y literatura. Locutora de la emisora Radio Reloj y de la Televisión Cubana. Ha conducido espacios radiales de gran popularidad en Cuba. También es profesora de Lingüística del Centro de Estudios del ICRT y profesora de Locución Radiofónica de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.

Ecuador

**Jorge Piedra C.**

Profesor titular de la Universidad de Azuay, en Cuenca – Ecuador; director de radio La Voz del Tomebamba, 107.1, la de mayor ranking en amplitud modulada en el sur de Ecuador; abogado y periodista titulado; tuitero; delegado ante la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusores, AER.

**Efraín Luna Mejía**

Es actualmente director de la Carrera de Comunicación Social en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil; Director de UCSG Radio 1190 am. Actualmente presidente de la Red de Radios Universitarias del Ecuador, RRUE.

**Carlos Orozco**

Es licenciado en Comunicación Social con una Maestría en Comunicación Digital Interactiva en La Universidad Nacional de Rosario. Profesor adjunto en cátedras de radio y diseño.

**Pedro Colángelo**

Docente titular a tiempo completo en la Universidad Politécnica Salesiana. Cuenta con una maestría en la universidad de Buenos Aires en Comunicación Social. Dirige la radio de la UPS sede Cuenca en versión Online.

**Patricio Álvaro Silva**

Licenciado en Comunicación Social. Diplomado Internacional en Periodismo Cultural en el Instituto de Periodismo José Martí de Cuba. Magíster en Comunicación Organizacional por la Universidad Central. Catedrático en la Universidad Metropolitana, Universidad de las Américas, Universidad Técnica de Machala y en la Universidad Central del Ecuador. Director de Radio Casa de la Cultura Ecuatoriana 940 AM y de Radio Cultura FM 100.9 de Quito.

México

**José Antonio Zavaleta Landa.**

Periodista, locutor y defensor de las audiencias de Radio Chapingo. Tiene 17 años de enseñar radio.

**Lenin Martell Gámez**

Es doctor en Ciencias Políticas por la Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM. Profesor investigador de la UAEM. Imparte clases en la licenciatura en Comunicación, y es Defensor de las Audiencias de Radio Educación.

**Maribel Reyes Calixto**

Es doctora en Comunicación y Cultura por el Instituto de Comunicación e Investigación, Iconos. Es productora audiovisual. Estudió historia del arte, y sus líneas de investigación son las nuevas tecnologías y los videojuegos. Lleva 20 años impartiendo cátedra en distintas universidades mexicanas.

**Antonio Calderón Adel**

Licenciado en Ciencias de la Información y Comunicación. Es doctor en Ciencias Políticas y Sociales. Ha sido productor radiofónico. Tiene cinco años de ser profesor universitario.

**Elsa Edith Villar Rodríguez**

Es maestra en Ciencias de la Comunicación. Ha trabajado 17 años como profesora en distintas Universidades de la Ciudad de México. Es una estudiosa del arte sonoro y sus aplicaciones.

Paraguay

**Hugo Díaz**

Productor, periodista, consultor, docente. Experiencia de más de 30 años en el Sistema Nacional de Televisión, SNT- TV Cerro Corá, Canal 9. Coordinador de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Filosofía de la UNA. Dirige el grupo de Comunicación Integral Digital. (CID).



**Ana Carmen Espinoza**

Licenciada en Lengua Guaraní. Locutora de Radio y TV. Una de las pocas que hace locución bilingüe en el Paraguay. Redactora radial. Docente universitaria. Asesora de varios programas radiales. Examinadora de trabajos de Tesinas en el campo de la radiofonía. Voz comercial de la Radio Cáritas, la segunda radio católica más antigua del mundo.

**Carmen Sánchez**

Docente. Locutora de Radio. Comunicadora Institucional.

**Liliam Barrera Cogliolo**

Licenciada en Ciencias de la Comunicación, docente, presentadora de radio y televisión. Conductora de programas de televisión. Comunicadora Institucional. Consultora.

Perú

**Fernando Cortés San Martín**

Productor y realizador radial. Programador en radios musicales. Docente especializado en programación y realización radial.

**Fernando Echevarría Alva**

Docente de especialidad de radio. Programador y productor radial. Docente a cargo de Radiodialnet.com

**Cesar Mac-Kay Gonza**

Director Académico de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología. USMP. Productor y realizador radial. Consultor especializado en radio y comunicación social.

**Erincson Córdova**

Comunicador Social egresado de la Universidad de Piura con 13 años de experiencia en medios de comunicación, proyectos de radios, consultorías en marketing y publicidad e imagen institucional,

sensibilización en zonas rurales y solución de conflictos, bajo el enfoque de las buenas prácticas recomendadas por el Project Management Institute; además de brindar capacitaciones en temas de dirección de personas, servicio y atención al cliente. Dicta clases universitarias para los cursos de periodismo radiofónico y producción (publicidad, programas). Se especializa en marketing digital y comercio electrónico.

### **Marco Rumiche**

Egresado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Piura. Magíster. Profesor de radio de la Escuela de Comunicación de la Universidad Nacional de Piura. Experiodista y productor de Radio Cutivalú de Piura y Radio Marañón, en Jaén (Cajamarca).

República Dominicana

### **Juan Salazar**

Docente en la Escuela de Comunicación. Jefe de editores del periódico Listín Diario. Es autor del libro “En la piel de la locura”, donde recopila una serie de reportajes basados en un experimento social que realizó para destacar las vulnerabilidades del enfermo mental en el país y sensibilizar a la población sobre el tema.

### **María Eugenia Del Pozo**

Profesora por asignaturas en la Escuela de Comunicación y doctoranda de Estudios del Español: Lingüística y Literatura por la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra. Tiene una formación en Comunicación Social, en la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM), y una maestría en Comunicación Corporativa, en la Universidad APEC.

### **Ana Bélgica Güichardo**

Profesora a tiempo completo en la Escuela de Comunicación y doctoranda en Comunicación y Periodismo por la Universidad

Autónoma de Barcelona, con maestrías en Tecnología Educativa en la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (2012) y en Gestión Universitaria en la Universidad Católica Santo Domingo (2010).

**Joel Reyes Colón**

Docente (inactivo al momento de esta publicación). Productor de radio y director en Radio Disney 97.3 República Dominicana, así como de [sermejorradio.net](http://sermejorradio.net), una estación de radio en línea. Se ha especializado y destacado en la producción de radio musical.

**Juan Roberto Cruz**

Docente en la Escuela de Comunicación y del Departamento de Orientación. Psicólogo experto en Desarrollo Humano y Emprendimiento. “Podcast del Año 2017” en los Latin Podcast Awards (LPA), por su programa de radio: Te invito un café.



## Referencias bibliográficas

- Ferraretto, L.A. (2014). *Rádio, Teoria e prática*. São Paulo: Summus.
- Kischinhevsky, M. (2016). *Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação*. Rio de Janeiro: Mauad X.
- Meditsch, E. (coord.), (2005). *Teorias do rádio: textos e contextos*, vol. 1. Florianópolis: Insular.
- Abreu Estepe, L. (2015). *Visión 20/20. Un acercamiento a la juventud cubana*. Tesis de Diploma de la Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana. Modalidad Portafolio Profesional. Tutoras. Doctoras Ivonne Albelo y Zenaida Costales.
- Aguiló, J.M. et al. (2015). ¿Desaparece la radio de AM en América Latina y el Caribe?. En T. Ballesteros López, (coord.), Colombia. Disponible en <https://goo.gl/ajqMim>
- Álvarez, C.L. (2018). *Pueblos y Comunidades Indígenas*. En *Telecomunicaciones y Radiodifusión en México*. México: UNAM, Posgrado Derecho.
- Badía Valdés, A. (2013). La radio, un salto de la web al móvil, que pasa por las redes sociales. *Chasqui*, 123, pp. 27-33.
- \_\_\_\_\_. (2015). *La nueva radio: de la producción a la preservación*, 06/04. Disponible en <http://www.epoca2.lajiribilla.cu/articulo/6428/la-nueva-radio-de-la-produccion-a-la-preservacion>.
- Balsebre, A. (1987). *Las imágenes auditivas en la radio*. Tesis de doctorado, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona.

- Blasebre, A. (1998). *La invasión marciana de Welles o la perfecta verosimilitud de la ficción radiofónica*. Barea.
- Banegas, D. & Rivera, D. (2012). Análisis de la empresa informativa impresa y digital de Ecuador. *Razón y Palabra*, 79. Disponible en <https://goo.gl/UGDSTM>
- Barea, P.(1992). *Redacción y guiones*, Bilbao: Servicio Editorial Universidad del País Vasco.
- Barrios, A. (2016a). Narrativa periodística en la convergencia de medios. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 22(1), pp. 163-176. Disponible en <https://goo.gl/jPVFPQ>
- \_\_\_\_\_. (2016b). *La Radio generalista colombiana ante el desafío digital: un modelo en transición*. Tesis de Doctorado. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Barrios, A. & Fajardo, G. C. (2017). El ecosistema educativo universitario impactado por las TIC. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 15(30), pp. 101-120. Disponible en <https://doi.org/10.22395/angr.v15n30a5>
- Barrios Rubio, A. & Gutiérrez García, M. (2017). Reconfiguración de las dinámicas de la industria radiofónica colombiana en el ecosistema digital. *Cuadernos.info*, (41), pp. 227-243. Disponible en <https://doi.org/10.7764/cdi.41.1146>
- Barrios Rubio, A. & Zambrano Ayala, W. (2015). Convergencia Digital: Nuevos perfiles profesionales del periodista. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 13 (26), pp.221-240.
- Blanch, M. & Lázaro, P. (2010). *Aula de locución*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Bonet, M., & Fernández, D. (2006). El reto de la digitalización del archivo sonoro en los servicios públicos de radiodifusión. El caso de Catalunya Radio. *El profesional de la información*, 15(5), pp. 390-396.
- Breüll, L. (2015). *Estudio de Concentración de Medios en Chile*, octubre, 2018, Disponible en <https://es.scribd.com/document/332672385/CNTVInformeConcentracionMedios-2015>.

- CADEM. (2018). *Plaza Pública*, Cadem. Octubre, 2018. Disponible en <https://plazapublica.cl/wp-content/uploads/2018/04/Track-PP-223.pdf>.
- Cardentey, M. (2017). *Fighting!: entre el consumo cultural, los dramas coreanos y Juego de Tronos*, 02/03/2015. Disponible en <http://www.cubahora.cu/cultura/fighting-entre-elconsumocultural-los-doramas-coreanos-y-juego-de-tronos>
- Carlón, M. (2016). La hipermediatización contemporánea. Entre el fin de los medios masivos y las narrativas transmedias; ensayo publicado en O. Bosetti, & R. Haye, (compiladores). Avellaneda: Unday Ediciones.
- Castillo, L. (2014). *Interactividad y audiencias en los periódicos digitales: Estudio de tres medios mexicanos. Intersticios sociales*, (8), pp. 1-25.
- Cazau, P. (2006). *Introducción a la investigación en Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Redpsicología Online. Disponible en <https://goo.gl/85mRqt>
- Cebrián Herreros, M. (2008). *La radio en Internet: de la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil*. Buenos Aires: La Crujía.
- \_\_\_\_\_. (2009). Comunicación interactiva en los cybermedios. *Comunicar*, 17 (33), pp. 15-24. Disponible en <https://doi.org/10.3916/c33-2009-02-001>
- Centro de Estudios Sobre la Juventud. (2011-2012). IV Encuesta Nacional de Juventud.
- Centro de Investigaciones Sociales de la Radio y la Televisión (CIS), (2010). *Informe sobre hábitos de vida de la población cubana*. Ciudad de La Habana: Instituto Cubano de la Radio y la Televisión (ICRT).
- Chion, M. (1999). *El sonido*. Barcelona: Paidós.
- Cordeiro, O. (2014). *La radionovela entre el arte y sus detractores*. En A. Couceiro, *Consumo contemporáneo de la radio en Cuba. Un estudio de caso*. Centro de Investigaciones Sociales del Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT). Archivo. La Habana.
- Cruz, E.M. (2010). *El Libro Blanco del Periodismo Dominicana*. Santo Domingo: Editorial Funplode.

- De León, O. & Grullón, A. (2017) *Análisis del Desarrollo Mediático en República Dominicana. Basado en la aplicación de los Indicadores de Desarrollo Mediático de la UNESCO*. UNESCO, Santo Domingo.
- Cruz, L.D. (1995). *La voz y el habla. Principios de educación y reeducación*. San José, Costa Rica. Universidad Estatal a Distancia.
- Despaigne, R., Valdés, A. & González, I. (2014). *¿Música o programas radiales? Elige tú que viajo yo*. Ponencia. Festival Internacional de Radio y Televisión. Instituto Cubano de Radio y Televisión. La Habana.
- Despaigne, Y. (2012). *Los programas juveniles de las emisoras nacionales de radio*, Tesis presentada en opción al Título Académico de Máster en Desarrollo Social. Universidad de La Habana.
- Diario Oficial de la Federación, (2014). *Ley de Telecomunicación y Radiodifusión 2014*, 21 de julio, Disponible en [http://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5352323&fecha=14/07/2014](http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5352323&fecha=14/07/2014)
- Domínguez G., M., Rego, I. & Catillo, C. (2014). *Socialización de adolescentes y jóvenes. Retos y oportunidades para la sociedad cubana actual. La Habana: Ciencias Sociales*.
- Grave de Peralta, E. (2015). *Producciones Radioarte. ¿Qué piensa usted?* Tesis en opción al grado de licenciatura. Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.
- Escenarios de la radio. (1998). *Centro de Documentación Teatral*, Ministerio de Cultura. Madrid.
- Ferraretto, L.A. (1998). *Rádio, o veículo, a história e a técnica*. Porto Alegre: Sagra Luzzatto.
- García Camargo, J. (1980). *La Radio por dentro y fuera*. CIESPAL.
- García, J. (2009). La comunicación ante la convergencia digital: algunas fortalezas y debilidades. *Signo y Pensamiento*, 28(54), pp. 102-113.
- Gutiérrez, F. & Pacheco, C. (2011). Las audiencias activas y su impacto en las rutinas profesionales del periodismo chileno: El caso de radio Bío Bío tras el megaterremoto de febrero del 2010. *Contexto*, (19), pp. 195-212.
- Gutiérrez, M. & Perona, J.J. (2002). *Teoría y Técnica del Lenguaje Radiofónico*. Barcelona: Bosch.



- Hausman, C., Phillip, B. & Lewis, O. D. (2011). *Producción en la radio moderna*. México DF: International Thomson Editores.
- Hernández, F. & Ospina, A. (1987). *Técnicas de expresión oral y escrita*. Bogotá: ICFES.
- Hernández, G. (2008). *La noticia radiofónica*. San José: Radio Nederland Training Centre, 21/03/2015 Disponible en <http://www.envivo.icert.cu/opinion/71-la-radionovela-entre-el-arte-y-sus-detractores>.
- IBGE. (2003). Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística/Centro de Documentação e Disseminação de Informações. *Estatísticas do século XX*. Rio de Janeiro: IBGE.
- Jaramillo, J. (2012). *Representaciones sociales, prácticas sociales y órdenes de discurso. Una aproximación conceptual a partir del Análisis Crítico del Discurso*. Entramado, 8(2), pp. 124-136.
- Jurado, J. (2014) *Retroceso legislativo*. El universal 10 de julio de 1024. Disponible en: <http://www.eluniversalmas.com.mx/editoriales/2014/07/71256.php>.
- Kaplún, M. (1978). *Producción de Programas de Radio*. El guion, la realización. Quito: Ediciones CIESPAL.
- Kischinhevsky, M. (2017). *Radio y medios sociales. Mediaciones e interacciones radiofónicas digitales*. Barcelona: Editorial UOC.
- Kischinhevsky, M. & De Marchi, L. (2016). Expanded Radio. Rearrangements in Brazilian Audio Media Markets. *Radio, Sound & Society Journal*, vol. 1, nº 1, pp. 75-89.
- Klößner, L. (2008). *O Repórter Esso. A síntese radiofônica mundial que fez história*. Porto Alegre: EdiPUCRS.
- Labelle, B. (2007), *Radio Memory*, Audio Issues Vol. 4. Berlín: Errant Bodies Press.
- Lasagni, C., Edwards, P. & Bonnefoy, J. (1988). *La radio en Chile: historia, modos, perspectivas*. Santiago: Ceneca.
- Ministerio de Educación, (2018). *Mi Futuro*, septiembre, 2018. Disponible en [www.mifuturo.cl](http://www.mifuturo.cl).
- López Vigil, J.I. (2005). *Manual urgente para radialistas apasionadas y apasionados*. IntiBarrientos.

- \_\_\_\_\_. (2008). *Ciudadanía Radio*. Colección Análisis.
- López, N. (2011). *La radio se transforma: nuevas tecnologías, nuevos hábitos de consumo y nuevos perfiles para el medio más cercano*. En M.A. Ortiz, & N. López, (Eds). *Radio 3.0 Una nueva radio para una nueva era: la democratización de los contenidos*. pp. 15-40. Madrid: Editorial Fragua.
- Márquez, A. (2012). *La edad de la melomanía. Una caracterización del consumo de música en adolescentes habaneros*. Tesis presentada en opción al Título Académico de Licenciada en Periodismo. Facultad de Comunicación Social. La Habana.
- Martí, J. M., Monclús, B., Gutiérrez-García, M. & Ribes, X. (2015). *La radio, modelo de negocio en transición: estrategias de oferta y de comercialización en el contexto digital*. Quaderns del CAC, 41(18), pp.13-22.
- Martínez, G. (2015). *Cine y radio: dos medios en diálogo histórico a través de Dziga Vertov y Walter Ruttmann*. Ponencia.
- Martínez, G. (2016). *Insuficiencias normativas en la regulación de los medios comunitarios e indígenas*. Ponencia.
- Martínez-Costa, M. del P. (2015). *Radio y nuevas narrativas: de la crossradio a la transradio*. En M. Oliveira, & F. Ribeiro, (Eds.) *Radio, sound and Internet Proceedings of Net Station International Conference*, pp. 168-187.
- Mateu, M. et al. (1992). *Actividades corporales de expresión*. Barcelona: Paidotribo.
- Mcintyre, H. (2015) *No, radio isn't dead. In fact, it's doing better than ever*. Disponible en <https://goo.gl/giC3GQ>
- Meditsch, E. (2012). *Pedagogia e Pesquisa para o Jornalismo que está por vir: A função social da Universidade e os obstáculos para a sua realização*. Florianópolis: Ed. Insular.
- Meditsch, E. & Zuculoto, V. (coord.), (2008). *Teorias do rádio: textos e contextos*, vol. 2. Florianópolis: Insular.
- Mejía, C. (1999). *Manual de expositor*. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.

- Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2017). *Encuesta Nacional de Participación Cultural 2017*, octubre, 2018. Disponible en [https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2018/03/enpc\\_2017.pdf](https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2018/03/enpc_2017.pdf).
- Moura, C. (2001). Curso de Comunicação no Brasil: Do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares. *Revista Famecos*, nº 14, ene.-apr.
- Noguera, J. M, Martínez, J. & Grandío, M. del M. (2011). *Redes Sociales para estudiantes de comunicación*. Barcelona, Editorial UOC.
- Oficina Nacional de Estadísticas. (2012). *Tabulaciones de la Base de Datos del Censo de Población y Viviendas del 2012*. Editora ONE. La Habana, 07/05/2014. Disponible en: <http://www.one.cu>. Periodismo Educativo y Científico. CIMPEC OEA.
- Prata, N. & Bianco del, N. (2016). Perfil do ensino do rádio no Brasil. En V. Zuculoto, D. C. Lopez, & M. Kischinhevsky, *Estudos Radiofônicos no Brasil, 25 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom*. Coleção GPs (Grupos de Pesquisa), v. 22. São Paulo: Intercom.
- Prata, N., Pessoa, S.C., Santos, M.C. & Campelo, W. (2014). Cursos de graduação em Radialismo no Brasil: trajetória e cenário. *Revista Brasileira de História da Mídia*, v. 3, n. 2, jul.-dez.
- Prieto Castillo, D. (1989). *Radio drama y vida cotidiana*. CIESPAL
- Ramos, J. M. *Manual de Radio I*.
- RESOLUCIÓN CNE/CES nº 1/13. (2013). Resolução do Conselho Nacional de Educação/Câmara de Ensino Superior, Ministério da Educação, 1/9/2013.
- Ribes, X., Monclús, B., Gutiérrez-García, M. & Martí, J. M. (2017). Aplicaciones móviles radiofónicas: adaptando las especificidades de los dispositivos avanzados a la distribución de los contenidos sonoros. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 4 (7), pp. 29-39.
- Rodero, E. (2003). *Locución radiofónica*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión (RTVE).
- Rodríguez, A. (1998). *La Dimensión Sonora del Lenguaje Audiovisual*. Barcelona. Paidós.

- Ruiz, A. (1991). *Manual de Radio II*. Cuadernos INI. Volumen 3 de Cuadernos del Instituto Nacional Indigenista.
- Salaverría, R. (2010) ¿Ciberperiodismo sin periodistas? Diez ideas para la regeneración de los profesionales de los medios digitales. En F. Campos Freire,(coord.), *El cambio mediático*, pp. 236-249. Zamora: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Salaverría, R., García, J. & Masip, P. (2010). *Concepto de convergencia periodística*. En X. López, & X. Pereira, (Coord), *Convergencia digital. Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España*, pp. 41-64. USC: Universidad Santiago de Compostela.
- Scivetti, A.R. et al. (1997). *Educación de la voz. Terapia fonoaudiológica*. Subsecretaría de Telecomunicaciones. (2018). Subsecretaría de Telecomunicaciones, octubre, 2018. Disponible en <http://subtel.gob.cl>.
- Tenorio, I. (2012). *La nueva radio: manual completo del radiofonista 2.0*. Barcelona: Marcombo.
- Tuñez, L., Martínez, Y. & Abejón, P. (2010). Nuevos entornos, nuevas demandas, nuevos periodistas. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 16, pp. 79-94.
- Urcola, M. (2008). Juventud, cultura y globalización. *Revista Perspectivas Sociales*, 10(2), pp. 11-31.
- Volpini, F. (1995). *Diseño de programas de radio: guiones, géneros y formulas*. Barcelona: Planeta.
- Zambrano, W. R. (2012). *Modelo de aprendizaje virtual para la educación superior MAVES, basado en tecnologías web 3.0*. Bogotá: ECOE.
- Zepeda, J. (2010). *La entrevista*. San José: Radio Nederland Training Centre.
- Zubizarreta, J. (2008). La práctica profesional en el proceso de convergencia mediática. Una aproximación metodológica. Estudio de caso del grupo local de comunicación GOIENA Komunikazio Zerbitzuak, Koop. E. *Análisis*, 37, pp. 82-108.

## **Coordinadores**

### **Tito Ballesteros López**

Colombiano. Comunicador Social - Periodista. Especialista en Gerencia de la Comunicación Organizacional. Diplomado en producción de televisión y periodismo digital. Conferencista y formador radiofónico en países de América Latina. Ha sido coordinador de encuentros centro y suramericanos de productores de radio. Es productor, investigador, co-autor del libro: 100 claves para la radio en línea y ¡Viva la radio! Mutaciones culturales de lo sonoro. Creador de cartillas Comunicación y Comunidad, Ministerio de Comunicaciones Colombia. Recientemente desarrolla actividades como asesor en plataformas virtuales y lenguajes de programación aplicado a medios de comunicación social. Sus trabajos se pueden conocer visitando su blog Radios de América.

### **Oscar E. Bosetti**

Docente en las Carreras de Grado de Comunicación Social de las Universidades Nacionales de Buenos Aires, Entre Ríos y Quilmes. Se desempeñó como Subsecretario de Medios de Comunicación de la Universidad de Buenos Aires (2002-06) y fundó UBA: FM 90.5, La Radio de la Universidad de Buenos Aires y la Agencia Radiofónica de Comunicación de la Universidad Nacional de Entre Ríos. Investigador de la Historia de la Radio Argentina. Entre otros títulos publicó: Radiofonías. Palabras y Sonidos de Largo Alcance (1994), Las tres frecuencias didácticas del dial radiofónico (1997), Las charlas

radiofónicas de Discepolín: Un caso de periodismo radiofónico cultural (1999), *La Radio en Argentina* (2007), *Noventa años de palabras y sonidos de largo alcance* (2009) y *Radio Nacional: Las maneras de hablar de un medio público* (2010). Compilador y coautor de los libros *Radios universitarias argentinas* (2015), *Encrucijadas del Nuevo Milenio. Radio, Comunicación y Nuevas Tecnologías* (2016) y *Pensar las Radios. Reflexiones desde las cátedras, talleres y otros alrededores* (2017) Miembro del Comité Ejecutivo Permanente de las Jornadas Universitarias *La Radio del Nuevo Siglo*.

### **Graciela Martínez Matías**

Doctora en Ciencias Políticas y Sociales por la Universidad Nacional Autónoma de México. Profesora-investigadora de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México y catedrática en el doctorado en el Posgrado en la FCPyS de la UNAM. Coautora de los libros: *Lógicas y Antilógicas del Siglo XXI*, *del Nuevo Marco Regulatorio en Telecomunicaciones y Radiodifusión*, *La radio vive! Mutaciones culturales de lo sonoro* y de artículos varios publicados en diversas revistas internacionales. Defensora de las Audiencias de Radio Educación. Productora del paisaje sonoro de Zacatecas (Disco). Investigadora en sociología de la cultura, migración, arte sonoro, interculturalidad, radio comunitaria, indígena y pública, estudios decoloniales y en nuevas narrativas audiovisuales.



Enseñar y aprender la Radio en América Latina y el Caribe. Radiografías de este presente, es un libro que logra recoger el pensamiento, la reflexión y el proceso pedagógico de 63 docentes de 12 países que imparten la asignatura de Radio en distintas universidades de estas regiones.

Cada coordinador por país, además de compilar la información de sus colegas profesores, ofrece un panorama histórico y contemporáneo de la realidad que enfrenta el medio radiofónico en su territorio desde las perspectivas culturales, jurídicas, sociales, tecnológicas y académicas.

A través de las respuestas, los docentes externan preocupación, interés, pero sobre todo, una gran pasión por la enseñanza de la Radio. El medio sonoro renace ante la mirada analítica y comprometida de profesionales de la enseñanza de distintas generaciones, que miran con alegría, pero otras con desazón el desapego y apatía, respectivamente, de los alumnos por la asignatura radiofónica.

En el texto se logra observar la evolución del medio a través de la enseñanza. Algunos profesores imparten sus cátedras con base en procesos de producción analógicos, en tanto, otros, están en el territorio de la experimentación e innovación sonora; en el podcast, la transmedialidad sonora, la estética acústica y las nuevas narrativas con el uso de formatos y géneros híbridos.

El trabajo realizado por los coordinadores de este libro -Tito Ballesteros López (Colombia), Oscar E. Bosetti (Argentina) y Graciela Martínez Matías (México)- brinda una nueva metodología de investigación única en su haber. La amplia información vertida del proceso enseñanza aprendizaje de 12 países, los datos cuantitativos y cualitativos son "oro molido", materia prima para aquellos profesores que deseen reflexionar más sobre cómo se enseña y aprende la Radio en la región de América Latina y el Caribe.

El libro es un valioso documento que además de ser una radiografía del medio sonoro, enfatiza el valor de la Radio como objeto de estudio, y objeto epistémico.

ISBN: 978-9978-65-191-2



9789978551912

CIESPAL 60 años

CIESPAL

EDICIONES  
GESPAL

Manuales Didácticos