UNIVERSIDAD DEL ZULIA
Serbiluz
Sistema de Servicios Bibliotecarios y de Información
Biblioteca Digital
Repositorio Académico

QUÓRUM ACADÉMICO
Vol. 14 Nº 1, Enero-Junio 2017. Pp. 87-114
Universidad del Zulia

La comunicación radial y la participación de los públicos en la sociedad cubana actual

Alicia Sosa Velázquez* y Fidel Martínez Álvarez**

Resumen

El desarrollo de la dimensión educativa de la radio tiene hoy inevitables retos, mucho más ante la transculturación neo-liberal que impacta también sobre la sociedad en general. Por tanto, para hacer frente a semejante situación en este artículo se reflexiona sobre la función educativa de la comunicación radial así como se fundamenta la necesidad de utilizar nuevos referentes comunicacionales y educativos para poder transformar la situación actual de la participación creativa de todos los protagonistas, tanto de los públicos internos como externos (radialistas y radioyentes). En esencia, el objetivo del presente artículo radica en fundamentar la importancia de la participación creativa de los públicos para contribuir a la función educativa de la programación radial en la sociedad cubana actual.

Palabras clave: Comunicación radial; función educativa; participación creativa de los públicos.

Recibido: Enero 2016 - Aceptado: Septiembre 2016

* Licenciada en Ciencias Sociales y Máster en Comunicación social. direccion@rcagramonte.icrt.cu
** Doctor en Ciencias de la Educación. Profesor Titular adjunto de la Filial de Camagüey de la Universidad de las Artes de Cuba. fidelmartinezalvarez59@gmail.com

Radio communication and public participation in current Cuban society

Abstract

The development of the educational dimension of the radio has today unavoidable challenges, much more before the neo-liberal transculturation that also impacts on the current Cuban society. Therefore, to make in front of similar situation in this article it is meditated on the educational function of the radial communication as well as the necessity is based of using new relating theoretical and methodological to be able to transform the current situation of the creative participation of all the main characters, so much of internal publics as external (radio workers and listeners). In essence, the objective of the present article resides in arguing the importance of the creative participation of the publics to contribute to the educational function of the radial programming in the society present-day Cuban.

Keywords: Radial communication; educational function; creative participation of the publics.

Introducción

Los amantes de la producción radial se sientan hoy ante los micrófonos o las computadoras con nuevos desvelos, pues ¿todavía tiene la radio el ángel que la envolvió en sus primeros albores?, ¿cómo andar sobre aviso para este presente fuerte y competitivo ante el impacto transcultural de las mass media?

Los usos que la sociedad da a los medios de comunicación tienen su umbral en las particularidades de cada sistema social, pero sus límites están en la técnica comunicativa. Así nace la función esencial de complementar, de proporcionar conocimientos sociales y de promover formas de comportamiento cultural, que no pueden lograrse por experiencia directa pero que los humanos necesitan para vivir (Martín Serrano, 1982)

La radio permite conocer la evolución del entorno, ofrece informaciones sobre los acontecimientos, las instituciones y los actores sociales, así como es una importante vía para la socialización, el aprendizaje, la adaptación de las actitudes, de los sistemas de valores y de las normas sociales. Además,

la radio facilita el acceso a la formación de opiniones de los hombres y mujeres de una región determinada. Así también la radio moviliza, entretiene, acompaña, ofrece pautas para el desarrollo cultural, del ahorro de recursos, ennoblece el tiempo libre y se convierte en una fuente de consulta y educación permanentes.

A pesar de ello, según Rolando Oropesa, la radio es el medio menos estudiado en Cuba, porque:

> "*La Radio ha sido pobremente atendida en cantidad y métodos de estudios que han sido en su inmensa mayoría trabajos centrados en la medición y descripción del público según categorías sociales (variables socio demográficas). Desde la perspectiva cualitativa hay un solo estudio desarrollado con el método de investigación acción participativa con el colectivo del programa Mezcla de Radio Metropolitana, con un resultado muy positivo. Puede decirse que todos los estudios se han basado –implícitamente- en los Usos y Gratificaciones"* (Oropesa, 2013:1)

La temática de la participación activa y creativa de los públicos en la programación radial es de gran actualidad, pues es de suma urgencia, en las condiciones de globalización de hoy, potenciar al máximo la capacidad creativa y transformadora de los ciudadanos, algo que no se puede lograr sin una óptima preparación educativa para la participación real en los procesos sociales, en los cuales los medios de comunicación están llamados a desempeñar un papel fundamental y estratégico, no solo en transmitir información, sino en consolidar la identidad nacional y la educación en valores, componentes ambos de una sólida ideología, en tanto fragua de una verdadera cultura revolucionaria y popular.

Esta temática resulta muy importante para el sistema radio de cualquier país, pues regularmente se adolece de miradas más integradoras. Asimismo, resulta necesario el desarrollo de investigaciones sobre esta temática a nivel provincial, para alcanzar una concepción estratégica, que permita lograr un mayor acercamiento entre los públicos que interactúan en el proceso comunicativo radial con carácter más local.

La carencia de exploraciones desde el organismo rector y las necesidades de saberes sobre el medio en el territorio han generado algunas ***investigaciones***

[1] realizadas por la Dirección Provincial de Radio en Camagüey, relacionadas fundamentalmente con estudios de recepción, de emisores y calidad de la programación que se transmite más bien para determinar valores del público interno.

Los análisis realizados en las Universidades de La Habana, Villa Clara, Camagüey y Santiago de Cuba, en trabajos de diploma, tesis de maestría o doctorales son también escasos y nutren las filas de los estudios históricos y de recepción, las rutinas productivas, y análisis de contenido en torno a determinados espacios de los considerados de mayor audiencia. Estos estudios no profundizan en el análisis sobre la participación social, su necesidad en los momentos más críticos de la vida de cualquier país, y, por tanto, tampoco se estudia sistemáticamente el impacto social y auto-educativo que provocaría la participación de los radioyentes en la producción comunicativa mediática (Orozco, 1994)

Una idea que también motiva el presente estudio de la participación de los públicos en la radio está en la intervención de Jesús Martin Barbero en el Instituto Internacional de Periodismo José Martí, sobre la necesidad de buscar fórmulas para superar la crisis de audiencia, que, lamentablemente, se produce porque la radio está cediendo espacio a otras tecnologías audiovisuales.

> "*Hoy día es indudable que el periodismo escrito, de papel, en el mundo, y en buena parte el radial y televisivo, está sufriendo una crisis de público, de lectores, de oyentes, de espectadores, que normalmente los que hacen el periodismo se la atribuyen a esas maldades, que hoy han venido -que son las malas hadas tecnológicas- a robarles el público al viejo y sabio periodismo (….) No, la crisis es una crisis del lenguaje, es una crisis de los modos de comunicación, del periodismo con sus públicos, porque hay otros públicos, hay otros lenguajes, otras escrituras y la cosa no es tecnológica"* (Martin Barbero, 2009:1)

1 Se han realizado varias investigaciones coordinadas por el Departamento metodológico de la Dirección Provincial de Radio en Camagüey, entre las cuales están:
1) 2010: Caracterización de Radio Cadena Agramonte de Camagüey.
2) 2010: Audiencia actual de los programas dirigidos a los jóvenes.
3) 2010: La propaganda radial en Radio Cadena Agramonte. Su eficacia comunicativa.
4) 2010 – 2011: Audiencia actual de Radio Cadena Agramonte.
5) 2011: Funcionamiento del Sistema de Gestión de la Calidad de la emisora Radio Cadena Agramonte.
6) 2012: La influencia de los medios de comunicación en la formación de valores.

Resulta innegable el apoyo de la radio a los procesos de educación popular en los cuales se busca contribuir al conocimiento y a la transformación de la realidad por parte de los sectores públicos. El destinatario puede fortalecer su capacidad para elaborar y producir saberes, apropiándose de manera ordenada, sistemática y progresiva de los mismos. De este modo, se robustece la capacidad de transformar la realidad.

Por otro lado, los métodos y técnicas activas y participativas, que se utilizan en la radio, permiten desarrollar procesos de formación y educación ideológica, ética y estética, enriquecidos con los aportes de todas y cada una de las personas, quienes intervienen y así contribuyen a construir, colectivamente, nuevas experiencias y habilidades, a conformar identidades comunitarias, a la vez, que fortalecen la autoestima individual; posibilitan encontrar alternativas y vías de respuestas comunes y solidarias, admiten la objetivación de la propia problemática; permiten el encuentro y articulación entre iniciativas distintas y refuerzan una visión más integral para la transformación de la realidad social.

Hoy los radialistas están convocados a buscar la calidad de su producción con una perspectiva estratégica que implica tener previstos lineamientos donde se articulen las diversas acciones que componen sus rutinas, con la participación activa, consciente, crítica y creadora de los receptores, actores también, al igual que los primeros, de esa estrategia. Trabajar con una perspectiva estratégica supone proyectar el rumbo del programa o proyecto con una visión sistémica del proceso, es decir, tomando en cuenta que deben estructurarse sus acciones particulares en función de una determinada secuencia, objetivos y metas, los que, a su vez, deben ser coherentes y acumulativos, así como con la implicación de todos sus participantes: productores/usuarios (Ardoino, 1997)

No se logra tampoco una buena radio sin una perspectiva sistémica e integral: un programa va a estar ubicado siempre en relación a una realidad que es múltiple y compleja y que abarca distintas dimensiones, por eso hay que intencionar líneas investigativas, educativas, expresivas a todos los niveles, así como perfiles de búsqueda y recreación de la identidad de los sujetos que participan del proceso comunicativo, a partir de un acto de reconocimiento crítico, sistemático y enaltecedor de la cultura, sus códigos y manifestaciones históricas, logrando nuevos elementos de identidad

étnica, de género, de edad, de clase, que los cohesione como protagonistas de la acción educativa y transformadora.

Debe tenerse en cuenta la comunicación dialógica en función de una participación ciudadana como opción eficaz para el desarrollo y el cambio social. Según la tesis sustentada por Pérez Roque, en Cuba la comunidad debe colaborar para dar información, criticar el modelo de comunicación para ser mejorado, plantear, mediante los diferentes canales de información, las necesidades no cubiertas, pero todo ello debe complementarse con una investigación, que permita conocer las características distintivas, servicios diferentes y hábitos propios de cada una, según sus particularidades, tales como: geográficas, de intereses, de género, entre otras (Pérez Roque, 2012:45)

No obstante los intentos realizados en Cuba para lograr un mejor desempeño de la radio, como medio de comunicación, hoy se perciben y se puede constatar, gracias a el estudio de opinión sistemáticamente realizado y a las investigaciones revisadas,[2] que existen ***insuficiencias*** tales como:

1. Preferencia de los radioyentes por otras tecnologías audiovisuales.

2. Las emisoras de radio están necesitadas de reajustes en sus perfiles.

3. Subestimación del valor del presupuesto otorgado para los procesos productivos, pues es todavía inadecuada la relación entre el presupuesto asignado para la producción comunicativa y la calidad del producto resultante.

4. La mayoría de los colectivos de programas evidencia cierta desmotivación por la calidad de sus realizaciones, por lo que ha disminuido entre los radialistas el desvelo por el rating, traducido en cierta desidia por el éxito de los programas de radio.

2 En el sistema radial camagüeyano se desarrolla sistemáticamente estudios de opinión de los radioyentes desde hace varios años, gracias a los cuales la programación se corresponde, en sentido general, a las necesidades, intereses y motivaciones de la población del territorio, pero ese trabajo todavía puede mejorar mucho más, en especial, si se logran superar las insuficiencias detectadas. Además, en esta investigación se han tenido en consideración los resultados de varias tesis de grado, de maestría y doctorado desarrolladas en Cuba sobre esta temática (García Chirino; Ibarra Moreira, 2007), (Acosta Curbelo; Martínez Alemán, 2007), (Leyva Morales, 2007), (García Contreras; Reniteau, 2005), (González Peña, 2007), (Torres García, 2007), (Gómez Samón, 2010), (Quiñones Agüero, 2011), (García Hernández, 2012), (Herrada Hidalgo, 2012), (Pendás Salgado, 2013), (Sánchez Cuervo, 2007), (Croc Ures, 2009), (Labrada Díaz, 2009), (Olivares Chávez, 2009), (Segura, 2010), (Badía Valdés, 2010), (Albelo Medina, 2013)

5. No todos los programas radiales satisfacen plenamente los gustos, intereses y necesidades de los radioyentes, pues no tienen la posibilidad sistemática de discutir y decidir el contenido de la programación que, en última instancia, está dirigida a ellos.

A pesar del esfuerzo del gobierno en el territorio, existen todavía dificultades en la interrelación de todos los actores sociales, involucrados directa e indirectamente en la programación radial, fundamentalmente, por la incorrecta aplicación en la práctica del principio de la relación *intersectorial*: gobierno, cultura, educación, salud, deportes, etc.

También se evidencia falta de creatividad en algunos programas de radio, que no logran mantener la motivación de los radioyentes.

Lamentablemente, estos son fenómenos reales que se manifiestan en el sistema radial camagüeyano, pues durante mucho tiempo la participación de los públicos externos ha estado limitada a solicitar música y reportes de sintonía y no han tenido la oportunidad de decidir sobre otros elementos importantes en la programación. Este fenómeno provoca que disminuyan los niveles de audiencia, lo que afecta el cumplimiento de la misión político-ideológica, educativa, ética y cultural que desempeña la radio, ya que, lógicamente, se limitan las posibilidades de informar, educar, orientar y recrear a los propios lugareños.

En la práctica, el sistema radial camagüeyano actualmente reproduce el viejo esquema conceptual de la transmisión de información, educación y ocio, por ello, apenas genera nuevas formas y niveles de participación ciudadana, lo cual coloca a la radio del territorio muy distante de una verdadera relación con la expresión real de la participación ciudadana de los públicos internos y externos de dicho sistema en los procesos de producción comunicativa mediática que suscita.

El objetivo del presente trabajo consiste en argumentar la importancia de la participación de los públicos en la programación radial en Cuba.

Desarrollo

Para el desarrollo del artículo se utilizan diferentes concepciones sobre la ***comunicación social,***[3] por lo que es preciso caracterizar su identidad por el delineamiento de fronteras, tal como sugiere Miége, las cuales están establecidas en función de los soportes tecnológicos, que aseguran la difusión de los bienes simbólicos y del universo poblacional a que se destinan.

Desde este enfoque se reconoce la existencia de dos grandes segmentos: 1) que agrupa los actos de *comunicación interpersonal*, que han sido tradicionalmente objetos de estudio de las *ciencias del lenguaje* y las *ciencias del comportamiento* y los actos de *comunicación grupal*, estudiados por las *ciencias de la educación* o de la *administración*; 2) que agrupa los actos de *comunicación comunitaria*, circunscritos a organizaciones complejas o espacios geográficamente contiguos, cuyo alcance presupone el uso de soportes tecnológicos en un radio de acción reducido y los actos de *comunicación pública*, mediados por tecnologías de largo alcance, y disponibles a todos los miembros de la colectividad abarcados por el radio de audiencia del canal Miége, citado por: (Marques de Melo, 2010)

La comunicación radial

Como una necesidad propia del hombre para comunicarse, nace la radio, al tomar como antecedentes las aportaciones hechas por investigadores desde épocas pasadas. Este medio permite relacionarse a distancia sin ningún medio físico más que las ondas electromagnéticas. Aparece como un medio de radiodifusión para comunicar a dos personas en circunstancias especiales, independientemente del trayecto físico que los separe. Nadie como López Vigil para describirlo:

3 Entre los autores que sirven como referentes teórico-metodológicos sobre la ***comunicación social*** en general y la ***programación radial*** en particular para esta investigación están: (Berman, 1981), (Berelson, 2012), (Castoriadis, 1998), (Chion, 2009), (Díaz Bordenave, 1985), (Díaz Bordenave, 1986), (Díaz Bordenave, 1997), (Geerts; Van Oeyen, 2002), (Haye, 2010), (Kaplún, 1984), (Gumucio Dagron; Tufte, 2006), (Gumucio Dagron, 2011), (Lasswell, 2012), (Linares; Correa; Moras, 1996), (Linares; Santovenia, 2012), (López Vigil, 1998), (López Vigil, 2005), (López Vigil, 2011), (Marques de Melo, 2010), (Martin Barbero, 2009), (Martín Serrano; Piñuel; Gracia; Arias, 1982), (Mattelard; Mattelard, 1997), (Mattelard; Mattelard, 1987), (McQuail, 2003), (Muriel; Gilda Rota, 1980), (Bracero, 2012), (Nemeth-Baumgartner, 1993), (Orozco, 1997), (Orozco, 1994), (Oropesa, 2013), entre otros.

> "*En 1907, Alexander Lee de Forest, norteamericano, descubre unas válvulas de electrodos que transforman las modulaciones del sonido en señales eléctricas. Estas ondas, transmitidas de una antena a otra, podían ser reconvertidas nuevamente en vibraciones sonoras. Con estos tubos de vacío, que servían igualmente para enviar o recibir, nacía la radio, tal como la conocemos hoy*" (López Vigil, 2005:15)

Resume con impacto este proceso: *"Ahora sí. Ahora estaban dadas las condiciones para comenzar a hacer radio. En América Latina, los argentinos tomaron la delantera. El médico Enrique Susini y un grupo de entusiastas amigos montaron un transmisor de 5 vatios en la azotea del teatro Coliseo. Desde allí hicieron las primeras pruebas*" (López Vigil, 2005:15)

La primera emisora con servicio regular fue la KDKA de Pittsburgh, instalada en un garaje de la Westinghouse. El 2 de noviembre de 1920, el popular radioaficionado Frank Conrad daba a conocer los votos obtenidos por Warren Harding y James Cox, candidatos a la presidencia de los Estados Unidos. A partir de ahí, el éxito de la radio fue imparable:

> *"En 1921, se inician en París los primeros programas, utilizando la Torre Eiffel como antena. Al año siguiente, en 1922, se funda en Londres la BBC. Pocos meses más tarde, salen al aire las primeras transmisiones españolas. En la recién creada URSS, Lenin exhorta a la investigación y aprovechamiento de aquel periódico sin papel y sin fronteras, como él llamaba a la radio*" (López Vigil, 2005:16)

Resulta oportuno definir que los términos radio y radiodifusión son conceptos bastante complejos que se pueden describir como un conjunto de dispositivos para transmitir a distancia la voz y la música, haciéndolas así accesibles a las personas. Para realizar esto se requiere de un proceso que consiste en una serie de transformaciones de ondas de señales de radio originales en otro tipo de oscilaciones para que pueda enviarse la señal a distancia.

La radio tiene la posibilidad de llegar a un mayor número de personas dentro o fuera de un territorio dado. Pueden realizarse programas en distintos idiomas y transmitirlos a la vez por diferentes canales o frecuencias, como sucede comúnmente con las emisoras internacionales.

Cualquier persona puede escuchar la radio y mantener una determinada actividad a la par. Este medio lleva su mensaje a millones de personas a la vez, permite participar al oyente de cualquier evento sin importar la distancia, incluso desde fuera de la órbita terrestre, informa rápidamente cualquier acontecimiento, penetra en la intimidad del hogar, establece costumbres y hábitos de audiencia y de otras índoles y no reconoce fronteras geográficas.

La radio es un medio exclusivamente sonoro y, por tanto, en la percepción de sus mensajes sólo participa uno de los cinco sentidos: el oído. Además, la radio es un medio acusmático, ya que, como señala Michel Chion (2009), uno los teóricos más prestigiosos en el campo de la comunicación audiovisual, no aporta imagen alguna del origen de todos aquellos sonidos que constantemente emite. "*Acusmática (una antigua palabra de origen griego recuperada por Jerónimo Peignot y teorizada por Pierre Schaeffer) significa «que se oye sin ver la causa originaria del sonido», o «que se hace oír sonidos sin la visión de sus causas». La radio, el disco o el teléfono, que transmiten los sonidos sin mostrar su emisor, son por definición medios acusmáticos*" (Chion, 2009:62)

Sobre la comunicación radial este autor define que transmitir y compartir se sitúan en polos opuestos en una posible acción de comunicar. Transmitir significa la admisión de que algún conocimiento que poseo puedo pasarlo a otro, mientras que compartir significa comunión, encuentro, participación, elaboración con otro del conocimiento. Al mismo tiempo, una fuente reconocida no siempre puede nombrarse, pues:

> *"Podemos muy bien escuchar todos los días a una locutora de radio cuyo físico y nombre ni siquiera conocemos; eso no nos impide en modo alguno abrir en nuestra memoria una ficha descriptiva vocal y personal de esta locutora, ficha en la cual dejamos temporalmente en blanco su nombre y otras características (color del pelo y rasgos de su rostro, que su voz, naturalmente, no delata)"* (Chion, 2009:29)

La radio como medio educativo de la comunicación masiva

La radio es un medio de comunicación masiva que permite una interacción entre los encargados de la transmisión y la sociedad, de manera que se puede lograr una dinámica informativa entre los radioescuchas, pero se requiere de

una planeación para que se obtenga una radiodifusión; ésta se define como un conjunto de técnicas de emisión de ondas hertzianas que permiten la transmisión de la palabra y de los sonidos. (Romo Gil, 1987)

Según McQuail, las características de la comunicación de masas, se sintetizan así: "*Los medios masivos de comunicación se dirigen a públicos amplios, su contenido está abierto a todos y su distribución es inestructurada o informal"* (McQuail, 2003:115)

Esta lectura sociopolítica de la comunicación humana mediática nos indica que más allá de las funciones informativas que la noticia cumple, su función más destacable –pero no siempre la más acentuada- es el poder que aporta a quien sabe hacer un uso inteligente de ella. La relación de recíproca influencia y de poder en que consiste la comunicación puede revestir en la vida social ***múltiples formas y funciones.***[4]

Según Rivero: *"Las masas no son receptores pasivos en ningún régimen social porque participan activamente en el proceso de la comunicación. De ella surge la retroalimentación del mensaje, sea este ideológico o comercial y por supuesto: a causa distinta, diferente efecto.*" (Rivero, 2010:11)

Desde el punto de vista teórico los sistemas de comunicación mediáticos en general suelen ser transmisivos, y particularmente el radial no escapa de tal comportamiento. En pos de ello y por su carácter institucional se convierten en productores de "discursos públicos hegemónicos", los cuales conciben a su público como "oyente medio", al cual le son atribuidas ciertas capacidades mentales "medias", ciertos conocimientos "medios" y ciertos gustos "medios", justificando con ello el ofrecimiento de productos culturales "medios".

4 ***Formas y funciones sociales de los medios de comunicación:***
a) Explicación de misterios (poder mágico, religioso y científico)
b) Transmisión de conocimientos (poder del conocimiento y de la educación).
c) Establecimiento y cambio de reglas (poder normativo).
d) Estructuración societaria (poder social).
e) Gestión de negocios (poder económico).
f) Coactuación sobre el entorno (poder político).
g) Atracción (poder de liderazgo, personal, sexual, etc.).
h) Entretenimiento (poder de los ídolos musicales, dramatizados y deportivos).
Todos estos poderes y ventajas se resumen en uno que es la causa de todos los demás: el poder de la creación y coparticipación de valores (poder axiológico y cultural), o sea, la comunicación que ejerce la radio como medio no es neutral y, si ejerce el poder de la influencia y tiene la capacidad de modificar la percepción de la realidad y del conflicto y de movilizar a la acción, es porque en esta comunicación emergen, se figuran y coparticipan las jerarquías de valores que mueven el mundo, por tanto, puede primar la función educativa si los hacedores se lo proponen.

Sin embargo, los públicos poseen *competencias* o *cualidades* de recepción, mediadas por los movimientos sociales, que se generan en la trama de los vínculos cotidianos, los cuales conforman los hombres en sus relaciones diarias y que los hacen activos en sus prácticas comunicativas y en los modos de interpretar y usar la producción comunicativa mediática.

Pero además de estas manifestaciones de poder, la comunicación radial se beneficia de otras ventajas, es una forma de acción que puede sustituir a los actos propios coactivos, con el consiguiente ahorro de tiempo y energía, lógico es el hecho de mejor dialogar que imponer por la fuerza. El orden humano, es el orden simbólico, esto es, la capacidad humana para relacionarse con lo ausente y con lo posible por medio del lenguaje y del trabajo, así la programación radial le añade valor simbólico a las personas, organizaciones y aparatos, genera consensos y comportamientos cooperativos, al tiempo que nada implica que la influencia y el poder de la comunicación tengan necesariamente efectos negativos.

Aunque es preciso no pensar que se puede controlar la sociedad con la radio, pues eso jamás se logrará, lo que, realmente, se debe tratar de gestionar, mediante la comunicación estratégica, es el futuro, que está en juego; en verdad, las transmisiones radiales pueden incidir en él, porque la comunicación estratégica sirve al hombre de acción para alcanzar sus metas en la sociedad, al contribuir a que los resultados finales de sus actividades estén lo más cercanos posible a sus objetivos.

Otros autores asumen miradas diferentes sobre la radio como medio educativo de comunicación masiva y, precisamente, una influencia muy positiva viene de los aportes de Paulo Freire. El educador brasileño se convierte en el más importante impulsor de una *nueva pedagogía,* que propone la conversión de los seres humanos en sujetos del proceso de transformación de su realidad, a partir de sustentar su acción en el diálogo problematizador. Brinda así una opción liberadora al plantear que: *"... la 'educación como práctica de la libertad', no es la transferencia o la trasmisión del saber ni de la cultura, no es extensión del conocimiento técnico (...) no es la perpetuación de los valores de una cultura dada, no es el esfuerzo de adaptación del educando a su medio.*" (Freire, 1967:4)

En concreto, su programa educativo inserta a la radio como una de las vías más importantes para lograr la educación integral del pueblo y su participación en la transformación social.

En este mismo espíritu, En 1948 Lasswell dota un marco conceptual a la sociología funcionalista de los medios de comunicación que, hasta entonces, sólo incluía una serie de estudios de carácter monográfico, cuando se preguntó: *¿Quién dice qué por qué canal a quién y con qué efecto?* Con esta interrogante, que lo ha hecho famoso y que aparentemente está desprovista de ambigüedad, Lasswell sugiere analizar varios factores o sectores en la investigación comunicativa, tales como: *control, contenido, medios de comunicación o soportes, audiencia y los efectos.* Precisamente, fue la radio el primer medio en dar fe del valor y efectividad de esta teoría.

Berelson, dice que *"La observación de los efectos de los medios de comunicación en los receptores, la evaluación constante, con fines prácticos, de los cambios que se operan en sus conocimientos, sus comportamientos, sus actitudes, sus emociones, sus opiniones y sus actos, están sometidas a la exigencia de resultados formulada por quienes las financian*" (Berelson, 2012:31)

A la radio se le considera un medio de interacción social, debido a que tiene la posibilidad de poner en relación a grupos sociales grandes, por ello se utiliza indistintamente los términos compuestos "comunicación masiva" y "comunicación social", por lo que en esencia la radio tiene una especial misión educativa.

De cualquier manera, como medio educativo de comunicación la radio desempeña un papel importante dentro de la sociedad, así que entre las prioridades de la radio como medio masivo de comunicación están: 1) información, 2) educación y cultura, 3) desarrollo, 4) movilización política y social, 5) entretenimiento, 6) recreación, 7) publicidad y anuncios (Romo Gil, 1987:49)

La investigación y la reflexión teórica sobre la comunicación de masas, y, con ello de la radio, ha atravesado en Cuba diversas etapas, casi siempre nítidamente definidas, que van de la dispersión y el debilitamiento a la efervescencia y productividad, alternando entre períodos de estancamiento y momentos de profundo debate y autocrítica.

La investigación comunicológica cuenta ya en Cuba con una cierta tradición. Antes de la década de los años 40, los estudios sobre la comunicación de masas fueron aislados y asistemáticos, centrados como es lógico en la

comunicación impresa y esencialmente descriptivos. Desde el punto de vista disciplinario, estas aproximaciones se basaban, en lo esencial, en enfoques biblio e historiográficos, especialmente de las publicaciones periódicas. En lo investigado no se encuentran estudios comunicológicos sobre la radio antes de 1940, aunque ya el medio radiofónico estaba en su esplendor.

Los años 40 representan un momento significativo en la introducción de nuevas aproximaciones, técnicas y objetos de investigación, aun cuando la característica principal de dichos estudios era su propósito eminentemente comercial. El centro de interés de las investigaciones en comunicación en este período era la determinación de los ratings de audiencia, auspiciados por la Asociación de Anunciantes de Cuba, lo que explica la tradicional centralidad de los estudios de recepción y audiencias dentro de la investigación de la comunicación.

La figura del investigador cubano Raúl Gutiérrez Serrano, quien fuera discípulo de Paul Lazarsfeld, se encuentra indisolublemente unida a la introducción en Cuba de las encuestas electorales, los "surveys" de variado tipo y la medición cuantitativa de audiencias, directamente importadas del empirismo sociológico norteamericano en una de sus vertientes más representativas: los estudios del consumo radial según la denominada: *"Teoría de las categorías sociales"*.

Las investigaciones sobre publicidad y medios de comunicación aparecen estrechamente vinculadas a la radiodifusión en la década de los 40, se intensifican en los años 50 a partir de la introducción de la televisión y el auge de las agencias publicitarias. En esta época se realizan diversos estudios de mercado, de medios y textos publicitarios, así como investigaciones psicológicas relacionadas con la recepción y el impacto de la publicidad.

En la práctica se ha dado prioridad a dos puntos de este programa: el análisis de los efectos y, en estrecha correlación con éstos, el análisis del contenido que aporta al investigador elementos susceptibles de orientar su aproximación al público. Esta técnica de investigación aspira a la «descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones» Cada medio de comunicación tiene sus propias características y virtudes. Por ello, no se puede decir que un medio sea la negación de otro. Cuando nació la radio, la prensa escrita juzgó que las ventajas del sonido en el éter podrían afectarla, y esto nunca sucedió. AI

nacer la televisión, los radialistas escépticos también creyeron que había llegado su reemplazo; actualmente se ha demostrado lo contrario, hoy las emisiones de radio y televisión se complementan y afirman, como mismo sucede con las investigaciones.

Se debe concordar con Reniteau, quien asevera que:

> *"La radio es un medio que se ha visto omitido en los más recientes estudios. La evidencia del alcance y cobertura que goza este medio parece restar importancia a la consideración o preocupación teórica que tuvieron los estudiosos e investigadores sobre los medios de comunicación que se han desarrollado en la primera mitad del siglo pasado. Se ha perdido la visión de la radio como un hecho teórico que responde a reglas específicas en el mundo de los media, o tal vez nunca existió."* (Reniteau, 2005:3)

Esto provoca una falta de tiempo para una concentración puntual sobre la radio ya que la televisión vino a tomar todos o casi todos los espacios y la emergencia de Internet cambia el campo teórico de los media, lo que en vez de producir un reordenamiento en los estudios teóricos sobre los medios, como acontece en los medios mismos, genera un olvido y la radio es una de las grandes víctimas de esta omisión pragmática desconsiderada. Una sencilla mirada retrospectiva nos confirma que los nuevos medios toman menos tiempo de masificación que los antiguos y hay nuevos soportes que pueden contener a todos los demás como Internet que puede contener sonido, imágenes y datos como información asequible a los usuarios, pudiendo también difundirlos en tiempo real.

No obstante, lo cierto es que cada día la radio se cultiva más y más. Su personal es calificado y en cada una de sus especialidades se logra un perfecto profesionalismo, que le da al medio radial mayor seriedad, importancia y credibilidad. La información ha sido su mayor y principal reto. Cuando se pensó que era privativa de la prensa escrita, la radiodifusión demostró cómo el periodismo hablado no solo podía competir con ella, sino que tenía una gran ventaja por la inmediatez de su servicio. Hoy, el periodismo radial tiene su propia identidad, su técnica y sus secretos y los periodistas radiales son auténticos intérpretes de la noticia, le dan vida con sus propias voces o con las de los locutores especializados.

La inmediatez propia de la radio, que traduce con palabras el hecho que se está viviendo en ese preciso momento, hace cada vez más importante la labor educativa del periodismo radial. Por ello, con frecuencia la prensa escrita y televisiva toman a la radio como fuente de información y el público le da mayor crédito.

Por eso mismo, el entretenimiento se distingue de la cultura entendida como trabajo creador y expresivo de las obras de pensamiento y de arte. Si por un instante dejamos de lado la noción extensa de la cultura y la tomamos bajo el prisma de la creación y expresión de las obras de pensamiento y de las obras de arte, diremos que la cultura posee tres rasgos principales que la distancian del entretenimiento: en primer lugar, es movimiento de creación de sentido – es la experimentación de lo nuevo; segundo, es la acción de hacer pensar, hacer ver y hacer reflexionar sobre lo que se esconde bajo las experiencias cotidianas; tercero, en una sociedad de clases, la cultura es un derecho del ciudadano, derecho de acceso a los bienes y obras culturales, derecho de hacer cultura y de participar de las decisiones sobre la política cultural.

Entonces, es preciso que la radio destierre los **rasgos nocivos de la industria cultural.**[5]

La rapidez con que se vive, el poco tiempo de que se dispone para la lectura o para permanecer frente a una pantalla de televisión, le están dando a la radio más fuerza y penetración. La mayoría de las emisoras trabajan 24 horas al día y nunca se suspende el trabajo; por el contrario, las estaciones de radiodifusión buscan por todos los medios que su señal sonora no se interrumpa ni un segundo. Para ello, cuentan con equipos de emergencia, tanto de audición como de transmisión.

En relación con otros medios de comunicación, la radio genera una situación comunicativa muy particular, en la que emisor y receptor se ven

5 Como cultura de masas, las obras de pensamiento y de arte la radio debe evitar que:
- De expresivas, se convierten en reproductivas y repetitivas.
- De trabajo de creación, se convierten en eventos para el consumo.
- De experimentación de lo nuevo, se vuelven consagración por la moda y por el consumo.
- De duraderas, se vuelven parte del mercado de la moda, pasajero, efímero, sin pasado y sin futuro.
- De formas de conocimiento que develan la realidad e instituyen relaciones con lo verdadero, se convierten en disimulo, ilusión falsificadora, publicidad y propaganda. Todavía más. La llamada cultura de masas se apropia de las obras culturales para consumirlas, devorarlas, destruirlas, anularlas en simulacros.

sin ser vistos, en la que se perciben espacios sin ser percibidos, en la que, sobre la nada, se dibujan mares, ríos, montañas, animales, rostros, sonrisas, tristezas. La radio, como muchas veces se ha dicho, es un medio ciego, pero también es, al mismo tiempo, un mundo a todo color. Para lograrlo el lenguaje educativo de la radio está obligado a ser único porque el público es eminentemente heterogéneo: lo forman hombres, mujeres, niños y niñas, adolescentes, ancianos, de diferentes clases sociales y distintos grupos socioeconómicos, poseen desiguales grados de cultura y conviven en urbes y campos. Estas características tan marcadas y determinantes, colocan a la radio en la difícil tarea de buscar un equilibrio objetivo: el oyente es su meta, su destino y su principal motivación y de su aceptación, depende el éxito.

> *"Lenguaje radiofónico es el conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora, y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativa de los radioyentes*" (Pérez Roque, 2012:105)

Pero el lenguaje radiofónico es además, un fenómeno acústico en el que mensajes y sonidos se clasifican en función de su perceptibilidad, donde se registra presencia del factor comunicación e interacción entre emisor y receptor. El lenguaje radiofónico está compuesto por cuatro elementos fundamentales que complementan su función educativa:

> "*La palabra, elemento básico en el lenguaje radiofónico, cuando se usa en el medio radial procurando una comunicación efectiva y por qué no, afectiva, es necesario que sea de forma clara, correcta, llamativa, precisa, sin rebuscamiento, sin adjetivación, sencilla, que logre ser entendida por la mayoría de los oyentes. La música, elemento radiofónico que ocupa el mayor tiempo en cualquier programación, es muy significativo en los espacios musicales pero también se utiliza como fondo y para separar bloques de contenidos. Los efectos especiales son sonidos que representan la vida real en algunos espacios, como los dramatizados y también para identificar ciertos programas o emisoras. El silencio es importante utilizarlo de forma correcta, para que contenga valor expresivo".* (Pérez Roque, 2012:106)

El valor metodológico y axiológico de estos elementos expresivos de la radio no debe jamás subestimarse, pues: "… e*n cualquier producción radial estos elementos del lenguaje radiofónico son integradores de un producto radial que le da fuerza y validez comunicacional y que por el solo hecho de cómo se diseñen pueden identificar un programa o la emisora que los emite."* (Pérez Roque, 2012:106)

El lenguaje mediático de la radio necesita ser bien conocido y empleado por los actores pues es imprescindible comprender las influencias de orden cultural, ambiental y social en las que interactúa el individuo, y que matizan los conocimientos para conceptualizar y configurar la percepción de los mensajes que existen en la realidad, a partir de situaciones concretas de participación de los públicos.

En fin, que *"... el arte de hablar por radio consiste precisamente en usar palabras concretas, que se puedan ver, que se toquen, que se muerdan, que tengan peso y medida. Palabras materiales… El lenguaje radiofónico es esclavizantemente descriptivo, narrativo, sensual."* (López Vigil, 2005:30)

La programación radial: enfoques y perspectivas educativas

La capacidad de generar imágenes mentales en los oyentes es, sin duda, la principal especificidad de la programación radial como medio de comunicación, aunque tradicionalmente también se le han atribuido otras propiedades a las que necesariamente tenemos que referirnos: su inmediatez, la heterogeneidad de su audiencia, su accesibilidad o la credibilidad de sus mensajes. Además, la radio, en comparación con la prensa o la televisión, es barata y técnicamente sencilla. No hace falta disponer de grandes infraestructuras para emitir, ni trasladar cámaras, ni equipos de iluminación, ni poner en marcha impresionantes rotativas.

No obstante, el lenguaje oral es fugaz, cotidiano, muchas veces sin suficiente coherencia lógica, contrario al lenguaje escrito. Cómo entonces construir con el lenguaje oral una programación que pueda cumplir con los requisitos de interesar y educar, movilizar emocionalmente hacia la búsqueda de mayor información, cambio de actitud, asumir responsablemente el contenido y reproducirlo ante otras personas. Ello dependerá de la empatía que esa información logre establecer entre el que elabora el

mensaje y el que lo recibe y cómo ha logrado ubicar el significante para convertirlo en significado.

El enfoque funcional de la comunicación persuasiva se enuncia mediante la expresión de valores y conocimientos, donde el receptor debe aprender de los argumentos contenidos en el mensaje. Los recursos retóricos son el mejor instrumento para sustentarlo, muchos de ellos son propios de determinados saberes típicos e imprescindibles en las expresiones inherentes a las representaciones del proceso comunicativo radial.

Ahora puede decirse que la radio ha adoptado una postura de reflejo, un tipo de espejo local que ayuda a autocriticarse desde una visión identitaria cultural, civilizatoria frente a la globalización. Además del localismo, se presentan otras tendencias, unas más presentes y otras menos, que se hacen sentir en la realidad radiofónica. Pueden ser las de los avances tecnológicos, las educativas, las de los discursos y otras. La radio ha replanteado un sentido comunitario y educativo como medio de negociación y de proximidad a modo de reacción alternativa a la globalización. Esta visión local y comunitaria ha llevado al medio a constituirse como una suerte de espacio público ciudadano de proximidad frente a las cadenas nacionales y regionales que solo pueden ser ventanas abiertas sobre el mundo.

La programación radial es una experiencia a través de la cual los individuos producen cultura, situación que la distingue de un simple instrumento y de los productos culturales. Las programaciones radiales son productoras y modeladoras de cultura. Ahora bien, difícilmente, la radiofónica pueda ser una producción individual. La radio puede llegar a ser un espacio de construcción colectiva y de diálogo, un espacio educativo tanto para los radialistas como para sus públicos.

> "*Según los clásicos, los recursos retóricos son los elementos (palabras y frases) que recargan las expresiones del habla y la escritura, no son solo de uso exclusivo de los literatos sino que son de uso cotidiano; se consideran imprescindibles para conceptualizar pensamientos y trasmitirlos. Sería imposible exponer teorías filosóficas sin relacionarlas con la utilización de metáforas que expliquen a la sociedad su relación con los objetos de su medio. Desde la antigüedad se planteaba, y en este caso por Cicerón, célebre sabio de la historia antigua, que los deberes del orador o*

> *comunicador son fascinar o establecer la credibilidad del receptor, consisten en: enseñar o presentar un mensaje con argumentos profundos, y mover o llenar un auditorio con emociones"* (Linares; Santovenia, 2012:36-37)

Estas ideas son, totalmente, aplicables a la radio, sólo que ahora ha cambiado el escenario para el emisor y para el público. Además, García Camargo asevera que el oyente de radio, en la mayoría de los casos, es una persona, aparentemente, despreocupada e indiferente, que escucha las emisoras como quien ve un álbum de fotografías, sin detenerse en ninguna, pero que, pese a ello, capta en su subconsciente, la huella de todas ellas. Con mayor razón la radio alcanza al subconsciente ya que su órgano receptor es el oído y este no "parpadea", ni se cierra, sino que se mantiene alerta a todo lo que lo estimula. Así también, añade que el oyente tiene un aparente desinterés, porque el mensaje radial le llega casi en forma "subliminal", y lo condiciona a que después haga referencias a cosas que no sabe dónde ni por qué la escuchó, o reaccione a circunstancias cuyos reflejos son la consecuencia de este tipo de estímulo (García Camargo, 2008:157)

El reconocido locutor y profesor colombiano aclara que el solo hecho de poder registrar con cifras el número de receptores de radio en el mundo, demuestra su importancia y significación. Las empresas investigadoras de Estados Unidos han coincidido en el dato de que, existen más de 300 millones de aparatos receptores: 200 millones en las casas, 60 millones en los automotores y 20 millones en sitios públicos. Como es lógico estos datos cambian, pero siempre con tendencia al incremento.

Ideas muy importantes son aportadas por Haye, cuando dice:

> *"Todo este complicado proceso se activa con la participación de distintos actores que ponen en juego diferentes competencias para producir sentido mediante una práctica significante. El público de la radio no es meta de un proceso, sino parte integral de la práctica comunicativa, y está presente en las estrategias de producción y emisión. De este modo, toda práctica de comunicación y, en consecuencia, de la radio, se convierte en un espacio de negociación y de creación de identidades, porque se ponen en juego adhesiones, imaginarios y rasgos culturales que constituyen a los sujetos*" (Haye, 2010:12)

La programación radial es todo eso porque, en aquel que la escucha, genera constantemente imágenes mentales que, a diferencia de esas otras imágenes que ofrecen el cine, la televisión, la prensa, la fotografía o los videojuegos, por citar algunos ejemplos, no están limitadas por espacios, ni por pantallas, ni por colores, ni por sonidos. Y tampoco están limitadas, ni mucho menos, por el lenguaje radiofónico; un lenguaje que presenta una gran riqueza expresiva y unas extraordinarias posibilidades de explotación.

La radio, no obstante a los avances que han experimentado otros medios gracias a la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, sigue siendo, en la actualidad, la más rápida y la más instantánea, sobre todo a la hora de transmitir acontecimientos noticiosos de última hora para todos los públicos. De la misma manera, la programación radiofónica no ha perdido la virtud de educar a todos los públicos, porque, entre otras cosas, sus mensajes son sencillos y fáciles de entender, porque su escucha es compatible con el desarrollo de otras actividades, porque entretiene, porque no es necesario saber leer, porque es gratuita, y porque, a diferencia de la prensa, la televisión o el cine, para algunas personas discapacitadas no interpone barreras.

Las programaciones radiales han inspirado tradicionalmente una gran confianza entre sus seguidores, posiblemente porque la mayoría de los locutores se dirigen al público de tú a tú, les despiertan por la mañana, les acompañan durante la noche, conversan con ellos, les hablan y, casi siempre, con un halo de naturalidad y amistad que difícilmente se aprecia en otros medios audiovisuales. En la confianza que despierta la radio como lenguaje mediático posiblemente radique el hecho de que siga suscitando una gran credibilidad. Pocos ponen en duda, por ejemplo, la veracidad de la información radiofónica.

En concreto, en el plano académico hoy por *públicos* se comprende, tanto los radialistas o trabajadores propios de la radio (programadores, directivos, asesores, artistas y personal de apoyo), así como los radioyentes (actores y líderes formales e informales de la comunidad y de las organizaciones), quienes son todos concebidos como los protagonistas dentro y fuera del proceso comunicativo organizacional, quienes se pueden definir como *"... los individuos vinculados en mayor o menor grado a la institución, a la que afectan o son afectados, en función del logro de los objetivos de ambos"* (Muriel; Rota, 1980:172)

En el plano de la función recreativa, otro de los pilares de la transmisión radial, cuenta igualmente con personas que han hecho de ella su especialización. La música, el radioteatro, la novela y el humor se manejan en forma tal, que han logrado crear en los oyentes todo tipo de imágenes mentales, con la ventaja de que, cada individuo, puede visualizar estas imágenes a su manera, así como darles vida y realidad. En la programación radial en esencial la labor de los guionistas, periodistas, actores, actrices, locutores, asesores, directores de programas y especialistas con el fin de satisfacer los intereses y motivaciones de todos los públicos posibles.

Los artistas y periodistas diseñan la programación desde la perspectiva de la intencionalidad de destinatarios, o sea según el universo de necesidades, intereses y motivaciones de los públicos, así como atendiendo al grupo etario, ocupacional o de otro tipo, con el fin de influir sobre su conducta, hábitos y costumbres y movilizarlo hacia los objetivos deseados.

Para que este fin se logre es necesario utilizar todos los recursos radiales tales como lenguaje apropiado, argot especializado o estilado por el grupo siempre que se inscriba en las normas del lenguaje, música en función de las temáticas para este grupo, ritmo, tono y timbre de locución, entre otros aspectos.

Según los estudios que se han realizado a nivel mundial el destinatario que se emplea es el general, sólo se diferencia de este el receptor infantil por tener características psicológicas muy especiales que lo diferencian del resto. Mientras que en Cuba la perspectiva educativa en la programación radial enfatiza la necesidad de elaborar los programas dirigidos a adolescentes, jóvenes, la mujer y la familia y los campesinos, en los cuales deben tener un papel protagónicos los propios destinatarios, pues los públicos no solo deben ser consultados, sino deben ser incorporados con participación plena en el diseño del propio programa radial, ello radica la clave para poder satisfacer sus expectativas, intereses y motivaciones. Desde esta perspectiva la radio jamás sucumbirá ante la invasión de los demás medios de comunicación.

Conclusiones

Los estudios sobre la programación radial han recibido contribuciones desde diferentes enfoques y corrientes de pensamiento, los cuales enfatizan el papel educativo de los medios de comunicación masiva.

Como se sabe la radio proporciona la información necesaria para el estudio de la evolución del entorno social, no solo informa sobre acontecimientos, instituciones y la vida social, sino también es una eficaz vía para la socialización, el aprendizaje, el mejoramiento de la conducta humana, así como permite potenciar los más nobles valores y normas sociales; además, facilita el acceso a la formación más actualizada sobre la realidad social en los contextos internacional, nacional, local y comunitario.

En esencia, la radio no solo moviliza y entretiene a las personas de cualquier estrato social, sino también acompaña, promueve el desarrollo cultural, ennoblece el tiempo libre y se convierte en una fuente de educación permanente.

En la actualidad entre los temas que más despiertan el interés de los teóricos de la radio está el proceso de dinamización de la participación creativa de los públicos en la programación radial, como vía efectiva para poder satisfacer las necesidades, intereses, motivaciones y aspiraciones de la población.

Para poder vencer la resistencia al cambio debido a los estereotipos que todavía perduran en no pocas emisoras de radio, un papel decisivo lo tiene la superación de los programadores con ideas de vanguardia en el plano de comunicación, la sociología y de los estudios comunitarios en la tradición latinoamericana, ideas que pueden potenciar la labor creativa de los programadores de radio, quienes deben utilizar todos los mecanismos posibles de persuasión social para poder hacer que los públicos participen activa y creativamente en todas las fases de la programación radial, ya que la participación de la ciudadanía es de vital importancia para contribuir a la función educativa de la radio.

Referencias bibliográficas

Acosta Curbelo, Mabel; Martínez Alemán, Mariurka. (2007). *"Hablar es un placer". Aproximaciones al surgimiento y devenir de la locución en la región central de Cuba. Tesis de grado.* Santa Clara: Facultad de Periodismo de la Universidad Central "Marta Abreu".

Albelo Medina, Silvia. (2013). *Las mediaciones en el proceso de producción informativa de la emisora Radio Rebelde. Análisis de caso: Noticiero Nacional de Radio y Haciendo Radio. Tesis doctoral.* La Habana: Universidad de La Habana.

Ardoino, Jacques. (1997). *La Implicación.* México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Badía Valdés, Ana Teresa. (2010). *Bases teórico- metodológicas para el análisis del discurso radiofónico como fuente de reproducción ideológica. La Voz de América: un estudio de caso (2006-2009). Tesis doctoral.* La Habana: Universidad de La Habana.

Berelson, Bernard. (2012). *El análisis de contenido en la investigación de comunicación.* México: Editorial Grijalbo.

Berman, M. (1981). *El reencantamiento del mundo.* Santiago de Chile: Editorial Cuatro Vientos.

Bracero, Josefa. (2012). *Silencio… se habla.* La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.

Castoriadis, Cornelius. (1998). Pasión y conocimiento. El amor por la verdad. *Revista Zona Erógena*(37).

Chion, Michel. (2009). *La audiovisión.* Buenos Aires: Editorial Paidós.

Croc Ures, Darío. (2009). *Las WEB de la radio cubana: ¿camino a la convergencia? – Una muestra. Tesis de Maestría.* Camagüey: Facultad de Comunicación y Lenguas de la Universidad de Camagüey.

Díaz Bordenave, Juan. (1985). *Participación y sociedad.* Buenos Aires: Ediciones Búsqueda.

Díaz Bordenave, Juan. (1986). Comunicación y educación. Ponencias presentadas a la Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo. En J. Díaz Bordenave, & e. al., *Comunicación y desarrollo.* (págs. 149-353). Lima: Instituto para América Latina.

Díaz Bordenave, Juan. (1997). La Radio y la Televisión en la educación de masas. *Publicación Miscelánea. IICA de Quito. Febrero*(39).

Freire, Paulo. (1967). *La Educación como práctica de la libertad.* Río de Janeiro: Paz y Tierra.

García Camargo, Jimmy. (2008). *El mundo de la radio.* Quito: Editorial Quipus.

García Chirino, Dayarys; Ibarra Moreira, Mavis. (2007). *¡Castellanos qué bueno entrevista Ud.! Acercamiento al estilo de Orlando Castellanos en la entrevista de personalidad. Tesis de grado.* Santa Clara: Facultad de Periodismo de la Universidad Central "Marta Abreu".

García Contreras, Sarahí; Reniteau, Jean. (2005). *Las nuevas tendencias de la radio como medio de comunicación de proximidad frente a la globalización. Tesis de grado.* La Habana: Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana.

García Hernández, Ana Lidia. (2012). *En sintonía con La voz del patrimonio cubano. Acercamiento al proceso de recepción de la programación de la emisora Habana Radio. Tesis de grado.* La Habana: Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.

Geerts, Andrés; Van Oeyen, Víctor. (2002). *La Radio Popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia.* Quito: ALER.

Gómez Samón, Maydelis. (2010). *Un acercamiento al proceso de comunicación mediática del programa de radio Parece que fue ayer, de la emisora Habana Radio. Tesis de grado.* La Habana: Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana.

González Peña, Yeanny. (2007). *Lo que el río arrastra. Un acercamiento teórico-histórico a la radionovela cubana de la década del 60. Tesis de grado.* La Habana: Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana.

Gumucio Dagron, Alfonso. (2011). *Haciendo olas. Historias de comunicación participativa para el cambio social.* New York: The Rockefeller Foundation.

Gumucio Dagron, Alfonso; Tufte, Thomas. (2006). *Antología de Comunicación para el Cambio Social: Lecturas Históricas y Contemporáneas.* Obtenido de Gumucio: http://www.gumucio.net/

Haye, Ricardo. (2010). *La radio del siglo XXI.* Quito: Ediciones Circus.

Herrada Hidalgo, Nadia. (2012). *Un estudio en las otroras villas San Cristóbal de La Habana y Santa María del Puerto del Príncipe. Tesis de grado.* La Habana: Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.

Kaplún, Mario. (1984). *El Comunicador Popular. Comunicación entre grupos.* Ottawa: CID.

Labrada Díaz, Rafael. (2009). *Recomendaciones para la planificación en el proceso de creación de mensajes periodísticos en la radio tunera. Tesis de Maestría.* Camagüey: Facultad de Comunicación y Lenguas de la Universidad de Camagüey.

Lasswell, Harold. (2012). *Propaganda Techniques in the World War.* Paris.

Leyva Morales, Delicia. (2007). *Cimiento de una tradición. Un acercamiento a la historia de Radio Morón. Tesis de grado.* Santa Clara: Facultad de Periodismo Universidad Central "Marta Abreu".

Linares, Cecilia; Sonia Correa; Pedro Emilio Moras. (1996). *La Participación ¿solución o problema?* La Habana: Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana "Juan Marinello".

Linares, Manuel; Javier Santovenia. (2012). *Buenas Prácticas: comunicar e informar.* La Habana: Editorial Academia.

López Vigil, José Ignacio. (2005). *Manual urgente para radialistas apasionados. En: www.radialistasapasionados.com.*

López Vigil, José Ignacio. (2011). La nueva cara de nuestras radios en estos tiempos neoliberales. *Revista Diálogos de la Comunicación*(87).

López Vigil, María. (1998). De los orígenes y hoy: La EP en Cuba. *Revista Caminos*(9), 62-73.

Marques de Melo, M. (2010). *Mídia e Cultura Popular.* Río de Janeiro.

Martin Barbero, Jesús. (2009). *Conferencia en el Instituto Internacional de Periodismo José Martí el 22 de octubre de 2009. Transcripción en soporte digital.* La Habana: Inédito.

Martín Serrano, Manuel; J. L. Piñuel; J. Gracia; M. A. Arias. (1982). *Teoría de la Comunicación.* Madrid: Corazón Editor.

Mattelard, Armand; Mattelard, Michelle. (1987). *Pensar sobre los medios.* Madrid: FUNDESCO.

Mattelard, Armand; Mattelard, Michelle. (1997). *Historia de las teorías de comunicación.* Madrid: Ediciones Paidós.

McQuail, Denis. (2003). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas.* Madrid: Paidós.

Muriel, María Luisa; Gilda Rota. (1980). *Comunicación Institucional: Enfoque social de las Relaciones públicas.* Quito: Editora Andina.

Nemeth-Baumgartner, A. (1993). *Macrometanoia. Un Nuevo orden. Una nueva civilización.* Santiago de Chile: Editorial Sudamericana.

Olivares Chávez, Juan Manuel. (2009). *Estudio de Audiencia de Radio Rebelde en Las Tunas. Tesis de Maestría.* Camagüey: Facultad de Comunicación y Lenguas de la Universidad de Camagüey.

Oropesa, Rolando. (2013). *Entrevista concedida a Alicia Sosa Velázquez, Directora de Radio Cadena Agramonte, el 20 de septiembre. Transcripción en soporte digital.* La Habana: Inédita.

Orozco, Guillermo. (1994). La Investigación participativa y la práctica del comunicador. En G. Orozco, *Al rescate de los medios: desafío democrático para los comunicadores.* México: Fundación Manuel Buendía. En: http://www.udp.cl/magister/magister/boletines.htm.

Orozco, Guillermo. (1997). *La Investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa.* México: Instituto Mexicano para el desarrollo comunitario.

Pendás Salgado, Yelena. (2013). *Análisis del Campo de Actuación Profesional de la Comunicación en el ICRT. Referentes SITVC y Radio Rebelde Tesis de grado.* La Habana: Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.

Pérez Roque, Pedro Manuel. (2012). *La radio: un medio de futuro.* La Habana: Editorial En Vivo.

Quiñones Agüero, Anabel. (2011). *La radionovela cubana "Cuando la vida vuelve" como espacio de articulación entre el proceso de creación y el contexto social. Tesis de grado.* La Habana: Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.

Reniteau, Jean. (2005). *Las nuevas tendencias de la radio como medio de comunicación de proximidad frente a la globalización. Tesis de Grado.* La Habana: Facultad de Comunicación Social. Universidad de La Habana.

Rivero, Francisco. (2010). *Secretos de la locución.* La Habana: Editorial En vivo.

Romo Gil, María Cristina. (1987). *El estatuto de la radio y la televisión.*

Sánchez Cuervo, Odalys. (2007). *De comunicación transmisiva a Comunicación trascendente: Una experiencia radial. Tesis de Maestría.* Camagüey: Facultad de Comunicación y Lenguas de la Universidad de Camagüey.

Segura, Miunis. (2010). *Radio comunitaria. Tesis de Maestría.* Camagüey: Facultad de Comunicación y Lenguas de la Universidad de Camagüey.

Torres García, Claudia. (2007). *Aproximación a CMQ Radio como principal industria cultural del ámbito radial cubano a fines de los 40 y la década del 50. Tesis de grado.* La Habana: Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana.



UNIVERSIDAD
DEL ZULIA

QUÓRUM
ACADÉMICO

Revista especializada en temas de la Comunicación y la Información

Esta revista fue editada en formato digital y publicada en junio de 2017, por el ***Fondo Editorial Serbiluz, Universidad del Zulia. Maracaibo-Venezuela***

www.luz.edu.ve
www.serbi.luz.edu.ve
produccioncientifica.luz.edu.ve