

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



**UTILIDAD Y EFICACIA DE LA COMUNICACIÓN
RADIOFÓNICA EN EL PROCESO EDUCATIVO**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

José María Legorburu Hortelano

Bajo la dirección del doctor

Javier Davara Rodríguez

Madrid, 2001

ISBN: 84-669-2203-2

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
Facultad de Ciencias de la Información

TESIS DOCTORAL

*Utilidad y eficacia de la comunicación
radiofónica en el proceso educativo*

(Madrid, marzo de 2001)

Autor: José María Legorburu Hortelano

Director de Tesis: Dr. Javier Davara Rodríguez

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN, METODOLOGÍA Y ESTRUCTURA

❖	Introducción	Pág. 6
❖	Metodología	Pág. 21
❖	Estructura	Pág. 25

CAPÍTULO 1: *Los medios de comunicación como creadores de conocimiento*

❖	1.1. La comunicación. Primeras aproximaciones	Pág. 55
❖	1.2. Información y comunicación. Una identificación errónea	Pág. 70
❖	1.3. La comunicación y su análisis. Perspectivas, lugares comunes y paradigmas	Pág. 74
❖	1.4. Los medios de comunicación	Pág. 97
❖	1.5. Comunicación, medios y educación	Pág. 104

CAPÍTULO 2: *La radio. Identidad y características*

❖	2.1. La radio como medio de comunicación	Pág. 128
❖	2.2. La evolución de la radio	Pág. 143
❖	2.3. Principios de programación radiofónica	Pág. 157

❖ 2.4. El proceso técnico de la radio I. El sonido	Pág. 166
❖ 2.5. El proceso técnico de la radio II. Los sistemas de difusión	Pág. 174
❖ 2.6. El proceso técnico de la radio III. La infraestructura	Pág. 191
❖ 2.7. Concepto y clases de comunicación radiofónica	Pág. 196
❖ 2.8. La audiencia. La importancia de su estudio y análisis	Pág. 206

CAPÍTULO 3:

Radio y educación.

Las ondas como vehículo de formación

❖ 3.1. Cuándo la radio se convierte en un instrumento formativo	Pág. 229
❖ 3.2. La función educativa de la radio	Pág. 241
❖ 3.3. Los primeros años de historia	Pág. 264
❖ 3.4. La radio educativa en España. Reseña histórica y desarrollo actual	Pág. 269
❖ 3.5. Una peculiar y exitosa experiencia. Radio ECCA	Pág. 276
❖ 3.6. Otras experiencias europeas	Pág. 296
❖ 3.7. El “huracán” hispanoamericano	Pág. 301
❖ 3.8. Otras aplicaciones pedagógicas del medio. La radio en la escuela	Pág. 312

CAPÍTULO 4:
La formación de adultos. El
analfabetismo, última barrera en la
sociedad del conocimiento

❖ 4.1. Educación formal y no formal	Pág. 333
❖ 4.2. Formación ocupacional en ocio y en tiempo libre: ¿formación integral?	Pág. 345
❖ 4.3. Educación a distancia. Ventajas e inconvenientes	Pág. 349
❖ 4.4. Formación permanente. El constante enriquecimiento de la persona	Pág. 357
❖ 4.5. La formación de adultos: una tarea compleja	Pág. 364
❖ 4.6. Analfabetismo e injusticia social. La democratización de la cultura.	Pág. 380

CONCLUSIONES	Pág. 406
---------------------------	----------

BIBLIOGRAFÍA	Pág. 413
---------------------------	----------

Introducción

Desde que Lord Reith, fundador de la *British Broadcasting Corporation (BBC)* afirmara que la radio tiene como objetivos preferentes la información, la formación y el entretenimiento, quedó claro que todo aquel que pone en antena un programa radiofónico o acomete una iniciativa empresarial a través de este medio de comunicación, está teniendo, consciente o inconscientemente, una intención educativa. Recordemos que tanto la educación como la enseñanza, así como la formación, pueden considerarse procesos específicos de comunicación¹.

Este es, quizá, uno de los puntos de mayor fricción, de más amplio debate, entre los investigadores de la comunicación y de la educación. Tanto los puntos que tienen en común ambas disciplinas, como su enumeración y la importancia que se le puede conceder a cada uno de ellos. Tanto en el capítulo primero, como en el cuarto de este trabajo, abordaremos esta difícil cuestión, que podemos dividir en dos polémicas muy distintas.

En primer lugar, la suscitada por el hecho de conceder a los medios de educación la capacidad de transmitir cultura y que ésta

sea, además, de calidad. Aquí nos encontramos con posturas enfrentadas, que podrían resumirse de una forma simple, en la teoría de los apocalípticos y los integrados.

Recuerda Orozco² que “con la aparición e inserción social de cada uno de los medios de difusión que conocemos, desde la imprenta hasta las más avanzadas tecnologías tele-informáticas, se renuevan dos tipos de discursos: uno que los condena y otro que los exalta”. En definitiva, ¿es la “cultura de masas” difundida por los medios de comunicación a escala prácticamente mundial equiparable a la cultura transmitida a los seres humanos de forma tradicional y por las vías harto conocidas?

En segundo lugar, ¿es eficaz la enseñanza a distancia, y no nos referimos sólo a la no formal, realizada mediante el empleo de la radiodifusión y sus técnicas comunicativas específicas? Algunos expertos limitan la enseñanza por radio a aspectos meramente complementarios de la formación humana, relativos al ocio, a la formación para el tiempo libre.

Desde otras perspectivas se reconoce cierta capacidad a la radio para la educación permanente o continua, sobre todo de colectivos profesionales. La que más nos interesa, es la que asegura que la radiodifusión tiene una capacidad evidente en la formación de las personas, tanto en su edad más temprana, como cuando ya podemos considerarlas maduras o adultas (independientemente del baremo que apliquemos para clasificarlas de uno u otro modo, donde podríamos encontrar también elementos de discusión). Para una formación, en este caso, equiparable con la formal.

A este respecto, dice Espina³ que, en sí misma, “la radio tiene, sin duda, virtualidades pedagógicas: su creciente poder actual sobre la opinión pública y el uso constante de ella por parte de la publicidad comercial así lo ponen de manifiesto”.

Además, como destaca Prado⁴, “la importancia de la radio como medio informativo se debe aún a otra característica más: su capacidad de comunicar con un público que no necesita una formación específica para descodificar el mensaje”.

Por tanto, desde el punto de vista que nos ocupa, que no es otro que el de la educación de adultos a través de este medio de comunicación, la radio se constituye como un medio apto y capaz para la enseñanza de cualquier materia y de cualquier nivel educativo. La radio es incluso el instrumento más adecuado para la socialización de la enseñanza, para hacerla llegar a sectores mayoritarios que sin este medio no podrán iniciar o completar su formación⁵.

En este sentido, desde la UNESCO⁶ se afirma que “la radio, única técnica de comunicación avanzada que se ha incorporado realmente al Tercer Mundo, se ha expandido y culturizado ampliamente por todos los países donde las condiciones lo han permitido. Nos parece que este medio casi universal de difusión se ha puesto a contribución de los fines educativos de modo insuficiente. Parece como si a menudo se hubieran obnubilado a este respecto, por la eficacia superior atribuida a otros medios que presentan, sin embargo, el gran inconveniente, comparado con la radio, de no poder conocer, sino después de mucho tiempo, una difusión tan amplia”.

Así, la radio se ha adentrado en cada una de las formas de educación y ha sido –en muchos casos- instrumento útil en manos de quien ha sabido utilizarla con provecho. Sin ir más lejos, para la formación en tiempo libre, con su eminente carga lúdica y de ocio (entendiendo el ocio desde la concepción actual que es la de que se trata de un derecho al tiempo libre y destierra cualquier connotación anterior del ocio como reparación del esfuerzo realizado laboralmente), como podemos comprobarlo continuamente en cualquier programación radiofónica, incluso comercial, con o sin programas específicos; o lo que es lo mismo, de una forma más o menos directa.

La enseñanza permanente o continua a través de la radio, no ha sido más que una consecuencia del desarrollo de las sociedades occidentales. Apuntan en este sentido Driscoll y Vergara⁷ que “en una sociedad impulsada por la información, las organizaciones han sentido la necesidad de ser ágiles, flexibles, dispuestas y capaces de realizar modificaciones en respuesta a las condiciones cambiantes

del mercado mundial. En otras palabras, se están transformando en organizaciones de aprendizaje”.

En cuanto a la educación formal, los avances más sobresalientes se han producido, sobre todo, en el complemento de la enseñanza de los educandos de más corta edad y dentro del sistema tradicional, pero también en la formación de los analfabetos adultos, que han podido obtener su graduado escolar y acceder también al “bachillerato radiofónico” e incluso, como ocurre en la actualidad y desde hace décadas en nuestro país, a la enseñanza universitaria.

Se trata, por tanto, de extender el uso de los medios de comunicación para hacer mucho más libre, más democrático, el acceso de los ciudadanos a la educación. A este respecto, las organizaciones internacionales y los gobiernos de los diferentes estados deberían aprovecharse de las enormes potencialidades de los medios para extender la cultura entre la población en general, y muy especialmente, entre las capas sociales más desfavorecidas.

Recuerda Juan Pablo I⁸ que “una forma implícita de proclamación del Señor puede hacerse a través de producciones mediáticas que respondan a las auténticas necesidades humanas, especialmente aquéllas de los débiles, los necesitados y los marginados”.

Entre estos últimos a los que se refiere Su Santidad están los analfabetos. Los iletrados se encuentran con enormes dificultades para desarrollar su vida con dignidad. La falta de conocimientos tan básicos en las personas hacen que estas no puedan aspirar a algo tan elemental y justo como es mejorar socialmente, tener una mayor estabilidad económica y hacer que las siguientes generaciones puedan avanzar e igualarse en una gran clase media, estabilizadora de naciones y promotora de progreso.

Nos referimos, por supuesto, a la falta de conocimientos útiles. No se trata de transformar a todos los individuos en universitarios. Ya decía Cervantes⁹ que “hay algunos que se cansan en saber y averiguar cosas, que después de sabidas y averiguadas, no importan un ardite al entendimiento ni a la memoria”.

Una apreciación especialmente útil para definir la labor que algunos profesionales realizan en muchos medios de comunicación. Olvidándose de sus obligaciones y funciones específicas, dice Wiener¹⁰ que “las personas que han tomado las comunicaciones como profesión, no tienen muchas veces nada que comunicarnos”. El medio (el intermediario) se convierte en un fin; es el medio por el medio, el protagonismo del medio sobre el mensaje que debería transmitir.

Sin duda, la zona del planeta donde más se aprecian estas carencias y sus consiguientes consecuencias es el denominado *Tercer Mundo*. A los males de un analfabetismo prácticamente endémico, como se califica a plagas y enfermedades diversas, se une que esa falta de alfabetización recae de forma más pronunciada sobre las mujeres, lo que complica y multiplica las dificultades.

La mujer se encuentra –una vez más– desprovista de sus derechos y de una formación que le permitiría, en muchas de estas

culturas, ser independiente y por tanto, libre. En cambio, la falta de una formación básica, la convierte, en muchos casos, en una mera esclava del hombre, que por cultura, hace de ella una simple sirvienta de la familia en general y del cabeza del hogar, en particular. Asimismo, si la falta de cultura en los varones es grave, lo es mucho más en el caso de las mujeres.

Los misioneros, religiosos y religiosas, que trabajan en países como la India no se cansan de repetir, que si se educa un niño, se está formando a un solo hombre, mientras que si es una niña la que recibe la cultura y los conocimientos, se está educando a una familia entera, puesto que la mujer transmitirá todos esos conocimientos a sus hijos en el seno del hogar.

Conocimientos que pueden ser, como la alfabetización, muy útiles para el desarrollo social, económico, intelectual y personal, pero también para el bienestar y la salud, puesto que –a menudo– por desconocimiento estas personas no aplican en sus hábitos de vida las más elementales normas de higiene y salubridad. Muchos de los programas que desarrolla en estos momentos la Fundación

Radio ECCA en países de África, están orientados, precisamente, en este sentido.

Pero la alfabetización de adultos no es sólo un problema de los países en vías de desarrollo. En los desarrollados se cuentan por miles los analfabetos totales o funcionales. Casi uno de cada cuatro adultos lo es: más de 900 millones de hombres y mujeres de todo el mundo, de los que el 98% vive en países en vías de desarrollo. La situación de estos últimos es difícil, pero lo es más para el 2% de individuos que son analfabetos en un país desarrollado, donde la mayoría de la población no lo es.

Estos individuos se encuentran inmersos en un aislamiento difícil de quebrar. En una sociedad avanzada, como puede ser la nuestra o la de cualquier nación de nuestro entorno, la persona iletrada se convierte en un ser limitado, en cierta medida, semejante a algunas personas que sufren serias discapacidades físicas.

Esa minusvalía, le impide no sólo procurarse una vida más plena y en constante desarrollo en todos los ámbitos, sino –prácticamente- no poder emplear de forma adecuada los medios de transporte, tener serias dificultades para orientarse en las ciudades y no estar al tanto de la actualidad, de la historia que día a día se escribe a nuestro alrededor. En este caso, concreto y por ser un medio de comunicación auténticamente universal, la radio se convierte en su *altavoz*.

Para los ciegos, la radio es *su medio*, para los analfabetos, completado por la televisión, también lo es.

Utilidad y eficacia de la comunicación radiofónica en el proceso educativo
Introducción, Metodología y Estructura

Notas

**¹ AGUADERO FERNÁNDEZ, Francisco: *La cultura audiovisual*.
Editorial Ciencia 3. Madrid, 1997. Pág. 24.**

**² OROZCO, Guillermo: *Medios, audiencias y mediaciones*.
Revista Comunicar, nº 8. Huelva, 1997. Pág. 25.**

**³ ESPINA, Luis: *La Radio, tecnología para la educación de
adultos. La experiencia de Radio ECCA*. Newsletter Published
by the European Bureau of Adult Education 1-2. 1985. Págs. 28
y 29.**

**⁴ PRADO, Emili: *Estructura de la información radiofónica*.
Mitre. Barcelona, 1985. Pág. 24.**

**⁵ ESPINA, Luis: *Alfabetización y Postalfabetización por Radio*.
Ed. Popular. Madrid, 1992.**

**⁶ UNESCO: *Aprender a ser. La educación del futuro*. Alianza.
Madrid, 1983.**

⁷ DRISCOLL, M.P. Y VERGARA, A: *Nuevas tecnologías y su impacto en la educación del futuro*. Revista Pensamiento educativo, n° 21. Pontificia Universidad Católica. Santiago de Chile, 1997. Pág. 84.

⁸ JUAN PABLO II: *Mensaje de la XXIV Jornada Mundial para las Comunicaciones Sociales*. Roma, 2000.

⁹ CERVANTES, Miguel: *Don Quijote de la Mancha*, II, Cap. XXII.

¹⁰ WIENER, Norbert: *Cibernética y sociedad*. Editorial Sudamericana. Buenos Aires, 1958.

Metodología

La investigación se ha estructurado de tal forma que, la mayor parte de estudios y experiencias que mantuviesen algún tipo de relación con el empleo de la radio con fines educativos, tanto en España como en el resto del mundo, quedara plasmado en esta tesis.

Como resultaría excesivamente ambicioso y poco profundo intentar abarcar todos los campos científicos en un sólo trabajo de investigación, en esta tesis nos hemos limitado a analizar la aplicación de las técnicas de comunicación radiofónica a la enseñanza de los adultos y dentro de este colectivo, muy especialmente, de los analfabetos, tanto en el caso concreto de España, como del resto de países del mundo; prestando, eso sí, una especial atención a las dificultades del Tercer Mundo y de los países en vías de desarrollo.

Como es sabido, se posee un método cuando se sigue un cierto camino para alcanzar una meta determinada que se haya propuesto previamente como tal. Este fin puede ser no sólo el conocimiento sobre determinada materia, en este caso "Utilidad y

eficacia de la comunicación radiofónica en el proceso educativo", sino incluso, -no es este el caso- un objetivo meramente humano.

En cualquier caso, el método que hemos aplicado en este trabajo de investigación se encuentra opuesto a cualquier clase de suerte o azar, puesto que los métodos de investigación se basan en el orden manifestado a través de un conjunto de reglas.

Desde siempre, una de las máximas aspiraciones de los investigadores ha sido conseguir la realización de un método único útil para todas las ramas del saber; lo cierto es que todas las metodologías tienen algo en común: el hecho de que puedan ser empleadas por cualquier investigador. Es sabido que esta condición fue establecida por Descartes cuando en su "Discurso del método" propuso que las reglas metódicas empleadas no dependiesen de la particular capacidad intelectual de quien las aplicase.

La Filosofía ha realizado múltiples intentos para obtener una clasificación de los diversos métodos que se emplean. Según uno de

ellos, existen tres métodos clásicos fundamentales: dialéctico, logístico y de indagación.

Descartado el método "dialéctico", hemos combinado dos métodos diferentes para lograr profundizar en el objetivo de esta tesis. Los métodos que hemos aplicado en nuestra investigación han sido el "logístico" y el de "indagación".

Como es sabido, el método logístico consiste en afirmar la existencia de principios -en este trabajo, la necesidad de que la radio sea empleada con mayor profusión para extender los conocimientos a los ciudadanos, independientemente de su situación social y económica- y en deducir a partir de ellos el resto. Por lo que respecta al método de indagación, consiste en utilizar una pluralidad de métodos cada uno de ellos adecuado a su área, con atención principal a los resultados obtenidos y al progreso del conocimiento.

Utilidad y eficacia de la comunicación radiofónica en el proceso educativo
Introducción, Metodología y Estructura

Esta tesis doctoral ha sido dividida en cuatro grandes áreas, coincidentes con las distintas disciplinas que se entrecruzan en una cuestión como la que se lleva a estudio: *Utilidad y eficacia de la comunicación radiofónica en el proceso educativo*.

❖ Capítulo 1

Se refiere a la comunicación y las relaciones que ésta tiene establecidas con la educación. De esta forma, se avanza en un primer momento en el término comunicación y sus variadísimas acepciones, que, sólo en el Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, son nueve. De hecho, ya en sus raíces latinas, podemos encontrar diferentes significados, dependiendo del uso que se de a esta palabra. Santo Tomás, por ejemplo, lo aplicaba indistintamente a un buen puñado de verbos: comunicar, comulgar, convenir, participar, etc

Una vez compilado un notable número de definiciones sobre la palabra comunicación, en el primer capítulo se abordan también las funciones de la comunicación (información, socialización, motivación, educación debate y diálogo, promoción cultural, esparcimiento e integración) enumeradas por MacBride, sus clasificaciones (Orive) y las definiciones de los elementos de la comunicación; emisor, mensaje, canal, receptor y código.

Otro objetivo de este capítulo es aclarar de una forma explícita las diferencias existentes entre la comunicación y la información, puesto que permanece la idea errónea de que se trata de palabras sinónimas. Y no es cierto. En este sentido, se abordan las diferencias meramente semánticas, pero también las de contenido, ya sea desde el punto de vista de los hechos humanos, de los medios de comunicación o de la expresión.

Si se quiere abordar con rigor una cuestión como la tratada en este trabajo de investigación, no pueden pasarse por alto los fundamentos de la comunicación, o lo que es lo mismo las tendencias, norteamericana (empírica) y europea (cualitativa), las perspectivas con que se ha estudiado y las teorías a las que este análisis ha dado lugar; algunas de ellas, auténticos lugares comunes y paradigmas de la comunicación.

En concreto, éstos últimos –los paradigmas- se clasifican en semiótico, cibernético, antropológico y sociológico.

El paradigma semiótico surge de las hipótesis formuladas por Saussure y Peirce sobre la función social de los signos lingüísticos, que –a su juicio- va más allá de la mera comunicación de mensajes; se describen también las funciones de los signos y los conceptos de la semiótica, término polémico que sigue dando lugar a encendidos debates sobre su paternidad.

El paradigma cibernético es una categoría metodológica fundamentada en las matemáticas que ha aportado al estudio de la comunicación términos como el bit (binary unit) o el *feed-back* o retroalimentación.

En cuanto al paradigma antropológico, hay que recordar que estudia la dimensión humana de la comunicación, con la importancia y trascendencia que ésta tiene. El hombre, al fin y al cabo, es un ser en comunicación y para la comunicación. Es en esta perspectiva, donde nos encontramos con teorías como la de la *cultura de masas* o el ya clásico enfrentamiento entre *apocalípticos e integrados*.

Por último, en lo que respecta al paradigma sociológico, éste estudia el comportamiento de los grupos y tiene su eje central en la ya conocida fórmula de Lasswell y la también muy difundida expresión de *two step flow of communications*, la comunicación en dos etapas.

Los medios de comunicación, sus funciones (información, interpretación, transmisión de cultura y distracción), las obligaciones de los profesionales de estos medios, sus mensajes, etc. serán abordados también en el primer capítulo, que concluye con el análisis de las relaciones existentes entre los medios, la educación y la comunicación, teniendo en cuenta que el conocimiento está intrínsecamente vinculado a la comunicación.

❖ Capítulo 2

El segundo capítulo está centrado en la radio como medio de comunicación. Su historia, el desarrollo tecnológico que ha experimentado, su identidad, su lenguaje propio, etc.

La radio es un medio de comunicación abierto y que en poco menos de un siglo de historia como tal, no como sistema de transmisión inalámbrica, ha sabido dotarse de unas características propias, de unas señas de identidad que la diferencian claramente de la prensa escrita, la televisión y los nuevos medios electrónicos.

La prensa escrita, tradicional, posee una dilatada historia y presta un servicio evidente como explicadora, como *banco de análisis* de la actualidad. No es un medio de comunicación que informe, generalmente- de hechos nuevos o de última hora, sino que recoge y documenta las informaciones para hacerlas más comprensibles para el lector.

La televisión es un medio muy joven, que sin embargo, por su imparable imbricación en la sociedad como sistema de información, pero a la vez, de entretenimiento, se ha hecho su hueco y ha accedido en muy poco tiempo a unas clarísimas señas de identidad. Si bien la rapidez puede ser una de sus características más destacadas a la hora de informar, su complejidad técnica juega en su contra y la deja siempre un paso por detrás de la radio. Entre sus ventajas, el indudable juego de la imagen, absolutamente explícita y descarnada.

Los nuevos medios, o medios electrónicos todavía no cuentan con una identidad bien definida. Son demasiado jóvenes y han nacido al calor del espectacular desarrollo de Internet. En su particular estado embrionario, estos medios combinan algo de prensa escrita, con señas de identidad de la televisión, contenidos radiofónicos y entre otros aditamentos, bancos de datos, encuestas, etc. Si bien a comienzos del Siglo XXI no tenemos claro cuál será su cometido concreto en materia de información, es seguro que en muy poco tiempo, quedará definido; el avance de la Red es imparable.

En este capítulo, por tanto, intentaremos arrojar algo de luz sobre las claves de la radio, un medio de comunicación influido muy directamente por su fugacidad; no hay duda de que en la comunicación radiofónica se hace cierta la vieja frase “las palabras se las lleva el viento”. Todo está, valga el tópico, “en el aire”. De ahí el necesario esfuerzo que han de hacer los profesionales del medio radio para que sus mensajes lleguen con la suficiente nitidez y claridad al oyente que, muy probablemente, no tendrá muchas más posibilidades de oír y sobre todo, de entender, lo que le contamos a través del altavoz o el microcasco de su aparato receptor.

Profundizaremos también en la inmediatez, la rapidez, la simultaneidad y la instantaneidad de la radio, cuatro características fruto de su relativa simplicidad técnica y que permiten contar lo que ocurre, desde el lugar donde ocurre y en directo; en riguroso tiempo real.

La capacidad de sugestión es una baza que juega –a la vez– en contra y a favor de la radio. Este medio de comunicación no

cuenta con la imagen, lo que le minusvalora. Pues bien, al igual que el discapacitado que idea y alimenta otras destrezas para compensar sus dificultades, la radio ha desarrollado al extremo la capacidad de sugestión, es decir, la posibilidad de transmitir a las personas mediante la palabra, la música, los sonidos, e incluso el silencio, las más variadas sensaciones.

Eso sí, en la radio no contamos con la capacidad de elección de los medios tradicionales, de la prensa, más en concreto. Profundizaremos en esta característica que hace que el oyente se vea obligado a escuchar todo lo que el profesional le cuenta y además, en su orden. La limitación de tiempo también influye a la hora de elaborar productos radiofónicos, sea cual sea su contenido. El marco temporal de la radio es finito. Sólo cuenta con las veinticuatro horas del día para contar lo que ocurre.

Como digo, todas estas características han ido cuajando en casi cien años de historia, que comenzaban por un descubrimiento, el de Guillermo Marconi, el primer hombre que fue capaz de llevar a cabo una transmisión telegráfica sin hilos. Sucesivas mejoras

técnicas, fruto de la incansable labor investigadora de los científicos y la propia historia de la humanidad, han ido dotando a la radio de una evolución endiabladamente rápida.

De los primeros momentos en los que la familia, unida ante el voluminoso aparato receptor, descubría que –por fin- existía un medio de comunicación para todos, al margen del periódico que leía el cabeza de familia; al empleo de la radio como arma política por dirigentes de tan diferente corte ideológico como Roosevelt, Hitler o Mussolini; o la puesta en marcha de numerosos formatos de entretenimiento, como el concurso, el espacio cara al público, las retransmisiones deportivas, los programas y radiofórmulas musicales o las dramatizaciones; la televisión ha sabido dar luego buena cuenta de todos ellos, adaptándolos a la pequeña pantalla.

Todos estos espacios eran creados por comunicadores, pero programados por expertos en la organización de las emisiones radiofónicas. Es esta una labor ardua y difícil, a la que dedicaremos una buena parte del segundo capítulo, ya que influye –de manera directa- en la puesta en marcha de programas culturales o

educativos en las emisoras. En el caso de nuestro país, no es común escuchar programaciones de este tipo. Las razones son diversas. Apuntamos aquí algunas de ellas que luego, desarrollaremos en este trabajo de investigación. Por una parte, es cierto que la audiencia no responde a los programas culturales, pero quizá no sea tanto por desinterés ante estas cuestiones, como por la falta de atractivo que –a menudo- tiene este tipo de programas.

En este caso, la culpa recaería en los profesionales de la comunicación radiofónica, que son incapaces de dotar a estos espacios del ritmo o la calidad, que –en cambio- sí caracteriza a otros productos, como los informativos, los deportes o los magazines. Lo cierto es que sea por una u otra razón, los programadores no acaban de decidirse a apostar por dedicar tiempo en las parrillas a la cultura. La otra razón es externa al medio radiofónico, ajena a él.

Ocurre a menudo, que son los propios autodenominados intelectuales, los que no solamente no confían en la eficacia y

utilidad de los programas radiofónicos culturales, sino que incluso los desprecian por ser mucho más superficiales que otros medios, como es el caso de la prensa escrita. Para muchos escritores resulta muy complicado cambiar su habitual esquema de trabajo para la lectura, por el de escribir para ser oídos o simplemente, conversar. Estiman, que en el poco tiempo con que cuenta la radio, no pueden expresar con la suficiente claridad todo lo que tienen que decir. Es por ello, por lo que no gustan de colaborar con la radio.

Cuestión destacada en este capítulo ha de ser la técnica. Los sistemas de transmisión, el sonido y su difusión y por supuesto, la infraestructura necesaria para que un proyecto de radio abandone el papel donde ha sido trazado y se diluya por el aire, convertido en realidad.

Todos los avances tecnológicos que se han ido incorporando a la radio han incidido en un mismo sentido: la mejora de la calidad del sonido y su mejor y mayor difusión. Así, de las clásicas ondas medias y ondas cortas, aptas para la palabra, pero no para

la música, se ha pasado a las frecuencias moduladas, con la posibilidad de recibir la señal en estéreo y a emitir la misma señal radiofónica por sistemas como el cable, Internet , el satélite y más recientemente, a través de un nuevo sistema de radio digital, que garantiza la cobertura y además ofrece una calidad de sonido inigualable e incluso datos en su pantalla de cristal líquido.

Los avances también se han producido en el lugar físico donde se realiza la actividad radiofónica. Del, durante décadas, sistema analógico de tratamiento de la señal, se ha pasado al sistema digital, que mejora la calidad del sonido y simplifica el trabajo del realizador mediante el empleo del ordenador personal conectado a una red informática. Afortunadamente, la división del espacio en el estudio radiofónico no ha variado tanto y sigue siendo –prácticamente- la misma: el locutorio, donde se recogen la voz y otros sonidos y el control de realización, donde se añaden otros elementos sonoros y se realiza la mezcla final, la más armoniosa y clara posible, para que el oyente pueda recibirla con la necesaria calidad.

Motivo de especial reflexión ha de ser el lenguaje radiofónico. En un medio de comunicación donde el principal elemento es la palabra, hay que cuidar mucho el lenguaje. Para ello lo analizaremos desde los más dispares puntos de vista.

Es el caso de la claridad a la hora de exponer la ideas, su orden lógico; la conveniente vocalización evita que el oyente, por no entender bien lo que expresamos, decida cambiar de emisora. La intensidad denota la importancia que concedemos a determinadas palabras, pero no debe indicar nunca cuál es nuestro estado de ánimo, ya que de ser así, la estaremos empleando de forma inconveniente. el tono es un aliado de la palabra, ya que ayuda a cada una de éstas a transmitir mucho más de lo que meramente significan; la actitud que el profesional debe mantener ante el oyente debe quedar meridianamente clara, puesto que nos estamos dirigiendo siempre a un igual, evitando posiciones intelectualmente superiores o tonos paternalistas o académicos; además nuestro lenguaje debe estar dotado de cierta comprensibilidad, o lo que es lo mismo, debe ser entendido fácilmente por cualquier persona, sea esta analfabeta o goce de una sólida formación intelectual.

Y por último, abordaremos el análisis de la audiencia, el destinatario de nuestros mensajes, que debe ser estudiada cuidadosamente para poder satisfacer sus necesidades de la mejor manera posible y para cuantificar en qué medida se decanta por una u otra oferta radiofónica. Si bien los orígenes del estudio de las audiencias están en los Estados Unidos y con un mero objetivo comercial, se han extendido en la actualidad a todo el mundo y son una herramienta útil para los profesionales del medio. En España, el método de control de audiencia en radio es el Estudio General de Medios.

❖ Capítulo 3

La radio se ha revelado como un instrumento formativo de primer orden. La capacidad educadora de la radio no solamente se cimenta en programaciones específicamente dirigidas a enseñar, sino mediante los más diversos espacios, generalmente de entretenimiento, que entre sus contenidos incluyen aspectos culturales, por lo que contribuyen a la difusión de la cultura, aunque se trate de un método indirecto.

Los vínculos culturales de la radio son numerosos, de hecho se puede considerar a este medio de comunicación como el heredero directo de la tradición oral, de la comunicación a través de la palabra; en definitiva, del denominado libro oral. Es cierto que durante siglos, la información, el bagaje cultural de los pueblos se conservaba y transmitía mediante la palabra; no hay que olvidarse de los oradores de la Grecia antigua o de los trovadores, que de pueblo en pueblo, narraban en forma de poemas (reglas nemotécnicas) las leyendas bélicas y románticas del momento.

Pero, desde el punto de vista educativo, no se puede considerar a la radio como un mero complemento. De hecho, la radio como instrumento educativo, puede tener diferentes usos: refuerzo de la enseñanza, enseñanza directa, extensión de la educación escolar y la educación a distancia. Así, la radio puede estar orientada de forma directa a la formación de las personas, sean estas menores o mayores. Y es precisamente este último colectivo quien puede salir más favorecido por el empleo de la radio en tareas educativas, especialmente los analfabetos.

Exploraremos en este capítulo las virtualidades existentes entre las características específicas de la radio y las necesidades del colectivo de los adultos analfabetos. Enunciamos previamente la principal de todas ellas: la radio emplea un lenguaje sencillo y accesible para todos y además, no posee imágenes ni iconos, por lo que hasta las personas que no saben leer ni escribir, entienden perfectamente sus contenidos, los mensajes que se les dirigen.

La asimilación de estos mensajes también está garantizada si los profesionales que los transmiten son capaces de que el adulto analfabeto recree en su mente de forma visual los mensajes verbales. Una comunicación verbal, interiorizada, asimilada visualmente mediante las técnicas de sugestión, es un concepto indeleble que queda *marcado a fuego* en el intelecto del oyente.

Otras ventajas evidentes son lo masivo de su difusión, el bajo coste de las inversiones necesarias para poner en marcha una estación radiofónica, versatilidad en la escucha, comodidad para el oyente y además, favorece la autoevaluación del educando y su autodeterminación. Ciertamente es también que presenta desventajas, ya que el mensaje es unidireccional, el hecho de que no haya retroalimentación entre el oyente y el profesor puede producir pasividad en el alumno limita a los profesores con problemas de dicción o lenguaje e impide las preguntas.

Siendo patentes los beneficios que la radio puede aportar al sistema educativo, ¿por qué no se desarrolla de una forma mucho más rápida y sostenida? Posiblemente, se trata de una cuestión

política, ya que son las autoridades de los estados las que deben promocionar, alentar y financiar los proyectos de radio educativa con un gran valor social, pero con un reducido o inexistente valor comercial. En este sentido, la UNESCO ha promovido el empleo de la radiodifusión para conseguir objetivos educativos, siendo su labor en este sentido enormemente meritoria.

Entre las dificultades con que puede encontrarse el desarrollo de proyectos de radio educativa, que analizaremos a fondo en este capítulo, están las que siguen: por problemas meramente orográficos (terreno montañoso o dispersión de los núcleos de población), los ya mencionados políticos (falta de voluntad para impulsar políticas en este sentido), culturales (falta de atención para las especificidades de las diferentes etnias a las que puede estar dirigido el servicio), educativos (pueden surgir diferencias sobre lo que hay que enseñar, cómo enseñarlo y por qué), económicos (aunque la infraestructura técnica de la radio es menor, necesita de los necesarios recursos económicos), técnicos (tanto en el sentido de acceder a la tecnología y mantenerla, como de encontrar personas cualificadas para emplear los diferentes

equipos con la suficiente destreza), de colaboración entre redes (en ocasiones, distintas organizaciones emplean sus esfuerzos en el mismo sentido, dificultando la obtención de buenos resultados, lo que hace necesaria la integración, con las dificultades que ésta puede acarrear), etc.

Conocer la historia siempre es útil a la hora de abordar una investigación. En este capítulo tercero recordaremos los orígenes de la radio educativa, con las primeras emisiones realizadas en el estado norteamericano de Wisconsin. También merecerán la necesaria atención todas las iniciativas que en este sentido se han realizado en nuestro país. Desde las pioneras transmisiones de *Radio Barcelona*, de la Cadena *SER*, al “Bachillerato radiofónico” o las actualísimas clases radiadas de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), a través de la red de emisoras de *Radio Nacional de España*. Mención especial ha de tener la experiencia más completa de formación mediante la radio realizada en nuestro país y exportada con éxito tanto a Latinoamérica, como a algunas zonas de África. En concreto, nos referiremos a *Radio ECCA* (Emisora Cultural Canaria), que ha sido un instrumento

extraordinariamente útil en la alfabetización, y que, en la actualidad, sigue siendo un medio de comunicación comprometido con el desarrollo de la persona, a través de programas de enseñanza formal y no formal.

Al igual que *Radio ECCA* en España, y otras iniciativas educativas similares llevadas a cabo en nuestro país, en el resto del continente europeo y en Latinoamérica han visto la luz importantísimos proyectos de formación a través de las ondas. Si en el caso del viejo continente, la labor más dilatada en el tiempo la ha desarrollado la *BBC* de Londres, la emisora estatal del Reino Unido, en Latinoamérica son tantas y tan veteranas, que es difícil destacar una en concreto, aunque –sin duda- la más veterana es *Radio Sutatenza* de Colombia.

❖ Capítulo 4

En el cuarto y último capítulo de este trabajo de investigación abordaremos las distintas modalidades educativas, para establecer de una forma clara cuáles de ellas son más aptas para desarrollar proyectos de educación radiofónica. Así, nos encontraremos -fundamentalmente- con una importante distinción: la diferenciación entre las enseñanzas formal y no formal.

Por enseñanza formal se entiende aquella que está sometida a un control de la administración, a un método generalmente asumido por su tradición. Nos estamos refiriendo a la enseñanza en la escuela, que permite al educando acceder a determinadas titulaciones reconocidas oficialmente por un Estado o incluso por numerosos miembros de la comunidad internacional, gracias a su correspondencia con estudios similares.

Esta suerte de educación, fruto de la revolución industrial y el avance de los tiempos, ha sido puesta en cuestión por numerosos autores durante el siglo pasado, otorgando éstos gran

importancia a las denominadas enseñanzas no formales, que tienen una influencia muy importante en el desarrollo de la persona, a pesar de no contar –en numerosas ocasiones- con el reconocimiento oficial.

En cambio, las ventajas que supone para un sector tan específico de los educandos, como es el de los adultos, son innegables y muy notables. Los estudiantes adultos son un grupo muy heterogéneo, que huye de la uniformidad y la estandarización y que busca unos métodos y una programación especialmente orientada a sus necesidades, tan peculiares. Además, esta modalidad educativa posibilita sistemas de enseñanza como el de la formación a distancia, que –muy especialmente- puede realizarse a través de un medio de comunicación como la radio.

El sistema de formación a distancia tiene una serie de virtudes que facilitan enormemente la formación de los adultos. Es un método mucho más flexible, sobre todo en la administración que pueden hacer los alumnos de su tiempo; asimismo, posibilita la

autoevaluación, que afianza la seguridad de los educandos en sí mismos.

Sus aplicaciones son numerosas. Van desde la alfabetización de adultos, a la formación profesional y capacitación de los colectivos que ya están insertados laboralmente, para que actualicen sus conocimientos y se adapten a los constantes cambios tecnológicos y posibilita la formación en ocio y tiempo libre.

A este respecto, la formación funcional ha avanzado enormemente en los últimos años, convirtiéndose en un medio de formación de trabajadores y también de profesionales en paro, como forma de inserción en el mercado laboral. En este sentido han surgido numerosas iniciativas desde los más diversos ámbitos e instancias, tanto públicas como privadas.

En cuanto a la formación para el ocio, existe la creencia errónea de que se trata de un método para ocupar el tiempo libre mediante toda suerte de enseñanzas o actividades de índole

formativa. Muy al contrario, consiste en potenciar lo que de educativo tenga el ocio en sí mismo.

En este sentido, hay que hacer especial hincapié en las inmejorables condiciones que presenta la radio para llevar a cabo estas tareas. Se trata de un medio de comunicación óptimo, puesto que tiene influencia en la mejora de la calidad y la relevancia de la educación, supone una evidente disminución de costes y facilita enormemente el acceso a la educación, sobre todo en el ámbito rural. Además, es también relevante la utilidad que el medio radiofónico tiene en situaciones de gran dispersión de la población en edad escolar o para alumnos que compatibilizan su vida laboral con el estudio.

Estos colectivos son los más beneficiados del empleo de la formación a distancia, una modalidad de enseñanza con muchísimos años de historia, puesto que inició sus primeras actividades a mediados del Siglo XIX. Las razones de la expansión de este método podrían resumirse en una rápida expansión educativa, una renovación incesante de los conocimientos y de las

técnicas; la introducción de la enseñanza individualizada, importantes avances tecnológicos en comunicación e informática y la atención a la demanda de los estudiantes adultos que trabajan y la satisfacción de la demanda.

La formación a distancia, es precisamente uno de los pilares en los que se sustenta la formación permanente, cuya importancia fue puesta de manifiesto por la UNESCO, a través del denominado informe Legrand. Este concepto se resume de la siguiente manera: aquella que abarca la dispensada en las instituciones pedagógicas de las distintas categorías (maternales, primarias y secundarias) y la extraescolar (radio, televisión, correspondencia, etc.), englobando todo tipo de aprendizaje y formación donde el alumno se encuentra ubicado. Es evidente que, en nuestros días, la formación es una tarea permanente y nunca concluida.

Prestaremos especial atención en este cuarto capítulo a la alfabetización, una labor no solamente formativa, sino con una trascendencia social inestimable. Con la alfabetización se avanza en el desarrollo social, económico y cultural de los pueblos, democratizándolos y abriéndolos, gracias al conocimiento y el

desarrollo de los derechos humanos más elementales a unas condiciones de vida más justas y equitativas, sobre todo para las mujeres, el colectivo más golpeado por el analfabetismo.

Pero, el analfabetismo, no puede ser abordado –no ya en este trabajo- sino en cualquier iniciativa pública o privada como un mal endémico o una enfermedad. Recuérdese que –a menudo- se habla de este problema como si de una enfermedad se tratase. Así, se emplean términos a la hora de calificar la lucha contra la iletralidad, como “erradicar”.

También desde el otro extremo, el de los propios analfabetos, encontramos dificultades muy complicadas de superar. Se trata de dejar a un lado la vergüenza social que –en muchas ocasiones- atenaza a las personas afectadas por este problema y reduce de una forma radical su autoestima.

Frente a estas actitudes, hay que contraponer una buena predisposición previa de los educandos, una voluntad de estudio fuera de toda duda, y un severo esfuerzo de los educadores para

conseguir superar las dificultades que presentan sus alumnos y para ayudar a estos a conseguir una formación que supondrá un cambio definitivo en su vida. Se trata de que sean capaces, al menos, de leer y escribir, utilizar con habilidad el cálculo, ser más sociables, comunicarse verbalmente, etc. En definitiva, la alfabetización supone abrir la puerta a estas personas, a una correcta comunicación.

1.1. La comunicación. Primeras aproximaciones

Es evidente, así lo señala Davara¹, que “el estudio de la comunicación es, en el momento presente, una referencia imprescindible para conocer y para comprender aquello que está fuera y que está lejos del entorno habitual de los hombres”.

Pero, al hablar de esta materia, que cobraba fuerza en el seno de las Ciencias Sociales tras las dos guerras mundiales ocurridas en el Siglo XX, y que a juicio de Sánchez-Bravo² es “el factor decisivo en el cambio social”, nos encontramos siempre con un primer problema, con una cuestión inicial nada fácil de resolver: ¿qué entendemos por comunicación?

El vocablo comunicación viene del latín *communicatio* (*communicatio-onis*, de significado similar al presente en castellano). Tanto el sustantivo *communicatio*, como el verbo *communico*, tienen su origen en el término *communis*, palabra formada de *cum* (con) y del tema *munia* /deberes, vínculos).

Este último (raíz *ma*= ceñir) genera en latín otras palabras de similar expresión, en torno al concepto de unir juntamente: *moenia*,

los muros que encierran la ciudad, de donde viene *moenire* (fortificar). Se percibe una afinidad etimológica entre los términos *communicatio*, comunicación y participación, incluso Santo Tomás de Aquino, que los usa indistintamente en el sentido de comunicar, comulgar, convenir, participar, etc.³

Según el Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, en su vigésima primera edición, comunicación tiene hasta nueve acepciones:

- ❖ Acción y efecto de comunicar o comunicarse.
- ❖ Trato, correspondencia entre dos o más personas.
- ❖ Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.
- ❖ Unión que se establece entre ciertas cosas, tales como mares, pueblos, casas o habitaciones, mediante pasos,

crujías, escaleras, vías, canales, cables y otros recursos.

- ❖ Cada uno de estos medios de unión entre dichas cosas.
- ❖ Papel escrito en el que se comunica alguna cosa oficialmente.
- ❖ Escrito sobre un tema determinado que el autor presenta a un congreso o reunión de especialistas para su conocimiento y difusión.
- ❖ Figura que consiste en consultar la persona que habla el parecer de aquella o aquellas a quienes se dirige, amigas o contrarias, manifestándose convencida de que no puede ser distinto del suyo propio.
- ❖ Correos, telégrafos, teléfonos, etc.

Las nociones de comunicación, como vemos, son numerosas, por lo que, decididos a analizarlas, las agruparemos siguiendo la clasificación del profesor Orive⁴: según la idea de participación, idea de mediación, idea de sustrato de comunidad, idea de relación, idea de traslación, idea de descubrimiento, idea de conocimiento e idea de anticipación.

Recuerda Del Río⁵ que “Las ciencias de la comunicación y las ciencias de la cultura han tenido orígenes muy distintos y han venido trabajando, especialmente en el tercer cuarto del Siglo XX, desde paradigmas no menos dispares. Mientras que las ciencias de la comunicación han sido predominantemente informacionales, las de la cultura han estado sometidas a las influencias cruzadas de las ciencias biológicas, psicológicas y sociales, además de la historia y el lenguaje”. Quizá sea por ello, por lo que este término engloba tantos significados distintos.

Repasemos algunas definiciones. Williams⁶, de forma muy simple, enuncia lo siguiente acerca de la comunicación:

“transmisión y recepción de ideas, informaciones y actitudes de una persona a otra”.

Kelley⁷ abunda en ese argumento y lo amplía desde un punto de vista muy concreto, al apuntar que “la comunicación es algo más que la transmisión de ideas de una persona a otra. Es el medio a través del cual aprendemos a saber quiénes somos y quiénes podríamos llegar a ser”.

Otro autor, Fisher⁸, enumera hasta siete aspectos distintos de la comunicación:

- ❖ Un proceso, una actividad.
- ❖ Un medio de transportar información (Comunicación de masas).
- ❖ El mensaje o mensajes que se da.
- ❖ Un evento o suceso.

- ❖ Una conexión, un contacto.
- ❖ El grado de comprensión mutua entre personas.
- ❖ La disciplina o campo de estudio que se ocupa de ella.

Desde un punto de vista subjetivo y siguiendo las orientaciones de Salomon⁹ sobre los eventos simples, informativos y comunicacionales, Thayer¹⁰ realiza la siguiente propuesta, verdaderamente interesante: “toda situación de comunicación tiene una cosa en común con cualquier otra. Este es el fenómeno esencial que define cada situación de comunicación humana que quisiéramos analizar o discutir. Esto es un fenómeno dinámico que es común a todos los sistemas vivientes. Es el fenómeno básico de la comunicación. Si no se produce la comunicación, no tiene lugar, aunque pudiésemos definirla (...) éste es el fenómeno básico que tiene lugar cuando un sistema viviente toma algo en consideración”.

Redondo¹¹, tras analizar la cuestión, considera que la comunicación es “la relación real establecida entre dos –o más– seres, en virtud de la cual se ponen en contacto, y uno de ellos –o ambos– hace donación de algo al otro”.

MacBride, analizando la comunicación en un sentido amplio, le asigna las siguientes funciones:

- Información.

Acopiar, almacenar, someter a tratamiento y difundir las noticias, datos, hechos, opiniones, comentarios y mensajes necesarios para entender, de un modo inteligente, las situaciones individuales, colectivas, nacionales e internacionales y para estar en condiciones de tomar las medidas pertinentes.

- Socialización.

Constituir un fondo común de conocimientos y de ideas que permita a todo individuo integrarse en la sociedad en la cual vive y que fomente la cohesión social y la percepción de los problemas indispensables para una participación activa en la vida pública.

- Motivación.

Perseguir los objetivos inmediatos y las finalidades últimas de cada sociedad; promover las opciones personales y las aspiraciones individuales; estimular las actividades individuales o colectivas orientadas hacia la consecución de objetivos comunes.

- Debate y diálogo.

Presentar e intercambiar los elementos de información disponibles para facilitar el acuerdo o aclarar los puntos de

vista sobre los asuntos de interés público en la resolución de todos los problemas locales, nacionales e internacionales.

- Educación.

Transmitir los conocimientos que contribuyan al desarrollo del espíritu, a la formación del carácter y a la adquisición de conocimientos y aptitudes en todos los momentos de la vida.

- Promoción cultural.

Difundir las obras artísticas y culturales para preservar el patrimonio del pasado; ensanchar el horizonte cultural, al despertar la imaginación y estimular las ansias estéticas y la capacidad creadora.

- Esparcimiento.

Por medio de signos, símbolos, sonidos e imágenes, difundir actividades recreativas, individuales y colectivas, tales como el teatro, la danza, el arte, la literatura, la música, el deporte y el juego.

- Integración.

Facilitar el acceso a la diversidad de mensajes que necesitan todas las personas, grupos o naciones para comprenderse mutuamente, y para entender las condiciones, los puntos de vista y las aspiraciones de los demás.

En cuanto a los tipos de comunicación, también podemos encontrarnos con varias clasificaciones. Así, la de Giner¹², que tiene su origen en los análisis de Ruesch y Bateson, afirma que existen comunicaciones intrapersonal, interpersonal, grupal y cultural. Orive, por su parte realiza la siguiente aproximación:

❖ Autocomunicación:

Ámbito de lo personal.

❖ Heterocomunicación:

Ámbito de las emociones y los sentimientos.

❖ Comunicación interpersonal:

Ámbito de la conversación, de la relación.

❖ Comunicación instrumental o de masas:

Ámbito de la comunicación colectiva a través de los medios de comunicación.

Recuerda Sánchez-Bravo¹³ que “todo acto comunicativo, sobre el que puede actuar la estructura de la información se basa en la existencia de un emisor, un receptor, de un canal, de un medio y de un mensaje”. No debemos olvidarnos, por tanto, de los elementos esenciales de la comunicación y de realizar una somera descripción de cada uno de ellos:

❖ Emisor.

Origen del proceso comunicativo. Según Morris es un organismo vivo que produce un signo que sirve de estímulo para otros organismos (receptores).

❖ Canal.

Todo soporte material que vehicula el mensaje desde un emisor a un receptor a través del espacio y del tiempo (Moles).

❖ Mensaje.

Es emitido por un emisor y recibido por un receptor mediante un canal. Pueden ser mensajes simples o compuestos (múltiples). Desde otra perspectiva, muy sugerente, y según Sánchez-Bravo¹⁴, “como contenido informativo de la comunicación, el mensaje es el objeto de la manipulación”.

❖ Código.

Lo impone la comunicación al destinador y al destinatario.

❖ Receptor.

Según Morris es el organismo que interpreta un signo producido por un comunicador.

Este conglomerado de acepciones, definiciones, tipos, elementos y funciones, hace que algún autor, como Newman, se muestre renuente a definir la comunicación; o que otro, Winkin, no dude en afirmar al respecto que “es un término irritante, un inverosímil trastero”. En definitiva, lo único que sí parece evidente es lo que sentenciara Watzlavich¹⁵: “no es posible no comunicar”.

1.2. Información y comunicación. Una identificación errónea

A menudo, en el lenguaje coloquial, en cualquier conversación más o menos profunda, los interlocutores intercambian los términos información y comunicación como si estos fueran meros sinónimos. No es así. Hay algo más que una simple diferencia semántica. En concreto, podemos analizar sus diferencias, desde tres puntos de vista: los hechos humanos, los medios de comunicación y la expresión¹⁶.

- Los hechos humanos:

Si atendemos al primero de ellos, el plano de los hechos humanos, la información queda definida como *el mensaje* (perspectiva social). Dice Schreiber que “todo lo que constituye un mensaje es una información” y recuerda Stewart¹⁷ que “al ser unidad de significado es también unidad de conocimiento”, o bien, *la medida física y cuantificable de que se produzca la comunicación* (perspectiva científica).

¿Qué es entonces la comunicación? Sencillamente, el intercambio de esos mensajes. Como McLuhan afirmaba, “la comunicación es hoy movimiento de información”.

- Los medios de comunicación.

Desde la perspectiva de los medios de comunicación, es decir, de la prensa, la radio, la televisión, el cine, etc., y siguiendo a Eydalin, Benito y Vidale, tendríamos que decir que información es el proceso de producción y transmisión de los mensajes, lo que Xifra¹⁸ llama “dar forma” y el proceso que para Sánchez-Bravo¹⁹ “tiene como objetivo vencer una distancia: hacer próximo lo lejano”, mientras que la comunicación es justamente la situación posterior, es decir, cuando los mensajes son compartidos; la primera hace referencia al proceso y la segunda a la situación social. La comunicación es una situación consecuente que sigue a la información: comunicación es una situación en la que el público responde concretamente a los mensajes²⁰.

- La expresión.

Se trata de una teoría sugerida por Montes²¹, según la cual, si la información es el mensaje, podemos distinguir claramente dos dimensiones: la meramente informativa, comprensible a primera vista y la expresiva, más elaborada y mucho más compleja a la hora de ser interpretada. Todos los mensajes de la comunicación comparten estas dos dimensiones, en mayor o menor medida.

**1.3. La comunicación y su análisis.
Perspectivas, lugares comunes y paradigmas**

Son dos, fundamentalmente, las tendencias que siguen empleándose en la actualidad como marco de referencia, a la hora de abordar el estudio de la comunicación: la norteamericana (empírica) y la europea (cualitativa). Es evidente que sintetizando ambas corrientes, nuestra investigación arrojará resultados óptimos.

Para ello y siguiendo los análisis de Davara²², debemos dejar patente la existencia de una serie de premisas, o conceptos primarios, que no pueden ser obviados a la hora de abordar un estudio sobre la comunicación. Los enumera así:

- ❖ Las ciencias de la información son aquellas que estudian los fenómenos de producción, de transmisión, de recepción y de intercambio de mensajes entre los hombres y sus grupos.

- ❖ El concepto nuclear es el llamado *proceso de la información*, definido como un proceso de relación

continua entre los emisores y los receptores humanos, que intercambian los mensajes utilizando unos elementos culturales comunes.

- ❖ El mensaje comunicado e intercambiado es el elemento fundamental del proceso, sin el cual no existiría la comunicación, y por ello es objeto de estudios y análisis específicos y determinados.
- ❖ Las relaciones que existen entre el emisor, el receptor y el mensaje, están en la base de todas las sociedades humanas, antiguas y modernas, y producen las distintas clases y situaciones de comunicación existentes.

En la investigación de la comunicación, coexisten cuatro grandes líneas metodológicas, denominadas *paradigmas* de la comunicación: paradigma cibernético, paradigma sociológico, paradigma semiótico y paradigma antropológico.

❖ El paradigma cibernético:

Es una categoría metodológica fundamentada en la matemática y desarrollada a partir de las investigaciones realizadas por la física y la ingeniería electrónica, con objeto de encontrar un nexo de unión entre el funcionamiento de las máquinas y los nervios humanos.

El creador del término *cibernética* es Norbert Wiener²³, un ingeniero que durante la Segunda Guerra Mundial estudió el procedimiento de disparo de los cañones antiaéreos; precisamente, el sistema de retroacción de este armamento, le hizo idear el concepto de *feed-back* o retroalimentación, de uso frecuente en el lenguaje comunicativo. Este término anglosajón se ha traducido también como retroprovisión, observación interpretativa y mecanismo de rebote.

Las formulaciones matemáticas de la información, más consideradas por algunos autores como una forma de reflexión que como una teoría articulada y detallada, aseguran que cada mensaje

aporta por sí mismo una cantidad concreta de información, que además puede ser cuantificada en unidades denominadas bit (binary unit) y que se incrementa a la par que disminuyen sus posibilidades de ser transmitida.

La paternidad del término bit (caracterizado por Negroponte²⁴ como la unidad de medida que “no tiene ni color, ni tamaño, ni peso y puede desplazarse a la velocidad de la luz”) sigue sin estar del todo clarificada, puesto que algunos autores aseguran que fue acuñada por Rukey y otros se la atribuyen a Claude Shannon, discípulo de Wiener, que a finales de la década de los cuarenta y a consecuencia de su trabajo en la *Bell Telephone Laboratory*, ideó la Teoría Matemática de la Comunicación en 1949²⁵ con la ayuda de su colaborador Warren Weaver, dando lugar a un método para cuantificar de forma efectiva la información y a uno de los lugares clásicos de la comunicación.

Se trata de un proceso lineal, de una sola dirección, que puede ser descrito así: una fuente de información envía un mensaje mediante un transmisor; éste, tras transformarlo en una señal y

sorteando el ruido, hace llegar la señal al receptor, que transforma de nuevo la señal en un mensaje y lo hace llegar a su destino. El factor *ruido* tiene una enorme importancia, puesto que puede variar el significado del mensaje.

Posteriormente, en 1966, DeFleur²⁶ perfecciona esta teoría al incorporarle nuevos elementos, entre ellos el *feedback*, y al proponer la denominada teoría de las *normas culturales*, según la cual los medios no solamente influyen sobre las personas, sino que además, afectan a la cultura, a los conocimientos y a las normas y valores sociales.

Dos de las grandes aportaciones de este paradigma son los términos de redundancia y originalidad. El primero, inverso al de información y basado en la repetición de señales en un mensaje para redoblar su eficacia; y el segundo, fundamentado en la siguiente idea: el mensaje original es aquel que se compone de señales distintas y escogidas de forma aleatoria, casi casual. De la relación entre originalidad y redundancia, depende la correcta interpretación de los mensajes²⁷.

❖ El paradigma sociológico:

Persigue comprender el comportamiento de los grupos en comunicación, lo que tenga un ámbito investigador enormemente amplio. Surge en 1948 en Estados Unidos, a partir de las formulaciones de Harold Dwight Lasswell²⁸, profesor especialista en ciencia política, que centra el problema de la comunicación en los efectos y enuncia las cinco preguntas condicionales de la comunicación, su *fórmula*: ¿quién (comunicador) / dice qué (mensaje) / a través de qué medio (canal) / a quién (receptor) / y con qué resultados (efecto)?

Cada una de las preguntas tiene asignado un tipo de análisis: estudios de control / análisis de contenido / análisis de los medios / análisis de la audiencia / análisis de los ejercicios. A partir de ahí, será Charles Wright quien –siguiendo la misma línea trazada por Lasswell- proponga una enumeración de funciones (también las disfunciones) de los procesos de la comunicación. Las funciones son estas:

- Función informativa.

Consiste en transmitir y difundir los elementos que forman la actualidad.

- Función de interpretación.

Todo análisis o comentario acerca de lo comunicado.

- Función de transmisión cultural.

Todas y cada una de las comunicaciones suponen, en sí mismas, un intercambio cultural.

- Función de distracción.

Es la interpretación lúdica de la comunicación; su faceta distractiva o lúdica.

A raíz de todos estos postulados, han surgido en las últimas décadas numerosísimas teorías, dando la mayoría de ellas por supuesto que el comunicador tiene la intención de influir sobre el receptor, por lo que la comunicación debe ser tratada como un proceso persuasorio.

Apuntamos algunas de ellas, empezando por la enunciada por dos estudiosos del fenómeno de la difusión de la propaganda electoral, Elihu Katz y su maestro, el sociólogo y también profesor universitario Paul Felix Lazarsfeld²⁹. Su estudio sobre el efecto que causan los mensajes en los procesos de influencia personal es básico. Se resume en tres puntos concretos:

- Los medios de comunicación aumentan y profundizan el refuerzo de las actitudes de los receptores, previamente existentes.

- Los públicos seleccionan los medios de comunicación según sus preferencias ideológicas.

- Los medios de comunicación difunden sus mensajes en el complejo entramado social, en los distintos grupos humanos.

De esta forma, los autores llegan a la conclusión de que en todo grupo existen unos individuos que coinciden con los que están en contactos con los medios de comunicación, regulando estos la comunicación interna de ese grupo. De esta idea nace la popular expresión *two step flow of communications*, en castellano, la *comunicación en dos etapas*.

❖ El paradigma semiótico:

Nace a mediados del siglo pasado y en medio de una polémica entre lingüistas sobre su definición. Fernando de Saussure³⁰, desde su cátedra de Ginebra, preocupado por la función social de los signos, intuyó en la lingüística otras formas de comunicación y denominó a su teoría de los signos, semiología; una disciplina que deja atrás a la lingüística y que se acerca a la psicología social. Saussure define la semiología como “una ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social”.

De forma paralela, el lógico Charles Peirce, en Estados Unidos, comenzaba a desarrollar la semiótica, una teoría fruto del interés por conocer la función lógica de los signos con el fin de aplicarla a cualquier rama del saber. Decía Peirce que él era “un pionero, o mejor, un explorador en la actividad de aclarar e iniciar lo que llamó semiótica”. Una palabra cuya paternidad sigue siendo discutida, ya que algunos autores se la adjudican a Morris y otros a Locke.

Roman Jakobson ya había trazado una primera aproximación a la semiótica al enunciar su formulación lingüística desde el círculo lingüístico de Praga (República Checa), al que pertenecía. Según su teoría, en toda comunicación hay seis elementos fundamentales y cuatro niveles diferenciados. Los elementos son: destinador, mensaje, contexto de referencia, canal, código y destinatario. Los niveles se enumeran así: social y humano, extracomunicativo, tecnológico y lingüístico.

A partir de estos postulados, Jakobson construye su modelo de comunicación, compuesto de seis funciones bien concretas:

- Función expresiva.

Establece la relación entre el emisor y el mensaje. Básicamente se centra en la intención del que habla y por tanto, incluye sentimientos y opiniones.

- Función referencial.

Incorpora la idea concreta a comunicar.

- Función conativa.

Se refiere a las relaciones que se establecen entre el mensaje y el receptor, estableciendo el momento en que la comunicación concluye. Puede influir tanto en el intelecto de la persona, como en el plano estrictamente emocional.

- Función fática.

Establece las relaciones entre el mensaje y el canal y su finalidad es asegurar la comunicación.

- Función estética.

Establece las relaciones del mensaje consigo mismo.

- Función metalingüística.

Establece las relaciones entre el mensaje y el código y se realiza al comentar el propio mensaje, cuando lo valoramos o analizamos.

Pero, volviendo a la semiótica, en su estricto sentido, y de acuerdo con sus aplicaciones, diríamos que se trata de una especie de laboratorio que traduce y jerarquiza la relación de las palabras y el significado concreto de los textos en su entorno comunicativo³¹. A partir de ahí, y siguiendo a Davara,³² los conceptos básicos de la semiótica pueden enumerarse de la siguiente manera:

- La lengua es un modelo general, abstracto y constante, que existe en una comunidad y es compartido por todos sus miembros. El habla es el acto personal de realización de la lengua, en un momento y en un lugar determinados. Es la conocida distinción de lengua y habla, que será de gran utilidad en las distintas formulaciones lingüísticas y semióticas.

- La lengua es un sistema de signos que adquieren valor en su relación con los demás. Sólo podrá descubrirse el valor y el sentido de un signo por medio de sus diferencias con los demás, haciendo omisión de sus rasgos comunes.

- Un signo es un fenómeno de doble cara, formado por un significante que esconde un significado que necesita ser descubierto. El significado de los signos surge de la articulación del significante, y el significado, en la unidad del signo lingüístico.

- La lengua es un sistema que no conoce más que su propio orden, el orden de lo sincrónico, lo presente y lo actual. La dimensión histórica, diacrónica y evolutiva no es un fenómeno que deba ella estudiar. Las relaciones entre los signos lingüísticos son las que existen en el momento del análisis, no las que pudiera haber anteriormente.

El testigo de las investigaciones primeras fue recogido posteriormente por Roland Barthes y Umberto Eco.

Barthes³³ se centra en la oposición paradigma-sintagma como planteamiento general de cualquier lenguaje. Barthes entiende la comunicación como un proceso de significación y los mensajes, como un conjunto de signos; es decir, al elaborar un mensaje, el ser humano elige los elementos más convenientes para construir una frase (orden paradigmático) y la construimos (orden sintagmático). Además, este autor dota de dos niveles estructurales al proceso de significación: la denotación (primer plano de significación) y la connotación (plano profundo de la significación).

Eco ha influido de una forma directa en la semiótica desde la publicación en 1973 de su obra *Apocalípticos e integrados*³⁴, considerada por Moragas³⁵ como una “primera aproximación científica a los objetos culturales de la experiencia cotidiana” .

Para Eco³⁶, la semiótica “se ocupa de cualquier cosa que pueda considerarse signo. Signo es cualquier cosa que pueda

considerarse como sustituto significativo de cualquier cosa. Esa cualquier cosa no debe necesariamente existir ni debe subsistir de hecho en el momento en que el signo la presente”. Sus ideas han variado el modo de contemplar los mensajes, superando el tradicional análisis de contenido y buscando los efectos propios de la comunicación de masas, por una parte y por otra, ha realizado importantes aportaciones a la semiótica general y a la comunicación de masas; a esta última, mediante su prolífica labor como ensayista, articulista y conferenciante.

❖ El paradigma antropológico:

Aquel que estudia la dimensión humana de la comunicación. Ya Aristóteles sentenció que “el hombre es un ser nacido para convivir” y que “la comunicación se compone de quien habla, quien escucha y lo que se dice”. El hombre es un ser social y comunitario, en una relación con los otros de esperanza y de apertura. La comunicación es un diálogo del hombre con el hombre, del hombre con el mundo, del hombre con la comunidad, del hombre con la historia. El hombre es, por lo tanto, un ser en comunicación y para la comunicación³⁷.

Para Schramm, la comunicación engloba “todos los signos y símbolos por medio de los cuales los humanos procuran transmitir significado y valor a otros seres humanos”. Y Ruesch y Bateson³⁸ afirman, por su parte, que “la comunicación es la matriz en la que están enclavadas todas las actividades humanas”.

A partir de estos razonamientos, se han originado diversas teorías al respecto de la visión antropológica de la comunicación.

Las primeras, en Estados Unidos, donde el interés por la influencia de los medios de comunicación en la cultura se disparaba justo después de la Segunda Guerra Mundial, extendiéndose a continuación por toda Europa. De entre ellas mencionaremos las siguientes:

- La cultura de masas.

Es decir, el hecho cultural, abordado desde la idea de que es generado siempre por la actividad humana y la influencia que desarrollan los medios de comunicación en ese proceso. Una teoría que choca con una concepción mucho más tradicional del término cultura. Estas disensiones sobre lo que es cultura, han dado lugar a dos corrientes intelectuales enfrentadas: la que defiende los llamados *apocalípticos* y la que propugnan los *integrados*.

Los *apocalípticos* (críticos aristocráticos de la nueva cultura), cuyo principal exponente fue W. MacDonald, entienden que la cultura tradicional, la adquirida mediante la

educación formal, aporta al individuo una serie de valores inalterables y permanentes. A partir de este supuesto, se refieren al resto como *subcultura*.

Los *integrados* (apologetas del sistema cultural y económico, de la sociedad capitalista desarrollada) aseguran que los medios de comunicación han dado lugar a una nueva forma de cultura, la *cultura de masas*, que convive con la tradicional. Es distinta, sí, pero no menos importante. Entre estos autores destacan Edward Shils y Daniel Bell.

De entre ambas posturas (radicales) surge en Estrasburgo una intermedia, la defendida por el profesor de Psicología Abraham Moles³⁹, que –combinando sus conocimientos psicosociológicos y fisicomatemáticos– enuncia la siguiente teoría: la cultura humana consiste en un sistema cerrado y artificial, fruto de la herencia, el medio ambiente y los medios de comunicación. Además, a esta definición, añade una diferenciación entre dos tipos de cultura: la

personal e individual y la social y colectiva; esta última es la suma de las diferentes culturas personales e individuales.

Moles considera que el proceso de producción de cultura responde a un modelo sociodinámico, en el que se integran distintos medios:

- Micromedio creador.

En él se integran los denominados creadores e intelectuales, así como los gestores. Toda su producción es sometida a un proceso de filtrado, siendo las ideas resultantes las que serán difundidas a la sociedad.

- Macromedio consumidor.

Es el *habitat* de los medios de comunicación, que elaboran sus contenidos a partir de las ideas generadas por el micromedio creador y de la propia actualidad. Dan lugar así a un flujo constante y disparatado de

información, sin ningún orden jerárquico en los mensajes, que conforma la cultura de masas, a la que Moles rebautiza como *cultura mosaico*.

Sentadas ya las bases de su modelo cultural, Moles propone una división de la sociedad moderna en tres estratos o estamentos:

- La ciudad de los creadores.
- La ciudad de los administradores.
- La ciudad de los administrados.

En cualquier caso, el término comunicación de masas no ha sido aceptado con facilidad por algunos estudiosos de la comunicación. Es el caso de Williams⁴⁰, que censuraba con dureza su significado al afirmar que “el estudio de las comunicaciones se deformó profunda y casi desastrosamente al ser bautizado como el

estudio de las comunicaciones de masas. Este término parece haber encontrado un sitio en todas las lenguas y en las escuelas más diversas; describe y con demasiada frecuencia predice programas de investigación, secciones escolares y conferencias y ya es tiempo de que se le entierre. No es solamente desastroso en sus limitaciones de estudios de comunicación a unos cuantos ámbitos especializados, como la radiotransmisión y el cine, y lo que se llama erróneamente literatura popular, cuando es todo el ámbito común del discurso escrito lo que debe considerarse”

1.4. Los medios de comunicación

En palabras de Davara⁴¹, “los medios de comunicación pueden definirse como un conjunto de empresas organizadas, profesional y tecnológicamente, con el objetivo de elaborar y difundir a todo tipo de públicos, ciertas informaciones basadas en la actualidad y en el interés colectivo”. Los medios de comunicación social también se definen por ser “aquellos instrumentos técnico-artísticos de transmisión audiovisual que presentan estas tres características⁴²:

- En un mismo momento...

- ... emiten idéntico mensaje...

- ... a un elevado número de personas.

Es sabido que –desde el punto de vista sociológico- los estudiosos norteamericanos definen cuatro clases de funciones en la comunicación: la función informativa, la función de interpretación, la función de transmisión de cultura y la función de distracción.

Recuerda Chaparro⁴³ que “cuando se sitúa la comunicación en el ámbito de los medios de comunicación de masas, se hace extensible este proceso a algo más que una mera interrelación entre dos o más personas; a algo más de lo que supone la transmisión de ideas y actitudes entre los individuos de una comunidad, que participan de un mismo código”.

Sostiene Davara⁴⁴ que “los medios de comunicación (...) se han convertido en los grandes narradores de nuestro tiempo, en los instrumentos imprescindibles para comprender aquello que está fuera y lejos de nuestro mundo habitual”. Y divide este autor sus funciones de la siguiente manera⁴⁵:

❖ La comunicación periodística.

Forma de comunicación que pretende dar a conocer la realidad humana y social, desde la perspectiva de los acontecimientos ocurridos en el momento presente, denominado también periodismo o información de actualidad.

❖ La comunicación publicitaria.

Forma de comunicación realizada por una empresa anunciante, que elabora y difunde unos mensajes interesados, dirigidos a un público concreto y objetivo, con el ánimo de estimular la demanda de bienes y servicios. Es una comunicación interesada que trata de modificar los comportamientos de compra de los consumidores al regular los procesos de oferta y demanda.

Lippman⁴⁶ afirma que “el hombre ha inventado los medios para ver lo que no se puede ver a simple vista, para oír lo que el oído no puede captar, para pesar las masas inmensas e infinitas, para calcular lo casi incalculable. Aprendió a ver mentalmente las vastas zonas del mundo que nunca podría mirar con los ojos; aprendió a tocar, oler y recordar lo que no está mentalmente a su alcance. Construyen en la mente una imagen del mundo que está mucho más allá de su capacidad”.

Al fin y al cabo todos los medios son prolongaciones de una facultad humana, la rueda como extensión del pie, el libro como extensión del ojo, los vestidos como extensión de la piel y el circuito electrónico como una extensión del sistema nervioso central⁴⁷.

Pero a pesar de estar envueltos en una vorágine comunicadora, Juan Pablo II⁴⁸ nos recuerda que “no debemos olvidar que la comunicación a través de los Medios no es un ejercicio práctico dirigido sólo a motivar, persuadir o vender. Todavía menos, un vehículo para la ideología. Los Medios pueden a veces reducir a los seres humanos a simples unidades de consumo, o a grupos rivales de interés, o a manipulados espectadores, lectores y oyentes considerados números de los que se obtiene un rendimiento, sea en ventas o en apoyo político. Y todo ello destruye la comunidad. La tarea de la comunicación es aunar a las personas y enriquecer sus vidas, no aislarlas ni explotarlas. Los medios de comunicación social, usados correctamente, pueden ayudar a crear y apoyar comunidades humanas basadas en la justicia y la caridad; en la medida en que hagan esto, serán signos de esperanza”.

Su Santidad⁴⁹ añade, además, que “el que los medios puedan servir para enriquecer o empobrecer la naturaleza del hombre, depende de la visión moral y de la responsabilidad ética de quienes están implicados en el proceso de las comunicaciones y de aquellos que reciben el mensaje de estos medios”.

Los mensajes de los medios de comunicación pueden ser considerados⁵⁰:

- ❖ Como espejos de la realidad.
- ❖ Como ventanas al mundo.
- ❖ Como construcciones de la realidad.

Todo ciudadano de esta sociedad occidental, especialmente de las últimas generaciones, ha vivido, quiéralo o no, con tanta intensidad la influencia de la prensa, radio, televisión y otros medios de comunicación e información audiovisual, que su vida

difícilmente sería explicable sin estos artilugios que han revolucionado el trabajo, el ocio, la cultura, la ciencia, la familia y han configurado, nos guste o no, estemos a favor o en contra, un nuevo mundo⁵¹.

Según expone Merayo⁵², “en este nuevo aprendizaje la cantidad de información se multiplica exponencialmente. Así, por ejemplo, en nuestros días un niño de doce años ha accedido a más información de la que podría lograr en toda su vida un investigador del medievo”.

1. 5. Comunicación, medios y educación

Partimos de una sentencia de Williams⁵³ que asegura que “la comunicación nace en la lucha por aprender y describir”. Al respecto, señala Redondo⁵⁴ que “no existe solución de continuidad entre educación y comunicación. Siempre que la comunicación se sitúe en línea de educación, está abocada a aquella... Educar es, en último término, comunicar a otro intencionalmente alguna perfección”. Esta evidente interdependencia y la estrecha conexión entre la educación y la comunicación incitan a determinar el modo de lograr que su relación sea lo más fecunda y positiva posible⁵⁵.

Como subraya Fontcuberta⁵⁶ también es evidente que “los medios de comunicación se mueven en los ámbitos de la enseñanza y el aprendizaje. Un uso adecuado de los medios en la educación formal y no formal puede establecer un puente entre ambos conceptos, ya que ofrecen toda una gama de posibilidades en este campo”. Wiener⁵⁷ fue tajante al respecto: “el conocimiento está intrínsecamente vinculado a la comunicación”.

Dejando patente que no se puede pasar por alto la gran potencia que los medios audiovisuales tienen, habida cuenta de

que son capaces de desatar un interés colectivo sobre un fenómeno determinado por encima de razas, culturas y religiones, así lo comenta Rodríguez Vilamor; habría que apuntar que los medios audiovisuales, fuera de las aulas, transmiten continuamente modelos de comportamiento social, actitudes, valores, hábitos, prioridades informativas, pero también estructuras narrativas, formas de organizar la información o simbologías con vocación universal. Por lo tanto, contribuyen notablemente a configurar la forma en que aprendemos a comprender el mundo en el que vivimos⁵⁸.

Ya señalaba en este sentido MacLuhan⁵⁹ que “la cantidad de información comunicada por la prensa, revistas, radio, películas, la televisión exceden en gran medida a la cantidad de información comunicada por la instrucción y los textos de la escuela. Este desafío ha destruido el monopolio del libro como ayuda a la enseñanza y ha derribado a los propios muros de las aulas de modo tan repentino, que estamos confundidos, desconcertados”.

Los medios periodísticos deben asumir su responsabilidad como formadores, y para ello aconsejaban que no suministraran contravalores, que mejoraran la veracidad y honestidad de la información y que cuidaran la deontología profesional⁶⁰.

En definitiva, como comenta Fontcuberta⁶¹, “los medios hoy en día, son vehículos fundamentales de acceso al conocimiento y, además, contienen parte de ese conocimiento (...) El desarrollo social, cultural y económico de un país depende, en gran medida, de la manera en que se sepan aprovechar los medios de comunicación”.

A juicio de Birdwhistell⁶², “la comunicación podría considerarse en el sentido más amplio, como el aspecto activo de la estructura cultural (...) La cultura y la comunicación son términos que representan dos puntos de vista o dos métodos de interpretación de la interrelación humana, estructurada y regular. En cultura, el acento se pone en la estructura, en comunicación, en el proceso”.

La educación, según Martín-Caro⁶³, es un mundo “ligado al de la información, la comunicación de la sociedad en pleno, pues en definitiva de aquélla depende ésta, siendo como es cada vez más innegable la característica imbricación de las distintas facetas, partes o elementos de nuestra civilización occidental contemporánea”.

En contraposición a esta opinión podemos situar la de Souchon⁶⁴, que no duda en afirmar que “las instituciones educativas y los medios de comunicación son instituciones rivales y en competición”, en sintonía con las teorías de Kupisiewicz⁶⁵.

Hay por tanto posturas enfrentadas, que Pérez Tornero⁶⁶ intenta explicar con el siguiente razonamiento: “la educación, aunque intenta satisfacer y enseñar placenteramente, se apoya –en última instancia- en la necesidad y obligatoriedad de la escolarización. La escuela tiene, para este autor, un ritmo lento frente a la aceleración e inmediatez del discurso periodístico actual. La enseñanza habla de grandes periodos y de eras, pero en el mundo de la prensa lo esencial es la actualidad”.

La búsqueda de un equilibrio entre la educación y la comunicación se expresa en formas muy diferentes según MacBride⁶⁷: para unos, los medios de comunicación aportan el saber contemporáneo, bien se podría hablar aquí de los apocalípticos, y la educación se encarga de transmitir el patrimonio acumulado por la tradición (integrados). Para otros, la escuela debería dedicarse al saber social más eficaz, al acceso a los títulos y dignidades para el individuo, y a la potencia económica para las naciones (educación formal), al paso que la comunicación estaría al servicio del placer y del ocio, de los intercambios y la comprensión internacional (podría englobar una parte de la educación no formal).

Recuerda también MacBride que según otras teorías, “la función de la escuela consiste en oponer a la algarabía de la comunicación un remanso protector de silencio, recogimiento, ejercicio intelectual e integración. También hay quienes piensan que la función del sistema de educación debería ser esencialmente la de poner orden en los conocimientos transmitidos en todas las direcciones por las redes de comunicación, remitiendo

efectivamente a un sistema de valores, a unos métodos que enseñan a escoger lo esencial, en una palabra: a enseñar a aprender”.

Es evidente que “entre las ventajas que aportan los medios de comunicación a la enseñanza está su carácter atractivo, por su variedad y amenidad. Son excelentes oportunidades para formar y desarrollar el sentido artístico de los alumnos, informar y entretener, propiciar el desarrollo intelectual y estético de los alumnos e influyen en un número de niños y jóvenes mayor que el que puede abarcar la escuela institucionalmente⁶⁸.

El excesivo protagonismo de los medios de comunicación en la formación de las personas, sobre todo, de los más pequeños, puede suponer ciertos riesgos. Un consumo demasiado elevado de los medios de comunicación hace que sean muchos los que ven en esa adicción un importante peligro, cuando no algo directamente nocivo, particularmente para los más jóvenes, en tanto en cuanto ese poder se ejerce casi siempre al servicio de intereses comerciales

o políticos, y siempre mediatizado por una decisiva preocupación, casi exclusiva, por la captación de audiencia a cualquier precio⁶⁹.

Al contrario, los propios medios de comunicación pueden verse comprometidos si no cumplen adecuadamente con sus cometidos. Si los contenidos informativos, formativos y creativos de los medios de comunicación social destinados a la nueva generación no se adaptan a las necesidades, exigencias y aspiraciones de ellas, se habrá perdido el tiempo lamentablemente⁷⁰.

Y no sólo eso, advierte Rodríguez Vilamor⁷¹ que “debemos tener presente que cuanto más profundos son los cambios que experimenta una sociedad, mayor es el riesgo para los medios de comunicación que corren el peligro de verse abandonados en masa por gentes desnortadas ante la realidad”.

Es en este punto donde los responsables de los medios de comunicación tienen un papel importantísimo. Su compromiso es fundamental para el impulso de las capacidades educadoras que

dirigen. Hay que dejar a un lado tabúes mercantilistas, aquello de que “en materia de medios masivos de comunicación sólo puede hacerse lo que impone el mercado, sin reconocer la posibilidad de generar alternativas democratizadoras”.

La responsabilidad de los educadores y de las autoridades estatales en este mismo sentido es capital. Orive advierte que “los responsables de los sistemas educacionales no pueden ni deben quedarse al margen de un fenómeno tan problemático y comprometedor, como es el caso de la comunicación. Esto hace aconsejable revisar la educación a la luz de los nuevos planteamientos que nos ofrecen los medios de comunicación, tanto por su contenido como por sus formas”.

Ferrer⁷² augura que “el comienzo del tercer milenio será dominado por un proceso revolucionario unido vigorosamente a las postrimerías de nuestro siglo: el lenguaje universal de la comunicación, con todo lo que significa en relaciones, aperturas, dependencia y cambios, así como en avances científicos y tecnológicos que dan fisonomía a toda civilización en la gran

comunidad humana (...) El futuro anticipado nos sitúa en un territorio floreciente de técnicas y capacidades comunicativas que será encabezado por quienes mejor las ejerzan y practiquen: quienes dispongan de mayores recursos y talentos. Ningún país quedará al margen de esta dimensión globalizadora, auspiciada por la sociedad posindustrial en el camino hacia un mercado mundial de las comunicaciones, como centro convergente de intereses económicos, políticos y culturales”.

Al hilo de esta reflexión, Oreja⁷³ deja en el aire la siguiente pregunta: “¿será la sociedad de la información, de forma espontánea, un factor de acceso al conocimiento y de cohesión, o bien una nueva fuente de discriminación en nuestras sociedades ya afectadas por los fenómenos de exclusión? Dicho de otro modo, ¿se constituirá en elite mientras se desarrolla en paralelo un analfabetismo electrónico?”

Notas

¹ **DAVARA, J. y otros:** *Introducción a los medios de comunicación.* Ediciones Paulinas. Madrid, 1990. Pág. 18.

² **SÁNCHEZ-BRAVO CENJOR, Antonio:** *Manual de Estructura de la Información.* Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid, 1992.

³ **ORIVE RIVA, Pedro:** *Comunicación y sociedad democrática.* Pirámide. Madrid, 1978. Pág. 20.

⁴ **ORIVE RIVA, Pedro:** (1978) Op. Cit., Págs. 22-26.

⁵ **DEL RÍO, Pablo:** *Psicología de los Medios de Comunicación.* Síntesis. Madrid, 1996. Pág. 42.

⁶ **WILLIAMS, Raymond.** *Los medios de comunicación social.* Península. Barcelona, 1971.

⁷ **KELLEY, Kathleen:** *La persuasión en la comunicación, teoría y contexto.* Paidós. Barcelona, 1981.

⁸ **FISHER, B.A.:** *Perspectives of Human Communication.* MacMillan Publishers Co. Nueva York, 1978. Pág. 91.

⁹ **SALOMON, G.:** *Communication and education.* Sage Publications. Beverly Hills (EEUU), 1981.

¹⁰ **THAYER, J. Lee.:** *Comunicación y sistema de comunicación. En las organizaciones, en la gestión directa y en las relaciones interpersonales.* Ediciones Península/Ediciones 62. Barcelona, 1975. Pág. 46.

¹¹ **REDONDO, Emilio:** *Educación y comunicación.* CSIC. Madrid, 1959. Pág. 179.

¹² **GINER, Salvador:** *Comunicación en Diccionario de Ciencias Sociales.* Instituto de Estudios Políticos. Madrid, 1975.

13 SÁNCHEZ-BRAVO CENJOR, Antonio: *Nuevo tratado de estructura de la información*. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, 1985. Pág. 27.

14 SÁNCHEZ-BRAVO CENJOR, Antonio: (1985) Op. Cit., Pág. 31.

15 WATZLAVICH, P: *Teoría de la comunicación humana*. Herder. Barcelona, 1983.

16 DAVARA, J. y otros: (1990) Op. Cit., Págs. 20 y 21.

17 STEWART, Daniel K.: *Psicología de la Comunicación*. Paidós. Buenos Aires, 1968.

18 XIFRA, Jorge: *La información, análisis de una libertad frustrada*. Editorial Hispanoamericana. Barcelona, 1972.

19 SÁNCHEZ-BRAVO CENJOR, Antonio: (1985) Op. Cit., Pág. 40.

²⁰ **BENITO, Ángel.** *Fundamentos de teoría general de la información.* Pirámide. Madrid, 1982. Págs. 108-122.

²¹ **MONTES, S.** *Estética y comunicación.* Latina. Madrid, 1981. Págs. 43-49.

²² **DAVARA, J. y otros:** (1990) Op. Cit., Pág. 19.

²³ **WIENER, Norbert:** *Cibernética o el control y comunicación en animales y máquinas.* Tusquets. Barcelona, 1985.

²⁴ **NEGROPONTE, Nicholas:** *El mundo digital.* Ediciones B. Barcelona, 1999.

²⁵ **SHANNON, Claude y WEAVER, Warren:** *Teoría Matemática de la Comunicación.* Forja. Madrid, 1981.

²⁶ **DEFLEUR, M.C:** *Teoría de la comunicación de masas.* Paidós. Buenos Aires, 1972.

²⁷ DAVARA, J. y otros: (1990) Op. Cit., Pág. 37.

²⁸ LASWELL, D. H.: *La política como reparto de influencia*. Aguilar. Madrid, 1974.

²⁹ KATZ, Elihu y LAZARSELD, Paul Felix: *Influencia personal*. Editorial Hispano Europea. Barcelona, 1979.

³⁰ SAUSSURE, Fernando: *Curso de lingüística general*. Losada. Buenos Aires, 1978.

³¹ FERRER, Eulalio: *Información y comunicación*. Fondo de Cultura Económica. México D.F., 1997. Pág. 75.

³² DAVARA, J. y otros: (1990) Op. Cit., Pág. 45.

³³ BARTHES, Roland: *La aventura semiótica*. Paidós. Barcelona, 1989.

³⁴ ECO, Umberto: *Apocalípticos e integrados*. Lumen, Barcelona, 1993.

³⁵ MORAGAS, Miguel: *Teorías de la comunicación*. Gustavo Gili. Barcelona, 1985.

³⁶ ECO, Umberto: *Semiótica General*. Lumen. Barcelona, 1981.

³⁷ DAVARA, Javier: *Estrategias de comunicación en marketing*. Dossat. Madrid, 1992. Pág. 99.

³⁸ RUESCH, Jürgen y BATESON, G.: *Comunicación, la matriz social de la psiquiatría*. Paidós. Buenos Aires, 1965.

³⁹ MOLES, Abraham: *La comunicación y los mass-media*. Mensajero. Bilbao, 1975. Págs: 442-569.

⁴⁰ **WILLIAMS, Raymond:** *Las comunicaciones como ciencia cultural. CWE BIGSBY: Examen de la cultura popular.* Fondo de Cultura Económica. México, 1982. Págs. 57-58.

⁴¹ **DAVARA, Javier:** (1992) *Op. Cit.*, Pág. 101.

⁴² **ALCOVER, Norberto. y otros:** *Introducción a los medios de comunicación.* Ediciones Paulinas. Madrid, 1990. Pág. 64.

⁴³ **CHAPARRO, M.:** *Radio pública local.* Fragua. Madrid, 1998. Pág. 17.

⁴⁴ **DAVARA, Javier:** (1992) *Op. Cit.*, Pág. 101.

⁴⁵ **DAVARA, Javier:** (1992) *Op. Cit.*, Págs. 101-102.

⁴⁶ **LIPPMAN, Walter:** *La Opinión Pública.* Fabil Editor. Buenos Aires, 1964.

47 MCLUHAN, Marshall y FIORE, Quentin: *The Medium is the Message. An Intentory of Effects.* Bantm Books. Nueva York, 1967. Pág. 16.

48 JUAN PABLO II: *Mensaje de la XXXII Jornada Mundial para las Comunicaciones Sociales.* Roma, 1998.

49 JUAN PABLO II: *Mensaje de la XXV Jornada Mundial para las Comunicaciones Sociales.* Roma, 1991.

50 OROZCO, G.: *Televisión y producción de significados.* Universidad de Guadalajara. Guadalajara (México), 1994.

51 CABERO, Julio, DUARTE, Ana María, ROMERO, Rosalía: *Los medios de comunicación en el ámbito curricular.* Universidad de Sevilla. Sevilla, 1995. Págs. 75-94

52 MERAYO, Arturo: *Cómo aprender en el siglo de la información: claves para una enseñanza más comunicativa.* Revista Comunicar, nº 14. Huelva, 2000. Pág. 36.

⁵³ WILLIAMS, Raymond: (1978) Op. Cit., Pág. 17.

⁵⁴ REDONDO, E.: (1959) Op. Cit., Págs. 209 y 210.

⁵⁵ MACBRIDE, Sean: *Un solo mundo, voces múltiples*. Fondo de Cultura Económica. Madrid, 1988. Pág. 63.

⁵⁶ FONTCUBERTA, Mar: *Medios, comunicación humana y sociedad del conocimiento*. Revista Comunicar, nº 14. Huelva, 2000. Pág. 28.

⁵⁷ WIENER, Norbert: (1958) Op. Cit.

⁵⁸ PABLOS PONS, Juan: *Tecnología y Educación*. Editorial Cedecs. Barcelona, 1996.

⁵⁹ MACLUHAN, Marshall: *El aula sin muros*. Cultura Popular. Barcelona, 1968. Pág. 235.

⁶⁰ Conclusiones del Congreso Nacional sobre los Medios de Comunicación en la Educación. Salamanca, 17 de marzo de 1996.

⁶¹ FONTCUBERTA, Mar: (2000) Op. Cit., Pág. 28.

⁶² MONTES, S: (1981) Op. Cit., Págs. 43-49.

⁶³ MARTÍN-CARO, A.: *La radio del Siglo XXI*. Fragua. Madrid, 2000. Pág. 127.

⁶⁴ SOUCHON, C.: *Educación y medios de masas: contradicciones y convergencias en La educación en materia de comunicación*. UNESCO. París, 1984.

⁶⁵ KUPISIEWICZ, C.: *La escuela y los medios de comunicación*. Perspectivas, vol. 1 – XIV. UNESCO. París, 1984.

⁶⁶ **PÉREZ TORNERO, J.M.:** *Esbozo de un modelo de análisis del discurso*. Cuadrenos de Traducción e Interpretación, nº 1. Madrid, 1989.

⁶⁷ **MACBRIDE, Sean:** (1988) Op. Cit., Págs. 60 y 61.

⁶⁸ **BALLESTA, Javier:** *La incorporación de la prensa a la escuela*. Seco Olea. Madrid, 1991. Pág. 67.

⁶⁹ **ARMAS PUENTE, Gregorio:** *TV Educativa*. Boletín Radio y Educación de Adultos, nº 41-42. Las Palmas, 1999. Pág. 35.

⁷⁰ **ROMERO, Andrés:** (1974) Op. Cit., Pág. 17.

⁷¹ **RODRÍGUEZ VILAMOR, José:** *Nuevo Periodismo para el nuevo milenio*. Editorial Olalla, Madrid 1997. Pág. 19.

⁷² **FERRER, Eulalio: (1997) Op. Cit., Pág. 9.**

⁷³ **OREJA, Marcelino, en CAMPO VIDAL, Manuel: *La transición audiovisual pendiente*. Ediciones B. Barcelona, 1996, Pág. 9.**

2.1. La radio como medio de comunicación

La radio sigue siendo, al inicio del Siglo XXI, el medio de comunicación más universal. Puede decirse que los ciudadanos se enteran de las noticias por la radio, las confirman por la televisión y las reflexionan, al día siguiente, con el diario; los que leen los diarios, por supuesto, que son una minoría, mientras que la radio la escuchan todos¹.

El profesor Cebrián² define la radio como el “medio de comunicación a distancia por el que un grupo minoritario, mediante sonidos, difunde por vía hertziana unos contenidos (informativos, formativos, diversivos, persuasivos), cristalizados en unidades de programas que se yuxtaponen en continuidad para formar una emisión, a una audiencia numerosa, disgregada y heterogénea, que en algunos caso, como el de los radioaficionados permite la respuesta por el mismo sistema”.

Menos ortodoxo y más prosaico, pero más expresivo, fue el escritor Robert Ballantine al decir, cuando se refería al por entonces nuevo medio: “saben ustedes que el sonido de una mosca que camina sobre un papel puede ser transmitido hasta

el corazón de África y allí hacerlo bramar como si fuesen las cataratas del Niágara”.

Considerada por Escarpit³ como “la voz sin rostro” y por Chardín como “la conciencia ética”, la radiodifusión tiene su propia identidad. Identidad que nace de una serie de señas o características:

❖ Inmediatez.

La noticia se transmite a los oyentes tal y como se produce, o apenas unos instantes después. Tan solo se necesita un mínimo equipamiento (puede ser un simple teléfono móvil). La televisión, para ofrecer imagen, necesita mucha más infraestructura y la prensa, está constreñida por el horario de tirada.

A pesar de ello, la complejidad técnica de la radio es grande. A este respecto, Ángel Benito⁴ considera que “la dificultad para el estudio científico de la Radiodifusión, no radica sólo en el carácter no vinculado de la audiencia, ni siquiera en la larga serie de condicionamientos de todo tipo que operan sobre

ella, como en general, sobre todas las actividades comunicativas del alcance colectivo. La mayor dificultad radica en las exigencias específicas de tipo técnico que precisa el canal radio”.

Así, insiste Emili Prado⁵ en que “la gente se enfrenta a la radio como si fuera una tecnología vieja u obsoleta. Sin embargo, ni la radio tiene tantos años de vida como para llamarla vieja, ni se han experimentado todas sus posibilidades. Además, históricamente, la mayoría de innovaciones tecnológicas en el campo comunicativo se han introducido en la radio antes que en cualquier otro medio”.

Con la mirada puesta en el futuro, la radio debe estar atenta a los avances y cambios tecnológicos. Si no lo hace así, otros medios acabarán suplantándola, aunque éstos sean percibidos por los ciudadanos como medios menos creíbles o más *encorsetados* por intereses y presiones de cualquier índole.

Es cierto que la libertad y la independencia se consiguen con credibilidad, pero ésta es difícil de lograr si las técnicas redaccionales no resultan competitivas, si los ciudadanos no

disponen de cauces de participación efectiva o si la calidad del sonido resulta deficiente⁶.

❖ Fugacidad.

La radio no espera, a diferencia de otros medios, como la prensa escrita, donde se puede abandonar la lectura durante unos momentos y luego retomarla. Recuerda McLeish⁷, que esta singularidad, la fugacidad, hace que el oyente no solo deba oír el programa en su momento de emisión, sino que también tiene que entenderlos en dicha ocasión.

En la radio no existen las segundas oportunidades. No debemos olvidar que la audición en la radio no necesita concentración, a diferencia de la televisión y de sus nuevos servicios⁸ y como recuerda Lledó⁹ “en el lenguaje hablado que constituye, como oralidad, la esencia originaria de la comunicación entre los seres humanos, lo dicho está, en todo momento, sustentado en la presencia del que habla, en su

propia y exclusiva temporalidad. El lenguaje hablado, ceñido a su carácter oral, presenta, pues, un aspecto efímero, instantáneo”.

Para subsanar esta deficiencia de la radio, existe la redundancia. Al respecto afirma Muñoz¹⁰ que “una de las condiciones del lenguaje radiofónico es la necesidad de redundancia. La fugacidad -la difícil retroactividad- del mensaje obliga a reiterar los términos y las ideas principales de la información o el relato. Esta peculiaridad es especialmente importante a la hora de impartir una lección por medio de palabras y sonidos”.

❖ Capacidad de sugestión.

La genera la falta de percepción visual entre el emisor y el receptor. Este inconveniente da lugar, en cambio, a una característica positiva de la radio. La radio crea un espacio nuevo. No es el espacio físico real, sino un espacio acústico mental¹¹.

El oyente tiene que crear mentalmente la imagen visual transmitida por la imagen acústica. En definitiva, ha de recrear en su mente la imagen de a quién escucha o de lo que está escuchando, porque como afirma Cristina Romo¹² “el lenguaje radiofónico no tiene límites y exige eso, que no se le limite, ya que el medio está abierto para que, a través de él, transiten y se muevan con libertad las palabras, los enunciados, las ideas, los pensamientos, los sentimientos, el acontecer, el humor, la filosofía, la vida. Todo lo que puede ser expresado con palabras puede ser transmitido por radio, ¿y qué cosas no pueden ser expresadas con palabras o transformadas en sonidos?”

❖ Incapacidad de elección.

Si un diario o una revista nos presentan su contenido en los sumarios y nosotros podemos acudir a la página concreta que nos interesa, en la radio no ocurre lo mismo. No leemos lo que queremos, sino que escuchamos todo y, además, en su orden. Esta característica es propia de los medios audiovisuales; es decir, tanto de la radio, como de la televisión.

Recuerda López¹³ que “el oyente no puede elegir el momento en que quiere escuchar noticias. Se deberá atener a la programación, lo que no sucede con el periodismo escrito, del que sólo dependeremos en cuanto a su horario de distribución”.

❖ Limitación de tiempo.

De nuevo establecemos una comparación con la prensa escrita. Si esta puede aumentar el número de páginas cuando le viene bien desde el punto de vista publicitario o el informativo, la radio tiene un espacio temporal finito.

El día sólo tiene veinticuatro horas y ni mucho menos son todas de información. La radio, pase lo que pase, sea cual sea el mensaje que comunique, tiene siempre un tiempo limitado. De ahí los tópicos tan repetidos de “no tenemos tiempo para más”, “hasta aquí nuestro tiempo” o en la radio, “el tiempo es oro”.

Todas estas características hacen de la radio un medio de comunicación con identidad propia, y desde el punto de vista meramente informativo, el mejor y más eficaz de ellos al servicio de la transmisión de hechos actuales.

Así lo asegura Fermín Bocos¹⁴, al afirmar que “la radio es, nada menos que un medio de comunicación universal y por lo mismo un instrumento poderoso, incitador, inquietante incluso: un medio capaz de informar, formar o educar, y también, por qué no decirlo, de deformar la realidad y sus casi siempre plurales verdades. Para aquellos que han situado la televisión en la cima del Olimpo quiere todo esto decir que cuando hablamos de radio, no estamos hablando del hijo de un Dios menor. No. La radio es la palabra, el verbo y con ella se anudan todavía algunos de los misterios y señas esenciales de la condición humana: la expresión de sus más íntimos latidos”.

A este respecto, el profesor Casasús afirma que “la radio y la televisión son medios que tienen poder sobre los comportamientos globales, pero no sobre los detalles. Imponen (por sus limitaciones técnicas y de tiempo) una percepción superficial y a la vez fragmentada de la realidad. Los mensajes

sonoros y visuales se suceden con una rapidez que impide retenerlos, anulándose entre ellos”. Y concluye: “si alguien quiere atender a los matices de una noticia, se pierde la que viene a continuación”.

Establecidas estas características, es evidente que la radio informa antes que los demás de la actualidad, de las noticias y por añadidura, de forma más ilustrada. Según el informe FOESSA de 1993, “la radio es el medio más creíble, por encima de la prensa”.

Un empeño que la prensa escrita intenta imitar por todos los medios, con mayor o menor fortuna, se refleja muy claramente en experiencias como la del periódico estadounidense *USA Today*; un periódico que incluye numerosísimas fotografías y gráficos, para imitar a la televisión o a los nuevos medios electrónicos, transmitidos a través de la red Internet, que como todavía no han encontrado su auténtica identidad, usan un poco de todo.

Por resumir esta reflexión podríamos decir, que hoy en día, así lo señala James Terril del diario norteamericano *The New*

York Times, “la radio y la televisión siguen ofreciendo los titulares y la prensa escrita el análisis, la abundancia de datos, etc.”.

En cuanto a la competencia de los otros medios, la radio no debe ver como enemigos a los elementos de las nuevas tecnologías. El valor de la radio está de sobra comprobado y, como alternativa diferente, tendrá que convivir con todos los restantes recursos tecnológicos que en hora buena están apareciendo o puedan aparecer en el futuro¹⁵. Más aún, según Daniel Capella¹⁶, “las primeras investigaciones serias realizadas en los hogares conectados a la red en los Estados Unidos, muestran cómo Internet perjudica seriamente a los otros medios de comunicación. Así, por ejemplo, en esos hogares la audiencia de televisión decrece en un 32%, una cifra importante. Sin embargo, la radio sobrevive, y apenas cae su uso en un simbólico 5%. Por lo tanto pueden estar tranquilas las emisoras (por ahora): ni sus oyentes, ni sus ingresos por publicidad descenderán de manera radical”.

Evidentemente, la radio no cuenta con la imagen, que multiplica la información. Se trata éste de un aspecto importante

desde la perspectiva educativa, ya que el radioescucha transforma una información acústica en una imagen óptica. La señal auditiva se convierte en imagen a través de un proceso de transformación que se desarrolla en el radioescucha, con lo cual el radioescucha participa activamente en este proceso, y la ciencia afirma que el mensaje adquiere así mayor potencia emocional, es más insistente, más persistente y por tanto, de mayor eficacia pedagógica¹⁷.

Hay que hacer mención necesariamente al viejo lema de “Una imagen vale más que mil palabras”, añadiéndole, que si además esta está en movimiento, es probable que se multiplique por diez, o más. El hecho de que la radio no cuente con ellas, obliga a explicar lo que ha ocurrido con más detalle, a pesar de la premura constante de tiempo.

La radio, admirada como superviviente de la televisión, tiene muchas propiedades equiparables a la función expresiva y estética del séptimo arte; funciones que numerosos profesionales de la comunicación todavía no han conseguido asimilar.

Lo cierto es que la pluma, la máquina de escribir o el programa de procesamiento de textos, invitan al pulimento y a la precisión. Convocan a la reflexión, a la forma de comunicación más reflexiva y menos ágil, espontánea y ligera. Los utensilios de la escritura lo tratan a uno como pensador, y por eso existe el placer de escribir con pausa y con café. En la radio, en cambio, uno se sienta ante el laconismo del micrófono y es desafiado a hacer del verbo, lenguaje total¹⁸.

En todo caso y siguiendo a McGuire¹⁹, “la palabra hablada ha demostrado también poseer una mayor fuerza de comunicación que la escrita”. En otras palabras, es el nivel del habla la base del lenguaje radiofónico, y precisamente, la clave de la importancia educativa de la radio reside en que si todos hablamos, pocos escriben, desde el principio de las escrituras hasta nuestros días. En nuestro Tercer Mundo es fácilmente verificable²⁰.

Una particularidad importante, por cierto, es que para escuchar la radio no hay que abandonar cualquier otra actividad que estemos llevando a cabo, sea cual sea, aunque al respecto,

comenta Haye²¹ que “con todo el perjuicio que esto supone en términos de atención y comprensión de su contenido”.

No es el caso de la televisión, que necesita de mucha más atención. Es sabido que la radio se oye en las oficinas, talleres, en el hogar mientras se estudia, se llevan a cabo labores domésticas, en los automóviles, incluso en los quirófanos, mientras se opera. La radio no interfiere, no distrae la atención, aunque sí el espíritu.

En definitiva y siguiendo el discurso de Carpenter²², “el espacio auditivo no tiene ningún foco preferente. Es una esfera sin fronteras fijas, un espacio construido por la cosa misma, no un espacio que contiene la cosa. Se trata de un espacio dinámico, fluyente y cambiante. El sonido se recibe de todas partes. No importa la postura que se adopte”.

Según un estudio realizado en el año 1998 por las empresas *Tecop*, *Medi-Radio* e *Ibecom*, el noventa y seis por ciento de los automovilistas llevan encendida la radio durante la conducción. Otros datos extrapolados de este informe son los siguientes: uno de cada cuatro trabajadores escucha la radio

mientras lleva a cabo su jornada laboral, más de un millón de automovilistas españoles sintonizan la radio los fines de semana y entre sus preferencias están los programas de entretenimiento, las noticias y las informaciones de servicio público.

En el caso de España, los más recientes estudios aseguran que el ciudadano oye al día de media la radio noventa minutos, mientras que ve no menos de tres horas de televisión. El 77,1% de los oyentes escucha la radio siempre en el mismo punto del día; invariablemente la misma emisora. Un dieciocho y medio por ciento escucha dos emisoras y sólo el tres y medio por ciento escucha tres o más emisoras cada día.

2.2. La evolución de la radio

Partiendo de que la primera comunicación telegráfica sin hilos de la historia, o lo que es lo mismo, la primera comunicación radiofónica, tuvo lugar el 14 de mayo de 1877 en el Canal de Bristol, al comunicarse dos poblaciones distantes en torno a cinco kilómetros, las primeras emisiones radiofónicas como medio de comunicación se atribuyen a un norteamericano, Charles D. Herrold, que en 1909 transmitía diariamente información meteorológica, noticias y música. Posteriormente, en 1916, un ingeniero estadounidense, David Sarnoff, elaboró un informe para la American Marconi Company, en el que ponía de manifiesto la rentabilidad de la radio si era utilizada como medio de comunicación²³.

En Europa, las primeras experiencias se realizan en París (Francia), Portsmouth (Reino Unido) y en Madrid, donde el ingeniero Matías Balsera realizó diversas retransmisiones de conciertos desde el Palacio de Comunicaciones y el Teatro Real, siempre con carácter experimental. Balsera, auténtico pionero de la radio en nuestro país, llegaría a ser –posteriormente– presidente de la Asociación Radio Española, entidad que promovió el desarrollo de este medio de comunicación en el territorio nacional. Otros nombres destacados en la historia de la

radio española son Antonio Castilla, los hermanos De la Riva o José María Guillén García, impulsor de la Asociación Nacional de Radiodifusión.

Las autoridades españolas tardaron en legislar la regularización de la radio. No lo hicieron hasta el año 1920, concediéndose las primeras frecuencias oficiales tres años después, en 1923.

Entre tanto, en Estados Unidos comenzaban a formarse las primeras cadenas radiofónicas. La pionera fue la promovida por la *RCA (Radio Company of America)*, que tras un importantísimo desarrollo pasó a denominarse *NBC*, dando lugar a una cadena de televisión en abierto que, en la actualidad, es una de las cuatro “grandes” de los Estados Unidos, junto a la *CBS, ABC y Fox TV*.

En España, la primera frecuencia oficial (EAJ-1) se la adjudica *Radio Barcelona*, a pesar de que en Madrid existía una emisora que había comenzado antes sus emisiones radiofónicas: *Radio Ibérica*. Ésta, a pesar de ser la primera en transmitir (sobre todo, programas de entretenimiento, música y discursos

políticos) y de tener un gran éxito de audiencia, acabó siendo comprada por *Radio Madrid* y desmantelada. Dos de las emisoras citadas, *Radio Barcelona* y *Radio Madrid*, serían pilares poco después de la primera gran cadena de radio española: *Unión Radio*.

Unión Radio fue promovida por el hoy desaparecido, pero por entonces muy prestigioso diario *El Sol*. Esta cadena de emisoras fue ampliándose con el tiempo, como amplió también su capital social inicial que era de 50.000 pesetas. En la actualidad, con casi ochenta años a la espalda, *Unión Radio* es el nombre que recibe la sociedad en la que el Grupo *PRISA* (Promotora de Información Sociedad Anónima) agrupa sus distintos negocios radiofónicos: *Cadena SER* (*Sociedad Española de Radiodifusión*), *Cadena 40*, *M-80 Radio*, *Radiolé*, *Cadena Dial*, *Sinfo Radio*, etc.

Los primeros servicios informativos radiofónicos se ponen en marcha en Estados Unidos; concretamente, es la emisora *KDKA* de Pittsburgh la que decide apostar por la información, con un departamento propio. En Europa, es la *BBC* (*British Broadcasting Corporation*) de Londres, la que implanta por

primera vez este servicio. En España, *Unión Radio* pone en marcha en 1930 sus propios servicios informativos con una programación específica denominada “La Palabra”, con diez ediciones diarias.

En estos primeros años de la radio como medio de comunicación, los oyentes permanecían atentos al receptor como si quisieran ver a través de él las imágenes que con la palabra les transmitían los locutores de las emisoras. Además, debido al elevado precio inicial de los receptores de radio, la transmisión se escuchaba de forma colectiva y en lugares públicos, como bares, casinos, salones, etc. Sólo en los hogares más pudientes, podía reunirse a solas la familia para escuchar los programas todos juntos.

Se inicia así un fenómeno desconocido hasta ahora, que es la posibilidad de que toda la familia disfrute de un medio de comunicación, ya que hasta ese momento la prensa había sido un coto cerrado para el cabeza de familia. Sin embargo, de la radio puede disfrutar el resto de miembros de la familia, como es el caso del ama de casa (“Radio Fémica” de *Radio Barcelona*) o de los niños.

En torno a la década de los años treinta, se abre una etapa para la radio considerada como “los años de esplendor” que culminaría con el comienzo de la Segunda Guerra Mundial. Se denominan “años de esplendor” porque este medio de comunicación experimenta grandes avances.

Los contenidos mejoran de una forma sustancial, tanto en información, como en entretenimiento; además, se lleva a cabo una especialización, dando lugar a espacios radiofónicos específicos para la mujer y los más pequeños de la casa. Es en esta época cuando Orson Wells pone en antena en la CBS su adaptación radiofónica de “La guerra de los mundos” de H.G. Wells, impactando a la sociedad norteamericana; sin duda, se trata de un auténtico hito de la comunicación radiofónica.

Desde el punto de vista técnico, los avances son considerables, tanto en la mejora de la calidad del sonido, mediante la introducción de nuevos y más modernos sistemas de transmisión, como en la fabricación –a precio más económico– de aparatos receptores, lo que posibilita la generalización del medio radio en la sociedad de entonces. Concretamente, se

calcula que en este periodo había en torno a veintidós millones de oyentes potenciales en todo el continente europeo; sólo en Alemania, se contabilizaban por entonces, cinco millones de receptores.

Evidentemente, la capacidad de difusión de este nuevo medio de comunicación fue rápidamente comprendida por el mundo político. La radio iba a convertirse en esos años convulsos en un “arma política” de primer orden. Así lo entendió, Roosevelt, que gracias a sus discursos radiados a todo el norte del continente americano consiguió hacerse con la presidencia de la unión; Adolf Hitler, cuya imagen está ligada permanentemente a un micrófono; etc. También la Iglesia Católica supo ver a tiempo la influencia que la radio podía tener en su labor evangelizadora; así, el Papa Pío XII inauguró en 1931 las emisiones de *Radio Vaticano*.

La radio, según Garitaonandia²⁴, se convirtió también en un arma propagandística de los políticos que ocupaban por entonces el poder: “no fue un mero altavoz de los mensajes, un amplificador del discurso oral, sino un medio de configuración de la opinión pública, que utilizó el Gobierno y le sirvió para su

relación con los ciudadanos. La radio se convirtió en un instrumento principalísimo de comunicación del Gobierno”.

El desarrollo de las cadenas radiofónicas es imparable. En Estados Unidos nacen nuevas iniciativas, como la *CBS*, que se suma a la *NBC*. La *Columbia Broadcasting System* también daría lugar a una cadena de televisión en abierto. En Europa, comienzan a crearse sólidas emisoras estatales; en el Reino Unido se estataliza la *BBC*, mientras que en Alemania, Francia o Italia, se crean nuevas emisoras públicas.

No es el caso de España. Sin ninguna iniciativa pública, la radio sigue desarrollándose en España con la mera actividad privada, lo que merma su velocidad de desarrollo, sobre todo técnico. Además, se da la circunstancia, de que en esos “años de esplendor” España vive una guerra civil que la deja en una situación lamentable.

Curiosamente, durante el conflicto, fueron los militares sublevados, el denominado bando “nacional”, el mejor supo utilizar la radio como arma política, a pesar de que contaba con muchas menos emisoras que el bando republicano. Nada más

producirse el alzamiento (18 de julio de 1936), los generales hicieron uso de la radio para anunciar sus intenciones a la población y para emitir bandos. Fue el caso del general Queipo de Llano a través de *Radio Sevilla*, del propio Francisco Franco, mediante *Radio Tetuán* y de otros colegas de armas, que lo hicieron en *Radio Club Tenerife* o *Radio Castilla* de Burgos.

A sabiendas de la importancia que la radio podía tener para inclinar de uno u otro lado la balanza del conflicto que se iniciaba, apenas seis meses después de iniciada la Guerra Civil, el general Franco ordenó poner en marcha *Radio Nacional de España*, actual emisora estatal del país, cuyas primeras emisiones salieron al aire desde un transmisor portátil instalado en camiones, el 19 de enero de 1937. A pesar de la difícil situación, esta emisora combinaba la información y los partes de guerra, con espacio de música y humor.

Se da la circunstancia de que muchos ciudadanos de uno y otro bando escuchaban a hurtadillas al contrario para hacer balance y sacar las oportunas conclusiones de lo que –en verdad- estaba ocurriendo en el conflicto.

Tras la Guerra Civil, el férreo control que la Dictadura impuso a los medios de comunicación, incluida la radio, fue determinante para su desarrollo, sobre todo, en lo que a los contenidos se refiere. Ante la censura, la falta de información y la necesidad de entretenimiento que tenía una población acuciada por el hambre y la pobreza de la posguerra, los profesionales de la radio fueron capaces de crear numerosos programas de calidad: concursos, dramatizaciones y seriales, espacios infantiles, espectáculos cara al público, etc.

De aquel tiempo comenta Munso²⁵ que “resultó ser un buen momento para los artistas, puesto que los cuarenta fue una sociedad dispuesta a consumirlo todo. Así hicieron su agosto todos los actores, músicos, cantantes y bailarines habidos y por haber”.

Un gran impulsor de la radio comercial fue Bobby Deglané, que a juicio de Vicente Marco²⁶, es “sin duda el hombre a quien más debe la radio comercial, pues enseñó a muchos propietarios de esta radio que sus emisoras podían ganar mucho dinero. La verdad es que a Bobby se le agradeció muy poco el hecho”.

En el caso de la información, las posibilidades creativas eran mínimas. Las cuestiones nacionales e internacionales estaban reservadas a *Radio Nacional de España*, cuyos “partes” (programas informativos) tenían que ser emitidos obligatoriamente por todas las emisoras del Estado de forma simultánea. Las estaciones privadas sólo podían informar de cuestiones locales y deportivas, básicamente, con carácter local.

Ya en los años cincuenta, el régimen decidió conceder un importante número de frecuencias radiofónicas a distintas diócesis españolas y agrupaciones e institutos religiosos. La Iglesia Católica las agrupa bajo el nombre de *Radio Popular*, aunque no emitirían en forma de cadena hasta el año 1982, cuando se crea la *COPE* (Cadena de Ondas Populares de España).

También a mediados del siglo pasado comienza a incorporarse la Frecuencia Modulada a España. Aunque las emisiones regulares en FM se inician en 1941 en Estados Unidos, a nuestro país llegan con bastante retraso. Es el Gobierno el que impulsa la implantación de este nuevo sistema

de transmisión, que iba a complementar a la Onda Media, incorporándolo a *Radio Nacional de España* y obligando a las emisoras privadas a sumarse a la iniciativa.

Este fue –sin duda– un momento clave para la historia de la radio en España, puesto que abrió la puerta a numerosos profesionales que no tenían cabida en la tradicional Onda Media por su juventud y que encontraron en la FM un campo de experimentación e innovación. Surgen de esas iniciativas fórmulas como “Los cuarenta principales”, que llegarán a originar su propia cadena de radio. Esta primera implantación de la Frecuencia Modulada daría lugar después al “boom de la FM”.

El final de la Dictadura de Francisco Franco posibilitó que las emisoras privadas fueran autorizadas a emitir información según sus propios criterios. Ocurrió exactamente, en 1977. La primera en hacerlo fue la *Cadena SER*, con su espacio “Hora 25” ideado por Antonio Calderón; las demás estaciones radiofónicas pronto incluirían espacios informativos en sus programaciones. De hecho, su trabajo fue capital a la hora de frenar el intento de Golpe de Estado del 23 de febrero de 1981. Su eficacia

informativa hizo que las largas horas que siguieron a la intentona del general Milans del Bosch y del teniente coronel Tejero fueran denominadas como “la noche de los transistores”. Además de permitir que todos los españoles pudieran escuchar en directo la intentona golpista, se adelantaron a la prensa escrita y sustituyeron a una televisión que había sido ocupada por efectivos militares.

Apenas un año después, se iniciaba una nueva época en la radio: “el Boom de las FM”. Una masiva concesión de licencias para constituir emisoras de Frecuencia Modulada preparada en 1979, pero aplicada en 1982, lleva a la creación de dos cadenas, *Antena 3 de Radio* y *Radio 80*, cuyas programaciones dejan de ser meramente musicales, para constituirse en competencia directa de las tradicionales ondas medias. Ambas emisoras acabarían fusionándose, para después, con una *Antena 3 de Radio* líder en el sector radiofónico español, ser adquiridas por el *Grupo PRISA* y disueltas sus sociedades.

Nace por entonces otra pequeña cadena de radio, la *Rueda de Emisoras Rato*, luego *Cadena Rato*, que daría lugar a la actual *Onda Cero Radio*, a iniciativa de la *ONCE* (*Organización Nacional*

de Ciegos de España) y que posteriormente sería incorporada por *Telefónica* a su filial *Telefónica Media*. Surgen también por entonces las primeras emisoras autonómicas de titularidad pública: *Radio Euskadi* y *Euskadi Irratia* en el País Vasco; *Radio Galega* en Galicia; *Catalunya Radio* en Cataluña; *Onda Madrid* (actual *Telemadrid Radio*) en la Comunidad Autónoma de Madrid; y posteriormente, *Canal Sur Radio*, en Andalucía; *Radio Nou*, en la Comunidad Valenciana; y *Onda Regional de Murcia*, en la Región de Murcia.

Posteriormente se han producido otros repartos de licencias de Frecuencia Modulada, concretamente en 1989 y 1999, que han servido para completar la cobertura de las grandes cadenas, dominadas durante los últimos años del Siglo XX por las tertulias políticas y por tanto, convertidas en buena medida, en grupos de presión con tendencias expuestas de forma muy clara.

2.3. Principios de programación radiofónica

No es casualidad que las horas de mayor audiencia sean las que al oyente le resultan incompatibles con ver la televisión. Por la mañana, los informativos matinales están orientados a las personas que se están arreglando en el cuarto de baño o están desayunando y a los que se dirigen en su coche o en el transporte público al trabajo o a la Universidad, etc. Los informativos del mediodía y la tarde coinciden con las horas a las que los trabajadores vuelven a casa a comer o después de la jornada laboral, sobre todo en el coche. Los programas deportivos de tanta audiencia, están estratégicamente colocados en un horario en el que el oyente ya se encuentra en la cama a punto de dormir.

Se dice que la programación es la “acción o efecto de programar”. Es evidente, se trata de una mera definición de diccionario, pero lo cierto es que es una labor muy compleja. Por programación hemos de entender la organización y estructura de un conjunto de emisiones, es el producto global que una emisora de radio ofrece en un determinado espacio de tiempo.

Y la labor que los profesionales deben llevar a cabo para establecer esa organización y esa estructura es una planificación

prevista de los programas que se van a producir, contratar y emitir, mediante esquemas, repartos de contenidos y distribución de los horarios. Cebrián²⁷ lo sintetiza así: “la planificación de una relación comunicativa entre una empresa de radio y una audiencia, mediante unos contenidos sistematizados y organizados, elaborados y ordenados según una duración y unos horarios condicionados por los recursos técnicos, humanos y económicos de producción y previstos para ser emitidos durante un tiempo”.

Muchos programadores se defienden de las críticas a su labor diciendo que ofrecen lo que la audiencia reclama, pero ante este mensaje, cabría responder que ocultan que no han ofrecido a este público todas las alternativas para que finalmente escoja. En consecuencia, la audiencia pide entre aquellas cosas²⁸.

Llegados a este punto hay que volver a citar a John Reith, que no dudaba en afirmar, al respecto de la programación, que “nuestra responsabilidad es llevar al mayor número de gente cualquier tema que ayude a la mejora del conocimiento humano, independientemente de lo que la audiencia quiera o desee oír”.

El problema –desde el punto de vista educativo- es, según Balsebre²⁹, que “la necesidad de tener un sitio en el mercado radiofónico por parte de cada uno de los agentes que quieran tener su emisora de radio llevará a una competitividad en la que la función económico-empresarial será determinante y la educativo social será subsidiaria”.

Es decir, que aunque casi resulta obvio y perogrullesco el formularlo así, el factor que tal vez determina más el posible uso educativo de la radio es la propia voluntad, la intencionalidad de los dueños o directivos de esa emisora³⁰. Algunos aspectos sobre esta cuestión son tratados en el capítulo tercero de esta investigación.

En definitiva, lo que pretende siempre una emisora con su programación es ser competitiva. Teóricamente, la programación se establece a tenor de las circunstancias sociales, económicas, políticas y otras de la sociedad, aunque, a menudo, se olvidan de su función de servicio público, metidos como están en una lucha sin cuartel por la publicidad y la audiencia³¹.

El grupo planificador-programador no se conforma con elaborar las políticas de producción y con marcar la línea de trabajo, sino que supervisa y controla el ajuste de los programas concretos y el modo de realización y emisión de los mismos a sus deseos originales³².

Por otro lado, en las emisoras de titularidad estatal no se puede descuidar el denominado servicio público, en muchos casos contraproducente en la programación o molesto. Y en el caso de las emisoras privadas, la programación tiene una finalidad muy clara: la audiencia. Teniendo en cuenta que no siempre se busca la audiencia por la audiencia, sino que a veces, se intenta lograr una audiencia muy seleccionada, muy concreta.

A la hora de programar, es decir, de establecer una programación, hay que tener en cuenta de qué espacio disponemos, qué objetivos de audiencia queremos tener y qué medios podemos emplear. Es lógico que tengamos en cuenta también los intereses de nuestra empresa.

Una vez ponderadas todas estas variables, creamos lo que se llama una *parrilla* de programación, en la que tienen cabida los más diversos programas, ya sean: informativos, dramáticos, musicales, culturales, de entretenimiento, infantiles, femeninos, deportivos, concursos, etc. La “parrilla” se divide en franjas horarias, que presentan rasgos formales determinados. Cada una de esas franjas puede comprender uno o más programas.

Hay que buscar un equilibrio en la programación: la coherencia y la cohesión de la planificación de espacios requieren una mezcla equilibrada de los elementos con el fin de mantener la atención del oyente o el telespectador. Éste, por la propia heterogeneidad social y por las circunstancias que envuelven a cada audiencia, siempre es un desconocido para el programador. Sin embargo, una concepción general aconseja la proporcionalidad (en duración, horario, etc.) de los programas que debe combinar. Hemos hablado largo y tendido de la programación en radio, por qué se hace, de acuerdo a qué parámetros, etc.

En lo que a la programación informativa se refiere, esta es el único contenido programado reiteradamente a lo largo de cada

día. La intermitencia le otorga un aspecto de continuidad y la reiteración de programas no supone repetición de contenidos, porque la actualidad varía, sino de acumulación y seguimiento.

A la hora de programar, algunas emisoras especializadas prescinden de la información, ya que no aporta valor añadido a sus oyentes; es el caso de muchas de las radiofórmulas. En alguna excepción hay brevísimos boletines informativos con las noticias más destacadas hasta el momento y a unas horas prefijadas con exactitud.

Asimismo, puede ocurrir al contrario, como pasa desde hace ya algunos años, que las emisoras centren toda su programación en la información. Esto ocurre en Estados Unidos, donde se generó la fórmula “all news”, que en España se ha implantado en *Radio 5* de *Radio Nacional de España* y en *Catalunya Informació*, de la *Corporación Catalana de Radio y Televisión*.

En cuanto a la radio generalista, radio hablada, “talk radio”, convencional, etc., la información se integra en un conjunto más amplio de información, pero como eje sobre el que

gira el resto. Es por eso por lo que incluso en la organización interna de las emisoras, suele existir una división muy clara entre el área de programas y el área de informativos, con competencias concretas y bien diferenciadas. Al fin y al cabo los contenidos informativos tienen sus propias exigencias de actualidad e inmediatez diferentes al resto de contenidos y además requieren de horarios fijos, de una cita puntual con la audiencia.

Estas peculiaridades hacen que la información tome un lugar privilegiado en las programaciones generalistas, ocupando los horarios preferentes, acomodándose a la narración de acontecimientos o interrumpiendo al resto de programas para contar una noticia de alcance e incluso anulándolos, sustituyéndolos. A menudo la fórmula informativa contagia a otros programas de la cadena, como los *magazines*, que adaptan su estructura y contenido a las noticias en espacios concretos o reaccionando a un hecho relevante.

Todos estos planteamientos demuestran que la programación puede ser moldeable conforme a la actualidad y a la importancia que puedan tener determinadas noticias. El

hecho de estar pegada a la actualidad demuestra dinamismo y vitalidad y da la impresión de que está viviendo la evolución de la sociedad, la historia en definitiva, minuto a minuto.

Lamentablemente, la triple función de la radio como medio de difusión, de comunicación y expresión ha sido dilapidada, en buena medida, por la constante unificación de programas y fórmulas. El uso de la radio como medio mercantil ha devaluado tanto la función estética de la radio, como la meramente expresiva.

2.4. El proceso técnico de la radio I. El sonido

Según la definición del Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, el sonido “es la sensación producida en el órgano del oído por el movimiento vibratorio de un cuerpo transmitido por el aire o por cable, cuando se halla en una gama perceptible de frecuencias acústicas”.

La forma en que el ser humano es consciente de lo que ocurre a su alrededor es mediante el empleo de los sentidos. De todos ellos, y hablando de radio, nos interesa solamente uno: el oído. A él llegan sonidos de todo tipo, aunque los que van a acaparar nuestra atención van a ser los sonidos, pero desde otros muchos puntos de vista aparte del físico. Vamos a intentar hacer una panorámica de todos.

Para que exista el sonido es imprescindible que se produzca una vibración. Por ejemplo, las cuerdas vocales se mueven y el tímpano vibra al recibir el sonido. Esa vibración llega a nosotros gracias a que se ha propagado por el aire, aunque también puede propagarse por elementos sólidos o líquidos. La vibración da lugar a una onda. La piedra que cae al agua y forma ondas. Las ondas más altas están junto al impacto y luego, poco a poco, van descendiendo de intensidad a medida

que se alejan. Eso se debe a la pérdida de la energía. Pero, si nos fijamos, la distancia entre cada una de esas ondas, es siempre la misma.

Hay distintos tipos de sonidos. Se diferencian, básicamente, como señala Matras³³, por su intensidad, tono, timbre y duración.

❖ Intensidad.

Técnicamente está determinada por la amplitud que posea la onda sonora. Esta, a su vez, es variable en función de la potencia de la vibración, de la distancia donde se encuentre la fuente emisora y del medio en que se propague. Según su intensidad, hay sonidos fuertes o débiles y se miden en belios o decibelios.

❖ Tono.

Es la sensación que recibe el oído al percibir el sonido. Los hay graves y agudos, dependiendo de la frecuencia de la onda y se miden en hertzios.

❖ Timbre.

Depende de la forma que adopte la onda sonora al superponerse la que denominaríamos vibración principal y otras colaterales (sonidos armónicos). De esta forma, varios sonidos que puedan tener la misma intensidad y el mismo tono, son, en cambio, perfectamente diferenciables.

❖ Duración.

Es la cantidad del sonido, el tiempo del que dispone, y depende de numerosísimas variables.

Es evidente que el sonido es algo más que un mero fenómeno físico. De hecho, la radio fundamenta la comunicación en la combinación de cuatro clases de sonidos, cuatro lenguajes diferentes: la palabra, el lenguaje musical, el lenguaje de los sonidos y el silencio³⁴.

Al respecto de la palabra, de la expresión oral, apuntaba Cebrián³⁵ que “la cultura de masas radiofónica no puede entenderse exclusivamente por la configuración temática que ofrece, sino también por la incorporación de una cultura basada en los sonidos y en particular, por la recuperación de algo inherente y natural al ser humano como es la expresión oral. La radio enlaza con la cultura oral y la integra al desarrollo de los procesos técnicos”.

La palabra es un elemento fundamental en un medio de comunicación que carece de la imagen, pero que despierta igual entusiasmo. Se trata de un medio de comunicación ideal que tiene aún la palabra, en toda su dimensión de sonido y de sentido, como uno de los ingredientes principales para fraguar su mensaje³⁶. Ya se sabe que la Lengua ejerce su poder sobre la muerte y la vida; aquel que sepa dominarla gozará de sus frutos³⁷.

Por otro lado, el sonido despierta sensaciones. Es el caso de la música. Hay canciones que nos alegran, nos entristecen, nos hacen recordar, nos retrotraen a otro lugar. Pero cuidado, porque las imágenes pansémicas a que da lugar la música no

son reproducciones de la realidad. La radio, dice Germán Rey³⁸, "es sentida como más próxima, compañera en las soledades y en los caminos de la sensibilidad".

Veremos más adelante, cómo nosotros podemos ayudarnos de estas sensaciones que crea la música para nuestro trabajo en la radio, para sugerir contenidos visuales al oyente, reforzar determinados mensajes o fijarlos con mayor solidez en la memoria. Al respecto, señala Romano³⁹ que "el proceso comunicativo es fruto del intercambio humano no sólo de información o de conocimientos, también de sentimientos".

Pero no es la música el único sonido con el que podemos hacer esto. Con la voz, mediante un sabio empleo del tono y la intensidad, el locutor puede sugerir firmeza, credibilidad, nerviosismo, etc. Sturm⁴⁰ considera que "en la radio, la voz es la impresión emocional. Y además, estas impresiones emocionales son comparables con los lazos emocionales".

Hay otros sonidos que sugieren enorme cantidad de sensaciones. ¿Cuáles? El correr del agua de un río, tranquilidad; una sirena de fábrica, la industria; un pájaro piando, sosiego, el

campo; una campana tañendo, la iglesia, un pueblo, etc. Además, el sonido no sólo se asocia a sensaciones, sino que gracias a la cualidad hiperestésica del oído, de forma automática se asocia en el cerebro a imágenes y a emociones, olores, etc.

Señala Hernán⁴¹ que “esto se debe a la propuesta de creatividad que significa el mensaje radial para el oyente, quien percibe por medio del oído, pero realiza todo un proceso de creación y recreación en su mente con respecto a imágenes, olores, texturas, ambientes para así complementar y dar sentido a lo que percibe, significándolo, comprendiéndolo y asimilándolo”.

El silencio no puede ser obviado, es un elemento más del lenguaje. Es evidente que un silencio prolongado provoca incertidumbre en el oyente y, en muchos casos, la búsqueda de otra emisora en la creencia de que la que escuchaban hasta ese momento, ha sufrido una interrupción en sus emisiones.

También se ha comprobado que un silencio innecesario o fruto de un error, da lugar a una falta de credibilidad en la audiencia. Esto no es interesante para la comunicación

radiofónica; pero, por el contrario, una pausa valorativa, reflexiva, premeditada, en su ámbito adecuado, puede convertirse en un recurso expresivo de primer orden. Merayo⁴² propone la siguiente utilización de los silencios:

- Elemento de elipsis.

- Elemento de ceugma.

- Elemento de reticencia.

- Elemento de asíndeton.

2.5. El proceso técnico de la radio II. Los sistemas de difusión

No podemos dejar de mencionar el recorrido histórico que ha seguido la técnica para permitir a la radiodifusión ser el medio de comunicación que hoy conocemos.

Aunque la transmisión de mensajes a través de las ondas, la telefonía sin hilos, se debe a Guillermo Marconi, no hay que olvidar que este inventor consiguió el éxito en su tarea gracias a las investigaciones y descubrimientos de otros científicos como:

- Maxwell. Físico británico creador de la moderna electrodinámica que formuló la teoría electromagnética de la luz.
- Hertz. Físico alemán que resolvió el problema de encontrar un medio de transporte que no necesitaba de un soporte material, al idear un circuito oscilador que producía ondas electromagnéticas. Con su nombre fueron bautizadas las ondas hertzianas.
- Branly. Profesor francés que dio con el cohesor de limaduras, que posibilita la recepción de señales radioeléctricas.

- Fessenden. Colaborador de Edison, llevó a cabo la primera transmisión de la voz humana mediante radio.
- Popoff. Inventó la antena radioeléctrica y realizó la primera retransmisión de un mensaje inalámbrico mediante el código Morse.

Fue en 1899 cuando Marconi consiguió efectuar una transmisión a través del Canal de La Mancha. Posteriormente creó compañías con su nombre en Estados Unidos y Francia.

En 1906 comenzaron a celebrarse conferencias internacionales sobre radiotelegrafía y tres años después, en el estado de California, Charles D. Herrold transmite diariamente durante una hora un espacio en el que combina noticias variadas con la información del tiempo.

En España, las primeras experiencias comienzan en la década de los años diez, auspiciadas por el ingeniero Matías Balsera, considerado como *el primer experimentador español*,

que en 1912 retransmitió desde el Palacio de Comunicaciones de Madrid varios conciertos de la banda municipal de la capital de España.

Comenta Martínez-Costa⁴³ que “la radio es un medio de comunicación estrechamente ligado a la tecnología. La producción, distribución y recepción de sus mensajes requiere de un amplio abanico de técnicas como la mecánica, la acústica, la electrónica y la informática (...)La evolución permanente de estas técnicas se proyecta, en consecuencia, de modo decisivo sobre la configuración y funciones de la radio. Los cambios tecnológicos (...) multiplican los servicios de radiodifusión, modifican los hábitos de escucha y favorecen la aparición de nuevas formas de organización y programación”.

- ❖ La onda media o Modulación de Amplitud (OM o AM).

Es el primer sistema de emisión que utiliza la radio dirigida al público en general. Según Cebrián⁴⁴ es “la correspondiente a una longitud de onda que oscila entre los 600 y los 200 metros y una frecuencia entre 500 y 1.500 Kc. Se emplea en la radiocomunicación.

Se propaga menos de día que de noche y en verano que en invierno. Es la onda llamada también *normal*. En onda media, las características de propagación y el sistema de transmisión que se emplea, dan lugar a que la recepción sea de calidad mediana, apta para la palabra y algunos tipos de música.

El espectro radioeléctrico asignado a la onda media es limitado y permite muy pocos canales. En España la asignación de frecuencias de onda media se remonta al Plan de Ginebra de 1975, que asigna a España 237 frecuencias.

A corto y medio plazo, la onda media no va a sufrir transformaciones en España. Aunque su calidad es menor, la

experiencia demuestra que a pesar de sus limitaciones, no desaparecerá, sino que coexistirá con el resto de los sistemas de difusión.

La primera emisora en emitir en onda media fue la *KDKA* de Pittsburg, el 2 de noviembre de 1920. La primera en emitir en España en onda media fue *Radio Ibérica* en 1923.

❖ La onda corta.

En nuestro país, sólo *Radio Nacional de España* emplea este sistema para su canal *Radio Exterior de España*. Se define así: la correspondiente a una longitud de onda que oscila entre los 200 y los 10 metros y una frecuencia entre los 1.500 y 30.00 Kc ó 30 Mc. Se conocen con el nombre de frecuencias altas⁴⁵.

Las emisiones en onda corta son para el extranjero y se basan en atravesar las capas atmosféricas, donde rebotan, recorriendo grandes distancias. Eso sí, dependen de la ionización de la atmósfera, por lo que su difusión varía en función de la época del año y de la hora del día.

En el futuro no se prevén demasiados cambios en este sistema de difusión a pesar del progreso de la técnica. Su futuro está asegurado en las emisiones para los países del Tercer Mundo, que en el caso de *REE* son muchos, ya que está orientada, sobre todo, a Hispanoamérica.

Hay que tener en cuenta que es el único sistema que, con total independencia, permite emitir a cualquier lugar del planeta y ser recibido en receptores sencillos y de precio módico.

- ❖ La frecuencia modulada. La FM: modulación de frecuencia (Frequency Modulation).

Fue descubierta en 1935 por Edwin Amstrong. Nace de variar la frecuencia que va sobre la onda portadora, aumentando la información. A mayor información en la onda, más calidad de sonido en el receptor.

Técnicamente se la define como la modulación que actúa sobre la frecuencia de la onda portadora, haciéndola variar de acuerdo con la información que se ha de transmitir, a la vez que permanece constante su amplitud⁴⁶. Tiene una alta calidad de recepción tanto en sonido mono como estéreo y permite un mayor número de emisoras.

Cuenta con una reducida cobertura, lo que da lugar a que se reciba mal en las zonas rurales, en los automóviles. Este último problema está intentando resolverse desde hace unos años, con el denominado sistema RDS.

Este sistema, Radio Data System, nace a comienzos de la década de los años ochenta para facilitar la sintonía continua de un mismo programa en los coches. Las primeras transmisiones oficiales tuvieron lugar el 1 de abril de 1988. Consiste en añadir un canal de datos a una señal de Frecuencia Modulada, aprovechando su ancho de banda, de forma inaudible para el oyente pero detectable mediante un decodificador. Así, aporta otras prestaciones como la indicación en el receptor del nombre de la emisora sintonizada, el lugar de frecuencia, selección del tipo de programa, transmisión de textos cortos como la hora, la fecha, información del tráfico.

La primera emisora de FM en el mundo fue la norteamericana *W2XMN* de Alpine, Nueva Jersey.

En España, la primera emisora experimental la instaló *Radio Nacional de España* en 1957, pero la primera comercial fue *Radio Mediterráneo*, de la *SER*, en Valencia, abierta en 1960.

España tiene adjudicadas, sin contar con las municipales, 1568 frecuencias. Todo el crecimiento de la radio española durante las últimas dos décadas se ha debido a las FM. Y el

futuro se atisba por el mismo camino, con la introducción masiva del RDS.

❖ El satélite.

Podemos recibir en casa la señal de todas las cadenas españolas de radio mediante un decodificador. Así se hacía hasta que llegaron las plataformas digitales de televisión. En la actualidad, se puede escuchar la radio que se quiera dependiendo de si se sintoniza *Canal Satélite Digital* o *Vía Digital*. La calidad es mayor que la de la frecuencia modulada.

❖ El cable.

En unos años, todas las operadoras por cable nos van a facilitar la señal de radio entre sus servicios de televisión, telefonía e Internet y probablemente gratis. La calidad de sonido a través de la fibra óptica es óptima; similar a la de un Compact Disc.

❖ La red Internet.

No es ninguna novedad escuchar con un ordenador la radio a través de la red. Y no sólo las emisoras españolas, sino cualquier estación de cualquier lugar del mundo. Eso sí, la calidad de sonido no es demasiado buena, por el momento.

En cuanto a las emisoras exclusivamente de Internet, proliferan en los últimos años del Siglo XX y no se sabe muy bien con qué objetivos, con qué proyectos. Se habla de radio *a la carta*, como una posible opción. Oír lo que quieras cuando quieras. Algunos portales como *Ya.com* o la cadena de emisoras *Onda Cero Radio*, han incorporado este servicio, que -por ahora- es prácticamente experimental.

Hay otras iniciativas como la primera radio española en Internet, denominada *WWR, World Wide Radio*, fundada en Barcelona (octubre de 1999) y que transmite en cinco idiomas o *Radio Internet*, que en 1999 resultaba premiada con el Premio *Coca Cola* de nuevos lenguajes.

❖ La radio digital.

Supone el paso definitivo de la radio con tecnología analógica, a la radio con tecnología digital y soluciona la saturación de la banda de FM.

La primera, por describirla a grandes rasgos, se caracteriza porque la información está contenida en las infinitas variaciones eléctricas de algún parámetro continuo, como la tensión de un cable, o la intensidad de un flujo magnético; en el caso de la segunda, la información se encuentra en forma binaria y puede ser transmitida en forma de dígitos binarios (bits).

El sistema actualmente en uso, el sistema Eureka 147 - DAB (Digital Audio Broadcasting), se desarrolló a partir de 1988 por el Centre Commun d'Études de Télédiffusion et Télécommunications de Francia y el Institut für Rundfunktechnik de Alemania, a instancias de la Unión Europea de Radiodifusión (UER).

Se trata de un sistema que posee una red de frecuencia única sincronizada y que aplica la técnica de emisores complementarios, permitiendo un mejor aprovechamiento del espectro radioeléctrico.

Sus principales ventajas, siguiendo el análisis de Martínez-Costa⁴⁷, son: alta calidad técnica de la señal, calidad de servicio y recepción, flexibilidad de emisión y amplia cobertura, incremento de programas dentro de un mismo ancho de banda, menor potencia de transmisión, capacidad para difundir servicios complementarios de información y valor añadido y sencillez y flexibilidad de los receptores.

Las frecuencias para transmitir mediante sistema digital se concedían en España a lo largo del año 2000. En julio del año 2000 veintidós capitales de provincia de toda España tenían ya implantada esta tecnología, que estará desarrollada en todo el territorio nacional en 2010. Llegará a todas aquellas poblaciones con más de cinco mil habitantes.

Para Martínez-Costa⁴⁸, no hay duda de que “la radio camina hacia su conversión digital y no hay posibilidad de retorno a viejos sistemas”.

2.6. El proceso técnico de la radio III. La infraestructura

Es el equivalente en radio a la rotativa en el periódico o al plató en la televisión. Allí se elabora el producto final de la radio. Consta de dos partes bien diferenciadas: el control de sonido y el locutorio.

❖ El locutorio.

Es el lugar donde se pone en antena el programa, donde los locutores/periodistas hablan. Se trata de un recinto insonorizado con el fin de eliminar los ruidos externos, pero también los internos, como la reverberación; para ello cuenta con material absorbente en paredes y techos.

Está separado del control por un cristal (*pecera*, en argot), con el fin de que haya una mejor comunicación visual entre el locutor/periodista y el realizador/técnico.

Cuenta con una mesa, donde están colocados los generadores de sonido: micrófonos; reproductores de sonido: altavoces, por los que se escucha la emisión cuando el micrófono está cerrado, y los auriculares o *cascos*; elementos auxiliares:

una pequeña consola mediante la cual podemos cortar la señal (tos) o avisar y hablar con el técnico (es la denominada *línea de órdenes* o *baja frecuencia*), un indicador luminoso (luz verde/blanca y roja) que advierte de cuándo están o no abiertos los micrófonos (este indicador suele estar colocado también en las puertas de acceso y en el control de sonido) y por último, suele haber un panel con la fecha, la temperatura exterior y un reloj con segundero.

❖ El control de sonido.

También designado como control de realización. Es una estancia situada junto al locutorio, desde la que el técnico realiza el programa de radio, controlando, registrando y mezclando convenientemente todos los sonidos y generando una única señal definitiva.

Esta estancia también está aislada acústicamente, sobre todo, para no molestar al exterior. En esta sala se encuentran todos los equipos técnicos que hacen posible la radio, la combinación de palabra, música, efectos y silencio. Para que el

realizador o técnico pueda manejarlos bien, los diferentes sistemas suelen estar colocados en semicírculo a su alrededor. Además, dispone de una zona aledaña dedicada a las tareas de producción.

❖ Tipos de estudios, según su función.

Además del ya mencionado, que puede ser para *directo* o grabaciones, hay otros tipos de estudios:

- Control central. Hasta el que llegan las señales procedentes de toda la emisora y de todas las estaciones de España y que a su vez les envía la señal optimizada para emitir. En él se integran, fundamentalmente, equipos de alta frecuencia.
- Estudio-auditorio. En esencia, es igual que el ya descrito, pero tiene capacidad para público.

- Cabina de grabación. Se trata de un mini-estudio, en el que los periodistas pueden extraer cortes, grabar por teléfono o escuchar testimonios.
- Autocontrol. Se utiliza, sobre todo, para hacer programas musicales.

2.7. Concepto y clases de comunicación radiofónica

El concepto comunicativo en la radio no difiere en nada del de cualquier otro medio de comunicación. En esencia, es exactamente el mismo, aunque adaptado a las peculiaridades del lenguaje radiofónico.

Unas peculiaridades, una técnica en definitiva, que debemos controlar para saber informar, o mejor dicho, para saber transmitir con eficacia la información. A la hora de elaborar cualquier mensaje radiofónico se deberán tener en cuenta no sólo las posibilidades expresivas de cada uno de los recursos utilizados por el medio radiofónico, sino también las propias características del medio⁴⁹.

Existen, por tanto, unos factores de eficacia en la comunicación radiofónica, que ha detallado Emili Prado⁵⁰: La claridad, vista desde dos puntos de vista, el técnico y el enunciativo.

❖ Claridad técnica.

La determina una transmisión adecuada de la información, sin ruidos en el proceso y con una combinación acertada de los recursos expresivos del medio. Las emisoras deben velar por la calidad de sus transmisiones, ya que las deficiencias invitan al oyente a prescindir de esa frecuencia y buscar otra que no le resulte molesta.

❖ Claridad enunciativo-redaccional.

En pocas palabras, emplear la brevedad y sencillez a la hora de escribir. Hay que recordar siempre que estamos redactando el mensaje para ser oído, no leído.

La diferencia es evidente. Mientras la prensa necesita un párrafo para expresar varias ideas, a nosotros nos debe sobrar con un par de líneas. Por tanto, se hace necesaria la concisión.

La puntuación es fundamental. Hay que emplearla con generosidad. En la radio la puntuación sirve para asociar la idea

expresada a su unidad sonora y por tanto, para marcar unidades fónicas y no gramaticales, como es usual en la cultura impresa.

Para ello, lo dicho, debemos emplear abundantemente el punto y la coma. Esta, en el texto radiofónico, marca una pequeña pausa que introduce una variación en la entonación y ayuda a renovar el aire. No se debe emplear si en la expresión oral no realizamos una pausa, aunque fuera correcta su colocación.

El punto es la señal que indica el final de una unidad fónica completa. Si aplicamos correctamente la coma y el punto, la respiración no supondrá un problema. El resto de signos son casi innecesarios en la radio.

Para Martínez Albertos⁵¹, “lo indiscutible es que la escritura radiofónica debe buscar más el enunciado por la lectura de un texto escrito, puesto que las palabras se forman en la boca mucho más exactamente que sobre el punto de partida de un texto pensado para ser escrito”.

Prácticamente todo se escribe en presente o en todo caso en pretérito perfecto. Las frases que empleamos son siempre cortas: sujeto, verbo, complemento. Según Flesh, la comprensión óptima la dan las frases con una media de diecinueve palabras.

❖ El tono.

Al hablar en la radio hay que evitar un tono de voz que pueda dar la impresión de que se está impartiendo una lección o se está pronunciando un discurso.

Es indudable que el tono soporta la mayor parte de la expresividad del mensaje oral. Una variación brusca en el tono, puede suponer un cambio en el significado de lo que se está expresando, matices, que no pueden ser trasladados a un texto escrito; no tendrían significado o necesitaría notas adjuntas con la correspondiente explicación.

❖ Intensidad.

También la intensidad que empleemos va a marcar de forma decisiva nuestro discurso; un exceso de intensidad bloquea al oyente y por defecto, el receptor pierde el interés. A este respecto hay que decir que la intensidad también aporta, como el tono, información complementaria expresiva al mero mensaje hablado.

La radio es oral; la radio por tanto transmite su mensaje de comunicación hablando. Precisamente por esto puede ser el medio de equilibrio, la que enriquezca el vocabulario, la que evite las incorrecciones y divulgue la norma culta, sin solemnidades ni rigidez⁵².

❖ La vocalización.

Se trata de la forma precisa, clara, elegante y necesaria de expresar, que determina, cuando menos, un sonido fonético exacto, un empleo lógico y correcto de la palabra y consecuentemente, un uso apropiado de los elementos constitutivos de la palabra: fonema y sílabas⁵³.

Es fundamental para transmitir correctamente la información y pronunciar todos y cada uno de los fonemas. Al hablar, habitualmente no pronunciamos todas las sílabas, vamos deprisa, tenemos dejes o acentos regionales. Todo esto ha de ser eliminado, poniendo especial esfuerzo en la vocalización, o lo que es lo mismo, extraer el máximo rendimiento vocal, con el menor esfuerzo posible. Una buena locución exige cierto dominio de la interpretación sonora.

❖ La entonación radiofónica.

No tiene nada que ver con la entonación empleada, por ejemplo, a la hora de leer textos en voz alta. En la Radio, se trata de decir las cosas, no de leerlas; de emplear la naturalidad y la fluidez. La entonación en la Radio debe asemejarse a la expresión oral cotidiana, a la conversación, y necesita ejercitar la adaptación del movimiento respiratorio a las necesidades de inflexión que presenta el discurso.

De emplearse bien, proporciona mayor expresividad y mayor carga semántica. Su arma principal es el énfasis.

❖ El ritmo.

De él depende, en gran parte, que el oyente escuche u oiga y además configura el estilo, la personalidad de la persona que se dirige a la audiencia. No puede ser constante (monorritmo), debe variar.

Si es monocorde, aburre; si es demasiado variable (lectura entrecortada, etc.), cansa. Cada tipo de programa tiene un ritmo propio que debe ser respetado.

❖ La actitud ante el oyente, ante el micrófono.

El locutor no debe estar ni seco ni risueño ante el micrófono. La primera postura provoca un distanciamiento hacia el oyente y la segunda resta credibilidad al periodista. Dice Gadda⁵⁴ que hay que evitar un tono de voz que “suscite la idea de una locución complicada, de impartir enseñanza, de un discurso, de un mensaje desde la cumbre”.

La tendencia es expresarse de forma amigable, coloquial, pero sin afabilidad. Sin duda, es un difícil equilibrio el que hay que conseguir.

❖ La comprensibilidad.

En buena medida, depende de la velocidad de lectura y de la claridad empleada a la hora de redactar y poner en antena el mensaje. Se recomienda una velocidad de entre 160 y 180 palabras por minuto, secuencia idónea para el proceso de descodificación.

En lo tocante a la claridad, es importante usar correctamente el código que comparten emisor y receptor. Al hablar y escribir hay que emplear un vocabulario común, que sea sencillo, no rebuscado.

❖ La audibilidad.

La puesta en antena, la *secuencialización*, debe ser atractiva para el oyente. Hay que informarle, pero darle también oportunidades de relax.

Para ello se hace necesario hacer un empleo inteligente y agradable de los distintos elementos sonoros: sonidos, voces, silencios y músicas... Y garantizar la calidad del sonido en todo el proceso de realización.

2.8. La audiencia. La importancia de su estudio y análisis

Coloquialmente se entiende la audiencia como el conjunto de personas que está escuchando una emisión en un día y una hora determinada. También existen definiciones más académicas.

Atendiendo a un punto de vista general, podemos hablar de dos audiencias distintas: desde una orientación comunicacional (la audiencia como concepto verbal) y desde una perspectiva mercantilista (las cifras en sí mismas, con las que trabaja el programador y el publicitario, en la difícil relación que mantienen).

Para Ortiz y Marchamalo⁵⁵, “comunicar en Radio es emitir para una audiencia de perfil concreto, que utiliza unos códigos de información y expresión determinados y que reacciona ante los mensajes de una manera particular”.

Otra definición de audiencia es la que aporta Valle⁵⁶: “los titulares del derecho a la información son las audiencias. A los oyentes les asiste el derecho a difundir, recibir e investigar ideas, hechos y opiniones. No importa si el gestor es público o privado, puesto que los profesionales actúan en delegación de los

oyentes. El objetivo de la radio es llevar a la práctica el derecho en los máximos niveles”.

En cualquier caso, academicismos aparte, la audiencia no es un todo uniforme, sino que dependiendo de una serie de factores complejos de analizar, como la programación, los formatos, los horarios, los contenidos, e incluso los propios comunicadores, las estrellas, en definitiva, nos podemos encontrar con una audiencia generalista o especializada, pero en cualquiera de los casos, en uno y otro, heterogénea.

De hecho, Cebrián⁵⁷ afirma que “la radio actual no se dirige ya al grupo familiar sino al oyente individualizado. Se ha convertido en el medio de la amistad e intimidad que acoge a todos los oyentes por igual con independencia de la clase social o nivel cultural. La radio es el medio que aproxima la información al ciego, al analfabeto y a los lectores perezosos. No se exige el aprendizaje de un código previo y es más fácil y cómodo escuchar que leer”.

Aclarado ya este punto, convendría detallar cuáles son los factores, las variables, que influyen en la audiencia. Siguiendo la descripción de Merayo⁵⁸ tenemos que hablar de:

❖ Dispersión.

Los oyentes no están agrupados en un lugar único, sino que se encuentran alejados entre sí, desplazándose o realizando sus labores cotidianas.

❖ Proximidad.

Según el locutor Luis Ignacio González, la radio pretende “sonar más cerca para llegar más lejos”. Ningún medio de comunicación establece una relación tan estrecha con sus receptores como la radio, ni incita tanto a establecer una participación de los mismos.

De ahí la importancia y el desarrollo de las emisoras locales, aún formando parte de grandes cadenas.

❖ Variabilidad.

Se asegura que la audiencia de radio es la más abierta a cambiar sus hábitos de escucha.

❖ Factores cronológicos.

Generalmente, la radio programa sus emisiones de forma semanal, con espacios fijos de lunes a viernes (jornadas laborables para la mayor parte de la sociedad) y los fines de semana introduce una programación distinta más enfocada al tiempo de ocio.

❖ Movilidad social y estacional.

La sociedad actual fomenta el cambio de residencia, cada vez se habla más de movilidad y esta desde luego influye en el número de oyentes que pueden escuchar una emisora de radio, aunque quizá sea la estacionalidad la más fácilmente apreciable, sobre todo –en el caso de España– de estaciones que se encuentren emplazadas en lugares turísticos, con gran densidad

de población en temporada y mucho más reducida durante el resto del año.

❖ Actividad compartida.

Se trata de una de las grandes ventajas de la radio frente al resto de medios de comunicación. Puede ser escuchada a la vez que se realiza cualquier otra función... Pero también supone un *handicap*, ya que la atención del receptor es mucho menor.

❖ Multiplicidad de la oferta.

Sus peculiaridades técnicas y sus necesidades financieras hacen que la oferta radiofónica en cualquier país sea siempre mayor que la del resto de medios de comunicación y no sólo eso, mucho más heterogénea.

❖ Factores técnicos.

De nuevo haciendo referencia a esas peculiaridades técnicas, hay que recordar que la radio tiene un grado de

penetración en la audiencia mayor y más barato que sus competidores.

A nadie se le escapa que el conocimiento de la audiencia, el estudio del receptor de nuestra comunicación, de nuestro mensaje, es muy importante a la hora de realizar nuestra labor. Más aún, la elaboración y la creación de nuestros contenidos van a estar condicionadas siempre por esa audiencia a la que van dirigidos.

Gracias a esos análisis previos, lo que hacemos es adecuar nuestro trabajo a las características de la audiencia, ahorrando pasos intermedios y favoreciendo la buena acogida del mismo.

No es lo mismo hacer un programa para una audiencia local, que de cadena o para un público mayoritariamente femenino, que para uno masculino y de noche, etc. Serán distintos los contenidos, pero también la forma de transmitirlos, *el envoltorio*. No hay que olvidar que desde una perspectiva simplemente humana, las audiencias somos todos, con nuestras resistencias y complacencias a consumir lo ofertado en los

medios, con nuestras visiones y ambiciones de y hacia los medios⁵⁹.

Los Estados Unidos son pioneros en el análisis de las audiencias. Básicamente lo han hecho desde un punto de vista mercantilista, es decir, empleando los análisis sociológicos para sacar el mayor provecho posible a sus inversiones, la mayor rentabilidad.

¿Qué objetivos se marcaban ya por entonces los medios de comunicación? Básicamente, estudiar la expansión del medio, obtener los datos socioeconómicos de los oyentes (clase social, ingresos, nivel cultural), los resultados propios y de la competencia, la valoración de los programas y las oscilaciones que se producen en los cambios o novedades, etc.

Hoy en día, el uso que hacen las emisoras y los anunciantes de estos estudios ha hecho que se hayan convertido en instrumentos imprescindibles, no solo para determinar el número de oyentes, sino para saber cómo es, qué perfil tiene el receptor (sexo, edad, nivel cultural y económico, hábitos de consumo, etc.).

Hay colectivos muy concretos, como por ejemplo el de los jubilados, o las amas de casa, grandes consumidoras de Radio. Recientemente, la Confederación Española de Organizaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios (CEACU) y con motivo del 75 aniversario de la radio en España emitió un comunicado en el que se asegura que las amas de casa tienen una deuda con la radio, porque este medio de comunicación ha contribuido a vencer las barreras sociales y políticas que discriminaban a la mujer.

Aquí en España, esa medición la realiza el Estudio General de Medios desde el año 1976, con tres oleadas anuales, o cuatro sondeos. Ha habido otros intentos de hacer estas mediciones, como el Estudio General de Audiencias, el EGA, o el realizado por ICP, pero han resultado fallidos.

El problema es que la investigación de las audiencias en la radio presenta muchos problemas. No es como la televisión, que tiene unos aparatos concretos, que de forma inmediata transmiten los datos de seguimiento.

En la radio hay factores distorsionadores como el elevado número de emisoras, sus distintos ámbitos de emisión, y el hecho de que sean fórmulas o emisoras convencionales. Se da el caso de que incluso muchos oyentes equivocan sus votos al confundir emisoras con comunicadores, etc.

Hay distintos métodos para investigar la audiencia. Los más empleados son tres:

- Recuerdo de la víspera. Consiste en hacer recordar al oyente su consumo de radio del día anterior.
- Coincidental. El encuestador comprueba *in situ* la emisora que en ese momento tiene encendida el oyente.
- Diario de escucha. A una muestra previamente seleccionada se la obliga a cumplimentar diariamente un cuestionario sobre programas, emisoras y horarios.

El Estudio General de Medios emplea el método del recuerdo de la víspera.

Es importante también saber cuál es la forma que tienen los oyentes de escuchar la radio. Según Muñoz y Gil⁶⁰, hay dos formas de hacerlo: la pasiva (se da cuando se perciben los mensajes de manera desatenta, por entretenimiento, la mayoría) y activa (cuando el oyente busca un programa concreto por su contenido o enciende la radio para conocer más datos, una última hora, sobre algo que está ocurriendo o ha ocurrido).

Notas

¹ RONCAGLIOLO, Rafael: *El Lenguaje de la Radio: Comunidad y Globalidad*. I Congreso Internacional de la Lengua Española. Zacatecas (México), abril de 1997

<http://cvc.cervantes.es/actcult/congreso/radio/ponencias/ronca.htm>, fecha de consulta, 22 de noviembre de 2000.

² CEBRIÁN, Mariano: *Diccionario de Radio y Televisión*. Alhambra. Madrid, 1981. Pág. 282.

³ ESCARPIT, Robert: *Teoría de la información y práctica política*. Fondo de Cultura Económica. México, 1983.

⁴ BENITO, Ángel: *La Radio en la fenomenología social*. Editorial Publitecnia, nº 35. 1975, Pág. 51.

⁵ PRADO, Emili, citado por GONZÁLEZ, Ferrán: *En el dial de mi pupitre. Las ondas herramienta educativa*. Gustavo Gili. Barcelona, 1989. Pág. 11

⁶ **MERAYO, Arturo:** *Tecnología e información en la radio española de fin de siglo.*

<http://zerrev.lp.ehu.es/Zer/HTML/6.NOT-INV.MERA.html>,

fecha de consulta, 24 de noviembre de 1997.

⁷ **MACLEISH, Robert:** *Técnicas de creación y realización en radio.* IORTV. Madrid, 1985, Pág. 19.

⁸ **MICHAEL, H. y HEIKKI, R.:** *Predicting Program Shares in New Time Slots, Journal of Advertising Research.* Abril/mayo 1984.

⁹ **LLEDO, Emilio:** *El silencio de la escritura.* Espasa. Madrid, 1998. Págs. 99 y 100.

¹⁰ **MUÑOZ, José Javier:** *Radio Educativa.* Librería Cervantes. Salamanca, 1994. Pág. 37.

¹¹ **CEBRIÁN HERREROS, Mariano:** *La mediación técnica de la información radiofónica.* Mitre. Barcelona, 1983. Pág. 213.

¹² ROMO, Cristina: *El lenguaje seductor de la radio*. I Congreso Internacional de la Lengua Española. Zacatecas (México), abril de 1997.

<http://cvc.cervantes.es/actcult/congreso/radio/ponencias/romo.htm>, fecha de consulta, 22 de noviembre de 2000.

¹³ LÓPEZ, Manuel: *¿Cómo se fabrican las noticias?* Paidós, Barcelona, 1995. Pág. 27.

¹⁴ BOCOS, Fermín: *La radio y las nuevas tecnologías: avances y riesgos*. I Congreso Internacional de la Lengua Española. Zacatecas (México), abril de 1997.

<http://cvc.cervantes.es/actcult/congreso/radio/ponencia/bochos.htm>, fecha de consulta, 22 de noviembre de 2000.

¹⁵ ESPINA, Luis: *La Radio, tecnología para la educación de adultos. La experiencia de Radio ECCA*. Newsletter Published by the European Bureau of Adult Education 1-2. 1985. Págs. 28 y 29.

¹⁶ CAPELLA, Daniel: *La radio a la carta está servida*.
REVISTA WEB. Barcelona, septiembre 1997.

¹⁷ RIEDLER, R: *Enseñanza actual por radio*. Sonimag.
Barcelona, 1992. Pág. 2.

¹⁸ RONCAGLIOLO, Rafael: (1997) Op. Cit.

¹⁹ MCGUIRE, W.J.: *The nature of attitude and attitude
change*. THSP, Vol. nº 3.

²⁰ Castro, Dolores, *Radio y Transformación*, I Congreso
Internacional de la Lengua Española, Zacatecas (México),
abril de 1997

<http://cvc.cervantes.es/actcult/congreso/radio/comunicaciones/castro.htm>, fecha de consulta: 22 de noviembre de
2000.

²¹ HAYE, Ricardo M.: *Hacia una nueva radio*. Paidós. Buenos
Aires, 1995. Págs. 20 y 21.

²² CARPENTER, Edmund, MACLUHAN, Marshall y otros: *Aula sin muros*. Laia. Barcelona, Págs. 87-95.

²³ FRANQUET, Rosa Y MARTÍ, Josep María: *La Radio*. Mitre. Barcelona, 1985. Pág. 24.

²⁴ GARITAONAINDÍA, Carmelo: *La radio en España, 1923-1939*. Universidad del País Vasco. Bilbao, 1988. Págs. 77-78.

²⁵ MUNSO, J.: *Cuarenta años de radio*. Picazo. Barcelona, 1980. Pág. 35.

²⁶ MARCO, Vicente: *En En el aire*. Promotora General de Revistas. Madrid, 1999. Pág. 11.

²⁷ CEBRIÁN, Mariano: *Programación informativa radiofónica*. Madrid, Pág. 419.

²⁸ HAYE, Ricardo M.: (1995) Op. Cit., Pág. 131.

²⁹ BALSEBRE, Armad, citado por GONZÁLEZ, Ferran: (1989) Op. Cit., Pág. 13.

³⁰ **ESPINA, Luis:** *Radio educativa, un camino sólo iniciado.* Simposio Internacional de Alfabetización Popular por Radio. Santo Domingo, 1990. Pág. 7.

³¹ **FAUS, A.:** *El impacto de la tecnología sobre los medios audiovisuales en La radiotelevisión ante el futuro tecnológico.* Universidad de Navarra. Pamplona, 1995. Pág. 83.

³² **CEBRIÁN HERREROS, Mariano:** (1983) Op. Cit., Pág. 55.

³³ **MATRAS, J.J.:** *El sonido.* Ateneo. Buenos Aires, 1979.

³⁴ **ORTÍZ, Miguel Ángel y MARCHMALO, Jesús:** *Técnicas de Comunicación en Radio.* Paidós. Barcelona, 1994. Pág. 25.

³⁵ **CEBRIÁN HERREROS, Mariano:** *La Radio en la configuración de la cultura de masas hasta 1936.* Comunicación y Estudios Universitarios, nº 6. Valencia, 1996. Pág. 97.

³⁶ CASTRO, Dolores: (1997) *Op. Cit.*

³⁷ *Proverbios*, 18, 21.

³⁸ REY, Germán: *Desde las dos orillas*. Ministerio de Comunicaciones. Colombia, 1992. Pág. 63.

³⁹ ROMANO, V.: *Desarrollo y progreso. Por una ecología de la comunicación*, Teide. Barcelona, 1993. Págs. 9 y 10.

⁴⁰ STURM, Hertha: *Percepción y atención en la recepción de emisiones radiofónicas*. Internationales Zentralinstitut für das Unged-und Bildungsfernsehen. Munich, 1980. Pág. 149.

⁴¹ HERNÁN, Josué: *Hacia una cultura comunicativa*. *Revista Comunicar*, nº 8. Huelva, 1997. Pág. 23.

⁴² MERAYO, Arturo: *Para entender la radio*. Universidad Pontificia de Salamanca. Salamanca, 1992. Pág. 139.

43 MARTÍNEZ-COSTA, M. P.: *La radio en la era digital*. El País-Aguilar. Madrid, 1997. Pág. 21.

44 CEBRIÁN HERREROS, Mariano: (1981) Op. Cit., Pág. 239.

45 CEBRIÁN HERREROS, Mariano: (1981) Op. Cit., Pág. 238.

46 CEBRIÁN HERREROS, Mariano: (1981) Op. Cit. Pág. 168.

47 MARTÍNEZ-COSTA, M. P.: (1997) Op. Cit., Págs. 40-42.

48 MARTÍNEZ-COSTA, M. P.: (1997) Op. Cit., Pág. 141.

49 ORTÍZ, Miguel Ángel y MARCHMALO, Jesús: (1994) Op. Cit., Pág. 25.

50 PRADO, Emili: *Estructura de la información radiofónica*. Mitre. Barcelona, 1985. Págs. 13-22.

51 MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L.: *Curso general de redacción periodística*. Paraninfo. Madrid, 1991. Pág. 446.

52 MUÑOZ, José Javier: (1994) Op. Cit., Pág. 33.

53 GUEVARA, Frank: *La locución, técnica y práctica.* Oriente. Santiago de Cuba, 1984. Pág. 91.

54 GADDA, G.E.: *Norme per la redazione di un testo radiofonico.* Eri. Turín, 1973. Pág. 22.

55 ORTIZ, M. A. y MARCHAMALO, J: (1994) Op. Cit., Pág. 23.

56 VALLE, J.M.: *Sobre las relaciones...* Reencuentros 79. V^a Semana Internacional de Estudios sobre la Radio. Radio Nacional de España. Madrid, 1980. Pág. 35.

57 CEBRIÁN HERREROS, Mariano: (1983) Op. Cit., Pág. 216.

58 MERAYO, Arturo: (1992) Op. Cit., Pág. 159.

59 OROZCO, Guillermo: (1997) Op. Cit., Pág. 27.

⁶⁰ MUÑOZ, José Javier y GIL, César: *La radio, teoría y práctica*. IORTV. Madrid, 1986. Págs. 164 y 165.

3.1. Cuándo la radio se convierte en un instrumento formativo

Es la pregunta recurrente entre los estudiosos de la materia, cuyas opiniones están bastante alejadas de la unanimidad. En verdad, cualquier programa radiofónico cumple con una función formativa, puesto que en su contenido siempre hay datos, informaciones, comentarios, que pueden ilustrar al oyente en mayor o menor medida.

Así, podemos hablar de formación, por ejemplo, en los programas informativos, ya que facilitan el conocimiento de los hechos noticiosos y a menudo aportar puntos de vista y opiniones complementarias que ayudan a crear un estado de opinión; Hernán¹ considera que “la radio como recurso educativo es un medio adecuado para lograr la actualización de la información que el alumno conoce y dotarla de vida”.

Pero no debemos olvidar que, como señala Davara,² “en el plano de los hechos humanos la comunicación siempre se refiere al intercambio de mensajes y la palabra información puede abarcar dos cosas distintas. (...) La información se entiende como el proceso de producción y de transmisión de mensajes y la comunicación

será la situación individual o social donde los mensajes son compartidos”.

Los espacios informativos, además de configurar la realidad y darla a conocer a la audiencia, suelen incorporar también noticias específicas sobre la cultura, ayudando en cierta medida a su difusión. Se convierten, por tanto, en un medio para que el común de los ciudadanos actualicen de forma desestructurada sus conocimientos, una vez que abandonan la formación formal; más todavía en el caso de la radio, un medio de comunicación abierto a todos y para todos, incluidos los analfabetos.

Debemos referirnos a la formación en los espacios de entretenimiento, puesto que es en ellos donde la divulgación alcanza uno de sus momentos más altos en la radiodifusión, ya que por su carácter abierto permite el acceso a “la antena” de numerosos contenidos e incluso personajes relevantes del mundo de la cultura, en momentos en que éstos están de actualidad.

También tienen una función formativa en los programas musicales; es evidente que la música, al margen de su mera

función distractiva o de ocio, forma parte de la tradición cultural de los pueblos. Atendiendo a esta última razón, resulta curioso apreciar como aún en día, algunos expertos sigan haciendo hincapié en distinguir entre música ligera y música seria o clásica, cuando ambas son instrumentos culturales, de distinta época, eso sí.

Desde luego, en la radio, también tienen cabida los programas dedicados de forma monográfica a la cultura, ya sea en forma de espacios informativos o de magazines, aunque –generalmente- con modos extraídos de la prensa escrita; así incluyen secciones, comentarios y noticias, muy poco elaboradas desde el punto de vista radiofónico.

Se trata de espacios aislados, que –a menudo- más que promocionar la cultura, la apartan de la información general, reduciéndola en el fondo a noticias que son diferentes, distintas de las demás: la cultura entra en el *ghetto*.

Pero, sin embargo, en general, nadie considera a todos estos espacios, a todas estas “celdas” de la parrilla de programación,

como programas formativos. Según Merayo³, se trata sólo de “aquellos que tienen como objetivo la difusión de la cultura”. Y esta, agrupa a todo factor enriquecedor de la personalidad que ayuda al ser humano a ser más libre, a comprenderse a sí mismo, a entender a quienes le rodean y a transformar su entorno, próximo o lejano⁴.

En este sentido, y siguiendo a Sanabria⁵, el mensaje formativo es “aquel que produce un enriquecimiento cognitivo o crea actitudes sociales o políticas, económicas, artísticas, igualmente enriquecedoras”, podríamos considerar la función cultural de la radio desde varios puntos de vista:

- ❖ La radio como compendio de saberes.

En definitiva, recuperando la tradición y las funciones del ya olvidado, pero no en desuso, “libro oral”, como medio de transmisión de saberes.

- ❖ La radio, como instrumento para interpretar y descifrar el entorno que nos rodea, la realidad social del momento.

- ❖ La radio como un complemento de la formación humana, aplicable, básicamente en la vida cotidiana.

En todo caso, una emisora estricta de radio, sin estructuras y sin profesionales docentes, sólo podrá acometer la llamada educación informal, con programas abiertos o especializados con una cierta intencionalidad educativa⁶.

Si estas son las funciones culturales, ¿cuál sería la acción directa de la radio en el ámbito de la cultura? Cebrián⁷ la ha resumido en tres líneas muy concretas, que han de producirse de forma unitaria:

- ❖ Expectante y catalizadora de la cultura tradicional, de la cultura que se produce en la actualidad y de la cultura que abarca la experiencia que vive cada pueblo a cada instante.

❖ Dinamizadora, vitalizadora de un sentido cultural de toda programación y, en definitiva, inseminadora de cultura permanente en todos los contenidos informativos que emita.

❖ Captadora y difusora de la cultura sonora en todas sus dimensiones producida por la sociedad y creadora ella misma de una cultura sonora propia, incorporable a la forma de vida de la sociedad que siga sus emisiones.

Pero, ¿cuáles son las razones, por las que la cultura no consigue abrirse paso en el territorio radiofónico? A juicio de Cebrián⁸ se debe a un rechazo sostenido de la audiencia, básicamente por la mala presentación, por la mala *puesta en antena* de la cultura, en espacios tediosos, elitistas o aburridos; o a la inversa, si el programa es dinámico o entretenido, suele ser menospreciado por los integrantes del denominado *mundo de la cultura*, perpetuado en una elite de intelectuales, por lo general, exclusivista. Esta actitud esconde, en la mayoría de los casos, una gran incapacidad en adaptar su discurso –una y mil veces repetido–

a un lenguaje como el radiofónico, mucho más directo, comprensible y –sobre todo- reducido.

Los programadores tampoco están muy interesados en probar suerte con espacios radiofónicos que –a menudo- no resultan, por lo que además de no ofrecer una rentabilidad suficiente, obligan a reestructurar la parrilla de programación, con los inconvenientes que esto acarrea para la emisora en cuestión, tanto en términos de audiencia, como de organización interna.

Es por ello, por lo que Martín-Caro⁹ considera que la presencia de la educación en la radio “es tan escasa que entra de lleno en el campo de la rareza, de la excepcionalidad”.

Siguiendo por este camino, cabe preguntarse si es cierto o no que la radio es –como se afirma- un servicio público, lo que más que una realidad, se ha convertido en una mera frase hecha, en un tópico.

Recuerda Martín-Caro¹⁰ que en el II Foro de la Radio Digital, celebrado en Madrid en 1996, los participantes, todos ellos

destacados directivos de las distintas cadenas radiofónicas españolas, no hicieron en sus intervenciones “referencia alguna a los fines del medio radio, sean o no entendidos éstos como servicio público. Ni una sola referencia en un texto breve, apenas dos folios, en el que sí hay sitio para términos como demanda de mercado, tendencias de los consumidores, o el negocio multimedia”.

Según el Estatuto de la Radio y la Televisión¹¹ la radiodifusión se concibe “como vehículo esencial de información y participación política de los ciudadanos, de formación de opinión pública, de cooperación con el sistema educativo, de difusión de la cultura española y de sus nacionalidades y regiones, así como medio capital para contribuir a que la libertad y la igualdad sean reales y efectivas”.

En cuanto al aspecto meramente educacional, Jamison y McAnany¹², consideran que la radio admite los siguientes usos: refuerzo de la enseñanza, enseñanza directa, extensión de la educación escolar y la educación a distancia.

Discernidos ya estos importantes condicionantes, convendría clasificar las distintas variantes de formación a través de la radio. En este sentido, es de interés recordar la siguiente clasificación, enunciada por el Profesor Merayo:

❖ Programas formativos instructivos.

Son aquellos que sirven para transmitir conocimientos de marcada índole práctica y en su mayoría, más cercanos a la educación formal (ver el capítulo cuarto) que a la no formal, pero – en cualquier caso- parte integrante de la denominada educación a distancia.

❖ Programas formativos educativos.

Espacios divulgativos de asuntos tan diversos como la salud, el teatro, la cultura en general, la historia, etc.

❖ Programas formativos dramáticos.

Combinan formación y entretenimiento, mediante la puesta en antena como radiodramas (seriales), un tanto en desuso.

En esta cuestión concreta de la dramatización incide muy especialmente Muñoz¹³, relacionándola con la iniciación al hábito de la lectura: “por lo que respecta a la cultura, la radio puede y debe tender a favorecer la lectura, y puede hacerlo de muchas formas: como escaparate para obras y textos que se puedan dar a conocer mediante lecturas radiadas o dramatizadas, mediante la participación más intensa de los escritores e invitando a los oyentes que envíen textos de relatos, poemas o reflexiones”.

En suma, que en palabras de Espina¹⁴, “la radio, en efecto, es un instrumento técnico que se puede poner al servicio de la enseñanza. Es más, es un instrumento que puede servir muy adecuadamente para la transmisión eficiente del mensaje didáctico y para la optimización de la comunicación didáctica. Lo específico de este instrumento técnico es que sirve para la comunicación masiva, esto es, que se emplea para hacer llegar el mensaje del que

emite a una masa amplia de receptores. Se incluye entre los llamados medios de comunicación social, en cuanto que el instrumento técnico empleado, la emisora de radio, consigue que la comunicación de uno solo llegue a muchos simultáneamente”.

3.2. La función educativa de la radio

Enumerábamos en la Introducción las tres funciones que Lord Reith otorgó a la radio como propias. De hecho, dejando a un lado la inestimable función de entretener, Bocos¹⁵ hace especial hincapié en que “la radio es, nada menos que un medio de comunicación universal y por lo mismo un instrumento poderoso, incitador, inquietante incluso: un medio capaz de informar, formar o educar”.

Sólo de una de ellas vamos a hablar en este capítulo, aunque quizá sea una de las más importantes: formar. Valmarana, sentencia al respecto: “la radio ocupa ya un amplio espacio en el campo de la educación”. Su utilidad es patente, como pone de manifiesto su uso por todo el mundo en estas labores. Dice Murga que “su posible contribución a la innovación no radica en informar mejor, sino en propiciar nuevas estrategias de enseñanza”.

Pero lo cierto es que la radio, apenas es empleada para esta función tan decisiva, especialmente en los países del Tercer Mundo,

pero también, en determinados sectores de población de las llamadas sociedades desarrolladas.

Faure expresa un deseo al comentar que “la radio debería emplearse con mayor amplitud para la enseñanza de masas, sobre todo a nivel de la enseñanza elemental y rural”. Esta función, la formativa-educativa-cultural, no ha sido pasada por alto, de hecho Bates¹⁶ considera que “la radio ocupa ya un amplio espacio en el campo de la educación”.

Espina¹⁷ añade un apunte más y desde un punto de vista nada desdeñable, el económico: “su reducido coste convierte a la enseñanza radiofónica en la única posible para la población adulta, en los países en desarrollo cuyo presupuesto no llega siquiera a cubrir las necesidades de la población infantil”.

En cualquier caso, no hay que olvidar que la formación a través de la radio presenta grandes diferencias ya no con la educación formal, sino con otras formaciones a distancia. Muñoz¹⁸ enumera entre estas peculiaridades del proceso didáctico, las siguientes:

- ❖ El educador cuenta con un punto de partida favorable: el alumno-radioyente presta atención al mensaje, generalmente en mayor medida que el alumno-escolar (...).
- ❖ La materia a impartir requiere un procesamiento, una adecuación al canal mediante las técnicas propias de la elaboración de programas y la realización radiofónica (...).
- ❖ La fugacidad –la difícil retroactividad- del mensaje obliga a reiterar los términos y las ideas principales de la información o el relato (...).
- ❖ La educación a distancia a través del sonido supone muy importantes carencias.

De entre todos estos aspectos, destaca uno muy especialmente, el de la atención que presta el radioyente al mensaje, al programa educativo emitido por radio. Hay que tener en cuenta, lo advierte Jörg¹⁹, que “el hombre percibe una parte mínima de los sonidos, tonos y ruidos en torno suyo. (...) En cambio, la selección de estímulos ambientales es considerada como una de las características de percepción más importantes de la percepción humana”.

En el caso concreto de la educación de adultos contamos con una ventaja; los expertos aseguran que el denominado filtro selector de estímulos de los adultos funciona con mucha más precisión que el de los niños, teniendo mayor capacidad los primeros para filtrar informaciones que no son relevantes.

En cualquier caso, la percepción de un acontecimiento es alterada por la expectativa y el proceso de percepción también puede considerarse bajo el aspecto de la profundidad del modo de transformación. Sólo llegando al más profundo nivel de análisis se logra comprender exhaustivamente el significado de los estímulos²⁰.

Hay otros factores que también afectan a la percepción de los mensajes, de los conocimientos, a través de la radio.

En primer lugar, la personalidad del alumno-radioyente: si es extrovertido o introvertido. También, el juicio de valores que este pueda hacer de las voces que le transmiten las lecciones, sus impresiones. Pero, sobre todo, la capacidad de imaginación del alumno.

Hay que tener en cuenta que la memoria retiene mejor los mensajes si el radioyente forma imágenes mentales mientras los recibe. Para ello, el educador ha de ser consciente de que los mensajes sobre objetos o con ejemplos concretos, se asimilan mucho mejor que aquellos que tratan sobre contenidos meramente abstractos (estos necesitan para su comprensión del empleo de imágenes visuales).

Para que este proceso se produzca, para que los seres humanos sean capaces de formar representaciones imaginativas, es necesario que en sus primeros años reciban una instrucción conveniente, un adiestramiento, para que el niño, echando mano

de su imaginación y sus pensamientos fantásticos, aprenda a asociar correctamente las imágenes verbales con las mentales.

Llegados a este punto, ¿de qué forma podemos medir, comprobar la atención que presta un alumno-radioyente a las clases impartidas por las ondas? La respuesta nos la da Jörg²¹. Existen –a su juicio- cuatro posibilidades de medición:

❖ Psicofisiológica.

Registra el grado en que la percepción afecta al estado físico del hombre.

❖ La observación del comportamiento.

Se registra mediante este procedimiento la prontitud con que reacciona un alumno a los estímulos auditivos, por ejemplo, mediante el empleo de una señal acústica concreta.

❖ Mediciones de memoria.

Se comprueba a posteriori, lo que queda retenido en la memoria del educando, siempre en términos de porcentaje.

❖ Juicios verbales.

Recogiendo las impresiones y juicios de valor del alumno-radioyente, después de recibir los conocimientos.

Por tanto, no hay duda de que la radio no puede ser en este caso sino un elemento de estímulo en planes más amplios a base de lecciones presenciales individuales o en grupo, a cargo de educadores especializados y en paralelo con el trabajo de asesores o asistentes sociales²².

Evidentemente, el mayor esfuerzo para que la radio olvide sus posibilidades comerciales y se centre en la educación, ha corrido a cargo de los Estados y de las organizaciones internacionales.

Bates²³ advierte de “la importancia de una estrecha coordinación y cooperación entre las emisoras y otros organismos gubernamentales, instituciones educativas y organizaciones voluntarias. Con frecuencia esto no fue fácil, pero los proyectos que más éxito tuvieron fueron aquellos que involucraron a un vasto conjunto de organizaciones”.

Mayor Zaragoza²⁴ pone el acento en este hecho, aunque -a la vez- deja en el aire el siguiente interrogante: radio y televisión son “¿agentes excepcionalmente eficaces de educación o contraeducación?”.

Entidades como la UNESCO han propiciado y divulgado el uso de la radio como medio educativo entre las autoridades educativas de todo el mundo. Los Estados han venido reconociendo cada vez más las ventajas que encierran los nuevos medios de Radio y Televisión para la educación popular, no sólo en la escuela, sino también en el terreno de la alfabetización, de la formación permanente de adultos, del desarrollo comunitario y de la integración socio-cultural y política de la población²⁵.

Las posibilidades culturales y educativas de este medio de comunicación son grandes, aunque -a menudo- no están lo suficientemente explotadas. Enumera Muñoz²⁶ las siguientes:

- ❖ Recoger los hechos culturales de la historia que aún se conservan (tradiciones, cuentos, leyendas, canciones) y transmitirlos.
- ❖ Servir de espejo a la cultura contemporánea (la de elite y la popular).
- ❖ Enriquecer la difusión de lo cotidiano (desde el punto de vista de significado, el lenguaje y la estética expresiva).
- ❖ Interrelacionar los diferentes ámbitos de la cultura (de quienes se encuentran en los centros privilegiados de información y poder, de los medios rurales, desérticos o de montaña, de los colectivos minoritarios, de los grupos marginales).

- ❖ Ser vehículo de las culturas regionales (más allá del folclore y de los estereotipos).
- ❖ Contribuir al conocimiento de otros países, otros pueblos (favorecido por el hecho de compartir una lengua y unos conceptos-códigos comunes éticos y estéticos).
- ❖ Estimular la creación de la cultura (mediante el aliciente de la difusión y el estímulo social, y también mediante la propia producción radiofónica).
- ❖ Deleitar (inducir al disfrute de las creaciones culturales susceptibles de transmisión sonora).
- ❖ Instruir (a quienes tiene difícil acceso a fuentes convencionales de información).
- ❖ Educar (en los más diversos niveles, modalidades formativas y ámbitos sociales).

La radio, que como instrumento formador consigue rendimientos no inferiores a los de a enseñanza convencional, en la realidad cotidiana y sin entrar en discusiones teóricas²⁷, presenta claros pros y contras que en un listado de ventajas y desventajas ha resumido Jorge Enrique Duarte Acero.

❖ Ventajas:

- Aprovechamiento masivo, impartiendo el mensaje pedagógico sin tener en cuenta el número de alumnos.
- Bajo costo; capacidad para llegar a cualquier lugar geográfico, sin importar distancias o aislamientos.
- Su versatilidad permite que las clases puedan escucharse en casa, en el campo, en un automóvil, navegando, hospitalizado o recluso.

- Permite la grabación para una posterior escucha, amplía el abanico de ofertas educativas, democratizando y flexibilizando la enseñanza.

 - Comodidad para el alumno para ampliar su nivel de conocimientos.

 - Favorece la autoevaluación.

 - Incrementa la motivación a través del aprendizaje y favorece la autodeterminación.

 - Adiestra en diversas estrategias de aprendizaje: “aprender a tomar apuntes”, “saber escuchar”, etc.
- ❖ Desventajas:
- Limitación en el tiempo y en el horario.

 - Mensaje unidireccional.

- Dificulta el feed-back entre profesor y alumno.

- El proceso de enseñanza/aprendizaje queda limitado única y exclusivamente al sentido auditivo.

- Puede producir pasividad o distracción en el alumno.

- Es un sistema no apto para alumnos de corta edad por falta de motivación, atención dispersa, escasa concentración, etc.

- Presenta dificultades para profesores con limitaciones en su voz.

- Ausencia de familiaridad y de relación personal entre docente y discente.

- El mensaje pedagógico puede resultar fugaz.

- Imposibilita la pregunta inmediata tanto por parte del alumno para pedir una aclaración, como por parte del profesor para un seguimiento inmediato del proceso de enseñanza/aprendizaje.

Por su parte, José Javier Muñoz²⁸ ha resumido los pros y contras de la radio educativa de la siguiente manera:

❖ Ventajas.

- Desde el punto de vista de la difusión, la radio tiene una gran capacidad de filtración: no conoce fronteras, llega a los lugares más recónditos.
- Desde el punto de vista tecnológico, la relación de dificultad/eficacia en la transmisión de mensajes es más favorable para la radio que para cualquier otro medio o canal audiovisual.

- Desde el punto de vista económico, la comparación es también favorable para la radio si se atiende al volumen potencial de destinatarios y al precio relativamente barato de las instalaciones técnicas y del material didáctico.

- En cuanto a la cualidad del mensaje, el sonido sugiere, estimula la imaginación, mueve a la creación de imágenes.

- En lo que toca a la recepción, la radio es el medio que se percibe más próximo entre los de carácter tecnológico-instrumental.

❖ Desventajas:

Este autor señala las que siguen:

- Desde el punto de vista de la difusión es prácticamente incontrolable a gran escala, en emisiones públicas o de carácter no restringido.
- Desde el punto de vista tecnológico se requiere un determinado nivel de calificación en todas las fases del proceso, desde la instalación de los equipos técnicos a su manejo.
- En el aspecto económico, en emisiones de carácter público es difícilmente cuantificable el precio resultante de la ecuación producto/mensaje y resultado/receptor.
- En cuanto a la cualidad del mensaje, la fugacidad supone la probabilidad de perder conceptos importantes, a la imposibilidad de interrumpir al profesor y la dificultad de transmisión de conceptos matemáticos y de las ciencias exactas.

- En cuanto a la recepción, si se percibe mal el sonido, se pierde el significado.

- Existe una enorme barrera para la difusión de la radio en la enseñanza: el escaso hábito social de este medio entre la población infantil.

Hawkridge y Robinson aseguran que la radio educativa es producto de las circunstancias locales, regionales y nacionales y que está seriamente condicionada por numerosos factores:

❖ Geográficos.

El grado de dispersión del público objetivo influye de manera directa sobre las necesidades técnicas y por añadidura, económicas.

También la orografía puede influir, puesto que no se requieren las mismas inversiones si el territorio es llano o si está

absolutamente lleno de accidentes geográficos que impiden el correcto discurrir de la señal radiofónica, obligando a instalar emisoras y repetidores.

❖ Políticos.

Es necesario que exista un compromiso verdadero, auténtico, de los representantes políticos, en definitiva de la administración, con este servicio radiofónico, puesto que de no ser así, cualquier iniciativa estaría condenada al fracaso. La voluntad del gobernante es esencial.

❖ Culturales.

La formación y tradiciones ancestrales de las distintas comunidades, de los colectivos a los que vamos a dirigir nuestro mensaje, pueden influir de forma muy directa a la hora de recibir el mensaje y en origen, de planificarlo; deben ser tenidas muy en

cuenta, para adaptar el mensaje al receptor de una forma armónica.

❖ Educativos.

Se debe dar respuesta a las siguientes interrogantes: ¿qué hay que enseñar?, ¿cómo hay que enseñar?, ¿quiénes han de enseñar?, ¿cómo se ha de aprender? Sólo así, podremos profundizar en la ya enunciada adaptación del mensaje.

❖ Económicos.

Las necesidades económicas, los recursos financieros, deben ser tenidos muy en cuenta a la hora de planificar cualquier proyecto de radio educativa, por la importante cuantía de las inversiones en tecnología.

Muchas veces, se convierten en el principal enemigo de este sistema de formación a distancia.

❖ Técnicos.

Engloban muchos aspectos: las limitaciones del tiempo de antena en las emisoras a las que se alquila el espacio para emitir, los materiales necesarios, la formación del personal técnico, etc.

❖ La integración con otras redes.

Si la convivencia, el funcionamiento ordenado, no es fácil en ninguna organización, no lo es menos que varias de estas convivan o realicen actividades de forma conjunta.

Para ello es necesario establecer un sistema y un orden jerárquico, que –a menudo– entorpece la acción y más que beneficios y sinérgias, provoca efectos nocivos en el producto final.

Respondemos ahora a otra interrogante sobre la radio educativa. Desde la perspectiva formal, esta modalidad radiofónica se caracteriza, a juicio de Hawkrige y Robinson²⁹ por los siguientes aspectos:

- ❖ Los programas están organizados en forma de seriales para facilitar la plena asimilación de los conocimientos adquiridos.
- ❖ Los programas están planificados explícitamente en consulta con asesores pedagógicos exteriores.
- ❖ Los programas suelen ir unidos a otros tipos de materiales didácticos, como por ejemplo, libros de texto y guías de estudio.
- ❖ Se intenta que tanto los maestros o profesores como los alumnos puedan evaluar el provecho de las emisiones.

En definitiva, en palabras de Alain Trutat³⁰, “la radio es evidentemente un instrumento válido para educar, para enseñar. Las experiencias en países del tercer Mundo en programas de alfabetización o para elevar el nivel de educación de un público adulto, muestra que la radio es un medio magnífico y tiene un gran papel que desempeñar en este campo”.

Pero para conseguirlo, es necesario que la educación por radio se mantenga como una institución estatal cultural de servicio público; que depure y pluralice sus contenidos informativos; que se transforme y busque nuevos formatos y tratamientos; que se actualice y modernice desde el punto de vista tecnológico; que se legisle el concepto de la radio no lucrativa y su función social y, entre otros, que las emisoras cuenten con mayor presupuesto para que se remunere mejor la creatividad y el profesionalismo que brinda en su oferta de comunicación³¹.

3.3. Los primeros años de historia

Es evidente que los Estados Unidos han sido pioneros en el desarrollo de los medios audiovisuales. En lo que a la radio educativa se refiere, la primera emisión de estas características tuvo lugar en el año 1917 en la Universidad de Wisconsin, en los Estados Unidos. Se demuestra así la hipótesis formulada por Jamison y McAnany³²: “desde el mismo momento de la aparición de la radio se manifestó ya el interés por adjudicarle alguna función educativa”.

En 1921 se concedió la primera licencia para abrir una emisora educativa, la de Latter Day Saint's University de Utah. En 1922 las Universidades de Minnesota y Wisconsin ya contaban con permiso para radiar espacios educativo. Un año después, la Haaren High School de Nueva York comienza a emplear este medio de comunicación, como lo hacen un año después las escuelas de Oakland (California).

En 1927 se creó el Committee on Educational Broadcasting (Comité de Enseñanza Radiofónica). En 1929 se inicia la emisión del programa educativo *La Escuela del Aire*, a través de la emisora *KOUM* de la Universidad de Minnesota; con el mismo título se puso en el aire durante una década la programación educativa de la *CBS* (*Columbia Broadcasting System*) y durante la década de los treinta un grupo de centros universitarios de Estados Unidos (las universidades de Harvard y Boston, el MIT-Massachusetts Institute of Technology, el Wesley College, etc.) emprendieron el proyecto denominado *The World Radio University*, algo así como *La Radio Universitaria Mundial*, que llegó a emitir en veinticuatro lenguas distintas para una treintena de países.

Poco antes de la Segunda Guerra Mundial, Canadá comenzó a emplear la radio como medio para fomentar la discusión de grupos rurales, principalmente; la Canadian Broadcasting Corporation y la Canadian Federation of Agriculture, mediante un acuerdo llegaron a crear hasta mil seiscientos grupos de discusión, en los que se integraban cerca de treinta mil participantes. Esta experiencia acabó extendiéndose por Asia y África y Latinoamérica, años después.

Más tarde y sólo entre los años 1960 y 1974, se produjeron intentos de alfabetizar a la población adulta por medio de la radio en más de cuarenta países³³. El empleo de este medio de comunicación como instrumento culturizador era ya -por entonces- imparable.

Según Otero³⁴, “esta evolución histórica de la radio educativa pone de manifiesto las posibilidades radiofónicas para un enriquecimiento del trabajo docente en cualquier nivel educativo. Las cualidades educativas de motivación, inmediatez y economía le consolidan como un instrumento idóneo para la educación permanente de adultos, aunque para su uso sea necesario un diseño pedagógico especial”.

A nadie puede pasar desapercibido que la radio, para formar adecuadamente necesita de otros estímulos, al margen de meramente sonoro. Recuerdan Chu Y Schramm³⁵, que “la radio, especialmente cuando se complementa con material visual apropiado puede enseñar eficazmente, y para muchos propósitos puedo hacerlo tan bien como otros medios”.

De hecho, a juicio de Clark y Salomon³⁶, “su posible contribución a la innovación no radica en informar mejor, sino en propiciar nuevas estrategias de enseñanza”.

3.4. La radio educativa en España. Reseña histórica y desarrollo actual

Han sido varias las experiencias de radio educativa llevadas a cabo en España durante el Siglo XX. En 1944 el Instituto Pedagógico Municipal de Barcelona puso "en el aire" programas para alumnos de los centros escolares de la Ciudad Condal a través de *Radio Barcelona* de la *Cadena SER*.

Posteriormente, a lo largo de los años, se pusieron en marcha iniciativas en *Radio Nacional de España (RNE)*, *La Voz de Madrid*, las emisoras de la *Cadena Azul de Radiodifusión (CAR)*, las emisoras de la Iglesia Católica (*Radio Popular*, posteriormente *COPE*) en colaboración con *Radio ECCA* (a la que dedicamos íntegramente el siguiente epígrafe de este capítulo), *Radio Intercontinental de Madrid*, etc.

Fue a la vista de los resultados conseguidos por algunas de estas experiencias, cuando la Dirección General de Enseñanza Media del por entonces, Ministerio de Educación Nacional, ideó en el año 1962 el denominado *Bachillerato Radiofónico*, que se

implantó a través de *Antena Escolar* y *Radio Reválida*. Se trataba de una propuesta aprobada por una Orden Ministerial de fecha 9 de noviembre de ese mismo año, de la que se beneficiaron -sobre todo- los alumnos matriculados, los que se examinaban por libre y por añadidura, muchos ciudadanos, que como meros oyentes, ampliaban sus conocimientos con estas emisiones, que eran radiadas por más de un centenar de estaciones radiofónicas de todo el país, tanto públicas como privadas.

Posteriormente, el Gobierno procedió a la creación mediante el Decreto 1181/1963 de 6 de mayo, del Centro Nacional de Enseñanza Media por Radio y Televisión, que consolidó y dotó de una estructura reglamentada a estas actividades. Este centro dependía del Ministerio de Educación Nacional, pero la difusión de sus contenidos era misión de otra cartera gubernamental: el Ministerio de Información y Turismo.

Años después, en 1968, este centro pasó a denominarse Instituto Nacional de Enseñanza Media a Distancia y en 1975, Instituto Nacional de Bachillerato a Distancia (INBAD), que

impartió tanto el Bachillerato Unificado Polivalente (BUP), como el Curso de Orientación Universitaria (COU).

En 1979 se creó el Centro Nacional de Educación Básica a Distancia (CENEBAD) para cursar estudios de Enseñanza General Básica (EGB) y en 1992, según Real Decreto 1180/1992, de 2 de octubre, se funda el Centro para la Innovación y Desarrollo de la Educación a Distancia (CIDEAD), dependiente de la Secretaría de Estado de Educación, a través de la Dirección General de Formación Profesional Reglada y Promoción Educativa, dentro de la Subdirección General de Educación Permanente.

Este organismo, el CIDEAD, tiene como objetivo concretar medidas técnicas para facilitar el desarrollo de la educación de adultos a distancia, con unas demandas formativas muy heterogéneas y su ámbito de actuación se extiende a todo el territorio español, con especial incidencia en aquellas zonas que presentan una dispersión geográfica que impida a los alumnos seguir sus estudios de forma presencial.

Desde el punto de vista universitario, la enseñanza mediante la radio se encauzó en España a través de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED). Fundada por el Decreto 2310/1972 de 18 de agosto, tiene como misión impartir sus enseñanzas a través de la radio, la televisión, las cintas magnetofónicas y videomáticas y cualquier otro medio análogo.

Este centro académico³⁷ recalca en sus páginas de Internet que “la Universidad Nacional de Educación a Distancia, fiel a sus Estatutos y al importante compromiso social que ha contraído, incorporó desde sus principios a la radio como un medio idóneo para actualizar y transmitir sus enseñanzas universitarias a distancia. Desde sus comienzos, hace ya más de 25 años, ha trabajado para conseguir una radio que fuese útil para sus alumnos y que, al mismo tiempo, sirviera para hacer llegar la cultura a todas aquellas personas que, aún no perteneciendo a su nutrido alumnado, pudieran estar interesadas en ampliar y perfeccionar sus conocimientos”.

Desde sus orígenes, sus actividades radiofónicas han estado encauzadas en programas difundidos por la emisora *Radio 3* de

Radio Nacional de España, como señala Calés³⁸: “la radio de la UNED, de gran arraigo en nuestra universidad, incluye una programación seleccionada y elaborada por profesores de la UNED y otros especialistas colaboradores, la cual se presenta en bloques bien definidos que se distribuyen entre los sábados y domingos del curso académico. A través de nuestra programación, se difunden contenidos propios de las enseñanzas regladas de la UNED (Ciencias; Derecho; Económicas y Empresariales; Educación; Filología; Filosofía; Geografía e Historia; Informática; Ingeniería; Políticas y Sociología y Psicología), así como de las no regladas, entre las que cabe destacar los cursos de Matrícula Abierta y el Programa de Formación del Profesorado”.

La implantación de Internet y el amplio uso que de la red hace la Universidad Nacional de Educación a Distancia, ha paliado -en parte- la ya mencionada fugacidad de la radio, uno de sus mayores problemas, y lo ha hecho, como explica Calés, “hasta hace poco tiempo, una vez emitida por *Radio Nacional de España*, esta programación era de difícil acceso. Por ello la UNED, consciente del valor que sus programas poseen para sus alumnos y para un determinado público interesado en conocer aspectos científicos,

culturales y sociales de actualidad, consideró oportuno difundirlos de manera más amplia a través de Internet. Gracias al esfuerzo de quienes trabajan en ello, hoy estamos en disposición de ofrecer en nuestras páginas más de 1.000 horas de programación en diferido sobre los temas más diversos relacionados con las enseñanzas que la UNED imparte dentro y fuera de nuestras fronteras” .

Hasta tal punto ha cobrado importancia el binomio Radio-Internet en las actividades de la UNED, que en palabras de Calés, “en la actualidad incluye más de 1.100 horas de programación radiofónica propia por Internet con cerca de 300 accesos diarios”.

3.5. Una peculiar y exitosa experiencia. Radio ECCA

La historia de esta particular emisora se remonta a la década de los sesenta, aunque antes del nacimiento propiamente dicho de ECCA, tuvo lugar un importante precedente. Es en 1963 y en la localidad cordobesa de Montilla, cuando el padre jesuita Francisco Villén Lucena se dispone a dar los primeros pasos en la enseñanza por radio.

La idea le rondaba la cabeza desde que conversara con otro sacerdote, el padre Enrique Huelin, que había conocido a fondo el funcionamiento de la emisora colombiana *Radio Sutatenza* (a la que se hace mención en el epígrafe *El huracan iberoamericano* de este mismo capítulo).

Con esa referencia, Villén inicia las primeras actividades, que no emisiones, en un reformatorio, con un material que había sido utilizado durante la Segunda Guerra Mundial y con la ayuda de una maestra destinada en esta población, Teresa Mezquita.

Decía el propio sacerdote³⁹ que “por medio de un magnetofón nos empeñamos en enseñar a un grupo de muchachos analfabetos. Poníamos el magnetofón en el centro de la mesa, se les daba el esquema de clase y su cartilla, y la clase comenzaba (...) Durante el día preparábamos los esquemas y grabábamos la clase. Luego, por la noche, los alumnos la recibían en torno al magnetofón. Nosotros a través de la vidriera, donde no podíamos ser vistos, observábamos las reacciones de aquellos muchachos. Corregíamos, rectificábamos, nos acercábamos día tras día, más y más, al alumno y comprobábamos que se puede enseñar a distancia. Entonces pusimos la emisora en marcha (un viejo transmisor de 250 watos)”.

Poco después, el padre Villén era trasladado a Canarias, donde encontró una sociedad muy similar a la que acababa de dejar en la provincia de Córdoba: la población se encontraba muy diseminada, el índice de analfabetismo era alarmantemente elevado, la situación económica de la mayoría de las familias era muy precaria, apenas existía oferta educativa para los adultos,

éstos no podían asistir a las clases existentes por ser incompatibles con su ocupación laboral, etc.

En el año 1965 Canarias vivía fundamentalmente de la agricultura del plátano y el tomate; el puerto ayudaba algo a la economía en las islas capitalinas; el turismo apenas se estaba iniciando. El cultivo del tomate obligaba a los habitantes de medianías y cumbres a un periódico traslado a las costas y zonas bajas con viaje de ida y vuelta cada año (...) Aparece entonces *Radio ECCA* con la intención de paliar un elevado déficit de cultura, de apagar el fuego del analfabetismo⁴⁰.

Consultada la opinión de unos profesionales e informadas las autoridades locales y con el apoyo económico de unos particulares, crea *Radio ECCA* (Emisora Cultural Canaria). Su objetivo⁴¹ fue “acudir al mayor número de personas necesitadas de aprender, con la mayor eficacia y el mínimo costo. Y todo impregnado en un sentir humano cristiano de la vida (...) ECCA nació del pueblo canario y fue para el pueblo canario”.

La concesión oficial para esta nueva estación radiofónica se recibía el 10 de diciembre de 1963. La expidió el Ministerio de Información y Turismo a la Compañía de Jesús, para que ésta promocionara la educación de adultos en el Archipiélago Canario.

Y así se hizo, el 15 de febrero de 1965, con un primer equipo emisor de onda media de 10 Kilowatios, con el que se transmitía la señal a todas las Islas Canarias y a la costa occidental de África. Otro Ministerio, el de Educación y Ciencia, procedía poco después a asignar a *Radio ECCA* hasta seis maestros pertenecientes a la campaña de Alfabetización, un número que iría creciendo y multiplicándose en muy poco tiempo, tanto como el número de alumnos.

Así, de los primeros 279 alumnos y alumnas, procedentes en su mayoría del sector agrícola, y de esa media docena de profesores, se pasó en un año, a un millar de estudiantes y 17 maestros. Hasta la fecha, más de un millón de alumnos y alumnas han ampliado sus conocimientos gracias a esta emisora, a su

peculiar método de enseñanza y casi doscientas personas integran su plantilla.

Como vemos, la progresión ha sido constante a lo largo del tiempo, independientemente de los objetivos que la institución se iba marcando década a década. De esta forma, en los primeros años de vida de *Radio ECCA*, el principal objetivo fue consolidar su presencia en todo el Archipiélago Canario. Posteriormente, extendería su ámbito de acción a buena parte del de la península, así como a algunas naciones del continente americano.

Más recientemente, esta institución ha centrado su desarrollo en la ampliación y diversificación de su oferta educativa. Tras más de treinta años de actividades, su primer objetivo, la alfabetización, ha sido felizmente superado, siendo ahora las metas las enseñanzas de grado medio y superior. A lo largo de estos años *Radio ECCA* ha conseguido importantes galardones: tres premios Ondas (1967, 1971 y 1979), la Antena de Oro (1968), la Encomienda de Alfonso X El Sabio (1975), Medalla de Oro de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria (1995), entre otros.

Justamente al cumplirse veintiún años del nacimiento de *Radio ECCA*, se constituía la Fundación ECCA. Esta entidad venía a suceder históricamente a la Compañía de Jesús, que desde los orígenes había respaldado jurídicamente todas las anteriores actividades de ECCA, constituida en asociación desde el 18 de febrero de 1970.

La Fundación es la persona jurídica privada que respalda en la actualidad todas las actividades que llevan el nombre de ECCA. Sometida a la legislación española sobre fundaciones, está reconocida como entidad benéfico-docente, sin ánimo de lucro. Las tres entidades que constituyen notarialmente la Fundación son – justamente- las que detentaban la propiedad de los bienes y derechos que habían venido siendo usados hasta entonces por *Radio ECCA*: el Gobierno de Canarias, *Radio Popular-Cadena COPE* y la Compañía de Jesús⁴².

En el Patronato de la Fundación *Radio ECCA* se integran los siguientes miembros: Presidente del Gobierno de Canarias, Ministro de Educación y Cultura, Consejero de Educación y Cultura y Deportes del Gobierno de Canarias, Consejero de Empleo y Asuntos

Sociales del Gobierno de Canarias, miembro nombrado por el Gobierno de Canarias, representante del Cabildo de Gran Canaria, representante del Cabildo de Tenerife, representante del Cabildo de Lanzarote, representante de *La Caja de Canarias*, representante de *CajaCanarias*, representante de la Asociación ECCA, representante de la Fundación Marquesa de Arucas, Provincial de la Compañía de Jesús, Obispo de Canarias, Obispo de San Cristóbal de La Laguna, tres representantes de la Compañía de Jesús, dos miembros propuestos por la Compañía de Jesús, Presidente del Consejo de Administración de la *COPE*, dos representantes de la *COPE*, Subdirector general de *Radio ECCA*, Fundación Canaria, tres representantes del profesorado de *Radio ECCA*, representante del profesorado colaborador de *Radio ECCA*, representante del personal no docente de *Radio ECCA*, representante del alumnado de *Radio ECCA*, y dos miembros nombrados entre las personas más vinculadas a *Radio ECCA*

La financiación de esta entidad se realiza mediante tres tipos de ingresos:

- Cuotas mensuales de los alumnos.

- Subvenciones y aportaciones económicas provenientes del Ministerio de Educación, consejerías autonómicas de Educación, otras consejerías autonómicas, ayuntamientos, cabildos insulares, Unión Europea, etc.

- Aportaciones procedentes de otras instituciones como cajas de ahorros, particulares, Compañía de Jesús, etc.

Pero, ¿cuál es el sistema ECCA de enseñanza? Se trata de una tecnología que aúna tres elementos bien definidos: la clase radiofónica, el material impreso y la orientación o tutoría.

La interacción de todos ellos da lugar a un sistema tridimensional único, diferente a cualquier otra modalidad de enseñanza a distancia, también considerada como semipresencial. De no emplearse alguno de los elementos, el sistema quedaría cojo, puesto que los tres se complementan y son indispensables para su buen funcionamiento.

❖ La clase radiofónica.

Es impartida –generalmente– por una pareja de profesores, procurando emplear siempre la alternancia de voces masculina-femenina, lo que hace mucho más agradable y armónica la escucha. Estos docentes se dirigen al alumno como si estuvieran junto a él, mediante un lenguaje claro, sencillo y coloquial, cuajado de llamadas de atención; de esta forma se potencia al máximo su atención.

¿Cómo es esta clase radiofónica? Verdaderamente, tiene poco que ver con un espacio de radio al uso, o con una conferencia. Se trata de otra cosa; los profesores no leen la clase, sino que la exponen, improvisando, según el esquema (material preparado por el correspondiente centro ECCA), como lo haría cualquier docente en su aula. Habitualmente, su duración es de media hora, aunque puede alargarse, dependiendo de la materia, hasta los 60 minutos.

La clase no siempre se emite a la hora más cómoda para todos los alumnos. Un elevado porcentaje de los alumnos la sigue grabándolas en su hora de emisión. Recurrir a la cinta cassette es una buena solución en los casos en los que no se dispone de

tiempo suficiente de emisión o no se cuenta con un centro emisor en ese territorio.

El efecto motivador de la clase difundida en directo es superior, pero la cinta cassette sigue considerándose como una excelente alternativa a la radio.

❖ Material impreso.

En él, el alumno encuentra toda la información necesaria para seguir los cursos. Se compone de una sucesión de esquemas, elemento fundamental que sirve de soporte para la clase radiofónica, hace las veces de encerado y –a menudo- termina transformándose en libro de texto. El oyente tiene que rellenar fichas en conexión con la lección que está escuchando, lo que facilita la relación entre profesor y alumno.

En algunos casos, el esquema se complementa con cintas de vídeo o audio, disquetes, CD-ROM o algún otro material escrito y siempre, con ejercicios y hojas de autoevaluación para entregar al profesor-orientador, que tras corregirlas, las devolverá al alumno.

❖ Orientación/Tutoría.

Completa la clase radiofónica y el material impreso y estimula el contacto entre el alumnado, tanto entre sí, como con el profesorado. Esta orientación puede ser presencial y/o a distancia. Semanalmente, el centro de orientación se convierte en el lugar de encuentro entre los alumnos y los profesores.

La función de estos es múltiple: entregar la documentación a los educandos, recoger los ejercicios de autoevaluación y devolverlos convenientemente corregidos, orientarles pedagógicamente, solucionarles dudas surgidas durante el estudio de las distintas materias, motivar y estimular al alumno y mantener un seguimiento exhaustivo de la evolución del mismo.

Pero, en la labor diaria del centro de orientación ECCA influyen otras variables, al margen de las actividades de los profesores; las ha enumerado Otero⁴³:

- Marco en el que está ubicado el centro para impartir la clase semanal (local amplio, reducido, frío, agradable, cómodo, etc.)
- Ubicación curricular (Pregraduado, Graduado Escolar, Cursos Monográficos, Escuela de Padres, etc.)
- Aspecto social, profesional y personal del profesor orientador (abierto, flexible, introvertido, extrovertido, joven, mediana edad, mayor, ilusionado, apático, etc.)
- Metodología propia empleada (alumnos activos, pasivos, trabajo individual, en grupo, exposiciones magistrales, etc.)

- Forma de ayudar a construir el saber por parte del profesor orientador hacia los alumnos.
- Función de motivación/estimulación de la clase.
- Clima social del Centro: positivo (cooperación, confianza, empatía, autonomía, etc.) o negativo (competitividad, pasividad, rechazo al estudio, desconfianza, etc.)
- Código lingüístico utilizado.
- Categorías de interacción entre profesor orientador y alumno (orientación, presentación de contenidos, evaluación, etc.).
- Recursos, instrumentos y materiales utilizados, además de los propios esquemas ECCA (audiovisual, audio, visual, táctil, textos, artículos, libros, etc.).
- Organización/estructuración de las clases presenciales (cronograma, horarios, temporalización, etc.).

- Función de evaluación (controlar, reorientar, confrontar, autoevaluación, revisión de los esquemas cubiertos por los alumnos después de escuchada la clase radiofónica, etc.).
- Formas de las campañas de promoción y destinatarios de la información sobre el funcionamiento de ECCA (charlas en colegios, asociaciones culturales, padres, carteles, trípticos, etc.).
- Disponibilidad de tiempo por parte de los alumnos para sedimentar y ampliar los conocimientos adquiridos en la audición de la clase radiofónica y en el centro de orientación, etc.

La oferta educativa de Radio ECCA en la actualidad es muy amplia. Si en el año 1965 apenas se impartían seis niveles de enseñanza primaria, en la actualidad son numerosos los cursos que se ofrecen.

A los cursos de Graduado Escolar y Bachillerato iniciados en los años setenta, se ha venido sumando un gran número de enseñanzas no formales: Contabilidad y Cálculo comercial, Inglés, Escuela de Padres, Salud, Pareja y Matrimonio, Estimulación Precoz, Técnicas de Evaluación, Constitución Española, Trabajo y Legislación Laboral, Manipuladores de Alimentos, English for Spanish Speakers-*BBC*, Estatuto de Autonomía de Extremadura, Comunidad Europea, Programación Escolar, Frances, IVA, IGIC, Comunicación, Grabación ECCA, Estatuto de Autonomía de Andalucía, Consumo, Técnicas de Estudio, Consumo en la Escuela, Curso Básico de Cooperativismo, Lingua Galega, Alemán, Informática Básica, Drogodependencias, Habilidades Sociales, Educación para el Consumo, Entorno Windows, Sistema Operativo MS-2, Ciudades Sanas, Prevención de Incendios, Medicina Natural, Fotografía, Análisis de Balances, Calidad en la atención al cliente, Contabilidad Informatizada, Currículo Escolar, Mujer, Educar en la Fe, Contabilidad Analítica, Técnicas de Ventas, Habilidades Sociales en la Escuela, Cultura Canaria, Gestión de Comercios, Unidades Didácticas, Animadores de Grupo, Rendimiento Escolar, Lengua i Cultura de les Illes Balears, etc. Asimismo, Radio ECCA imparte cursos de formación para Pymes de Las Palmas de Gran

Canaria; en colaboración con el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales programas de cooperación y voluntariado sociales para formación y apoyo al empleo de jóvenes socialmente desfavorecidos, formación y apoyo al empleo de mujeres socialmente desfavorecidas y formación de reclusos; etc.

Evidentemente, una programación radiofónica tan larga como la que realiza diariamente Radio ECCA permite incorporar a la antena programas docentes, pero también otros de carácter no docente.

Se trata de espacios dedicados a la educación informal, aunque –eso si- siempre sin emitir publicidad durante su programación; esta emisora no pretende competir con las demás cadenas radiofónicas. Así, todos los espacios no docentes, son eminentemente formativos, culturales o musicales.

Con ellos se pretende, según Otero,⁴⁴ “informar a los oyentes sobre noticias de actualidad, recogidas muchas veces de otros medios de comunicación; divulgar la cultura de una forma amena a través de la programación no docente, con cuñas y espacios de

ambientación y animación al desarrollo cultural, entrevistas, información sobre cursos, seminarios, congresos, convocatorias de premios, etc.; entretener, con programas musicales, concursos, comentarios, etc., adaptados a la población adulta; etc.”.

En la actualidad, *Radio ECCA* cuenta con un buen número de frecuencias radiofónicas, la mayoría situadas en el Archipiélago Canario y cuatro más en la península. Son las siguientes:

- ❖ Antequera (Málaga): 89.8 Mhz. FM

- ❖ El Hierro: 90.6 Mhz. FM (El Golfo)

- ❖ Fuerteventura: 93.0 Mhz. FM (Puerto del Rosario) y
101.2 Mhz. FM

- ❖ Gomera: 103.4 Mhz. FM

- ❖ Gran Canaria: 1.269 Kc. OM (Las Palmas), 90.4 Mhz. FM (Las Palmas), 90.8 Mhz. FM y 91.4 Mhz. FM (Maspalomas)
- ❖ Ibi (Alicante): 93.7 Mhz. FM
- ❖ La Palma: 100.5 Mhz. FM (Puntallana), 99.5 Mhz. FM (Santa Cruz) y 90.6 Mhz. FM (Tijarafe)
- ❖ Lanzarote: 93.0 Mhz. FM y 101.2 Mhz. FM (Arrecife)
- ❖ Santa Cruz de Tenerife: 89.6 Mhz. FM (La Laguna), 90.4 Mhz. FM (este y sur), 104.7 (zona norte) y 106.6 Mhz. FM
- ❖ Tordesillas (Valladolid): 104.5 Mhz. FM
- ❖ Vigo (Pontevedra): 96.5 Mhz. FM

La expansión internacional, sobre todo por Iberoamérica de *Radio ECCA* es imparable. Al comienzo del Siglo XXI, su sistema ha

sido exportado o tiene presencia en quince países del continente americano: Argentina, Bolivia, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, Guatemala, Honduras, México, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

Además, de unos años a esta parte, viene desarrollando programas de enseñanza en África; concretamente en Angola, Cabo Verde y Mauritania.

Es tradicional, por otro lado, la colaboración de *Radio ECCA* con otras entidades europeas, a la hora de desarrollar determinadas enseñanzas en Francia, Italia y el Reino Unido.

3. 6. Otras experiencias europeas

Hay numerosos ejemplos de radio educativa para adultos en Europa. Por citar algunas de la última mitad del siglo pasado:

- La *ORT* de Austria y sus programas educativos.
- Las emisiones por *Radio Francia* del Centre National de Documentation Pédagogique (CNDP) iniciadas en 1952 y la *Radio Propedéutica* de Francia.
- La Open Schooll de Dinamarca, en la que se intentaba alfabetizar a través de temas que guardaban algún interés para la población adulta como la decoración del hogar, juegos infantiles para los hijos, derechos personales, política y sistema judicial, etc.
- La Fernuniversität alemana.
- La programación formativa de la *Magyar Rádío és Televizió (MRT)* de Hungría.

- Las emisionres de *Radio Telefis Eireann (RTE)* de Irlanda.
- El completo servicio puesto en marcha en 1978 por la *Swedish Educational Broadcasting Company*, una entidad independiente financiada por el estado sueco; etc.

Pero, sin duda, el país del *viejo continente* que ha empleado en mayor grado la radio como instrumento formador de adultos ha sido el Reino Unido, por medio de la School Radio (para escolares), la Open University (universitarios), la Further Education Radio (adultos) y mediante su emblemática y prestigiosa emisora estatal: la *BBC (British Broadcasting Corporation)*.

Teniendo en cuenta que han sido varias las iniciativas desarrolladas, destaca especialmente la denominada *Campaña Británica de Alfabetización de Adultos*. Utilizando de forma conjunta tanto sus canales de radio como de televisión, esta cadena pública llevó a cabo la campaña entre los años 1975 y 1978, conjugando cuatro series radiofónicas, dos televisivas, los correspondientes manuales y libros de texto y un servicio de atención a través del

teléfono (financiado por una fundación benéfica), con una decidida labor institucional dirigida desde el ámbito gubernamental; en concreto, se creó un departamento dedicado a la gestión de los recursos para la correcta alfabetización de este sector de la sociedad.

Con el nombre de Adult Literacy Resource Agency, este organismo dotó de los necesarios medios económicos a las administraciones locales y a distintas organizaciones sociales, que en la actualidad podríamos denominar "no gubernamentales", para poner en marcha el proyecto, que -desde el primer momento- contó con la valiosa ayuda de un gran número de voluntarios. El siempre complicado proceso de evaluación de los alumnos corrió a cargo del National Institute of Adult Education (Instituto Nacional para la Educación de Adultos).

Desde el punto de vista radiofónico, el proyecto contó -como ya señalábamos- con cuatro series de programas. Las dos primeras, basadas en lecciones de apenas cinco minutos (un formato muy similar al del popular *boletín horario de noticias* de la radio

convencional), que debían ser complementadas con la lectura de los textos, se denominaron *Next Move* y *Move on*.

El objetivo básico de estas dos primeras series era despertar el interés de los alumnos por la lectura, así como adiestrarles en este hábito. Las otras dos series radiofónicas, que estaban destinadas a los docentes, fueron divididas en entregas de media hora y tenían como título *Teaching adults to read* y *Helping with Spelling*.

Sin la ayuda de la *BBC* no habría sido posible que las autoridades del Reino Unido hubieran podido desarrollar, como lo hicieron en la década de los setenta, este ambicioso proyecto educativo, en el que participaron setenta y cinco mil tutores y del que se beneficiaron ciento veinticinco mil alumnos. A pesar del esfuerzo, se considera que la campaña apenas alcanzó al 5% de la población objetivo.

3.7. El "huracán" hispanoamericano

Son muy numerosas las iniciativas de radio educativa que se han puesto en marcha en el sur del continente americano, posiblemente porque se han dado cuenta de la realidad a la que hacía referencia Alejandro Aura,⁴⁵ al recordar que “hay miles de emisoras de radio que transmiten en idioma español, para más de trescientos cuarenta y cinco millones de hablantes de esta lengua, ¿por qué pensar que sólo la inmediatez de las noticias puede ser importante para este inmenso conglomerado”.

Repasamos a continuación algunas de las más interesantes, siguiendo el orden alfabético de los países donde se llevan a cabo.

❖ Argentina.

Concretamente en la zona norte del país, presta sus servicios el Instituto de Cultura Popular (INCUPO).

Se trata de una institución no gubernamental de inspiración cristiana dedicada a la alfabetización de los sectores más desfavorecidos de la sociedad argentina, que

emplea la radio como medio complementario de enseñanza (junto a otros soportes de comunicación, sobre todo, audiovisuales), estímulo para la movilización social, creadora de conciencia de sector, rescatadora de valores y formas culturales y como apoyo a las organizaciones.

A pesar de no contar con emisoras propias, una posibilidad prohibida por las leyes del país, casi dos docenas de estaciones radiofónicas se encargan de poner "en el aire" sus programas educativos.

❖ Bolivia.

Cuenta desde hace décadas con las Escuelas Radiofónicas (ERBOL), una institución docente dedicada a la alfabetización de pueblos indígenas, especialmente el Aymara.

Aunque en 1967 contaba con tan solo con seis estaciones (*Radio Fides* de La Paz, *Radio San Gabriel* de

Peñas, *Radio Loyola* de Sucre, *Radio Pío XII* de Siglo XX, *Radio San Rafael* de Cochabamba y *Radio Bolivia* de Oruro), actualmente, el instrumento para llevar a cabo esta función son una treintena de emisoras afiliadas ubicadas en nueve departamentos del país.

❖ Colombia.

La Acción Cultural Popular (ACPO) nace en Colombia como una entidad de desarrollo en el ámbito rural, que tiene como único objetivo la formación de los agricultores y ganaderos del país a través de los medios de comunicación y que hereda las más de tres décadas de historia de *Radio Sutatenza* (1947), una estación fundada por el padre Salcedo.

Esta cadena radiofónica llegó a contar con ocho emisoras, de Onda Media, sobre todo, aunque también de Frecuencia Modulada, ubicadas en ciudades tan importantes como Santa Fe de Bogotá, Cali o Medellín. En este caso, la

alfabetización es una más de las tareas educativas, entre otros muchos elementos.

❖ Costa Rica.

En 1973 y siguiendo la estela de *Radio ECCA* en España, ve la luz en Costa Rica el Instituto Costarricense de Enseñanza Radiofónica (ICER) a iniciativa de dos sacerdotes jesuitas: Franz Tattenbach y Rogelio Pedraz.

Esta institución privada y sin ánimo de lucro, centra sus esfuerzos en la alfabetización y en la educación secundaria. La radio complementa al material escrito profundizando en los esquemas, estimulando la escucha, creando vínculos personales entre la institución y el estudiante y lo que es más importante, hábitos de estudio en este último.

❖ Ecuador.

Un año después que en el caso anterior, pero a inspiración también de *Radio ECCA*, se funda en la ciudad de Guayaquil, en Ecuador, el Instituto Radiofónico Fe y Alegría (IRFEYAL). Con otro centro de producción en la capital, Quito, y una veintena de emisoras, ya son varios cientos de miles de ecuatorianos de diez de las veinte provincias del país, los que han aprovechado la labor docente de esta organización dedicada a la formación de adultos de las clases más desfavorecidas de esta nación.

Las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE), fueron fundadas por Monseñor Leonidas Proaño, Obispo de Riobamba, “saliendo al aire” por primera vez en marzo de 1962 con un programa de alfabetización por radio; en ese momento, el porcentaje de indígenas y campesinos analfabetos era del 80%. En la actualidad emite por Onda Media, Frecuencia Modulada y Onda Corta.

Otra iniciativa de educación radiofónica es la surgida desde el propio Gobierno de Ecuador; se trata del Centro Regional de Comunicación Educativa para la Región Amazónica del Ecuador (CRECERA).

Creado en 1986 dejó en manos de los sacerdotes salesianos la función formadora, que se realiza a través de la emisora *La Voz del Upano*, situada en la localidad de Macas. Con metodología ECCA, se imparte enseñanza en los niveles preprimario, primario y medio.

❖ Guatemala.

El Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica (IGER) nació en 1978 a semejanza del ya mencionado ICER y también por iniciativa del padre Tattenbach. Esta organización simultánea sus emisiones en español con otras en cinco idiomas indígenas y por las dificultades orográficas que presenta el terreno en Guatemala, combina las emisiones

radiofónicas con la distribución de las enseñanzas mediante cintas cassette.

En Guatemala opera también *Radio Tezulutlan-TGTZ*, que emite con dos frecuencias de onda corta y una de frecuencia modulada. Esta emisora fue inaugurada el 15 de enero de 1976.

Sus objetivos primordiales como los de la Iglesia Católica son Evangelizar y acompañar a las comunidades rurales, incentivando el desarrollo -socio-económico-cultural- transmitiendo en las lenguas predominantes en el territorio de la Diócesis de Verapaz: Q'eqchí, Achí y Pocomchí, fomentando además la predilección por la cultura y la educación, la música vernácula y los instrumentos autóctonos.

❖ Honduras.

De nuevo siguiendo el ejemplo de Franz Tattenbach sj, la Asociación de las Hijas de María Auxiliadora, es la entidad

que promueve una emisora cultural en Honduras. Así, en 1989 se funda el Instituto Hondureño de Educación por Radio (IHER), que ha contado con la colaboración de cinco emisoras de marcado carácter cultural para la difusión de sus distintos programas dirigidos a más de un millón de analfabetos hondureños.

❖ México.

En 1947 inició sus transmisiones la primera emisora universitaria de México: *XEUN - Radio UNAM*. Un año más tarde, echa a andar la de la Universidad de San Luis Potosí.

A diferencia de estas estaciones, operadas por instituciones académicas, en Teocelo, Veracruz, se pone en marcha la *Radio Cultural Campesina - XEYT*, dependiente del Centro de Promoción Social y Cultural de la localidad.

Algo parecido ocurre en otra población de Veracruz, en Huayacocotla; allí nace la emisoras *XEJN*, que inicialmente opera con la categoría de escuela radiofónica y

posteriormente se transforma en emisora de onda corta, especializada en difundir cursos de alfabetización.

Idéntica labor lleva a cabo la emisora *XEUNT*, también de onda corta, que operó en la sierra Tarahumara.

❖ República Dominicana.

Una de las iniciativas más veteranas es -sin duda- *Radio Santa María* de la República Dominicana. Emitiendo desde el año 1956 en la población de La Vega, cuenta con otros dos centros en la capital y en la frontera con la vecina Haití, desde los que cubre diecinueve de las veintisiete provincias en que se divide el país.

Esta emisora cultural y religiosa, atiende sobre todo a la población rural y a los estratos más marginales de la sociedad urbana. Su método de enseñanza combina los contenidos meramente educativos, con la oración y el comentario de acontecimientos de actualidad.

❖ Venezuela.

En Venezuela viene funcionando desde 1974 el Instituto Radiofónico Fe y Alegría (IRFA) con emisoras en Maracaibo, Guasualito, Campo Mata y en Caracas, aunque las primera enseñanzas no comenzaron a radiarse de forma regular hasta el año 1976.

Su peculiaridad estriba en que muchas de las lecciones se imparten en directo y con un lenguaje sencillo, cercano a la calle y alejado del academicismo; más aún, se incluye en estos programas la posibilidad de que los alumnos puedan preguntar e intervenir a través de la línea telefónica y se emplean elementos puramente periodísticos y radiofónicos para enriquecer la emisión: entrevistas, sociodramas (seriales), etc.

**3.8. Otras aplicaciones pedagógicas del medio.
La radio en la escuela**

De entre las distintas posibilidades pedagógicas de la radio, al margen de las ya expuestas en este trabajo, destaca especialmente una, que por la influencia que tiene en un colectivo como el de los niños, tiene una gran importancia: la radio escolar, o como muchos otros llaman “la radio en la escuela”.

Para hablar de esta cuestión debemos partir de dos premisas fundamentales. La primera, que la educación, es –en sí misma– comunicación. La segunda, es la evidente formación paralela que reciben los seres humanos durante su aprendizaje inicial y a lo largo del resto de su vida, a través de los medios de comunicación.

Comenta al respecto Greenaway⁴⁶ que “La enseñanza de los medios ha evolucionado como concepto internacional y se considera cada vez más que es un componente importante de la educación a causa de su relevancia inmediata para la sociedad contemporánea”.

Reboul⁴⁷ considera que es cierto que el sistema educativo ofrece una enorme información a los alumnos, pero que “no les

enseña a informarse por sí mismo, no les ofrece los medios suficientes de controlar y dominar la información que les llega de su entorno social y que no está necesariamente destinada a servir sus verdaderos intereses”.

Al fin y al cabo, la información, el Periodismo, como conocimiento de la actualidad, debe ser el puente que relacione tan complejos procesos (enseñanza/aprendizaje) en beneficio de la Escuela y la Sociedad. Hacia la Escuela, el Periodismo es un modo de conocimiento que se está incorporando a los currículos en todos los niveles educativos no universitarios. Desde la escuela, los periodistas introducen en los circuitos de la opinión pública las tareas y dificultades de las comunidades educativas y del entero sistema de que forman parte⁴⁸.

Pero, es especialmente significativa la incidencia que un medio de comunicación como la radio tiene en los más jóvenes por sus características propias y muy concretamente, por el empleo del sonido. Su importancia es capital.

Señala González i Monge⁴⁹ que “los educadores saben muy bien que no hay aprendizaje sin estímulo. Desde las primeras semanas de vida el feto recibe informaciones a través del sonido: el latido del corazón de la madre, su voz, la voz del padre, van grabando con carácter indeleble las referencias concretas del futuro ser. Después de su nacimiento, será la voz de la madre su mejor sosiego y el canal por el que le llegarán las primeras pautas para incorporarse a la vida. Y posteriormente, el entorno sonoro le ofrecerá puntos de referencia para configurar su medio ambiente. Es el estímulo del sonido cuando aún se le escapan los contornos de su universo particular”.

Incide el mismo autor en que el menor “se despertará por el zumbido de un reloj, producirá y soportará desde los ruidos domésticos hasta los viarios de la llamada sociedad industrial, e inclusive sus juegos vendrán condicionados por el estímulo sonoro que pretende captar la atención para el consumo de artilugios cada vez más sofisticados. Al lado de todo ello, sin embargo, el sistema educativo no ha abordado una educación del sonido: la precariedad de la educación musical, todavía hoy, es un ejemplo suficientemente elocuente”.

Uno de los aspectos en los que la radio puede aportar una ayuda preciosa a los docentes para la formación de sus alumnos es en la enseñanza de la lengua; en este campo ya se han demostrado los rendimientos del empleo de la radiodifusión. Recuerda Raigón⁵⁰ que “en muchas aulas, sus profesores inculcan a los alumnos determinadas aptitudes relacionadas con la expresión oral –tan olvidada en los últimos años- utilizando las posibilidades y características del medio radio”.

Pero, no hay que circunscribirse a ámbitos tan concretos. Rivera⁵¹ cree que la radio “no se trata de una asignatura, sino de un medio que puede sernos útil para alcanzar de una forma más eficaz ciertos objetivos que se plantean dentro del currículo escolar”. Según González i Monge⁵², hay que ser más ambiciosos, hay que intentar abarcar “la formación humana (...) No se trata de utilizar la radio como vehículo de material académico –caso de la educación a distancia- o de incorporarla al currículo como fuente de información a criticar. Muchos profesores han llegado más allá y han añadido a la pizarra y al bloc un micrófono. Se han convencido de que haciendo radio se hacía clase”.

En este sentido, otros autores, como Morán, afirman que “educar para la comunicación es orientar para realizar análisis más coherentes, complejos-completos y, al mismo tiempo, ayudar a expresar relaciones más ricas de sentido entre las personas. Es una educación que genera nuevas relaciones simbólicas y nuevas expresiones del ser social⁵³.

Evidentemente, el esfuerzo del docente ha de hacerse especialmente patente en el desarrollo de una iniciativa como esta. La introducción de la técnica radiofónica en las aulas obliga a un replanteamiento de la metodología empleada, exige del docente una programación clara de los objetivos a conseguir y de los medios a utilizar, impone un trabajo complementario cuyos gratificantes resultados no ahorran el esfuerzo que comportan. Sin un compromiso claro del docente, por tanto, no es posible la adopción de la radio como instrumento didáctico⁵⁴.

Sentadas ya estas consideraciones, qué tipo de actividades se están llevando a cabo en estos momentos en las escuelas españolas

en relación con la radio. Rivera⁵⁵ las clasifica en tres tipos muy concretos:

❖ Simulación de programas.

Se preparan, redactan, ensayan y realizan programas radiofónicos como si fueran a ser emitidos. Lo importante en este proceso no es tanto la emisión (que no se lleva a cabo de forma real), sino la elaboración de mensajes y su relación con el proceso de enseñanza-aprendizaje.

❖ Colaboración con emisoras profesionales.

Sobre todo con emisoras del ámbito municipal, más abiertas a este tipo de iniciativas. Éstas ponen a disposición de los alumnos su infraestructura y emiten el resultado final del trabajo de los alumnos. Es útil como acercamiento de los estudiantes al mundo de la radio y para las emisoras también representa un medio de afianzarse y ganar popularidad en su entorno.

❖ La emisora escolar.

Gracias al reducido coste de una emisora de radio y a su facilidad de manejo, es factible poner en marcha una pequeña emisora de radio en el centro escolar. Pero, la parte más importante de este proyecto no será nunca la económica, sino la voluntad de los docentes y el interés de los alumnos por sacarlo adelante.

No se trata de competir con otros medios, sino de “dominar los mecanismos de esa peculiar forma de comunicación social, de reforzar los conocimientos para la vida que han de adquirir los educandos, de continuar aprendiendo por parte de todos, en definitiva de ponernos en situación de emisores-receptores”.

Esta experiencia de la radio escolar, supone además según González i Monge⁵⁶ que el alumno vea el fruto de su trabajo y esfuerzo “instantáneamente, sin impresión, sin encuadernación, sin distribución. Porque la radio es sencilla y es inmediata. El alumno participa y no tiene que esperar a

un proceso de elaboración complejo que lo aleje de su obra: el menor no sabe de paciencias”.

En las últimas décadas se ha multiplicado el número de emisoras escolares por todo el territorio nacional. Éstas se han convertido en excelentes herramientas didácticas: el acercamiento al entorno –sobre todo en zonas rurales-, el descubrimiento de la geografía y la historia más cercanas, la relación con instituciones y personajes, la búsqueda de los medios necesarios para conseguir un objetivo, el trabajo en equipo, la programación, la creatividad, el respeto a la audiencia, el ejercicio de la libertad de expresión, etcétera, son pautas con beneficios inmediatos a decir de los propios docentes⁵⁷.

Sentencia Raigón⁵⁸ que “en estos momentos, la radio vuelve a tomar impulso, aunque esta vez como voz de muchas comunidades escolares, de tal manera que las familias de los alumnos y otros entornos geográficamente próximos a estos centros pueden seguir algunas de sus actividades. Por la radio, la escuela se abre a la sociedad, más que para enseñar a enseñarse”.

Utilidad y eficacia de la comunicación radiofónica en el proceso educativo
Capítulo III: *Radio y educación. Las ondas como vehículo de formación*

Notas

¹ **HERNÁN, Josué:** *Hacia una cultura comunicativa.* Revista *Comunicar*, nº 8. Huelva, 1997. Pág. 23.

² **DAVARA, Javier:** *Estrategias de comunicación en marketing.* Dossat. Madrid, 1992. Pág. 86.

³ **MERAYO, Arturo:** *Para entender la radio.* Universidad Pontificia de Salamanca. Salamanca, 1992. Pág. 259.

⁴ **MUÑOZ, José Javier, GIL, César:** *La radio: teoría y práctica.* IORTV. Madrid, 1986. Pág. 101.

⁵ **SANABRIA, Francisco:** *Radiodifusión.* Rialp V.XIII. Madrid, 1973. Pág. 304.

⁶ **ESPINA, Luis:** *Radio educativa, un camino sólo iniciado.* Simposio Internacional de Alfabetización Popular por Radio. Santo Domingo, 1990. Pág. 7.

⁷ CEBRIAN HERREROS, Mariano: *Información radiofónica. Síntesis*. Madrid, 1994. Pág. 516.

⁸ CEBRIAN HERREROS, Mariano: (1994) *Op. Cit.*, Pág. 517.

⁹ MARTÍN-CARO, A.: *La radio del Siglo XXI*. Fragua. Madrid, 2000. Pág. 97.

¹⁰ MARTÍN-CARO, A.: (2000) *Op. Cit.*, Pág. 24.

¹¹ Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión.

¹² JAMISON, D.T. y MCANANY, E.G.: *La radio al servicio de la educación y el desarrollo*. MEC. Madrid, 1981.

¹³ MUÑOZ, José Javier: *Radio Educativa*. Librería Cervantes. Salamanca, 1994. Pág. 33.

¹⁴ **ESPINA, Luis:** *La Radio, tecnología para la educación de adultos. La experiencia de Radio ECCA.* Newsletter Published by the European Bureau of Adult Education 1-2. 1985. Págs. 28 y 29.

¹⁵ **BOCOS, Fermín:** *La Radio y las nuevas tecnologías: avances y riesgos.* I Congreso Internacional de la Lengua Española. Zacatecas (México), abril de 1997.

<http://cvc.cervantes.es/actcult/congreso/radio/ponencias/bocos.htm>, fecha de consulta, 22 de noviembre de 2000.

¹⁶ **BATES, Anthony:** *Broadcasting in Education. An evaluation. Comunicación and Society Series.* Ed. Constable, 2ª Edición. Londres, 1987. Pág. 5.

¹⁷ **ESPINA, Luis:** (1985) Op. Cit., Págs. 28 y 29.

¹⁸ **MUÑOZ, José Javier:** (1994) Op. Cit., Págs. 36-37.

19 JÖRG, Sabine: *Percepción y atención en la recepción de emisiones radiofónicas.* Internationales Zentralinstitut für das jugend-und Bildungsfernsehen. Munich, 1980. Pág. 134.

20 JÖRG, Sabine: (1980) Op. Cit., Pág. 141.

21 JÖRG, Sabine: (1980) Op. Cit., Pág. 133.

22 MUÑOZ, José Javier: (1994) Op. Cit., Pág. 26.

23 BATES, A. W.: *Alfabetización y Postal alfabetización por Radio-La alfabetización por radio, enseñanzas de todo el mundo.* Madrid, 1992, Pág. 52.

24 MAYOR ZARAGOZA, Federico: *Educación y Medios de Comunicación.* MEC. Madrid, 1992. Pág. 15.

25 MIGUEL ARRUTI, Alberto, y otros miembros del Grupo Mixto de Trabajo MEC-RTVE: *Educación y Medios de Comunicación.* MEC. Madrid, 1982. Pág. 237.

²⁶ MUÑOZ, José Javier: (1994) Op. Cit., Pág. 21.

²⁷ ESPINA, Luis: (1985) Op. Cit., Págs. 28 y 29.

²⁸ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Diccionario de Radio y Televisión*. Editorial Alhambra. Madrid, 1981. Pág. 282.

²⁹ HAWKRIDGE, D y ROBINSON, J: *Organización de la radiodifusión educativa*. UNESCO. París, 1984. Pág. 19.

³⁰ TRUTAT, Alain, y otros: *Vª Semana Internacional de Estudios sobre la Radio*. RNE-UER. Torremolinos, 1979.

³¹ Conclusiones del III Foro de Radio Educación. México, 1999.

³² JAMISON, D.T. y MCANANY, E.G: (1981) Op. Cit., Pág. 17.

³³ MADDISON, J: *Radio and televisión in literacy*. UNESCO. París, 1974.

³⁴ **OTERO, José Luis:** *Radio ECCA: una tecnología educativa para la promoción cultural de adultos.* Santiago de Compostela, 1999. Pág. 40.

³⁵ **CHU, Schramm:** *Learning from TV: what the research says.* IFC, Stanford. California, 1963.

³⁶ **CLARK, R. y SALOMON, G:** (1986) Op. Cit., Págs. 464 a 478.

³⁷ <http://www.uned.es/cemav/radio.htm>

³⁸ **CALES, José María:** *Un entorno multimedia para la difusión de la cultura y la educación para Internet: TeleUNED y RadioUNED.* Conferencia Internacional sobre educación, formación y nuevas tecnologías. Madrid, junio de 2000.

³⁹ **VILLÉN, F.:** *Radio ECCA, emisora cultural popular de Gran Canaria.* Dirección General de Radiodifusión y Televisión Española. Madrid, 1968.

⁴⁰ Radio y Educación de Adultos, nº 28. Las Palmas de Gran Canaria, 1994. Pag. 43.

⁴¹ VILLÉN, F. citado por TORRES, A.: *Para qué se inició Radio ECCA*. Radio y Educación de Adultos, nº 13. Las Palmas de Gran Canaria, 1990. Pág. 54.

⁴² Fundación ECCA. Memoria 1993/94. Las Palmas de Gran Canaria. Pág. 71.

⁴³ OTERO, J. C.: (1999) Op. Cit., Págs. 48 y 49.

⁴⁴ OTERO, J. C.: (1999) Op. Cit., Pág. 109

⁴⁵ AURA, Alejandro: *Palabras vivas, palabras muertas: la radio creativa*. I Congreso Internacional de la Lengua Española. Zacatecas (México), abril de 1997.

<http://cvc.cervantes.es/actcult/congreso/radio/ponencias/aura.htm>, fecha de consulta: 22 de noviembre de 2000.

⁴⁶ GREENAWAY, Peter: *¿A quién corresponde la enseñanza de los medios? En La revolución de los medios audiovisuales.* Ediciones de la Torre. Madrid, 1996. Págs. 52 y 53.

⁴⁷ REBOUL, Elie: *Aprender a usar las fuentes de información. Técnicas para la escuela.* Narcea. Madrid, 1980.

⁴⁸ RAIGÓN, Guillermo: *Periodismo y reforma educativa.* Alfar. Sevilla, 1997. Pág. 11.

⁴⁹ GONZÁLEZ I MONGE, Ferrán: *En el dial de mi pupitre.* Gustavo Gili. Barcelona, 1989. Págs. 157 y 158.

⁵⁰ RAIGÓN, Guillermo: (1997) Op. Cit., Pág. 54.

⁵¹ RIVERA, María José: *El mensaje radiofónico.* En *La revolución de los medios audiovisuales.* Ediciones de la Torre. Madrid, 1996. Pág. 296.

⁵² GONZÁLEZ I MONGE, Ferrán: Op. Cit., Pág. 159.

⁵³ **MORÁN, Manuel:** *¿Por qué educar para la comunicación?. En La revolución de los medios audiovisuales. Ediciones de la Torre. Madrid, 1996. Pág. 57.*

⁵⁴ **GONZÁLEZ I MONGE, Ferrán:** (1989) *Op. Cit., Pág. 161.*

⁵⁵ **RIVERA, María José:** (1996) *Op. Cit., Págs. 298-300.*

⁵⁶ **GONZÁLEZ I MONGE, Ferrán:** (1989) *Op. Cit., Pág. 159.*

⁵⁷ **GONZÁLEZ I MONGE, Ferrán:** (1989) *Op. Cit., Pág. 159.*

⁵⁸ **RAIGÓN, Guillermo:** (1997) *Op. Cit., Pág. 54.*

4.1. Educación formal y no formal

Quizá la forma más rápida para definir la educación no formal sería decir que se trata de aquellas enseñanzas que tienen lugar fuera del marco “histórico” de la escuela, pero -sin duda- no es la más exacta. Y decimos histórico, porque ni siempre ha existido la escuela, ni nada permite asegurar su perennidad¹. Según recuerda Romero², “los llamados valores educativos de carácter obligatorio o definitivo no pueden ni deben ser aceptados reverentemente, sino examinados críticamente y probando la autenticidad de su contenido”.

De hecho, la educación formal antes de la Revolución Industrial era mínima; existían algunos casos en el Reino Unido de carácter vocacional o eclesiástico³. Es por tanto, por lo que los historiadores afirman que la educación formal surge después de la Revolución Industrial, caracterizando a las sociedades industrializadas; su principal impulsora fue una ley británica: la *Foster Education Act*.

Una de las principales ventajas de la educación formal es que sus títulos son fácilmente reconocibles y compulsables en todo el mundo, dentro del sistema de titulación internacional.

Dentro de su clásica definición de educación formal, informal y no formal, Coombs⁴ describe a esta última como “toda actividad organizada, sistemática, educativa, realizada fuera del marco del sistema oficial para facilitar determinadas clases de aprendizaje a subgrupos particulares de la población, tanto adultos como niños”.

Por su parte, Trilla⁵ define a la educación no formal como “el conjunto de procesos medios e instituciones específica y diferenciadamente diseñados en función de explícitos objetivos de formación o de instrucción, que no están directamente dirigidos a la provisión de los grados propios del sistema educativo reglado”.

Lo cierto es que la educación no formal, de la que ya se había hablado anteriormente con otras denominaciones, “nace” entre la década de los años sesenta y la de los setenta, en un momento de profunda preocupación en la comunidad educativa occidental; se

podría decir, que surge en un momento de crisis, plagado de interrogantes sobre la validez del sistema educativo tradicional.

Es, en concreto, en la Conferencia internacional sobre la crisis en el mundo de la educación celebrada el año 1967 en la población estadounidense de Williamsburg, cuando las conclusiones finales dan origen a la denominación educación no formal.

El nuevo concepto llegaría a nuestro país mucho años después, en 1974 y en una jornada de estudio sobre la educación informal celebradas en la Ciudad Condal a instancias de la Universidad de Barcelona y el Instituto Catalán de Cultura Hispánica.

Desde entonces se han multiplicado los encuentros sobre esta modalidad educativa, tanto en España, como en el mundo. Al fin y al cabo, como dice Fourastié⁶, “la escolarización no es la única vía de civilización (...) toda la vida del hombre contribuye a la formación de su personalidad”.

Teniendo en cuenta estas premisas, es necesario diferenciar de forma clara la educación no formal de la formal. Apoyándose en el punto de vista metodológico se afirma que la educación formal es la que se imparte dentro de la escuela y la formal, la que no; en definitiva, la que se aleja de las formas tradicionales no es formal. En cambio, si atendemos a un criterio meramente estructural, la educación no formal se distingue por no estar sometida a un sistema educativo organizado, estructurado y oficial.

Según Jamison y McAnany⁷, la educación no formal consiste en “la enseñanza de las materias de las áreas específicas a las necesidades de desarrollo de las regiones individuales de un país. Parte de la educación no formal puede tratar de destrezas cognoscitivas, como por ejemplo, la educación de adultos, pero la mayor parte de ella utiliza las destrezas cognoscitivas que los individuos ya poseen para ayudarles a adquirir los conocimientos relevantes para el desarrollo”.

En todo caso, hablemos de educación formal o no formal, no deberíamos olvidar la máxima de Herrera Oria⁸: “el fin de la educación es formar hombres de carácter (...)La raíz del carácter se encuentra en el entendimiento, donde no hay convicciones hondas, no hay caracteres. Convicciones, no sentimientos generosos o imágenes brillantes. Formar caracteres es obra larga y lenta, porque ni las convicciones sólidas ni los verdaderos ideales se improvisan”.

A partir de ahí y conforme a estas características de la educación formal, es evidente que en el conjunto de esta modalidad formativa coexiste una gran variedad de objetivos, fines y funciones, dependiendo del medio por el que se imparta el conocimiento, aunque -sin duda- uno de sus principales cometidos es el que nos ocupa: la alfabetización de adultos.

Las razones son evidentes, el educando no formal, heterogéneo siempre, proviene de colectivos sociales mal o poco atendidos por la educación formal, por el sistema establecido. Además, la inscripción en este tipo de programas es voluntaria, lo

que presupone un elevado grado de interés en el alumno, que es consciente de sus limitaciones y de sus intereses; el hecho de que haya una cierta despersonalización en la relación alumno-profesor -al fin y al cabo parece olvidada la máxima del padre Ayala⁹: “para educar se necesitan cualidades de educador, normas educadoras, prudencia, amor, espíritu de sacrificio, paciencia, constancia, plan, cooperación de muchos y tiempo”- hace posible que el primero no tenga reparos en abandonar el programa si este no satisface sus expectativas o si le desborda. En cuanto al segundo, se transforma en mediador de la educación y comienza a llevar a cabo su trabajo de forma coordinada con otros compañeros para elaborar materiales que sirvan de soporte a los conocimientos.

Pero, volviendo al alumnado, como decimos heterogéneo, agradece sobremanera que la educación no formal huya de la uniformidad y la estandarización a la hora de elaborar sus contenidos. Por el contrario, procura adaptarse a las especificidades del colectivo objetivo o del territorio donde desarrolla sus actividades con métodos propios, lo que facilita -considerablemente- la integración y satisfacción de los educandos.

Estos, en la educación a distancia, regulan su aprendizaje, tienen la posibilidad de administrar la enseñanza, según sus necesidades o capacidades e incluso, de autoevaluarse, comprobando mediante el empleo de ejercicios, hasta qué punto están avanzando en la adquisición de conocimientos.

Por otro lado y siguiendo la perspectiva del alumnado, no pueden pasarse por alto dos aspectos fundamentales. Por una parte, el hecho de que esta suerte de enseñanzas no formales puedan impartirse a distancia, o lo que es lo mismo, mediante los más diversos medios de educación y muy especialmente, la radio; esto posibilita que el educando reciba el conocimiento en su entorno.

Asimismo, la flexibilidad temporal de la educación no formal evita la -a menudo- excesiva rigidez de los horarios de la educación formal y deja a la responsabilidad del individuo la administración del tiempo de estudio y el momento preciso de desarrollar esta actividad. Importante es también la evaluación, que deja a un lado

los exámenes convencionales y prima -ante todo- la labor realizada por los alumnos.

Al margen de la alfabetización, otras muchas voces han abogado porque la función prioritaria de la enseñanza no formal fuera la referida al mundo del trabajo, es decir, la capacitación laboral, por encima de otras posibilidades, como la formación para el disfrute del tiempo libre o la mera culturización de los individuos.

Se apunta a dos factores como los culpables de esta derivación: la incidencia de este tipo de educación en el desarrollo socioeconómico y el hecho de que la escuela siga siendo una institución aparte y apartada del mundo laboral.

Pero, ¿qué naciones son las que más necesitan de la educación no formal? En un principio, todas pueden hacer un uso provechoso de ella, pero -sin duda- las más beneficiadas son aquellas de renta más baja, que se enfrentan a problemas como los siguientes:

- ❖ El aumento de los costes unitarios de la enseñanza.
- ❖ El escaso acceso a la educación en las zonas rurales.
- ❖ La baja calidad de la enseñanza.
- ❖ Lentitud en proporcionar a los ciudadanos una enseñanza relevante.
- ❖ La influencia distributiva es regresiva.

Por último, no deberíamos dejar en el olvido que si bien, de entre todos los medios de comunicación, la radio parece especialmente apta para el desarrollo de la educación no formal, también lo es para el de la formal, especialmente en tres ámbitos concretos, esbozados por Jamison y Mc Anany¹⁰:

- ❖ La mejora de la calidad y la relevancia de la educación.
- ❖ La disminución de costes.
- ❖ Facilitando el acceso (sobre todo rural) a la educación.

A estos añade Muñoz¹¹ la utilidad que el medio radiofónico tiene en “situaciones de gran dispersión de la población en edad escolar o para alumnos que compatibilizan su vida laboral con el estudio”.

Por último, hay un aspecto que merece ser resaltado: la rentabilidad. Este tipo de enseñanza, la no formal, garantiza una seria reducción de costes con respecto a los sistemas tradicionales y ello sin merma de la calidad y la eficacia del proceso pedagógico.

Siguiendo los análisis de Murga¹², “en los sistemas de enseñanza que incluyen la radio entre sus medios didácticos, la evolución de la eficacia suele realizarse en base a tres criterios:

pedagógico, económico y sociológico. La evaluación de los medios desde un punto de vista pedagógico permite conocer cuál es el más idóneo para lograr la adecuada asimilación y comprensión de cada contenido específico. La valoración económica facilita la selección de los medios y la optimización de los ya existentes antes de introducir otros nuevos. Finalmente, la evaluación desde un punto de vista sociológico hace posible la comprobación de los beneficios sociales obtenidos”.

4.2. Formación ocupacional en ocio y en tiempo libre: ¿Formación integral?

La formación ocupacional, según López Palma¹³ es “aquel tipo de actividades dirigidas a la obtención de destrezas y habilidades dentro de una ocupación determinada (...) Tiene un objetivo estrictamente funcional dirigido de forma exclusiva a la obtención de unas ciertas habilidades laborales”.

Básicamente, ha venido actuando en la formación de parados y auspiciada por el sector público, pero hay otras iniciativas de carácter social, ya sean asociaciones de todo tipo, sindicatos, gremios, etc.) provenientes del sector privado (sobre todo, academias) y surgidas de las mismas empresas, que necesitan reciclar y actualizar los conocimientos que emplean sus trabajadores en los distintos procesos productivos, constantemente renovados, fundamentalmente, por la aplicación de las nuevas tecnologías.

En cuanto a la formación para el ocio, no se trata de buscar métodos para ocupar el tiempo libre mediante toda suerte de enseñanzas o actividades de índole formativa, se trata más bien de potenciar lo que de educativo tenga el ocio en sí mismo¹⁴.

Su actividad debe estar dirigida –principalmente- al ocio infantil y juvenil, derivándose los adultos hacia la denominada animación sociocultural, promovida por los gobiernos dentro de sus políticas culturales.

Se trata de iniciativas de tipo artístico, intelectual, deportivo, social, recreativo, reivindicativo, etc... Romero¹⁵ apunta que “aparentemente puede parecer una contradicción y pérdida de esfuerzos y tiempo que nos preocupemos de poner en marcha una progresiva educación para el ocio, mientras otros problemas gravitan con mayor o menor insistencia sobre la sociedad y la preocupan, soliviantan o perturban. Precisamente, la liberación de esos problemas conducirían a una pedagogía, a una ocupación del ocio y al logro de una potenciación más alta y más noble de las ideas y de los hechos humanos”.

En definitiva, un cúmulo heterogéneo de iniciativas y realizaciones llevadas a cabo, las más de las veces desde la base y con gran precariedad de medios económicos y de infraestructuras

materiales, parcialmente compensada mediante dosis considerables de voluntarismo (...) Podría definirse como el conjunto de acciones realizadas por individuos, grupos o instituciones sobre una comunidad o sector de la misma y en el marco de un territorio concreto, con la finalidad principal de favorecer la participación activa de los integrantes en el proceso de su propio desarrollo social y cultural¹⁶.

La educación no formal tiene también mucho que decir en la formación de los individuos en aspectos específicos de la vida, como el medio ambiente (ecología, reciclaje, etc.), el civismo (la formación del ciudadano, como señalaba Maillo¹⁷, sanitaria (la salud propia, la prevención, la higiene, etc.), deportiva (formación física, la competición, etc.), artística (cualquiera de las artes o el conocimiento de los museos, etc.), etcétera.

Mucho más complicado es el asunto de la formación de inadaptados sociales y digno –en sí mismo– de una tesis doctoral específica.

4.3. Educación a distancia. Ventajas e inconvenientes

Si no tenemos en cuenta la formación que ejercieron epistolarmente el Apóstol San Pablo y otros pensadores y filósofos posteriores, todo un precedente, esta modalidad de educación, a la que Sarramona¹⁸ define como un “sistema didáctico en que las conductas docentes tienen lugar aparte de las conductas discentes, de modo que la comunicación profesor-alumno queda diferida en el tiempo, en el espacio, o en ambos a la vez”.

Para Perraton¹⁹ es “un proceso educativo en el que una parte considerable de la enseñanza está dirigida por alguien alejado en el espacio y/o en el tiempo”, tiene su origen en el Siglo XIX.

Con este -por entonces- nuevo método, se pretendía atender a determinados sectores sociales de Europa occidental y de Norteamérica, que por diversos motivos (edad, recursos económicos limitados, marginación, etc.) no habían podido formarse acudiendo a los centros de enseñanza.

De esta manera, podríamos decir que una tecnología combinada con libros de texto e interacciones personales ocasionales sustituye por completo al profesor y a la escuela²⁰.

La primera referencia de la enseñanza a distancia está fechada en 1840, cuando Isaac Pitman comenzó a impartir cursos de taquigrafía por correspondencia utilizando el servicio postal. Así se hizo también tres lustros después desde un instituto alemán, el Toussaint y Langenesehect. Poco antes, a primeros del Siglo XX, en 1903, concretamente, se produjo la primera experiencia en España de la mano de Julio Cervera Baviera y sus Escuelas Libres de Ingenieros de Valencia.

Pero, será en la década de los sesenta cuando se produzca el *boom* de esta enseñanza, en la que se empleaba ya, más allá de la simple correspondencia, la radio y el teléfono; diez años después comenzarán a aparecer las primeras universidades a distancia. Las razones para esta rápida expansión son enumeradas así por García Llamas:

- ❖ Rápida expansión educativa.

- ❖ Renovación incesante de los conocimientos y de las técnicas.

- ❖ Introducción de la enseñanza individualizada.

- ❖ Importantes avances tecnológicos en comunicación e informática.

- ❖ Atención a la demanda de los estudiantes adultos que trabajan.

- ❖ Satisfacción de la demanda.

De esta forma, con una rápida evolución, se ha ido mejorando de forma continua e imparable la calidad de los métodos y los contenidos; estos han pasado a ser de lo más diverso, ya que todas las áreas instructivas pueden ser objeto, y de hecho lo son, de enseñanza por correspondencia²¹.

Tradicionalmente la educación a distancia se ha definido como una alternativa a la educación presencial. Así, a diferencia de como sucede en la educación formal, en la formación a distancia el educando se ve libre de dos importantes condicionantes: tiempo y espacio. Lo consigue, merced a una ruptura entre la enseñanza propiamente dicha y el mero aprendizaje.

Asimismo, se ha multiplicado el uso de los distintos medios de comunicación para transmitir el conocimiento (además de los audiovisuales, como la radio y la televisión, se ha empleado toda suerte de sistemas de comunicación: Internet, fax, etc.).

Al final de la década de los ochenta los expertos apuntaban que en los últimos diez años, la educación a distancia ha estallado en todo el mundo²². A este respecto, García Areitio²³ considera que la educación a distancia “está emergiendo fundamentalmente desde las dos últimas décadas como un instrumento educativo de inmensas posibilidades para ofrecer respuestas a diversos problemas de formación inicial o permanente”.

Y este imparable proceso de expansión parece no tener fin, al menos por el momento. En la Conferencia Mundial de Educación a Distancia, celebrada en Caracas del 4 al 9 de noviembre de 1990, Bates²⁴ aseguraba que “la educación a distancia crecerá en los años futuros por razones sociales, como medio para ofrecer una segunda oportunidad y posibilitar una igualación cultural entre los que menos saben y los que más saben y por razones económicas, al ser la educación a distancia la que mejor puede solucionar los problemas de movilidad y de reciclaje del mercado de trabajo de los países industrializados”.

Por contra, en los países del Tercer Mundo no hay otra elección posible. El único camino para la educación pasa inevitablemente por la educación a distancia²⁵.

Señala Otero²⁶ que la “Educación a distancia y la innovación pedagógica, sin duda son los dos aportes más importantes para una oferta educativa capaz de satisfacer las exigencias de una sociedad pluralista y multicultural, donde la flexibilidad del sistema

educativo debe facilitar el reciclaje cultural basado en el autoaprendizaje de unos alumnos con experiencias previas, con unas necesidades y unos intereses derivados de sus propias vivencias”.

Mucho que ver con este *despegue* de la formación a distancia ha tenido la aparición de las nuevas tecnologías. Las nuevas tecnologías y los sistemas multimedia tienen capacidad para responder a la creciente demanda. El Ministerio de Educación y Ciencia conseguía pasar en cuatro años (1991-1995) de alrededor de 14.000 alumnos a más de 100.000 matriculados en cursos de educación a distancia²⁷. Además, como advierte Merayo,²⁸ “el nuevo aprendizaje no puede vivir de espaldas a los instrumentos que mayoritariamente recogen y suministran la información”.

Desde luego, este tipo de enseñanza tiene sus riesgos, sobre todo económicos, porque puede implicar, al igual que la presencial, un despilfarro de recursos le acecha el riesgo de la inadecuación a las condiciones de un alumnado remoto desasistido de estímulos

educativos y al lenguaje original de los mass media que reclaman nuevas estrategias didácticas²⁹.

Pero, en cualquier caso, lo que no se puede afirmar, así lo considera Trilla³⁰, es que la enseñanza a distancia sea “un remedo de segunda categoría para paliar los déficit de la escolarización. Sus características específicas hacen de ella un procedimiento para atender, de manera más idónea que la escuela, a ciertos cometidos educacionales”.

4.4. Formación permanente. El constante enriquecimiento cultural de la persona

El término educación permanente y el concepto que recoge, con referencias en los orígenes del hinduismo, el budismo y el islamismo³¹, comienza a hacerse popular en el sector educativo a finales de la década de los años sesenta, a raíz del informe *Legrand*, mediante el que la UNESCO intentó potenciarla. Posteriormente sería impulsada por la conferencia de ministros europeos de Educación de Estocolmo, celebrada en 1975, la reunión de la Conferencia General de la UNESCO celebrada en la Kenia en 1976, o el simposium de Siena del año 1979.

Es esta institución la que define a la educación permanente como aquella que abarca la dispensada en las instituciones pedagógicas de las distintas categorías (maternales, primarias y secundarias) y la extraescolar (radio, televisión, correspondencia, etc.), englobando todo tipo de aprendizaje y formación donde el alumno se encuentra ubicado.

En el libro blanco sobre educación de adultos editado por el Ministerio de Educación español en 1986³² se dice de ella que es “el

sistema de los sistemas educativos ligados al desarrollo personal y social”.

En palabras de Rassekh y Vaideanu³³, “la educación permanente tiene un carácter global, se dirige al conjunto de la población: es continua e integral”.

Para Sarrate³⁴, no hay duda de que “el ser humano, inserto en un ámbito social determinado, es siempre sujeto de una acción formativa continua que, aunque asistemática, queda compuesta por un constante flujo de informaciones hacia el individuo, conformando sus actitudes respecto al grupo social, sus creencias, valores y comportamientos, así como sus capacidades operativas para el conocimiento de las variables que inciden en su vida”.

Romero³⁵ afirma que “la educación, la formación es –sin embargo– menos un estado que una acción, que un proceso dinámico; ella representa una tarea permanente y nunca concluida”.

Más recientemente, 1996 fue declarado por las autoridades europeas como “Año Europeo de la Educación y la Formación Permanente”. En España, el concepto queda plasmado y reconocido en la Ley General de Educación del año 1970 y en el artículo 2.1 de la LOGSE de 1990 en el que se diferencia claramente entre educación de adultos y educación permanente: “el sistema educativo español tendrá como principio básico la educación permanente. A tal efecto preparará a los alumnos para aprender por sí mismos y facilitará a las personas adultas su incorporación a las distintas enseñanzas”.

Al fin y al cabo, y como comenta el profesor Escobar de la Serna³⁶, “la educación ya no es un lujo o una actividad de consumo; ni siquiera se puede considerar como un sector del desarrollo entre otros, sino que es la energía primera del desarrollo económico y del desarrollo humano en general” .

A juicio de Otero³⁷, “la educación permanente aparece como respuesta a los vertiginosos cambios sociales y a los avances tecnológicos de los últimos años, donde el aprendizaje no puede

circunscribirse únicamente a los años de escolarización, siendo imprescindible la reintegración del aprendizaje a lo largo de toda la vida, convirtiéndose la educación en un instrumento de autorrelación humana, además de favorecer el reciclaje o reentrenamiento, o sea, la actualización de los estudios para la profesión adaptándose a los continuos cambios o avances científicos y técnicos y/o por un deseo de promoción o cambio de profesión”.

Hartung³⁸ aporta hasta tres conclusiones distintas después de analizar la educación permanente:

- ❖ Engloba íntimamente la teoría y la práctica.
- ❖ Lleva en sí un mundo mejor.
- ❖ Ha de colocarse al servicio del total desarrollo del hombre.

En este sentido, algunos apuntes más. El primero referido a la formación de las personas que no la tuvieron a su debido tiempo; señala Pou³⁹ de manera muy esperanzadora que “la nuevas tecnologías de difusión de información han abierto caminos para la formación permanente y el acceso a la educación entre sectores que, hasta ahora, tenían vedado ese terreno o bien encontraban serias dificultades para su implicación en él”.

Desde el punto de vista de la formación permanente orientada al mundo laboral, es Requejo⁴⁰ quien afirma que “la educación permanente no es sólo un medio para el desarrollo personal, sino una necesidad desde el punto de vista del trabajo, cuyas circunstancias y situaciones cambian rápidamente. En medio de las dificultades del mundo laboral, una de las condiciones básicas que hoy se demandan es la formación continua de los trabajadores”. Para Van Halen⁴¹ es evidente “la necesidad de la formación permanente a través de la educación a distancia para todos los ciudadanos europeos”.

En definitiva y volviendo al empleo de la radiodifusión para este fin, recuerda Reyes⁴² que “la radio es instrumento de primer orden en esta educación que nos espera más allá de los años pueriles y juveniles, más allá de las escuelas, en el aire mismo de la vida, y que acompaña sin remedio toda nuestra existencia y la va modelando a lo largo de nuestros días”.

4.5. La formación de adultos: Una tarea compleja

El concepto de educación de adultos se remonta muy atrás en la historia. Jenofonte en *Ciropedia* ya apuntaba en sus escritos la idea, que luego sería recogida en países como Egipto, China, India, el mundo islámico, Atenas y Roma. La formación de los adultos siguió avanzando con la historia y así, en la Edad Media, era organizada por escolásticos, gremios y corporaciones.

Ya Condorcet, y nada menos que en el siglo XVI, proclamó que la instrucción no debe acabar cuando el individuo abandona la escuela, sino que debía abarcar todas las edades.

Esta propuesta caló hondo entre los intelectuales de la época, incluidos los españoles. Los primeros cursos de formación de adultos fueron organizados en nuestra nación por las sociedades económicas de amigos del país, bajo el reinado de Carlos III⁴³.

En el Siglo XVIII, San Juan Bautista de la Salle crea las Escuelas Cristianas de Francia con este objetivo, que fue adoptado por luteranos y potenciado, sobre todo, a raíz de las revoluciones industriales.

De nuevo en España, los liberales consiguieron que este derecho fuera citado en la Constitución de Cádiz y en 1821 se incluía en el Reglamento General de Instrucción. El ministro Claudio Moyano prestó especial atención a este asunto, como lo hicieron también desde la sociedad civil los ateneos, la Institución Libre de Enseñanza (1876) y por supuesto, la Iglesia Católica, que fundó las escuelas cívicas de Barcelona en 1820, las escuelas de artes y oficios en 1884 y el Instituto Católico de Artes Industriales (ICAI), que puso en marcha en Madrid en 1908 el padre Ángel Ayala.

Señala Cervera⁴⁴ que “había que educar a la juventud obrera y formar líderes. Para ello, escuelas profesionales, con las que se resolvería un problema económico e industrial, al mismo tiempo que cristiano(...) y empezó por implantar las clases nocturnas, paralelas con los estudios técnicos superiores del ICAI. Fundación que, desarrollada luego por insignes continuadores de su Orden, ha constituido, con antelación de medio siglo y en los años difíciles de la transición político-social antes dibujada, el arquetipo de

innumerables centros y escuelas profesionales desarrolladas por toda España. Con su visión exacta de la realidad, comprendió el padre que lo primero que necesitaban los obreros eran escuelas nocturnas, ya que su falta de recursos económicos no les permitía renunciar a la colocación y pasar el día estudiando”.

Ayala, jesuita, fue fundador de otras muchas iniciativas sociales, como la Asociación Católica Nacional de Propagandistas, cuyo primer presidente fue Ángel Herrera Oria, por entonces un joven y brillante abogado del Estado, que luego revolucionaría el periodismo español con *El Debate* y la Editorial Católica y que, tras ser ordenado sacerdote a edad tardía, llegaría a Príncipe de la Iglesia como Cardenal en la Diócesis de Málaga.

La UNESCO reconocería el derecho a la educación permanente en el año 1953 y en 1986 se publicaba en España el *Libro Blanco* sobre Educación de Adultos del Ministerio de Educación (dos años después se pondría en marcha la Red de Centros de Documentación e Información de Educación de Adultos).

En todo caso y dejando ya sentada la evolución histórica, volvemos a hacer referencia a la Declaración de Hamburgo⁴⁵, “la educación a lo largo de toda la vida es por lo tanto más que un derecho: es una de las claves del siglo XXI. Es a la vez consecuencia de una ciudadanía activa y una condición para la participación plena en la sociedad”.

No hay duda de que esta modalidad formativa abarca numerosos ámbitos educativos y además, muy diversos; admite la pluralidad de métodos y modalidades; supera el marco de la educación no formal; propicia el desarrollo educativo y cultural; su meta es la formación integral de la persona e incluye la dimensión social⁴⁶.

En la declaración de Dakar⁴⁷ se afirma que los gobiernos deben “velar para que sean atendidas las necesidades de aprendizaje de todos los jóvenes y adultos mediante un acceso equitativo a un aprendizaje adecuado y a programas de preparación para la vida activa”.

Por educación de adultos se entiende el conjunto de procesos de aprendizaje, formal o no, gracias al cual las personas cuyo entorno social considera adultos desarrollan sus capacidades, enriquecen sus conocimientos y mejoran sus competencias técnicas o profesionales o las reorientan a fin de atender sus propias necesidades y las de la sociedad⁴⁸.

Jarvis⁴⁹ recuerda que se trata de “un fenómeno social, se produce en la sociedad”. Para Sarrate⁵⁰, consiste en “la educación de todo ser humano adulto y llevado a cabo por el adulto. Se fundamenta en el hecho de que la adultez es educable y educadora”. De una forma más concreta, Lowe⁵¹ considera tres acepciones posibles de educación de adultos:

- ❖ La educación impartida a adultos.

- ❖ El conjunto de todas las personas o todos los organismos dedicados a estas tareas.

❖ Un sector de los estudios universitarios.

Lo que es evidente es que la educación de adultos comprende la educación formal y la permanente, la educación no formal y toda la gama de oportunidades de educación informal y ocasional existentes en una sociedad educativa multicultural, en la que se reconocen los enfoques teóricos y los basados en la práctica⁵².

El impacto de la educación de adultos es relativamente de mayor inmediatez que la educación inicial o la educación básica regular. Es una educación para ahora y el mañana próximo, es decir, una educación para la actualidad⁵³.

Por tanto, se configura como una modalidad educativa muy específica, pero a la vez compleja e inmensamente amplia. Es por ello necesario concretar cuáles son sus misiones, para evitar la dispersión de los esfuerzos. Según Sarrate, son las siguientes:

❖ Hacer viable la consagración de la universalización de la educación, lo cual no es más que hacer efectivo el artículo 26 de

la Declaración Universal de los Derechos Humanos aprobada por las Naciones Unidas en 1948.

❖ Incrementar el nivel cultural de los pueblos por medio de la extensión de la formación básica, o lo que es lo mismo, trabajar con todo rigor y esfuerzo en la erradicación del analfabetismo.

❖ Propiciar la autorelación personal y la participación social, como forma de evitar la alienación del ser humano.

❖ Facilitar la integración con el mundo laboral y en el desarrollo satisfactorio de la actividad profesional.

Pero, ¿qué personas son consideradas adultas?, o mejor dicho, ¿con qué criterios decidimos quién es o no adulto?, una situación que nada tiene que ver con la mera edad biológica.

Para McPherson⁵⁴, se trata de “personas que ejercitan sus propias capacidades y gozan con el ejercicio y desarrollo de éstas”.

Dice por su parte Monclús⁵⁵ que “la consideración de adulto no debe tener en cuenta la edad cronológica, sino la situación de la personalidad del sujeto, contando para ello su desarrollo psicológico, el peculiar aprendizaje de cada individuo, la madurez y el tipo de su construcción social de la realidad, su epistemología del contexto social, etc.”

Según Gordon W. Allport, hay que atender a los siguientes criterios propios del adulto:

- ❖ Filosofía unificadora de la vida.
- ❖ Extensión del sentido de sí mismo.
- ❖ Relación cálida de sí mismo con los demás.
- ❖ Seguridad emocional.

- ❖ Percepción realista.
- ❖ Autobjetivación.

La educación de adultos puede configurar la identidad y dar significado a la vida. Aprender durante toda la vida significa replantear los contenidos de la educación a fin de que reflejen factores tales como la edad, la igualdad entre hombres y mujeres, las discapacidades, el idioma, la cultura y las disparidades económicas⁵⁶. La educación de adultos debe abarcar al adulto, a todos los adultos, independientemente del ámbito geopolítico en el que vivan e independientemente del nivel de instrucción que posean⁵⁷. Faure⁵⁸ enumera las siguientes funciones:

- ❖ Sustitución.
- ❖ Complemento.

- ❖ Prolongación.

- ❖ Perfeccionamiento.

Al margen de estas, habría que añadir una quinta función. Se trata de la compensación, o lo que es lo mismo, de proveer instrucción básica y fundamental a aquel sector de la población adulta que, por factores socioeconómicos, se vio privada de ella en el momento socialmente reconocido como pertinente para recibirla⁵⁹.

Una actividad que –a menudo– no es bien vista por la sociedad. Los patrones metodológicos de la Educación de Adultos y ciertos estereotipos sociales conspiran en contra de un auténtico proceso educativo de las masas de gentes que teniendo una escolaridad completa (primaria o secundaria) acuden a la educación de adultos como un sistema de recuperación y por tanto de rehabilitación cultural, personal e individualista, dentro de estructuras sociales piramidales, en que los diplomas y certificados

constituyen vías de ascenso y de salvación en el naufragio escolar y social que la escolaridad incompleta significa⁶⁰.

Por tanto, no debemos circunscribirnos sólo a esta importante función, ya que la educación del adulto es un concepto más amplio que el de la mera instrucción. Lowe⁶¹ recuerda que “el objeto central no consiste en transmitir conocimientos o inculcar aptitudes, sino en ayudar a los individuos a desarrollar lo mejor posible todas las virtualidades existentes en ellos”.

La Declaración de Hamburgo⁶² afirma que “los objetivos de la educación de los jóvenes y de los adultos, considerada como un proceso que dura toda la vida, son desarrollar la autonomía y el sentido de responsabilidad de las personas y las comunidades, reforzar la capacidad de hacer frente a las transformaciones de la economía, la cultura y la sociedad en su conjunto, y promover la coexistencia, la tolerancia y la participación consciente y creativa de los ciudadanos en su comunidad; en una palabra, entregar a la gente y a las comunidades el control de su destino y de la sociedad para afrontar los desafíos del futuro”.

Monclús⁶³ abunda en esta misma línea de pensamiento: “el aprendizaje humano tiene como objetivo el reconocimiento y comprensión constante de sí mismo y del medio ambiente por parte del propio individuo. El adulto, en esta línea, ha de ser capaz de orientar su vida y conformar su ambiente de manera consciente desde la base de su propia razón, tratando de aprender, más allá del ámbito cognitivo comportamientos, habilidades y técnicas necesarias para su efectiva participación en la conformación de su vida y actividades”.

El hecho de que este aspecto fuera pasado por alto durante algún tiempo, ha hecho que la educación de adultos se asemejara en la forma y en el fondo a la enseñanza que recibían los niños, en definitiva, a una mera adaptación de esta última. Un error, porque a menudo, subraya Mena⁶⁴, “el adulto es, desde el punto de vista intelectual, menos ágil y rápido que el joven, pero también es cierto que su inteligencia concreta le convierte en un ser eficaz, su experiencia le hace sumamente práctico, es mucho más esforzado y tiene un gran sentido común. Su motivación es también superior”.

En cualquier caso, es cierto que desde un punto de vista tradicional, la educación es una acción que se establece entre dos términos, a los que los escolásticos llamaban: termino *a quo*, desde el que se inicia la acción, y el término *ad quem*, que es quien la recibe⁶⁵.

En este sentido, advierte Chiappo⁶⁶ que “si consideramos que el patrón metodológico hace de la educación un proceso unilateral y asimétrico (el educador sujeto activo superior, y el educando, objetivo pasivo inferior; uno da y otro recibe) y que los estereotipos sociales de viejos hábitos de dominación en una estructura de explotación de las masas por minorías propietarias de los medios de producción y por los cuales estereotipos se producen comportamientos paternalistas y de dependencia, de sumisión y arribo, la educación de adultos no hace sino perpetua la pasividad y la dependencia de los educandos”.

No hay que olvidar que este aprendizaje tan peculiar resultará eficaz, según Monclús⁶⁷, “siempre que se den las siguientes condiciones: estímulo y seguridad, dependencia e

independencia, negación de la experiencia anterior, importancia de las relaciones y satisfacción para el educando”.

Ateniéndonos al tema que nos ocupa, no podemos dejar de recordar la afirmación de Trutat⁶⁸: “la experiencia en países del Tercer Mundo en programas de alfabetización o para elevar el nivel de educación de un público adulto, muestran que la radio es un medio magnífico y tiene un gran papel que desempeñar en este campo”. Eso sí, los estudios señalan que, en el pasado, los grupos de escucha de las clases obtenían, por lo general, mejores resultados que el radioyente individual o que los grupos sin radio⁶⁹.

A juicio de Hostler⁷⁰, “los retos a largo plazo más importantes de la educación de adultos deberán ser: la autonomía del estudiante, la individualidad y su igualdad con el tutor”.

Y en lo que respecta al futuro, sería interesante fijar como premisa para cualquier actuación la reflexión plasmada en la Declaración de Hamburgo⁷¹: “la expansión de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación conlleva nuevos

peligros de exclusión social y laboral para grupos de individuos y aun para empresas incapaces de adaptarse a este contexto. Por lo tanto, una de las funciones de la educación de adultos en el futuro debe consistir en limitar estos peligros de exclusión, de modo que la sociedad de la información no pierda de vista la dimensión humana”.

4.6. Analfabetismo e injusticia social. La democratización de la cultura

Galbraith⁷² asegura que “si el sistema económico no hubiera necesitado más que millones de proletarios analfabetos, éstos habrían sido muy probablemente el único resultado”. Es una opinión surgida fruto del análisis económico de la realidad y no desencaminada.

Analfabetismo y falta de cultura democrática suelen ir unidos de la mano y habitualmente coincide su presencia en países poco favorecidos. Para Torres⁷³, es evidente que “el analfabetismo es una manifestación de la falta de democracia en una sociedad”.

La respuesta debería ser contundente e inmediata, por las repercusiones políticas que –a juicio de Escobar de la Serna⁷⁴– tiene: “si la gran masa social ha de construir una democracia cultural para sí misma, un objetivo de desarrollo ha de consistir en la promoción de la conciencia política entre la misma, a fin de que pueda comprender lo que es, en su más amplio sentido, una acción política destinada a conseguir el mando de su propia cultura y controlar las fuerzas socio-económicas que la afectan, superando la crisis de un mundo que está, él mismo, en crisis”.

Un objetivo este que debe saber responder con solidaridad y altura de miras a la siguiente pregunta de Angulo⁷⁵: “¿debe la educación servir para formar personas competitivas, con menoscabo de la solidaridad con los países a los que una Europa competitiva puede empobrecer aún más?”

Para una sociedad –la desarrollada- que nada en la abundancia y que goza de sobrealimentación, energía, agua potable y buenas comunicaciones puede parecer una cuestión lejana y casi impensable, pero la alfabetización de adultos no es sólo un problema de los países en vías de desarrollo. En los desarrollados se cuentan por miles los analfabetos totales o funcionales. Casi uno de cada cuatro adultos lo es⁷⁶-, debería resultar inaceptable que a finales del Siglo XX hubiera todavía 880 millones de adultos analfabetos en el mundo⁷⁷.

Es evidente que la alfabetización, concebida en términos generales como los conocimientos y capacidades básicas que necesitan todas las personas en un mundo que vive una rápida

evolución, es un derecho humano fundamental. En toda sociedad es necesaria, por sí misma y como fundamento de los demás conocimientos que la vida diaria requiere⁷⁸.

La UNESCO⁷⁹ pone el acento en este mismo sentido, al insistir en que “la lucha por la alfabetización es, al mismo tiempo, una lucha por el desarrollo, por la justicia, por una mayor igualdad, por el respeto de las culturas y el reconocimiento de la dignidad humana de todos y por el derecho de cada uno a una posición económica, social y política en la sociedad, y a los frutos que de ella se deriven”.

En España la lucha masiva contra el analfabetismo se inició en el año 1950, al iniciar sus actividades la Junta Nacional contra el Analfabetismo, que prolongaría sus trabajos hasta el año 1962. El testigo sería recogido por la Campaña Nacional de Alfabetización y Promoción Cultural, que se desarrolló durante una década, a partir de 1963.

Afortunadamente y según se afirma en la declaración final de la III Conferencia Europea de adultos⁸⁰, “España ha evolucionado de una forma muy positiva: en 1900 tenía un 56% de población analfabeta y en la actualidad esta tasa es tan sólo de un 2% (...) Este 2% de la población sin alfabetizar comprende fundamentalmente a población inmigrante y de la tercera edad”.

La alfabetización debe ser asumida como una opción educativa que –en articulación, convergencia e integración, según sea el caso, con otras opciones educativas para niños, jóvenes y adultos- se constituya en un derecho fundamental que surge como necesidad inmediata para atender los requerimientos de la vida cotidiana, en un instrumento de desarrollo global y en un medio de generación de cambios y transformaciones estructurales en las sociedades nacionales⁸¹.

El objetivo más ambicioso sería aumentar de aquí al año 2015 el número de adultos alfabetizados en un 50%, en particular tratándose de mujeres, y facilitar a todos los adultos un acceso equitativo a la educación básica y la educación permanente⁸².

La definición de analfabeto que realizó la UNESCO, en su conferencia de París de 1978 dice que se trata de “la persona que no es capaz de leer y escribir, incapaz de llevar a cabo una breve y sencilla exposición de hechos relativos a su vida cotidiana”.

Freire⁸³ describe muy bien la consideración social del analfabetismo: es “como si fuera un absoluto en sí, o una hierba dañina que necesita ser erradicada”. Es la que denomina concepción *bacteriológica* del analfabetismo, prácticamente como si se tratase de una enfermedad.

Otro punto de vista es el de la vergüenza social. La incapacidad lectora es, para muchos, algo vergonzoso que debe ocultarse a la familia y a los amigos, así como a los compañeros de trabajo y empresarios⁸⁴.

Más aún, y siguiendo todavía los enunciados de Bates⁸⁵, “muchos adultos analfabetos sufren debido a su baja autoestima. Tienden a culpar a su propia torpeza, más que a la ausencia de un

sistema educativo eficaz; y con frecuencia se consideran incapaces de aprender cualquier cosa”.

Dentro del colectivo de adultos analfabetos y desde el punto de vista de la educación radiofónica, hay que distinguir, así lo hace Bates⁸⁶, dos clases de audiencia: abierta y cerrada.

La audiencia abierta es aquella compuesta por alumnos que aún no se encuentran inscritos en ningún otro programa de alfabetización o que incluso, aún interesados, todavía no han adquirido el compromiso personal de aprender a leer y a escribir. Se trata de sujetos con buena capacidad de recepción, pero más necesitados de entretenimiento, de amenidad, que de fuertes contenidos y del tono académico de algunos profesores.

La audiencia cerrada está compuesta por adultos analfabetos que ya se han comprometido y que –incorporados a una iniciativa docente- están aprendiendo a leer y escribir. Se trata de un público que exige formación y que se ayuda de otros materiales didácticos para aprender.

A este respecto, recuerda Espina⁸⁷ que “los especialistas saben que cualquier campaña que se emprenda para extender la alfabetización entre personas no predispuestas e integradas en grupos de apoyo, está condenada al fracaso. No importan las estrategias ni los medios que se aporten: sin la voluntad previa y esfuerzo activo de los sujetos destinatarios de las enseñanzas, no hay posibilidad alguna de obtener frutos”.

También, aunque desde otro punto de vista bien distinto, podemos clasificar las audiencias atendiendo a los siguientes parámetros:

- ❖ Urbana y rural.
- ❖ Jóvenes y viejos.
- ❖ Hombres y mujeres.

Por cierto que al respecto de esta última relación, no estaría de más constatar que la diferencia de formación entre hombres y mujeres ha invertido su tendencia histórica: hoy, en España, las mujeres con menos de 30 años superan el nivel educativo de los hombres; mientras que entre la población mayor de 40 años los hombres tienen mayor grado de formación⁸⁸.

Las dos vías para frenar el analfabetismo son: la escolarización infantil y la educación de adultos.

Recuerda Bates⁸⁹ que los empleos modernos hacen imprescindibles las siguientes cualificaciones básicas:

- ❖ Leer y escribir.
- ❖ Competencia en el cálculo.
- ❖ Comunicación verbal.
- ❖ Sociabilidad.

Así pues, según MacBride⁹⁰ “la educación es a la vez más y menos que la comunicación. Cuando no existe, como es el caso del analfabetismo, la capacidad de comunicación queda menguada. Si se desarrolla, amplía la base de comunicación. Todo debate sobre la necesidad de subsanar los desequilibrios de la comunicación no puede ignorar, pues, la importancia de la educación universal y de la mejora de la calidad de la educación y de las posibilidades educativas”.

Notas

¹ TRILLA, Jaume: *La educación fuera de la escuela*. Ariel. Barcelona, 1996. Pág. 16.

² ROMERO, Andrés: *Teoría general de la información y la comunicación*. Pirámide. Madrid, 1974. Pág. 16.

³ WILLIAMS, C.: *The Long Revolution*. Harmondsworth Penguin. Londres, 1961. Pág. 148.

⁴ COOMBS, P.H.: *Faut-il développer l'éducation périscolaire?*. Revista Perspectives volumen 3. 1973.

⁵ TRILLA, Jaume: (1996) Op. Cit., Pág. 30.

⁶ FOURASTIÉ, J.: *Inventario del porvenir. Las 40.000 horas*. Madrid, 1966. Págs. 159 y 160.

⁷ JAMISON, D.T. y MCANANY, E.G.: *La radio al servicio de la educación y el desarrollo*. MEC, Madrid, 1981. Pág. 36.

⁸ HERRERA ORIA, Ángel: *La Palabra de Cristo I*. BAC. Madrid, 1953. Págs. 230 y 335.

⁹ AYALA, Ángel: *Obras Completas*. BAC. Madrid, 1999. Pág. 257.

¹⁰ JAMISON, D.T. y MCANANY, E.G.: (1981) *Op. Cit.*, Pág. 183.

¹¹ MUÑOZ, J.J.: *Radio educativa*. Librería Cervantes. Salamanca, 1994. Pág. 27.

¹² MURGA, M^a Ángeles: *La radio educativa en la UNED: utilidad y eficacia*. UNED. Madrid, 1983. Pág. 47.

¹³ LÓPEZ PALMA, F.: *La educación fuera de la escuela*. Ariel. Barcelona, 1996. Pág. 64.

14 LÓPEZ PALMA, F.: (1996) Op. Cit., Pág. 81.

15 ROMERO, Andrés: (1974) Op. Cit., Pág. 31.

16 LÓPEZ PALMA, F.: (1996) Op. Cit., Págs. 88 y 89.

17 MAILLO, Adolfo: *Educación social y cívica*. Escuela Española. Madrid, 1971. Pág. 13.

18 SARRAMONA, J: *Problemas y posibilidades de la enseñanza a distancia*. II Convención Internacional de TV y Educación. Barcelona, 1979. Pág. 1.

19 PERRATON, H.: *Una teoría de la educación a distancia*. Boletín Bibliográfico de Educación Abierta nº 11. México, 1982. Pág. 26.

20 FAURE, E. y otros: *Aprender a ser*. Alianza. Madrid, 1972. Pág. 65.

²¹ **SARRAMONA, J:** *Tecnología de la enseñanza por correspondencia*. CEAC. Barcelona, 1975. Pág. 23.

²² **OLIVEIRA, Joao:** *Trends in Distance Learning: A new age*. Development Communication Report. 1988, nº 4. Pág. 1.

²³ **GARCÍA AREITIO, L.:** *Educación a distancia y desarrollo*. Boletín Radio y Educación de Adultos. Las Palmas de Gran Canaria, 1992. Pág. 8.

²⁴ **BATES, Anthony:** *Futuro de la educación a distancia*. Boletín Radio y Educación de Adultos. Las Palmas de Gran Canaria, 1992. Pág. 19.

²⁵ **DANIEL, John S.:** *Futuro de la educación a distancia.*, Boletín Radio y Educación de Adultos. Las Palmas de Gran Canaria, 1992. Pág. 18.

²⁶ OTERO LÓPEZ, José Carlos: *Radio ECCA: una tecnología educativa para la promoción cultural de adultos*. Santiago de Compostela, 1999. Pág. 27.

²⁷ III Conferencia Europea de educación de adultos 17 noviembre de 1995. Nota enviada por el gabinete de prensa del Ministerio de Educación y Ciencia.

²⁸ MERAYO, Arturo: *Cómo aprender en el siglo de la información: claves para una enseñanza más comunicativa*. Revista Comunicar, nº 14. Huelva, 2000. Pág. 36.

²⁹ WILLIAMS, C.: (1961) Op. Cit., Pág. 148.

³⁰ TRILLA, Jaume: (1996) Op. Cit., Pág. 131.

³¹ KIRPAL, J.: *Fundamentos de la educación permanente*. Santillana. Madrid, 1979. Págs. 112-119.

³² Libro blanco sobre educación de adultos. MEC. Madrid, 1986.

Pág. 13.

³³ RASSEKH y VAIDEANU: *Les contenus de l'éducation. Perspectives mondiales d'ici à l'an 2000*. UNESCO. Paris, 1987.

³⁴ SARRATE, M^a Luisa: *Educación de adultos*. Narcea. Madrid, 1997. Pág. 23.

³⁵ ROMERO, Andrés: (1974) Op. Cit., Pág. 16.

³⁶ ESCOBAR DE LA SERNA, Luis: *Comunicación de masas y cultura*. Instituto Nacional de Publicidad. Madrid, 1978. Pág. 105.

³⁷ OTERO, J.C.: (1999) Op. Cit., Pág. 8.

³⁸ HARTUNG, H.: *La educación permanente*. Cid. Madrid, 1967.
Págs. 75 a 121.

³⁹ POU AMÉRIGO, María José: *Los nuevos medios al servicio de la formación de selectos*. Documento de Trabajo nº 1. Valencia, 2000.

⁴⁰ REQUEJO, A. y otros: *Educación permanente y nuevas tecnologías*. Seminario Universitario de Teoría de la Educación. Tenerife, 1996.

⁴¹ VAN HALEN, Juan: discurso de clausura del XV Congreso Europeo de la AECS de Educación a Distancia. Madrid, mayo de 1996.

⁴² REYES, Alfonso: *La radio, instrumento de la paideía en OC, t. IX*. Fondo de Cultura Económica. México, 1959. Pág. 446.

43 PALACIOS, Luis: *La extensión universitaria en España*. BILE 469. Madrid. Pág. 114.

44 CERVERA, Francisco: *Ángel Ayala*. Asociación Católica de Propagandistas. Madrid, 1975. Págs. 128 y 129.

45 Vª Conferencia Internacional sobre Educación de Adultos, Hamburgo, 1997

46 SARRATE, Mª Luisa: (1997) Op. Cit., Págs. 30 y 31.

47 Foro Mundial sobre la Educación, “Educación para todos: cumplir nuestros compromisos comunes”, Dakar, 2000

48 Vª Conferencia Internacional sobre Educación de Adultos, Hamburgo, 1997

49 JARVIS, P.: *Sociología de la educación continua y de adultos*. El Roure. Barcelona, 1985. Pág. 53.

⁵⁰ Sarrate, M^a Luisa: (1997) Op. Cit., Pág. 31.

**⁵¹ LOWE, J: *La educación de adultos, perspectivas mundiales.*
UNESCO. París, 1978. Pág. 24.**

**⁵² V^a Conferencia Internacional sobre Educación de Adultos,
Hamburgo, 1997**

**⁵³ CHIAPPO, Leopoldo: II Seminario Latinoamericano sobre
Educación de Adultos**

**⁵⁴ MACPHERSON, C.B.: *La democracia liberal y su época.*
Alianza. Madrid, 1982. Pág. 120.**

**⁵⁵ MONCLÚS, A: *Educación de adultos.* Fondo de Cultura
Económica. Madrid, 1990. Pág. 24.**

**⁵⁶ V^a Conferencia Internacional sobre Educación de Adultos,
Hamburgo, 1997**

57 MONCLÚS, A: (1990) Op. Cit., Pág. 25.

58 FAURE, E y otros: (1972) Op. Cit., Pág. 289.

59 TRILLA, Jaume: (1996) Op. Cit., Págs. 54 y 55.

60 CHIAPPO, Leopoldo: II Seminario Latinoamericano sobre Educación de Adultos

61 LOWE, J.: (1978) Op. Cit., Pág. 32.

62 Declaración de Hamburgo sobre la educación de las personas adultas, junio de 1997.

63 MONCLÚS, A: (1990) Op. Cit., Pág. 60.

64 MENA, B.: *La eficacia en la educación de adultos*. Editorial Escuela Española. Madrid, 1984. Pág. 16.

65 SÁENZ, Óscar: *Los planos esenciales de la comunicación.*

Revista *Comunicar*, nº 14. Huelva, 2000. Pág. 117.

66 CHIAPPO, Leopoldo, *II Seminario Latinoamericano sobre Educación de Adultos*

67 MONCLÚS, A: (1990) *Op. Cit.*, Pág. 63.

68 TRUTAT, Alain y otros: *Vª Semana Internacional de Estudios sobre la Radio.* Torremolinos, 1979.

69 BATES, A. W.: *Alfabetización y Postalfabetización por Radio-La alfabetización por radio, enseñanzas de todo el mundo.* Madrid, 1992. Pág. 53.

70 HOSTLER, J.: *The aims of adult education.* Manchester Monographics, nº 17. Manchester, 1981. Pág. 56.

71 Declaración de Hamburgo sobre la educación de las personas adultas, junio de 1997.

72 GALBRAITH, John K.: *El nuevo estado industrial*. Ariel. Barcelona, 1968. Págs. 18-20.

73 TORRES, Rosa M^a: *Educación de adultos y democracia. Alfabetización de adultos y democracia*. Editorial Popular. Madrid, 1990. Pág. 122.

74 ESCOBAR DE LA SERNA, Luis: *La cultura del ocio*. Editorial Eudema. Madrid, 1991. Pág. 24.

75 ANGULO, Elena: *Educación de adultos y democracia. Cooperación internacional en educación de adultos*. Editorial Popular. Madrid, 1990. Pág. 266.

76 Informe del Ministerio de Educación y Ciencia sobre datos y cifras básicos de la educación de adultos en España. MEC. Madrid, 1995.

77 Foro Mundial sobre la Educación *Educación para todos: cumplir nuestros compromisos comunes*. Dakar, 2000.

78 Declaración de Hamburgo sobre la educación de las personas adultas. junio de 1997.

79 UNESCO. *Plan of Action to eradicate illiteracy by the year 2000*, nº 25. París, 1989. Pág. 4.

80 III Conferencia Europea de educación de adultos 17 noviembre de 1995. Nota enviada por el gabinete de prensa del Ministerio de Educación y Ciencia.

⁸¹ PICÓN, C.: *Alfabetización y Postalfabetización por Radio-Aportes y desafíos de la alfabetización popular*. Madrid, 1992. Pág. 113.

⁸² Foro Mundial sobre la Educación. *Educación para todos: cumplir nuestros compromisos comunes*. Dakar, 2000.

⁸³ FREIRE, P y otros: *Educación liberadora*. Zero. Madrid, 1973. Pág. 66.

⁸⁴ BATES, A. W.: (1992) Op. Cit., Pág. 46.

⁸⁵ BATES, A. W.: (1992) Op. Cit., Págs. 46 y 47.

⁸⁶ BATES, A. W.: (1992) Op. Cit., Págs. 49 y 50.

⁸⁷ MUÑOZ, José Javier: (1994) Op. Cit., Pág. 26.

⁸⁸ III Conferencia Europea de educación de adultos 17 noviembre de 1995. Nota enviada por el gabinete de prensa del Ministerio de Educación y Ciencia.

⁸⁹ BATES, A. W.: (1992) Op. Cit., Pág. 44.

⁹⁰ MACBRIDE, Sean: *Un solo mundo, voces múltiples*. Fondo de Cultura Económica. Madrid, 1988. Pág. 63.

- 1.** Los medios de comunicación, por sus características, la función social que desarrollan y su enorme capacidad de influencia, se constituyen en un instrumento formidable para la formación de las personas, tanto cuando lo hacen de una forma consciente, organizada y directa, como cuando su función educativa se desarrolla indirectamente, adquiriendo un carácter meramente divulgativo. Algunos autores no dudan en establecer una correspondencia entre los términos comunicación y educación.

- 2.** De entre todos los medios de comunicación, los más aptos para las tareas formativas son los que emplean el sonido y la imagen; los denominados medios audiovisuales, fundamentalmente, la radio y la televisión. Y de entre estos dos últimos, la radio prevalece en eficacia, por su proximidad al oyente, la mayor de los medios de comunicación, y su constante estimulación de la imaginación, a la que fuerza a crear imágenes, con las ventajas que esto tiene para la asimilación de conceptos de forma permanente.

- 3.** Gracias a las características de su lenguaje, la radio es notablemente eficaz en la función formativa de las personas, tanto adultos, como menores de edad. El hecho de emplear la palabra, comprensible por todos los sectores sociales, tanto los culturalmente elevados como los iletrados, sean los que gozan de más bienestar económico, como los más desfavorecidos, su impacto es masivo. En este sentido, es recomendable que los comunicadores radiofónicos, empleen siempre de forma oportuna, elementos como la vocalización, la entonación, la claridad, la audibilidad, la comprensibilidad, etc.

- 4.** Debido a la infraestructura tecnológica que emplea, la radio es especialmente apta para la enseñanza. El uso de las radiofrecuencias -onda media, onda corta, frecuencia modulada, DAB, etc.- así como de las nuevas tecnologías, satélite, Internet y cable, permiten que los mensajes lleguen a poblaciones muy numerosas situadas de forma dispersa en vastos territorios, independientemente de la orografía. De hecho, con el empleo de algunos de estos sistemas de transmisión, se puede decir que la audiencia potencial tiene carácter global o mundial: no hay fronteras.

5. La radio es muy apropiada para la formación por su elevada rentabilidad. Con unas inversiones relativamente baratas, transmite su mensaje a un elevado volumen de destinatarios, que a su vez, realizan una mínima inversión, puesto que su educación llega a través de un ingenio tan cotidiano como es el aparato receptor de radio. No es necesario un ordenador personal, una toma eléctrica o una compleja y costosa red de comunicaciones, como es el caso de Internet, tanto solo una simple "radio". Este aspecto es especialmente importante en los países en vías de desarrollo y en los del Tercer Mundo.

6. La efectividad de la radio educativa es más palpable en determinadas modalidades de formación, adaptables a los métodos de enseñanza a distancia, cada vez más extendidos. Es especialmente útil para la enseñanza de los niveles formativos elementales de carácter formal. Se emplea con gran éxito como complemento de la enseñanza escolar e incluso de la universitaria. Pero, sobre todo, tiene un gran campo de actuación en las denominadas enseñanzas no formales orientadas a una formación permanente de la persona.

- 7.** La alfabetización de adultos es quizá uno de los ejemplos más evidentes de la utilidad y la eficacia de la radio educativa. Demostrada su eficiencia por los proyectos llevados a cabo por *Radio ECCA* en España y en buena parte de Latinoamérica, el empleo del lenguaje común, único medio de expresión y comunicación de los analfabetos y de algunas clases de discapacitados, en combinación con un elemental material impreso, ha posibilitado que muchos adultos iletrados hayan accedido a la lectura y a la escritura sin dejar de llevar a cabo sus ocupaciones habituales, lo que ha supuesto para ellos una profunda transformación en sus vidas.

- 8.** La importancia de la formación continua o permanente se hace patente, una vez que en las sociedades desarrolladas va reduciéndose el número de analfabetos. Solventado ese problema social, la radio se muestra como un medio sencillo, que, de forma natural, ayuda a las personas a perseverar en su enriquecimiento cultural, en una formación permanente, que no acaba en determinados periodos de la vida, sino que se prolonga por toda la existencia, tanto en la faceta profesional, como en la de ocio y tiempo libre.

9. Es necesario avanzar en la lucha contra el analfabetismo en los países del Tercer Mundo, acabando con situaciones de profunda desigualdad social, que –irremediablemente- llevan a estallidos de violencia, ya sea popular o dirigida de forma represiva por las autoridades locales. La democracia ha de llevar aparejada la erradicación del analfabetismo, puesto que éste atenta contra los derechos fundamentales de la persona, limitando de forma injusta sus posibilidades de mejora y desarrollo en todos los ámbitos: personal, económico, social, etc. La desaparición del analfabetismo tendría como consecuencia, sin duda, un mundo más justo.

Bibliografía

AGUADERO FERNÁNDEZ, Francisco: *La cultura audiovisual.*
Ed. Ciencia 3. Madrid, 1997.

ANGULO, Elena: *Educación de adultos y democracia.*
Cooperación internacional en educación de adultos. Editorial
Popular. Madrid, 1990.

APARICI, R. (Coordinador): *La revolución de los medios*
audiovisuales. Ediciones de la Torre. Madrid, 1993.

APARICI, R. y GARCÍA MATILLA, A.: *La imagen, Vol I.* UNED.
Madrid, 1978.

ARIAS RUIZ, Anibal: *50 años de la radiodifusión en España.*
RTVE. Madrid, 1973.

ARMAS PUENTE, Gregorio: *Televisión Educativa.* Revista Radio
y Educación de Adultos, nº 41-42. Las Palmas de Gran Canaria,
1999.

AURA, Alejandro: *Palabras vivas, palabras muertas: la radio creativa*. I Congreso Internacional de la Lengua Española, Zacatecas (México), abril de 1997.

<http://cvc.cervantes.es/actcult/congreso/radio/ponencias/aura.htm>. Fecha de consulta, 22 de noviembre de 2000.

AYALA, Ángel: *Obras Completas*. BAC. Madrid, 1999.

BALSEBRE, Armand (coordinador). *En el aire. 75 años de radio en España*. Promotora General de Revistas SA. Madrid, 1999.

BARTHES, Roland: *La aventura semiótica*. Paidós. Barcelona, 1989.

BATES, Anthony: *Broadcasting in Education. An evaluation, Communication and Society Series*. Constable. Londres, 1987.

BAZALGUETTE, C.: *Los medios audiovisuales en la educación primaria*. Ediciones Morata. Madrid, 1991.

BENITO, Ángel: *La Radio en la fenomenología social.*
Publitecnia, nº 35. Madrid, 1975.

BENITO, Ángel: *Fundamentos de teoría general de la información.* Pirámide. Madrid, 1982.

BIRDWHISTELL, Ray L.: *El lenguaje de la expresión corporal.*
Gustavo Gili. Barcelona, 1979.

BOCOS, Fermín: *La radio y las nuevas tecnologías: avances y riesgos.* I Congreso Internacional de la Lengua Española, Zacatecas (México), abril de 1997.

[http://cvc.cervantes.es/actcult/congreso/radio/comunicacion
es/bocos.htm](http://cvc.cervantes.es/actcult/congreso/radio/comunicacion/es/bocos.htm). Fecha de consulta, 22 de noviembre de 2000.

BORDERÍA ORTÍZ, E., LAGUNA PLATERO, A. y MARTÍNEZ GALLEGRO, F. *Historia de la comunicación social. Voces, registros y conciencias.* Síntesis. Madrid, 1996.

BUCKINGHAM, D.: *Media Education: The Limits of a Discourse*. Conferencia anual de la American Educational Research Association. Chicago, 1991.

CABERO, Julio y otros: *Nuevas Tecnologías de la información y la comunicación para la educación*. Alfar. Sevilla, 1994.

CABERO, Julio; DUARTE, Ana María; ROMERO, Rosalía: *Los medios de comunicación en el ámbito curricular*. Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla. Sevilla, 1995.

CALES, José María: *Un entorno multimedia para la difusión de la cultura y la educación para Internet: TeleUNED y RadioUNED*. Conferencia Internacional sobre educación, formación y nuevas tecnologías. Madrid, junio de 2000.

CAPELLA, Daniel: *La radio a la carta está servida*. Revista WEB (Septiembre). Barcelona, 1997.

CARPENTER, Edmun, MCLUHAN, Marshall y otros: *Aula sin muros*. Laila. Barcelona, 1980.

CASTRO, Dolores: *Radio y Transformación*. I Congreso Internacional de la Lengua Española, Zacatecas (México), abril de 1997.

<http://cvc.cervantes.es/actcult/congreso/radio/comunicaciones/castro.htm>. Fecha de consulta, 22 de noviembre de 2000.

CEBRIÁN, HERREROS, Mariano: *Diccionario de Radio y Televisión*. Alhambra. Madrid, 1981.

CEBRIÁN, HERREROS, Mariano: *La mediación técnica de la información radiofónica*. Mitre. Barcelona, 1983.

CEBRIÁN, Mariano: *La radio en la configuración de la cultura de masas hasta 1936*. Comunicación y Estudios Universitarios, nº 6. Valencia, 1996.

CERVANTES, Miguel: *Don Quijote de La Mancha.*

CERVERA, Francisco: *Ángel Ayala. Asociación Católica de Propagandistas. Madrid, 1975.*

CLARK, R. y SALOMON, G.: *Media in Teaching.* En M. Wittrock (ed.). New York, 1986.

CLARKE, Michael: *¿Tecnología aplicada a la Educación o tecnología educativa? En Perspectivas, Vol XII, nº3. 1983.*

COLOMBO, Furio: *Últimas noticias sobre el Periodismo. Anagrama. Barcelona, 1997.*

Congreso Nacional sobre los Medios de Comunicación en la Educación Conclusiones. Salamanca, 1996.

CHAPARRO, M.: *Radio pública local*. Fragua. Madrid, 1998.

CHIAPPO, Leopoldo: *II Seminario Latinoamericano sobre Educación de Adultos*.

DAVARA, Javier y otros: *Introducción a los medios de comunicación*. Ediciones Paulinas. Madrid, 1990.

DAVARA, Javier: *Estrategias de comunicación en Marketing*. Dossat. Madrid, 1992.

DE LA ORDEN, Arturo: *Tecnología y Educación*. I Congreso de Tecnología Educativa, Ponencias y Resúmenes de Comunicaciones, Sociedad Española de Pedagogía, Madrid, 1983.

DE PABLOS PONS, Juan: *Tecnología y Educación*. Cedecs, Barcelona, 1996.

DECLARACION DE HAMBURGO: *Educación de personas adultas*. Hamburgo, 1997.

DeFLEUR, M. C.: *Teoría de la comunicación de masas*. Paidós. Buenos Aires, 1972.

DEL RÍO, Pablo: *Psicología de los Medios de Comunicación*. Síntesis. Madrid, 1996.

DÍAZ, Lorenzo: *La radio en España*. Alianza. Madrid, 1993

DRISCOLL, M. P.: *Nuevas tecnologías y su impacto en la educación del futuro*. Revista Pensamiento Educativo, nº 21. Santiago de Chile, 1997.

ECO, Umberto: *Tratado de semiótica general*. Lumen. Barcelona, 1981.

ECO, Umberto: *Apocalípticos e integrados*. Lumen. Barcelona, 1993.

ECO, Umberto: *Semiótica general*. Lumen. Barcelona, 1981.

ESCARPIT, Robert: *Teoría de la información y práctica política*. Fondo de Cultura Económica. México, 1983.

ESCOBAR DE LA SERNA, Luis: *Comunicación de masas y cultura*. Instituto Nacional de Publicidad. Madrid, 1978.

ESCOBAR DE LA SERNA, Luis: *Comunicación, información y cultura de masas*. MEC. Madrid, 1980.

ESCOBAR DE LA SERNA, Luis: *La cultura del ocio*. Eudema. Madrid, 1991.

ESPINA CEPEDA, Luis: *Función Docente de los Medios de Comunicación Social-Radio ECCA, la emisora que enseña*. Tesis de Licenciatura, Escuela Oficial de Periodismo. Madrid, 1971/72.

ESPINA CEPEDA, Luis: *Alfabetización y Postalfabetización por Radio*. Popular. Madrid, 1992.

ESPINA, Luis: *La Radio, tecnología para la educación de adultos. La experiencia de Radio ECCA*. Newsletter Published by the European Bureau of Adult Education 1-2. 1985.

ESPINOZA, Felipe y VELAZCO, Aurora: *Capacitación para la radio popular*. ALER. Quito, 1992.

EZCURRA, Luis: *Historia de la radiodifusión española. Los primeros años*. Editora Nacional. Madrid, 1974.

FAURE, E.: *Aprender a ser*. Alianza Editorial. Madrid, 1973.

FAUS, Ángel: *El impacto de la tecnología sobre los medios audiovisuales en la radiotelevisión ante el futuro tecnológico*. EUNSA. Pamplona, 1995.

FERRER, Eulalio: *Información y comunicación*. Fondo de Cultura Económica. México, 1997.

**FISHER, B. A.: *Perspectives of human communication*.
MacMillan Publishers. Nueva York, 1978.**

**FONTCUBERTA, Mar: *Medios, comunicación humana y
sociedad del conocimiento*. Revista Comunicar, nº 14. Huelva,
2000.**

**FOURASTIÉ, J.: *Inventario del porvenir. Las 40.000 horas*.
Madrid, 1996.**

**FRANQUET, Rosa y MARTÍ, Josep María: *La radio. De la
telegrafía sin hilos a los satélites*. Mitre. Barcelona, 1985.**

**FUNDACIÓN ECCA: *Memoria 1999/2000*. Las Palmas de Gran
Canaria, 2000.**

**GARITAONAINDIA, Carmelo: *La radio en España. De altavoz
musical a arma de propaganda*. Universidad del País Vasco.
Bilbao, 1988.**

GALBRAITH, John K.: *El nuevo estado industrial*. Ariel. Barcelona, 1968.

GARCÍA, Dulce y MEZA, Gregorio: *Exigencia y Compromiso: un departamento de formación e investigación para Radio Fe y Alegría*. Revista Latina de Comunicación Social, nº8. La Laguna, Tenerife, 1998.

GINER, Salvador: *Comunicación en Diccionario de Ciencias Sociales*. Instituto de Estudios Políticos. Madrid, 1975.

GJESDAL, T.: *Los medios de información al servicio de la educación de adultos y la alfabetización*. UNESCO, Vol XIV, 3. París, 1968.

GONZÁLEZ I MONGE, Ferran: *En el dial de mi pupitre. Las ondas, herramienta educativa*. Gustavo Gili. Barcelona, 1989.

GRAVIZ, Ana y POZO, Jorge: *Niños, Medios de Comunicación y su conocimiento.* Herder. Barcelona, 1994.

HARTUNG, H.: *La educación permanente.* Cid. Madrid, 1967.

HAWKRIGE, David G: *Situación y Perspectivas de la tecnología de la educación.* En *Perspectivas*, Vol XII, nº3. 1982

HAYE, Ricardo M.: *Hacia una nueva radio.* Paidós. Buenos Aires 1995.

HERNÁN, Josúe: *Hacia una cultura comunicativa.* Revista *Comunicar*, nº 8. Huelva, 1997.

HERRERA ORIA, Ángel: *La Palabra de Cristo I.* BAC. Madrid, 1953.

HOSTLER, J: *The aims of adult education.* Manchester monographies, nº 17. Manchester, 1981.

JAMISON, D.T y MacANANY, E.G.: *La radio al servicio de la educación y el desarrollo.* MEC. Madrid, 1981.

JARVIS, P.: *Sociología de la educación continua y de adultos.* El Roure. Barcelona, 1985.

JUAN PABLO II *Mensaje de la XXXI Jornada Mundial para las Comunicaciones Sociales.* Ciudad del Vaticano, 1997.

JUAN PABLO II: *Mensaje de la XXIV Jornada Mundial para las Comunicaciones Sociales.* Ciudad del Vaticano, 2000.

JUAN PABLO II: *Mensaje para la XIV Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales.* Ciudad del Vaticano, 1980.

JUAN PABLO II: *Mensaje de la XXXII Jornada Mundial para las Comunicaciones Sociales.* Ciudad de Vaticano, 1998.

JUAN PABLO II: *Mensaje de la XXV Jornada Mundial para las Comunicaciones Sociales.* Ciudad del Vaticano, 1991.

JUAN PABLO II: *Mensaje paa la XVIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales*. Ciudad del Vaticano, 1984.

KATZ, Elihu y LAZARSELD, Paul Felix: *Influencia personal*. Editorial Hispano-Europea. Barcelona, 1979.

KELLEY, Kathleen: *La persuasión en la comunicación, teoría y contexto*. Paidós. Barcelona, 1981.

KIRPAL, J.: *Fundamentos de la educación permanente*. Santillana. Madrid, 1979.

KUPISIEWICZ, C: *La escuela y los medios de comunicación*. Perspectivas, vol. 1 – XIV. UNESCO. París, 1984.

LASWELL, D. H.: *La política como reparto de influencia*. Aguilar. Madrid, 1974.

Ley 4/1980, de 10 de enero, del Estatuto de la Radio y la Televisión

Libro Blanco sobre educación de adultos. MEC. Madrid, 1986.

LIPPMAN, Walter: *La Opinión Pública*. Fabil Editora. Buenos Aires 1964.

LOPEZ PALMA, F.: *La educación fuera de la escuela*. Ariel. Barcelona, 1996.

LÓPEZ, Manuel: *¿Cómo se fabrican las noticias?* Paidós. Barcelona, 1995.

LOWE, J.: *La educación de adultos: perspectivas mundiales*. UNESCO. París, 1978.

LLEDÓ, Emilio: *El silencio de la escritura*. Espasa. Madrid, 1998.

MacBRIDE, Sean: *Un solo mundo, voces múltiples*. Fondo de cultura económica. Madrid, 1988.

MacLUHAN, Marshall y FIORE, Quentin: *The Medium is the Message. An Intentionary of Effects.* Bantm Books. Nueva York, 1967.

MacLUHAN, Marshall: *El aula sin muros.* Cultura Popular. Barcelona, 1968.

MacPHERSON, C. B.: *La democracia liberal y su época* Alianza Madrid 1982.

MAILLO, A.: *Educación social y cívica.* Escuela Española. Madrid, 1971.

MARTÍN-CARO, A.: *La radio del Siglo XXI.* Fragua. Madrid, 2000.

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis: *El ocaso del Periodismo.* CIMS. Barcelona, 1997.

MARTÍNEZ-COSTA, María del Pilar: *La radio en la era digital.*
El País-Aguilar. Madrid, 1997.

MASTERMAN, L.: *The Media Education Revolution.* Canadian
Journal of Educational Communication, nº 22. Toronto, 1993.

MAYOR ZARAGOZA, Federico: *Educación y Medios de
Comunicación.* MEC. Madrid, 1992.

**MEC Informe del Ministerio de Educación y Ciencia sobre
datos y cifras básicos de la educación en España.** MEC.
Madrid, 1995.

MENA, B.: *La eficacia en la educación de adultos.* Escuela
Española. Madrid, 1984.

AYO PÉREZ, Arturo: *Tecnología e información en la radio
española de fin de siglo.*

**[http://zerrev.lp.ehu.es/Zer/HTML/6.NOT-INV.MERA.](http://zerrev.lp.ehu.es/Zer/HTML/6.NOT-INV.MERA) html,
Fecha de consulta, 24 de noviembre de 1997.**

MERAYO, Arturo: *Para entender la radio.* Universidad Pontificia de Salamanca. Salamanca, 1992.

MERAYO, Arturo: *Como aprender en el siglo de la información: claves para una enseñanza más comunicativa.* Revista Comunicar, nº 14. Huelva, 2000.

MIGUEL ARRUTI, Alberto y otros: *Educación y Medios de Comunicación.* MEC. Madrid, 1982.

MOLES, Abraham: *La comunicación y los mass-media.* Mensajero. Bilbao, 1975.

MONCLUS, A.: *Educación de adultos.* Fondo de Cultura Económica. Madrid, 1990.

MONTES, S.: *Estética y comunicación.* Latina. Madrid, 1981.

MONTES, Francisco José: *Los orígenes de la radiodifusión española.* RTVE. Madrid, 1988.

MORAGAS, Miguel: *Teorías de la comunicación.* Gustavo Gili.
Barcelona, 1985.

MUÑOZ, José Javier: *Radio Educativa.* Librería Cervantes.
Salamanca, 1994.

MURGA, María Ángeles: *La radio educativa en la UNED:
utilidad y eficacia.* UNED. Madrid, 1983.

NEGROPONTE, Nicholas: *El mundo digital.* Ediciones B.
Barcelona, 1999.

OREJA, Marcelino: *La transición audiovisual pendiente.
(Prólogo)* Ediciones B. Barcelona, 1996.

ORIVE RIVA, Pedro: *Comunicación y sociedad democrática.*
Pirámide. Madrid, 1974.

OROZCO, Guillermo: *Medios, audiencias y mediaciones.*
Revista Comunicar, nº 8. Huelva, 1997.

ORTIZ, Miguel Ángel y MARCHAMALO, Jesús: *Técnicas de Comunicación en Radio*. Paidós. Barcelona, 1994.

OTERO, J. C.: *Radio ECCA: una tecnología educativa para la promoción cultural de adultos*. Universidad de Santiago de Compostela. Santiago de Compostela, 1999.

PALACIOS, Luis: *La extensión universitaria en España*. BILE 469. Madrid.

PEÑA. J.J.: *Educación y Comunicación. III Encuentro Iberoamericano de Comunicación UNESCO-Turner/Sociedad Estatal Quinto Centenario*. Madrid, 1989.

PÉREZ TORNERO, José Manuel: *Esbozo de un modelo de análisis del discurso*. Cuadernos de Traducción e Interpretación, nº 1. Madrid, 1989.

PÉREZ TORNERO, José Manuel: *Comunicación y educación en la sociedad de la información*. Paidós. Barcelona, 2000.

PERRATON, H.: *Una teoría de la educación a distancia.*
Boletín bibliográfico de educación abierta, nº, 11. México,
1982.

POU AMÉRIGO, María José: *Los nuevos medios al servicio de la
formación de selectos.* Documento de trabajo. Valencia, 2000.

PRADO, Emili: *Estructura de la información radiofónica.*
Mitre. Barcelona, 1985.

PRIETO, D.: *La comunicación educativa como proceso
alternativo.* Cosnet. México, D.F., 1985.

RAIGON, Guillermo: *Periodismo y reforma educativa.* Alfar.
Sevilla, 1997.

REBOUL, Elie: *Aprender a usar las fuentes de información.*
Técnicas para la escuela. Narcea. Madrid, 1980.

REDONDO, E.: *Educación y Comunicación.* CSIC. Madrid,
1959.

REQUEJO, A. y otros: *Educación permanente y nuevas tecnologías.*

Seminario Universitario de Teoría de la Educación. Tenerife, 1996.

REY, Germán: *Desde las dos orillas.* Ministerio de Comunicaciones. Colombia, 1992.

REYES, Alfonso: *La radio, instrumento de la paideía.* En OC, t. IX. México, FCE, 1959.

RODRÍGUEZ DIEGUEZ, José Luis: *Discurso de clausura del Congreso Nacional sobre los Medios de Comunicación en la Educación.* Salamanca, 17 de marzo de 1996.

RODRÍGUEZ DIÉGUEZ, José Luis: *Comunicación y Tecnología Educativa. Ponencias y Resúmenes de Comunicaciones.* Sociedad de Pedagogía. Madrid, 1983.

RODRÍGUEZ VILAMOR, José: *Redacción Periodística para la generación digital.* Universitas. Madrid, 2000.

RODRÍGUEZ VILAMOR, José: *Nuevo Periodismo para el nuevo milenio*. Olalla. Madrid, 1997.

ROMANO, V.: *Desarrollo y progreso. Por una ecología de la comunicación*. Teide. Barcelona, 1993.

ROMERO, Andrés: *Teoría general de la información y la comunicación*. Pirámide. Madrid, 1974.

ROMO, Cristina: *El lenguaje seductor de la radio*. I Congreso Internacional de la Lengua Española, Zacatecas (México), abril de 1997.

<http://cvc.cervantes.es/actcult/congreso/radio/comunicaciones/romo.htm>. Fecha de consulta, 22 de noviembre de 2000.

RONCAGLIOLO, Rafael: *El lenguaje de la Radio: Comunidad y Globalidad*. I Congreso Internacional de la Lengua Española, Zacatecas (México), abril de 1997.

<http://cvc.cervantes.es/actcult/congreso/radio/comunicaciones/ronca.htm>. Fecha de consulta, 22 de noviembre de 2000.

RUESCH, Jürgen y BATESON, G.: *Comunicación, la matriz social de la psiquiatría*. Paidós. Buenos Aires, 1965.

**SÁENZ, Óscar: *Los planos esenciales de la comunicación*.
Revista Comunicar, nº 14. Huelva, 2000.**

**SALOMON, G.: *Communication and education* Sage Publications
Beverly Hills (EEUU) 1981.**

SÁNCHEZ-BRAVO CENJOR, Antonio: *Nuevo tratado de estructura de la información*. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, 1985.

SÁNCHEZ-BRAVO CENJOR, Antonio: *Manual de Estructura de la Información*. Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid, 1992.

SAPHIRO, S.: *Educación y democracia: estructuración de un discurso contrahegemónico del cambio educativo*. Revista de Educación, nº 291. Madrid, 1990.

SARRAMONA, J.: *Problemas y posibilidades de la enseñanza a distancia*. II Convención Internacional de TV y Educación. Barcelona, 1979.

SARRATE, María Luisa *Educación de adultos*. Narcea. Madrid, 1997.

SAUSSURE, Fernando: *Curso de lingüística general*. Losada. Buenos Aires, 1978.

SHANON, Claude y Weaver, Warren: *Teoría matemática de la comunicación*. Forja. Madrid, 1981.

SOUCHON, C.: *Educación y medios de masas: contradicciones y convergencias en La educación en materia de comunicación*. UNESCO. París, 1984.

STEWART, Daniel: *Psicología de la comunicación*. Paidós. Buenos Aires, 1968.

TERRÉN, Eduardo: *Educación y modernidad. Entre la utopía y la burocracia.* Antrophos. Buenos Aires, 1998.

THAYER, J. Lee: *Comunicación y sistemas de comunicación. En las organizaciones, en la gestión directa y en las relaciones interpersonales.* Ediciones Península/Ediciones 62. Barcelona, 1975.

TIMOTEO ALVAREZ, Jesús: *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad.* Ariel. Barcelona, 1989.

TORRES, A.: *Para qué se inició Radio ECCA.* Radio y Educación de Adultos. Las Palmas de Gran Canaria, 1990.

TORRES, Rosa: *Educación de adultos y democracia. Alfabetización de adultos y democracia.* Editorial Popular. Madrid, 1990.

TRUTAT, Alain y otros: *V Semana Internacional de Estudios sobre la Radio*. RNE-UER. Torremolinos, 1979.

UNESCO *Plan of action to eradicate illiteracy by the year 2000, n° 25*. UNESCO. París, 1989.

UNESCO: *De la Educación Básica a la Universidad*. Informe de la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la educación para el siglo XXI. Santillana & Ediciones UNESCO. Madrid, 1996.

UNESCO: *World Communication Report*. 1998.

UNESCO: *Aprender a ser. La educación del futuro*. Alianza. Madrid, 1983.

VALMARANA, Paolo: *La Radio, au service du développement culturel*. I Semana Internacional de Estudios de la Radio, RNE. Tenerife, 1973.

VAN HALEN, Juan: *Discurso de clausura del XV Congreso Europeo de la AECS de Educación a Distancia.* Madrid, mayo de 1996.

VAZQUEZ MONTALBAN, Manuel: *Historia y comunicación social.* Bruguera. Barcelona, 1980.

VERGARA, A.: *Nuevas tecnologías y su impacto en la educación del futuro.* Revista Pensamiento Educativo, nº 21. Santiago de Chile, 1997.

VILLÉN, Francisco: *Radio ECCA, emisora cultural popular de Gran Canaria.* Dirección General de Radiodifusión y Televisión Española. Madrid, 1968.

WATZLAWICH, P.: *Teoría de la comunicación humana.* Herder. Barcelona, 1983.

WIENER, Norbert: *Cibernética o el control y comunicación en animales y máquinas.* Tusquets. Barcelona, 1985.

**WIENER, Norbert: *Cibernética y sociedad*. Sudamericana.
Buenos Aires, 1958.**

**WILLIAMS, Raymond: *Los medios de comunicación social*.
Península. Barcelona, 1978.**

**XIFRA, Jorge: *La información, análisis de una libertad
frustrada*. Editorial Hispanoamericana. Barcelona, 1972.**