



Universidad de Baja California

**TESIS DOCTORAL
ESTADO DEL ARTE DE LA INVESTIGACIÓN
EN RADIO Y SUS APLICACIONES EN EDUCACIÓN.**

**QUE PRESENTA
LUIS DAVID PÉREZ ROSAS**

**PARA OBTENER EL GRADO DE
Doctor en Gerencia y Política Educativa**

**DIRECTORA DE TESIS DOCTORAL
Dra. Anicia Álvarez Guerra**

Tepic, Nayarit; Julio de 2013.

DEDICATORIAS

Al final de una intensa investigación académica de nivel doctoral de ... años, destino un momento de gratitud *in extensis* a la Universidad de Baja California, Tepic, por constituirse como un espacio académico, de reflexión, promotor de experiencias y de formación orientada a la superación.

A MIS PADRES, JOSE LUIS Y MATILDE
A mi hermana y Jesús

A la Dra. Daisy Anicia Álvarez Guerra, por su entusiasmo y perseverancia

Al Dr. Antonio Ayón Bañuelos, por sus consejos

Al Dr. Rigoberto Rodríguez Bueno, por sus orientaciones que han servido de guía para concluir este trabajo y llegar hasta este momento

El sístole y el diástole de la inteligencia humana permiten apreciar, con sabiduría y experiencia, la realidad y la comunicación, dentro de lo cual se generan procesos de reproducción del conocimiento y de situaciones, en la generalidad y especificidad; saber distinguir cuándo es semejante pero diferente, es la clave.

El autor

RESUMEN

Esta investigación tiene como objeto de estudio: **Estado del arte de las investigaciones en Radio y sus aplicaciones en educación, a nivel mundial, del período que va desde 2002 a 2012**, que aborda y subsana una de las lagunas que han existido en la investigación educativa en radio, en todo el orbe. Se destaca así una revisión exhaustiva de diversos materiales que compilan el saber en la materia de **17** países del mundo, dentro de los cuales se abarca prácticamente a los 5 continentes; se muestran además las universidades de procedencia y los idiomas en que fueron escritas: español en su mayoría, inglés, francés y portugués. Los siguientes constituyen los países de procedencia de las investigaciones recabadas: Colombia, México, España, Venezuela, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Canadá, Brasil, Cuba, Argentina, Chile, Holanda, Suiza, Francia, Australia y Japón. Se han arrojado resultados, relativos a que son pocos los estudios versados en radio y sus posibilidades en educación, a nivel de educación formal, no formal e informal. Así, esta tesis aporta argumentos pedagógico-didácticos para incorporar el uso de la radio para la enseñanza-aprendizaje de contenidos escolares universitarios y abre nuevas líneas de investigación académica, tales como: creación de reformas educativas y aprovechamiento de la radio en la educación; la radio educativa y su impacto social; y las transformaciones de los movimientos y organización social generadas a partir de los mensajes emanados de la radio.

Palabras clave

Radio, educación, enseñanza, aprendizaje, investigación educativa, estado del arte, educación formal, educación no formal, educación informal, estrategia educativa, herramienta educativa.

ABSTRACT

Main study case was the state of art of research on education about radio and its applications, in all over the world, from 2002 to 2012, It is worth remarking the results obtained by several cross-information documents solved the empty wholes on the general scientific radio education research. It has been a specific and exhausted revision on many materials that comprise 17 countries of the 5 continents. Has been taken scientific research documents from the next languages and countries: spanish majority, english, french and portugese; Colombia, Mexico, Spain, Venezuela, Ecuador, El Salvador, United States of America, Canada, Brazil, Cuba, Argentine, Chile, Netherland, Switzerland, France, Australia and Japan. Results states the promotion of major academic projects on education and radio and its possibilities application on teaching and learning activities in formal, non formal and informal grades. Also, this thesis give main pedagogic and didactic reasons so as using radio on the scolar univerisity curriculum and open up new academic research possibilities, for example: creation of educative reforms and radio learning approach; social impact of cultural radio; and social movements and society transformations drawn from cultural radio messages.

Key words

Radio, education, teaching, learning, research on education, state of art, formal education, non formal education, informal education, learning strategy, learning tool.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	¡Error! Marcador no definido.
ABSTRACT	IV
INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO 1. EL PROBLEMA	¡Error! Marcador no definido.2
1.1. Planteamiento del problema	¡Error! Marcador no definido.
1.2. Objetivos de la investigación	19
1.2.1. Objetivo general.....	¡Error! Marcador no definido.
1.2.2. Objetivos específicos	¡Error! Marcador no definido.
1.3. Hipótesis	¡Error! Marcador no definido.9
1.4. Justificación	20
1.5. Alcances y limitaciones.....	23
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	25
2.1 Visión histórica de la Radio en México	25
2.2. Contexto histórico de la radio	25
2.2.1. La XEW, tradición radiofónica.....	¡Error! Marcador no definido.
2.3. Teorías vigentes para el estudio generalizado de la comunicación	34
2.3.1. Modelos teóricos para el estudio de la comunicación mediática.....	34
2.3.2. Teorías para el análisis de la radio	42
2.3.3. El flujo de la comunicación en dos pasos	¡Error! Marcador no definido.
2.3.4. Usos y gratificaciones	¡Error! Marcador no definido.
2.3.5. La <i>Agenda Setting</i>	¡Error! Marcador no definido.
2.4. La Escuela Latinoamericana.....	46
2.5. Panorama del estado de conocimiento de la radio a nivel nacional.....	47
2.6. Clasificación de la radio de acuerdo con la legislación radiofónica.....	48
2.6.1. Radios Permisiónadas	¡Error! Marcador no definido.
2.6.2. Radio Estatal.....	49
2.6.3. Radios Concesionadas	¡Error! Marcador no definido.
2.6.4. Radio Pirata.	51
2.6.5. Radio Internet	¡Error! Marcador no definido.
2.7. Referencias a la educación formal, no formal e informal	53
2.8. Líneas de investigación en radio	59
2.8.1. Radio y semiótica	¡Error! Marcador no definido.
2.8.2. Radio cultural.....	59
2.8.3. Desarrollo tecnológico de la radio.....	¡Error! Marcador no definido.
2.8.4. Radio comunitaria o regional	62
2.8.5. Radio arte	62
2.8.6. Divulgación de la ciencia	63
2.8.7. Radio universitaria	63
2.8.8. Radio indigenista	67
2.8.9. Radio política	68
2.8.10. Marco jurídico de la radio.....	68
2.8.11. Influencia del receptor	69

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO	71
3.1. Diseño de investigación	71
3.1.1. Diseño y construcción de la investigación	71
3.2 Población y muestra	72
3.2.1. Investigación documental	72
3.2.2. Criterios de selección de la muestra	73
3.3 Instrumentos	74
3.4 Técnicas y métodos	74
3.4.1. Técnica de fichaje y clasificación de la información	74
3.4.2. Vinculación con el trabajo de campo	75
3.5 Procesamiento de datos	75
3.5.1. Comienzo del procesamiento, lectura y revisión	75
3.5.2. ¿Herramienta o estrategia?	77
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS	83
4.1 Resultados obtenidos	83
4.2 Discusión	84
4.2.1. Investigación funcionalista	¡Error! Marcador no definido.
4.2.2. Investigación dialéctica-crítica	91
4.2.3. Investigación hermenéutica	97
4.2.4. Investigación de análisis de contenido	100
4.2.5. Investigación etnográfica	109
CONCLUSIONES	112
RECOMENDACIONES	114
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	116
Tesis de posgrado	116
Bibliográficas	118
Hemerográficas	123
Legisgrafía	126

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Modelos y enfoques teóricos para el estudio de la comunicación masiva	35
Cuadro 2. Enfoques positivistas y críticos para el estudio de la comunicación masiva	35

INDICE DE DIAGRAMAS

Diagrama 1. Modelo de interacción de Paulo Freire	57
Diagrama 2. Modelo clásico de comunicación	57

ÍNDICE DE ESQUEMAS

Esquema 1. Modelo de medios de información de Harold Lasswell	38
Esquema 2. Modelo de medios de información de David K. Berlo	39
Esquema 3. Modelo de medios de información de Shanon-Weaver	39
Esquema 4. Modelo de medios de información de Osgood y Schramm.....	40
Esquema 5. Modelo de medios de información de Lozano Rendón	40

INTRODUCCIÓN.

Los antecedentes directos de la presente investigación gravitan para efectos prácticos en los estudios cuantitativos y cualitativos que se han elaborado con respecto al estudio de la radio, a saber: funcionalismo, dialéctica crítica, hermenéutica, análisis de contenido y etnografía. El contexto en el que se circunscriben los mencionados estudios data del 2002 al 2012, una década que las necesidades propias que ha exigido la fase investigativa, relativa a la delimitación del objeto de estudio, el cual se hace consistir en el contenido educativo de la radio y como campo o parcela de investigación se tiene a las investigaciones educativas en radio.

Dichos enfoques han sido orientados bajo el signo e inquietud de cómo utilizar a la radio, ya sea como herramienta o estrategia educativa, ya sea en la modalidad formal, no formal o informal. Las necesidades sociales que imperan dentro del marco contextual actual, denominado globalización han propiciado la instauración de políticas y programas gubernamentales, además de las condiciones socio-culturales y educativas que se interesan en cómo enseñar contenidos significativos a la sociedad actual, a partir de las necesidades sociales y los retos de la profesionalización para el campo laboral.

En este tenor, el contexto en que se inscribe la presente tesis doctoral se vincula con los dos polos: nacional e internacional, no solamente por el interés del estado mexicano con respecto al cumplimiento y actualización de las políticas educativas y los retos que presenta la sociedad mexicana, sino también es el caso de acercamiento académico a países europeos, asiáticos, africanos y americanos, que constituyen un total de 55 fuentes documentales que han sido seleccionadas, como muestra representativa de las investigaciones que se han elaborado en radio.

Así las cosas, las exigencias propias de la investigación de turno generó la búsqueda permanente de producciones académicas en diversos bancos de información y medios electrónicos, al interior y exterior de la República Mexicana, así como a Bibliotecas de Universidades mexicanas.

Con este ritmo de investigación, se realizó una compilación ilustrativa en cuadros esquemáticos, seguida de los procesos interpretativos referentes a la visión, metodología y uso o aplicación —ya sea como herramienta o estrategia educativa, a nivel formal, no formal e informal— de cada uno de los enfoques teóricos descubiertos y sus tendencias. Finalmente, la investigación conduce a las conclusiones, donde se destaca la importancia de haber elaborado la presente tesis doctoral, sin soslayar las críticas y recomendaciones a cada enfoque teórico-

metodológico descubierto. Una vez hecho esto, se recuperan elementos de todo el capitulado para realizar un balance y las tendencias que seguirán los futuros estudios con respecto al uso educativo de la radio. Si bien es cierto que la radio ha sido investigada con amplitud y profundidad, nombrando como autoras representativas a las investigadoras: Alma Rosa Alva de la Selva, Fátima Fernández Christlieb, Florence Toussaint, Ana María Peppino Barale, los estudios anteriores al presente se han centrado en el análisis sociológico de la radio, más no en el educativo; donde la principal característica que pone de relieve la presente investigación es resaltar la importancia de la actual tesis doctoral.

Más aún, dentro de los hallazgos, es factible mencionar que no existen estudios diseñados desde la extracción del interaccionismo simbólico, ni de la investigación-acción que aborden el potencial formativo de la radio así como la relación comunicativa entre emisor, mensaje y receptor, y los efectos generados a partir de percepciones y significados instituidos al través del tiempo e iterados a partir de esquemas culturales preconcebidos. Los presentes objetos de estudio y sus enfoques, así como sus ausencias, han puesto de manifiesto que el interés académico de la radio educativa ha sido relegado o se considera que ya todo ha sido investigado.

En otro orden de ideas, se percibió que la mayoría de las producciones centra sus objetos de conocimiento en la educación no formal e informal; de lo cual se concluye que se ha descuidado —por falta de interés en la política educativa mundial— la vía formal que incluya contenidos escolares dentro del plan de estudios de los niveles educativos. Además, a lo largo del presente se ha hecho notar que algunas aportaciones en cierta medida han sido reproduccionistas y que contribuyen al conocimiento de la radio con respecto a temas que parecen caer en lugares comunes. Otras, en cambio, muestran intereses novedosos y originales al desarrollar objetos de estudio tales como los impactos formativos de la ciberradio, la etnografía del contexto social y cultural de las radios comunitarias, el análisis del contenido radiofónico con relación a la audiencia y las prácticas culturales de determinada localidad.

De acuerdo con el fichero técnico elaborado; los hallazgos van orientados a analizar a la radio desde un punto de mira cuantitativo para poner en tablas las conductas humanas mensurables y proceder a la toma de decisiones, así también se analiza al medio como un factor del cambio social y transformación del entorno a partir de la toma de conciencia, a interpretar la circunstancia histórica, política, educativa y social de alguna localidad o agregado social para efectos de comprender las prácticas comunicativas y las relaciones simbólicas entre

los actores radiofónicos —a nivel de emisores y receptores—, el contenido del mensaje radiofónico y su tratamiento así como el impacto o efectos generados en la audiencia —la cual también ha sido analizada para conocer las preferencias y garantizar niveles de *rating*—.

Con base en lo anterior, también se ha identificado que la evolución de la investigación educativa en radio así como sus propios objetos de estudio es difusa mismos que han sido seleccionados de manera azarosa o caprichosa o copiosa o mecánica, sin rebasar las fronteras o limitaciones que esto implica; los investigadores no han optado por re-significar el impacto formativo de la radio.

Asimismo, cabe señalar que según los resultados existe una disociación entre las producciones científicas en materia de radio educativa debido a que de acuerdo a las investigaciones identificadas, no se ha percibido una congruencia que suponga una ilación o evolución sistemática o lógica o progresiva y contextualizada de los objetos de estudio con respecto a los hechos sociales a nivel mundial. El interés por la investigación en radio surge a partir de necesidades locales e inmediatas, no globales y a largo plazo. Así las cosas, el estado que guarda hoy en día la investigación en radio educativa se declara como mayormente reproduccionista o copioso, vinculado esto a la selección de objetos de estudio de manera caprichosa o azarosa. Por otro lado, la radio educativa ha sido estudiada con mayor medida como estrategia —como parte fundamental y articulador dentro de un proyecto más amplio y contextualizado en el sector educativo y social—, con respecto a herramienta educativa —instrumento para transmitir simplemente un contenido—.

Puntualmente se concluyó que a partir de las producciones académicas, el estudio de la radio a pesar de haber sido reproduccionista, ofrece ejes problematizadores que aún no han sido investigados, tales como: la ciberradio educativa desde internet y su impacto formativo y las maneras de organización social que de ahí se generan, la participación en el ciberespacio de comunidades ciberescuchas, elaboración de estados del arte todavía más específicos que el presente, el impacto formativo de la radio en la audiencia segmentada y los hábitos y construcciones de sentido que se construyen a partir del contacto permanente con el sonido, la palabra, el silencio, el tono de voz y los temas abordados. En el mismo sentido, cabe destacar que otros nuevos enfoques donde las futuras producciones académicas tienen un campo fértil de desarrollo en los siguientes ámbitos: hermenéutica-culturalista y educativa de la radio, etnografía de la comunicación radiofónica con sentido educativo, antropología del sonido,

etnomusicología a partir de contenidos radiales, semiótica de la radio educativa y la antropología de la recepción radial.

De igual manera, dada la oscuridad o ambigüedad con que la ley regula a la radio educativa, es imperiosa la proliferación de producciones académicas con respecto a nuevas propuestas a la normatividad vigente en el ramo, para efectos de reclasificar o ampliar las clasificaciones ya existentes de la radio e incluirlas, con mayor énfasis, como parte de la política educativa —incluyendo financiamiento para investigación y sostenimiento de las emisoras con carácter filantrópico— en los tres órdenes de gobierno: federal, local y municipal. De esta tesis, uno de los resultados que el autor espera, es que sea considerada por las Asambleas Legislativas de los Estados, así como el Congreso de la Unión, para efectos de generar debates orientados a elaborar propuestas de los poderes ejecutivos e iniciativas de ley tendientes a fomentar el uso de la radio en los sistemas educativos, formales, no formales e informales, para recuperar y revalorar la importancia de la radio como el medio, todavía, de mayor cobertura territorial fomentando en gran medida la capacidad de pensar, imaginar y reflexionar.

Finalmente, otro conflicto manifiesto en el procesamiento de la información recabada ha sido que en la década de 2002 a 2012 se percibe un declive sustancial en la producción de investigaciones sobre usos educativos de la radio y los resultados han sido reproductores, poco innovadores, pero no en todos los casos. No existen estudios de la radio diseñados desde la extracción del interaccionismo simbólico, ni de la investigación-acción que aborden el potencial formativo de la radio así como la relación comunicativa entre emisor, mensaje y receptor, así como los efectos generados y las percepciones y significados instituidos al través del tiempo e iterados a partir de esquemas culturales preconcebidos. Los presentes objetos de estudio y sus enfoques, así como sus ausencias, han puesto de manifiesto que el interés académico de la radio educativa ha sido relegado o se considera que ya todo ha sido investigado.

CAPÍTULO I. EL PROBLEMA.

Con base en el contexto histórico de la radio, se puede observar que desde sus inicios, el medio radial fue considerado como algo fantástico dado que por primera vez a través de las ondas hertzianas se podía expandir la voz, el sonido, la música y sobre todo los comentarios de afamados locutores, artistas, compositores, actores, actrices. Además, se ha hecho evidente la formación de cadenas y consorcios a partir de la creación, desarrollo y comercialización de la radio.

Lo que se ha puesto de relieve en esta investigación de la radio es que de ser un simple medio de información y entretenimiento, además pasó a ser el medio de unión familiar (que después fue desbancado por el televisor, ya por los 50's) en momentos de convivencia, como la hora de desayunar, comer, cenar, así como también fue el motivo inspirador de conversaciones, charlas, para los miembros de la familia y círculos sociales cercanos.

Sin embargo, se puede destacar que desde la aparición de la familia Azcárraga (en los treintas) ya se perfiló la radio desde una perspectiva comercial clara y rotunda que impondría los esquemas de hacer y producir radio en todo el país, dejando así atrás a todo tipo de iniciativa educativa y cultural. Además, dado los altos niveles de rating, producidos por el uso publicitario y propagandístico exagerado, la convicción de usar al medio con fines comerciales, lucrativos y orientarlo hacia el fomento al consumo fue avasallante. Incluso, la misma Ley Federal de Radio y Televisión toleró todo el inusitado crecimiento del medio.

Claramente, hubieron estudios académicos profundos que ponen de relieve la situación de los procesos de recepción acrítica sobre el medio y sus efectos desalentadores, representados por el consumo, el pensamiento acrítico, la información filtrada y manipulada, el uso antidemocrático y al servicio de intereses ajenos a bien colectivo, logrando así procesos de formación en los ciudadanos que modelan un sujeto desmemoriado, es decir, que olvida su pasado y se halla en confusión para entender su presente y su futuro (Fernández, 2002). Todo esto, a partir de estudios que indican que la continuada y permanente rutina y prácticas generadas a partir de las formas de organización social que imponen los mensajes mediáticos, crean sujetos alienados y acostumbrados a dinámicas ya agendadas previamente, y que con el tiempo se vuelven costumbres (García, 2001).

Ante la constante y evidente situación que presentan hoy en día los medios de información en su acción con la realidad social, los estudios académicos y científicos

reconocen el consumismo irreflexivo que se ha venido gestando en la sociedad a partir de la interacción con los medios de información, lo cual conduce a la necesidad de comprender la relación e imposición de contenidos mediáticos a la sociedad, en el contexto de la globalización.

De acuerdo con lo anterior, se han estudiado (quizá no en casos específicos como en la radio) los procesos en que los medios de comunicación sumergen a la sociedad para lograr en la misma una formación específica que se adapta a los ideales del consumismo, a través de prácticas mediáticas que mecanizan e instituyen en la gente espectadora ciertas actividades, con base en rutinas de pensamiento y acción ya preestablecidas e instituidas a través del tiempo por los medios de información, que bombardean de mensajes a cada instante.

Así las cosas, el contexto económico, político, social y educativo ha sido identificado como el impulsor de procesos de formación dirigidos a la construcción de un sujeto que piense y actúe como indican los mensajes de los medios de información, y el efecto se puede distinguir a través de las organizaciones de la vida cotidiana a partir de las emisiones mediáticas, que conllevan ingeniosas formas de filtración de la información, ocultamiento y manipulación de masas.

Las anteriores ideas impulsan a la construcción del objeto de investigación, que toma como contexto a la globalización, como el terreno propicio para el desarrollo de los medios de información, en concreto la radio. En el contexto de la globalización, se puede señalar el resultado histórico de la trayectoria mundial; por ejemplo, ya desde los 50's se destacaba el término aldea global con relación a los medios de información, y unas décadas después se pusieron de relieve los movimientos sociales dentro del ciberespacio, las máquinas inteligentes, la nanotecnología, las ciberculturas, las nuevas identidades, entre otras.

Dentro del proceso de globalización, la red de internet ejerce un impacto a nivel del orbe, pues ésta ha cambiado el modelo de desarrollo de los diversos núcleos sociales; es decir, la tendencia es que las empresas dejen de producir en serie y en cambio opten por producir a través de redes, lo que implica necesariamente un fuerte impacto en los procesos interactivos, de comercio, de compra-venta de artículos a nivel global; tan es así que es posible comprar y adquirir bienes y servicios vía internet. Esta nueva forma de producir y vender reproduce el vigor del actual modo de producción: el capitalismo; de hecho lo rejuveneció y lo fortaleció para conformar a gran escala la economía del mundo, que es informacional y global. La

globalización como contexto de la sociedad de la información y las nuevas tecnologías informáticas van, necesariamente, en relaciones paralelas, al mismo tiempo que el desarrollo de la radiodifusión —he aquí la importancia de esta contextualización— y sus alcances formativos a grandes mayorías. Esto es un proceso mundial que se ha venido gestando desde hace décadas, cuando el comercio del siglo pasado se especializó y demandaba nuevas formas y más dinámicas para circular los cada vez más ingentes flujos de capital.

Los flujos de información, las comunicaciones y los mecanismos de coordinación se están digitalizando en muchos sectores de la sociedad, proceso que se traduce en la aparición progresiva de nuevas formas de organización social y productiva, lo que enseguida veremos respecto de que estos procesos tecnológicos están creando nuevas identidades, formas de ser, pensar, vivir y entender la vida cotidiana. La sociedad de la información se representa al momento en que la sociedad cuenta con un gran cúmulo de información, pero que no tiene la capacidad de digerirla toda, analizarla, criticarla, ajustarla a su contexto social directo, y por ello la sociedad o grandes sectores de la sociedad -principalmente los no instruidos- se vuelven vulnerables para consumir sin reflexionar la información.

Es una sociedad en la que la creación, distribución y manipulación de la información forman parte importante de las actividades culturales y económicas. La sociedad de la información es vista como la sucesora de la sociedad industrial que mecaniza los procesos de producción, distribución y consumo. El concepto de sociedad de la información indica que desde 1970 se inició un cambio en la manera en que las sociedades funcionan. Este cambio se refiere básicamente a que los medios de generación de riqueza poco a poco se están trasladando de los sectores industriales a los sectores de servicios. Así, desde la perspectiva de la economía globalizada contemporánea, la sociedad de la información concede a las tecnologías de la comunicación el poder de convertirse en los nuevos motores de desarrollo y progreso, sin el compromiso de fomentar el pensamiento crítico en los sujetos consumidores.

1.1. Planteamiento del problema.

La radio es un sistema de comunicación mediante ondas electromagnéticas que se propagan por el espacio. Se utilizan ondas radiofónicas de diferente longitud para distintos fines; por lo general se identifican mediante su frecuencia. La transmisión de información y el análisis de los hechos periódicamente más significativos son dados a conocer a través de la radio y la televisión. En la radio, antes de la llegada de la televisión, la exposición de noticias

trataba de ser informativa -más que de opinión-, restringida así al comunicado de los hechos, que no se interpretaban, analizaban u opinaban. Pareciera ser que, las investigaciones hacia la radio, como herramienta o estrategia educativa han dejado de pertenecer al interés académico de los investigadores, profesores universitarios y autoridades, quizá debido a la aparición de la televisión y recientemente de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. A la fecha no existe ningún estudio que ofrezca un panorama y estado del arte de las investigaciones de la radio, de 2002 al 2012, así como un balance.

En los regímenes tradicionalmente autoritarios, este concepto tan restringido de la información satisfizo los deseos de los respectivos gobiernos por controlar y manipular los nuevos medios de comunicación, lo cual implica una pista de que la comunicación de doble vínculo existe a través de la radio. Por el contrario, en países de larga tradición democrática, el desarrollo de la radiodifusión se hizo desde una perspectiva comercial, amparada por la defensa de la libertad de expresión, con lo que el estilo de radiodifusión se mantuvo al servicio de la sociedad. Con base en lo anterior, cabe decir:

La radio es, sin lugar a dudas, el medio de comunicación más maravilloso y extraordinario de nuestro siglo. Ningún otro consigue hacerle competencia. La radio informa, entretiene, acompaña. Es multivalente y multisituacional como ningún otro medio. Ni el cine ni la televisión ni el video, a pesar de la extraordinaria ventaja visual que gozan respecto de la radio, consiguen su valor cotidiano, su valor emotivo, e incluso, su valor político (Bassets, 1981).

Aparte del control o no por parte del poder instituido, lo inadecuado de la mera exposición de hechos, pronto se hizo evidente: un boletín de noticias informaba al público sobre cuáles eran las noticias, pero no les ayudaba a comprenderlas, a hacerles realmente conscientes de las "noticias detrás de las noticias". Para compensar estas deficiencias, se creó otro concepto: temas o asuntos de actualidad, relacionado con la opinión -versus la información-, desde el comentario, la entrevista, la tertulia o el documental. Los noticieros radiofónicos continuaron siendo estrictamente factuales, mientras que los programas sobre temas de actualidad se transformaron en una mezcla de exposición de hechos, comentarios, opiniones, análisis e interpretación a través de entrevistas, comentarios de expertos, reportajes o documentales (Winocur, 2002).

Un factor importante en el mundo democrático que aún tiene un gran peso, es la creencia de que la comunicación de las noticias -vía la radio- debe ser imparcial, es decir, no se debe tomar partido en cuestiones que sean materia de discusión pública. Por ejemplo, no debe informar sobre las huelgas tomando partido por los empresarios ni por los trabajadores. En esta lógica de cómo transmitir la información, se encuentran presente elementos que llevan a la sospecha de que la comunicación perturbada y los procesos oscuros de comunicación están presentes en toda época y en todo momento para sostener un cierto *estatus quo*. Tal parece que los *mass media* están formando un sujeto mediático que se caracteriza por el consumismo irreflexivo de ideas, imágenes, conceptos, productos, servicios. Del mismo modo, en la información relativa a la política, no debe estar de lado de ningún partido o asociación - cuando en casos reales se podría constatar lo contrario-. La imparcialidad es fomentada debido a la dependencia de las telecomunicaciones de los poderes públicos que determina, por ejemplo, las frecuencias de emisión, para evitar que haya un caos de emisiones de distintas emisoras compartiendo las mismas frecuencias de onda en una misma área al mismo tiempo (Aliaga, 1989).

En algunos países, la tradición del periodismo radiofónico independiente animó a las emisoras de radio a cumplir cánones de imparcialidad tan fuertes como imponían las estrictas regulaciones establecidas en los países democráticos, mientras que los regímenes autoritarios controlaron estrictamente todos los medios de comunicación de noticias para emplearlos como medio de propaganda. En algunos países la fórmula era intermedia, cierto grado de libertad de prensa coexistía con la idea de que la radiodifusión debía servir al estado, expresión que en la práctica suponía a los propósitos del gobierno.

Con el paso del tiempo, los profesionales de los medios de comunicación de los países democráticos desarrollaron ideas más sofisticadas para transmitir las noticias y los temas de actualidad. Estos dos enfoques se aproximaron, solapándose, y finalmente entremezclándose, tratando de conseguir a través de nuevos formatos que los programas informativos fueran al tiempo amplios y comprensibles. Los profesionales llegaron a estipular que un programa informativo debería transmitir las noticias, el significado de las noticias, y cualquier comentario relevante, del modo que los realizadores del programa decidieran que era el mejor. Un noticiario televisivo o radiofónico podría comenzar con un boletín de noticias de los asuntos a tratar, en sumario o en su extensión total, para pasar después a una serie de entrevistas con

los protagonistas de las noticias, y, por último, dar una información más explicativa que en el boletín inicial.

Otro noticiario, construido de otro modo, podría señalar los hechos clave de un suceso determinado, explicarlos después de forma más detallada, quizás a través de un corresponsal especializado, e incluir a continuación comentarios de los personajes involucrados en el hecho, antes de pasar a dar del mismo modo la siguiente noticia radiofónica o historia más importante o interesante. Las posibilidades son muy amplias, y la longitud del programa o la naturaleza de sus distintas partes depende de varios factores: la hora del día a la que se emita el noticiario -si son momentos en los que se supone que los potenciales espectadores están más ocupados, la exposición habrá de ser menor-, o el perfil de la audiencia esperada en términos de edad, sexo, y clase socioeconómica; de la política de programación de la emisora -que dé más importancia a los informativos, o a la música-; y por supuesto también de qué noticias haya disponibles ese día.

Por otro lado, la tecnología ha ayudado también a la transición desde la rígida separación de las noticias y los programas de temas de actualidad, a los actuales informativos con abundancia de materiales y mezclas de estilos. Los aparatosos discos de cera para grabar entrevistas dieron paso en la radio a los cómodos grabadores magnetofónicos portátiles. En la televisión, las cintas de vídeo, baratas y fáciles de editar, han sustituido a su vez a la bastante más costosa grabación en material filmado -normalmente en 16 mm-. Además, la comunicación vía satélite también ha mejorado la calidad de la imagen y de sonido desde lugares distantes (Lewis y Booth, 1992).

Más recientemente, los teléfonos portátiles, las cámaras de vídeo ligeras y los transmisores portátiles vía satélite -dispositivos que envían y al tiempo reciben señales- han aumentado aún más la cantidad de información transmisible y su velocidad. Los reporteros envían las imágenes y el relato de los hechos directamente vía satélite a sus estudios en cualquier ciudad del globo. El envío de las noticias hoy en día desde cualquier lugar puede ser instantáneo. Sobre esto, cabe decir: El problema no es la carencia sino la sobreabundancia de información, de ahí que la responsabilidad del ciudadano sea enorme; porque hoy día nadie puede decir que se carece de información, en un mundo en el que es uno de los elementos del planeta (Ramonet, 1999).

Como consecuencia, los editores de los programas radiales informativos tienen mayor número de historias entre las que elegir y mucho más material para ilustrarlas. Deciden primero a que sucesos se les dará cobertura, de modo que los reporteros, con sus cámaras y equipos de sonido estén prevenidos. Los editores también reciben información de sucesos que no suponían que fueran a suceder. Para sus programas deciden entonces qué incluir, de qué modo, cómo montarlo, en qué longitud, con qué orden, y si usar reportajes en vivo o de archivo, de antemano utilizando la nueva tecnología digital. También deciden el orden de importancia o de interés de las noticias a incluir, y cómo presentar lo relativo a su localidad, región, continente, o el mundo entero -la división más común es actualidad local frente a actualidad nacional frente a internacional-.

Con más noticias a incluir, la televisión y la radio tienen hoy muchos más programas informativos que cuando llegaban poco a poco. Algunas emisoras radiales tienen noticias durante las 24 horas del día, y la expansión de la información continuará: hay sucesos en muchas partes del mundo sobre los que se informa poco o no se informa en absoluto, unas veces porque suceden en lugares remotos, y otras por restricciones gubernativas. Pero las inquietudes sociales y políticas, a su vez han favorecido por el aumento de la información, hacia sistemas más democráticos, la demanda de noticias y las facilidades tecnológicas, se combinan para suprimir las barreras y animar a los productores de programas radiofónicos a tratar cada vez más asuntos de más partes del mundo y con mayor nivel de especialización.

Algunos críticos dicen que la televisión, a menudo, da imágenes simplemente porque existen, o porque son impresionantes, pero no porque sean importantes. Sostienen que los editores descuidan asuntos más importantes sobre los que no hay imágenes o en los que las imágenes no muestran una acción impresionante (Nightingale, 1999).

Otros analistas lo ven de un modo distinto: el crecimiento de la información significa que el mundo está mejor informado y que, aunque muchos de los hechos sobre los que se informa sean triviales, hay también muchos programas informativos serios en los que se dan noticias y discursos políticos, sociales, culturales, educativos, sobre hechos significativos,

relevantes para la vida de los espectadores u oyentes. A partir de lo anteriormente expresado se llega al siguiente problema de investigación:

¿Cómo se comportan las investigaciones educativas vinculadas a la Radio en el período transcurrido de 2002 al 2012?

1.2. Objetivos de la investigación.

Los objetivos de la investigación se definen como los ejes estructurales en virtud de los cuales se traza la intencionalidad de la interpretación de los resultados que se obtengan durante el proceso investigativo.

1.2.1. Objetivo general.

Analizar el comportamiento de las investigaciones educativas vinculadas a la Radio en el período 2002 al 2012;

1.2.2. Objetivos específicos.

- 1.- Describir las concepciones sobre el uso de contenido educativo en la radio;
- 2.- Determinar la manera en que la educación se ha usado en la Radio;
- 3.- Analizar las tendencias que ha experimentado la investigación educativa en la Radio, como herramienta o estrategia;
- 4.- Describir los problemas de investigación que fueron considerados en las investigaciones detectadas;
- 5.- Clasificar los enfoques teórico-metodológicos de las investigaciones;
- 6.- Conocer los resultados de las investigaciones educativas en la Radio en el periodo 2002 – 2012.

1.3. Hipótesis.

- 1.- Las producciones académicas a escala mundial y se encuentran versadas en el uso educativo de la radio han mostrado una desconexión y aislamiento entre sí y permanecen en un estado mayormente reproduccionista;
- 2.- La radio educativa ha sido estudiada con mayor medida como estrategia -como parte fundamental y articulador dentro de un proyecto más amplio y contextualizado en el sector educativo y social-;

3.- La investigación en radio no ha buscado otros potenciales formativos derivados de sus emisiones, y se ha estancado en estudios de audiencia o análisis de la producción del contenido, desde las perspectivas funcionalista y crítica;

4.- Las tendencias que marcan los estudios radiofónicos son aisladas y se perfilan hacia el estudio de la audiencia para efectos de lograr un aprendizaje rápido, mecánico y no concientizador;

5.- El uso educativo que se le ha dado a la radio ha sido como transmisor de contenidos generales sobre temas variados y no con base en ejes articuladores de conocimiento y concientización;

6.- El estudio de la radio a pesar de haber sido reproduccionista ofrece ejes problematizadores que aún no han sido investigados.

1.4. Justificación.

La elaboración del presente estado del arte tiene la característica de la originalidad y autenticidad y se justifica debido a que después de una ardua labor de investigación documental, se puede decir que no hay un estudio similar que reconstruya histórica y metodológicamente los principales planteamientos, sus desarrollos así como sus conclusiones, desde el 2002 al 2012. Asimismo, esta investigación aporta al campo de conocimiento de la investigación educativa la representación de las discusiones más actualizadas que han girado en torno a las aplicaciones educativas de la radio en todo el orbe.

Si bien es cierto que el medio referido ha sido estudiado con amplitud y profundidad, nombrando como autores representativos a las investigadoras: Alma Rosa Alva de la Selva, Fátima Fernández Christlieb, Florence Toussaint, Ana María Peppino Barale, también es verdad que los proyectos de investigación que toman como objetos de estudio a la radio han sido relegados y se ha dado primacía al estudio de la televisión, prensa, internet y cine.

No abundan las investigaciones académicas sobre radio, lo cual tiene como fundamento un bosquejo y revisión de títulos sobre los temas referidos con respecto a obras publicadas como tesis a nivel licenciatura y posgrado.

Por otro lado, conviene en términos de aportaciones académicas, estudiar a la radiodifusión debido a que México es todavía un país auditivo, o sea, que en diversos lugares de la nación todavía es imposible poner en funcionamiento un televisor o computadora con internet, y la radio a través de sus ondas tiene la capacidad de lograr una mayor cobertura en la audiencia. La radio es un medio clave para dominar a la opinión pública en términos de acontecimientos económicos, políticos, sociales, culturales.

Además, es indispensable contribuir con el conocimiento más profundo de la radio y sus efectos formativos en la sociedad, para realizar aportaciones educativas y pedagógicas que puedan servir para perfeccionar el uso de la radio —ya sea como herramienta o estrategia educativa— y fomentar un cambio positivo, incluso, en las instituciones que regulan al medio - Secretaría de Gobernación, Secretaría de Comunicaciones y Transportes- y en la audiencia. Asimismo, el presente estado del arte aporta al ámbito de la investigación educativa en radio y el conocimiento versado en cuáles son las tendencias que se están configurando a partir de la acción radiofónica.

Partiendo del reconocimiento crítico de la acción mediática y las formas de interacción que se gestan en la sociedad a partir de los mass media, es necesario conocer cómo se crea y recrea la comunicación entre emisores y receptores e investigar qué aspectos positivos se pueden recuperar para instaurar medidas de mejoramiento y calidad en la comunicación. Ciertamente, los medios de información tienen la función de entretener, educar e informar; pero lo que impulsa al presente estudio es saber qué tipo de información se emite y de qué manera, y cómo es el tipo de educación que se ofrece a la audiencia, quien mantiene relaciones comunicativas con el medio emisor, así como los procesos de formación y pensamiento que se gestan a partir de dicha relación mediática.

De lo anterior, es evidente el reconocimiento del estado de la realidad que presentan los medios de información en la actualidad: desasosiego y perturbación de la audiencia, crecimiento inusitado de venta de bienes y servicios y con ello el alza del consumismo irreflexivo, la falta de legitimidad de las noticias y de los medios de información, la desvinculación entre la normatividad y las instituciones que regulan a los medios y la acción y emisión de contenidos de los mismos, logrando así un pensamiento acrítico prácticamente generalizado en la audiencia expuesta a los bombardeos: spots, mensajes comerciales,

propaganda, publicidad, contenidos vacíos de cultura y promotores de una formación ciudadana reflexiva; todo lo cual moldea y forma a la opinión pública. De ahí que la radio, televisión, prensa contengan un potencial de influencia en la audiencia.

Dado que es muy amplio estudiar las formas de interacción y formación que se gestan a partir de los mensajes de los medios, el presente se centró el interés en conocer como objeto de estudio la educación en la radio, y su campo de acción se concentró en torno a la investigación educativa en la radio. Ya diversos y valiosos estudios explican que a través de la historia de la radio, las influencias políticas y económicas se han hecho presentes, a grado tal que han determinado las formas de producción, distribución y consumo de mensajes y contenidos que estimulan el desarrollo del consumo y el comercio, relegando así las emisiones culturales, educativas, críticas.

En el mismo tenor, existen otros estudios que cuestionan la legitimidad social y el manejo de la democracia a través de los contenidos del medio referido, llegando a la explicación de que los dueños del capital son quienes determinan lo que se ha de decir y hacer, sin posibilidad de réplica o diálogo.

Incluso, otras investigaciones han revelado la influencia de contenidos superfluos que influyen en el pensamiento y acción de la audiencia, así como los procesos de agendar rutinas repetitivas a la audiencia para conseguir la formación de consumidores, sujetos dispersos en pensamiento y acción, espectadores, que protagonizan una relación comunicativa con la audiencia a manera de una especie de *reality show*, entendido como política-espectáculo, consumo-espectáculo (Rebeil, 1989), siguiendo la radio y la televisión principalmente el mismo patrón a través de la interacción comunicativa que configura mentalidades al emitir noticias y consejos para saber enfrentar las diversas circunstancias que presenta la vida.

El *sentido* de realizar un análisis consiste en que se trasciende el mero campo de lo empírico, la práctica para poder realizar un tratamiento analítico y teórico fundamentado en bases epistemológicas-conceptuales que permitan entender los significados e interpretaciones que se están expresando, para lograr desentrañar las aportaciones de las investigaciones en Radio.

El sentido del presente análisis se justifica a partir de analizar a las diversas investigaciones en Radio, así como sus aportaciones e interpretaciones con respecto a los significados, hábitos, prácticas, costumbres, formas de pensar, ideas que se desprenden en cada uno de sus enfoques y así trascender el mundo de la mera apariencia y lograr llegar a conocer la esencia, los significados centrales, las verdades subyacentes a todos los hechos o fenómenos comunicativos y formativos del ser humano. Ésta es principalmente una gran labor que todo científico social se encuentra comprometido a realizar.

1.5. Alcances y limitaciones.

Vincularse a la investigación no es un campo lineal, sino un horizonte árido, pantanoso, aparente campo traviesa y en ocasiones confuso y difuso —en el cual es un imperativo metodológico distinguir qué es verdad y que no lo es, así como considerar, valorar y dar seguimiento a los elementos heurísticos percibidos y abrir indagatorias auxiliares a partir de indicios ya sea en fuentes escritas o verbalizadas- que aún cuando parezcan remotos o cercanos pueden aportar información y conocimiento que conduzcan a descubrimientos—; se ha encontrado, discontinuidad y disociación, entre otras cosas. Así, ha sido poco el abordaje de la radio a través de internet y su potencial formativo; así también las investigaciones al respecto se han orientado a analizar aspectos prácticos y diminutamente a teorizar sobre la radio, por otro lado, ha sido escasa la difusión de las producciones académicas generadas, lo cual hizo más difícil y prolongada la búsqueda en bibliotecas e instituciones así como el rastreo en la *web*. El primer obstáculo se hizo consistir en la dificultad para el rastreo de información y la permanente búsqueda con respecto a un estado del arte del uso educativo de la radio, el cual no ha sido encontrado en todas las fuentes consultadas. Después de haber elaborado una investigación esencialmente documental y exhaustiva en diversas instituciones y en la misma *web*, surge la dificultad de acceder a la información de manera expedita, esto porque fue necesario buscar de manera permanente e invertir grandes cantidades de horas para encontrar un material y procesarlo; lo cual sin lugar a duda se debe a la escasa producción académica a nivel mundial a este respecto.

Otros dos factores agregados y derivados que han aletargado el proceso de investigación fue que después de la revisión minuciosa hecha a cada material encontrado, se pudo distinguir un “reproduccionismo” abundante y una desarticulación, es decir, mientras un

investigador trataba el tema de la audiencia y su conformación, otros abordaban desde perspectivas hermenéuticas o críticas el contenido radiofónico, y otros más abordaron la importancia de la enseñanza de la lectura, a partir de la radio. Pareciera ser que la comunidad de investigadores se encuentra desvinculada entre sí; no es prolija la investigación con respecto al uso educativo de la radio, debido a que se le ha otorgado primacía al interés de la medición de audiencias y a cómo elevar el nivel de *rating*.

Gran parte de los estudios encontrados han sido esencialmente descriptivos, históricos y poco propositivos, así también no se encuentran explícitamente las clasificaciones y alternativas de la radio en la educación formal, no formal e informal. Conjuntamente *el escaso apoyo presupuestario* además de la diminuta producción académica reciente, afectaron de manera permanente el proceso de construcción e investigación vigente. Así las cosas, el abordaje educativo a la radio ha sido relegado y se ha puesto empeño en el análisis de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación -NTIC'S-, el cine, la televisión, la prensa; todo esto sin reparar en que la radio es el medio que sigue ofreciendo mayor cobertura, tanto en su modalidad tradicional como en la digital y por vía de la *web*.

Finalmente, otro conflicto manifiesto en el procesamiento de la información recabada ha sido que en la década de 2002 a 2012 se percibe un declive sustancial en la producción de investigaciones sobre usos educativos de la radio y los resultados han sido reproductores, poco innovadores, pero no en todos los casos. No existen estudios de la radio diseñados desde la extracción del interaccionismo simbólico, ni de la investigación-acción que aborden el potencial formativo de la radio así como la relación comunicativa entre emisor, mensaje y receptor, así como los efectos generados y las percepciones y significados instituidos al través del tiempo e integrados a partir de esquemas culturales preconcebidos. El presente objeto de estudio y sus enfoques, así como sus ausencias, han puesto de manifiesto que el interés académico de la radio educativa ha sido relegado o se considera que ya todo ha sido investigado.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.

En este capítulo, como consecuencia metodológica del anterior, el estado de la investigación impulsa a conocer e indagar sobre el estado del arte de la investigación educativa en radio, así como a ofrecer un recorrido histórico versado en el desenvolvimiento de la radio en México, destacando así un panorama que sitúa en su contexto a la presente investigación, dentro del marco de la debida clasificación legal y los lineamientos de la educación formal, no formal o informal. Asimismo, se dará cuenta de las líneas de investigación teóricas sobre la radio.

2.1. Visión histórica de la Radio en México.

La radio es un medio de amplia cobertura que puede tener un gran potencial formativo para la sociedad. Es un medio que se ha desarrollado conforme el avance tecnológico y la distribución social. En este apartado se presenta su historia con el fin de contextualizar el ámbito en el que se enmarcan los estudios sobre la radio en México. Se ha hecho patente la necesidad metodológica —como imperativo de toda investigación documental— de proceder con una descripción histórica para efectos de enriquecer el presente estado del conocimiento con respecto a la investigación educativa en radio, de 2002 a 2012, y así mostrar que el interés mercantil ha estado siempre presente en la producción y desarrollo del medio radial en México.

2.2. Contexto histórico de la radio.

A continuación presentaremos un bosquejo histórico de la radiodifusión en México. La etapa experimental de la radio en México se remonta aproximadamente a 1917, en tiempos de Venustiano Carranza. Una de las primeras transmisiones se realizó desde la ciudad de Pachuca donde se construía el aeropuerto capitalino -llanos de Balbuena-, en donde el presidente Álvaro Obregón escuchó el corrido de la *Adelita*, del *Trío González*.

Pero fue el 9 de octubre de 1921, en Monterrey, Nuevo León, cuando se realizó la primera emisión formal en el norte de la República, a través de la Tárnava Notre Dame –TND-, mérito del ingeniero Constantino de Tárnava, quien condujo, escribió el guión radiofónico y fungió como operador. Constituido por música, en su mayoría clásica, el programa contó con la participación de ocho colaboradores. Así, la década de los 20's es considerada como la cuna

de la radiodifusión mexicana, que surgió para consolidarse como una de las industrias más importantes del siglo XX.

A partir de 1923 comenzaron a proliferar más estaciones y las principales fueron la CYL, CYB. La primera fue creada por Raúl Azcárraga Vidaurreta, hermano de Emilio Azcárraga Vidaurreta, y perteneció a la empresa *El Universal Ilustrado* y *la Casa de la Radio* y sus anuncios promovían el periódico *El Universal* y su revista, además de radioreceptores y otros artículos. La CYB, fue fundada por el prominente empresario, José Reynoso, quien se asoció con los hermanos Luis y Raúl Azcárraga. El público destinatario de los *spots* de esta emisora fueron los fumadores y consumidores de cerveza Corona Regia con las voces de los *vociferadores* o *perifoneadores*, como se les llamaba a los locutores o anunciadores.

La emisora de la *Cigarrera del Buen Tono* en 1929 cambió sus siglas a XEB, *La B Grande de México*, debido a su participación en la Conferencia Internacional de Telecomunicaciones, en Washington, E.U., la cual se consolidó como el órgano regulador de las siglas de todas las emisoras del mundo. De ahí, le fueron conferidas a México la XE y la XH, como símbolos distintivos (Figueroa, 1996). Sin embargo, la radio no sólo difundió mensajes desde la óptica comercial, ya desde 1924 surgió la primera emisora de radio estatal, perteneciente a la naciente Secretaría de Educación Pública –SEP-, la cual comenzó a transmitir contenidos culturales: esto lo hizo la CZE, después conocida como *Radio Educación - XEEP-AM-*

Dado el expansivo crecimiento de la radiodifusión comercial, *Radio Educación* se vio relegada y suspendió sus actividades a finales de los 20's, debido al escaso presupuesto con que contaba y al bajo *rating* de su audiencia. Pero, a principios de los 30's reanudó sus labores educativas; pero los esfuerzos, el desarrollo volvió a ser débil en comparación con el monopolio de las estaciones comerciales, por lo que a finales de 1940 de nuevo se paralizaron sus transmisiones (Granados, 1981).

Ya para abril de 1926, era creciente el número de concesiones para radiotransmisoras y siendo presidente el Gral. Plutarco Elías Calles, se reglamentaron, con la expedición de la Ley de Comunicaciones Eléctricas, los sistemas telefónico, telegráfico y radiotelegráfico.

En 1928, dentro del aspecto social y político se distinguía un ambiente antirreligioso, provocado por el conflicto cristero que se había venido gestando desde 1925. En este contexto el presidente electo, el Gral. Álvaro Obregón, fue asesinado por el extremista católico José de León Toral en el restaurante La Bombilla, en San Ángel. Cabe señalar que la noticia fue transmitida por la ya mencionada CZE, y ello dio pie a careos y a la demostración de pruebas contra la madre Conchita y los implicados en el asesinato, lo que constituyó un logro social, político e histórico de la radio, y la primera noticia dramática transmitida por este medio en México.

Una vez llegada la década de los treinta, el país requería un cambio en diversos aspectos. En el entretenimiento era necesario que la radio se vinculara a la llegada de la televisión y a la novedosa cinematografía a color, venida de Hollywood. La tecnología en radiodifusión era todavía arcaica y el cine se comenzó a perfilar hasta 1931 con la película *Santa*. No obstante, los principios del auge de la radiodifusión mexicana fueron a partir del 18 de septiembre de 1930 con la salida al aire de la XEW.

2.2.1. La XEW, tradición radiofónica.

La afamada *W*, *La voz de América Latina desde México*, también conocida como la *Catedral de la Radio*, fue creada por Emilio Azcárraga Vidaurreta, además pronto se convirtió en pilar de la radiodifusión para los países de habla hispana. Entre 1934-1958 fue un periodo de gran creatividad comercial para la emisora, pues poetas, literatos e intelectuales prestigiados escribían guiones, radioteatros y *jingles* que se convirtieron en clásicos. Los nombres de Xavier Villarrutia, Salvador Novo, Javier Ruiz Rueda, Ángel Rabanal, Jesús Elizarrarás, Armando de María y Campos, Francisco Márquez García, etcétera, pueden recordarse en aquellos ambientes. En ese momento, el doctor Fernando González Oviedo hizo el anuncio más comprimido: *Mejor, Mejora, Mejoral*; Salvador Novo escribió el más popular: *Siga los tres movimientos de Fab: remoje, exprima y tienda*, interpretado por la cantante Eva Garza, y para los de cabello rebelde: *Cabellera seductora, si la peina con Glostora*, que tuvieron gran popularidad.

Igualmente, el bolero romántico tuvo gran éxito; las canciones de Luis Arcaraz, Alfredo Núñez de Borbón y María Grever así lo confirman. También el albur se notó en los programas radiofónicos como *Tú ya no soplas*, *Estás como rifle* y *Me importa madre*, sin olvidar la influencia del arte musical de Cuba, como la Trova. Comenzaron a escucharse grandes *estrellas*, como Agustín Lara, Francisco Gabilondo Soler *El grillito cantor Crí-Crí*, Toña “La Negra”, Emilio Tuero, y desde luego, Pedro Infante y Jorge Negrete, entre otros. De acuerdo con el contexto de esa época, el carácter comercial de la radio adquirió un rango creciente. “La radio se convierte en el principal medio de información, de entretenimiento y de cultura del Tercer Mundo” (Pierre y Tudesq, 1995). Uno de los objetivos principales de este medio de información fue promover el consumo de artículos de uso y servicios entre la población.

Sin embargo de la embestida comercial, surge otro modelo: en 1937 se creó *Radio Universidad XEXX*, ahora *XEUN Radio UNAM*, que consolidó una programación cultural que transmitía el acervo musical, la literatura, el drama, y divulgaba la ciencia y el arte a nivel nacional e internacional, con el fin de contribuir al enriquecimiento educativo de los universitarios y la sociedad. Fue la principal experiencia radiofónica para todas las universidades del país. En 1938, surge como parte del imperio Azcárraga otra radiodifusora de gran éxito: la XEQ, y entre sus programas destacaron: *Quiero trabajar*, *En el rancho del edén*, *El monje loco*, *La policía siempre vigila*, *El cochinito*, *El risómetro*, *Así es mi tierra*, *Suspenseo Colgate*, así como los del *Panzón Panseco* y *El Doctor IQ*, *El banquero mental*. Casi todos recordados melancólicamente por la gente adulta. En estos programas el diálogo y la música se acompañaban por una serie de sonidos que constituían el trasfondo de lo que se transmitía; una especie de escenario. En aquellos tiempos de la Expropiación Petrolera, también se recuerda el famoso *Corrido del Petróleo*, *La Malageña*, *La Polka*, *El Barrilito* y *Camioncito Flecha Roja*.

La radiodifusión siguió su expansión y en 1940 surgió la XEQK, *La hora exacta del Observatorio de México*, como una radio distinta a las demás, la cual se caracterizó por dar minuto a minuto la hora, entre velocísimos anuncios comerciales (Ramírez, 1990). Más adelante, aconteció un hecho de trascendental importancia para la historia de la radio: “[...] en 1941 se funda la cadena Radio Programas de México, entre cuyos socios más importantes

estaba Emilio Azcárraga Vidaurreta” (Ramos, 1982; citado por Leyva, 1992). Éste fue el primer grupo radiofónico y a partir de esta fecha comenzaron a proliferar grupos similares.

La XEX, *La Voz de México*, inaugurada por el, obviamente, ya monopolista de la radio, Emilio Azcárraga, en octubre de 1947, inició con grandes tendencias moralistas, prohibiendo canciones consideradas como impropias. En la emisora figuraron grandes personajes de la comunicación, como Paco Malgesto, Pedro Ferriz, Jacobo Zabludovsky, Daniel Pérez Alcaraz, Roberto Armendáriz y Francisco Stanley (padre). En los 50’s, la radiodifusión tuvo un competidor potencial que pudo anunciar su declive: la televisión. Los televisores se adueñaron de los hogares, y ello consolidó una nueva fuente de diversión y sobre todo comercialización. Nuevamente los Azcárraga introdujeron este importante medio que estaría llamado a consolidar uno de los grandes monopolios del mundo: Televisión Vía Satélite -Televisa-. A pesar de este gran golpe para la radio, en 1952 se crea la XHFM, *Radio Joya*, la primera estación en FM y con ella el primer grupo de Frecuencia Modulada Mexicana *FMM*, fundado por el visionario Joaquín Vargas Gómez:

El Grupo Estereorey-FM Globo, fue la cadena pionera de la FM estéreo en México, pues logró posicionarse como uno de los grupos de vanguardia, no sólo en contenido, sino también en avances tecnológicos: primeros con sonidos estéreo, con sistema láser, con 180,000 watts aparentes radiados; primeros también con noticieros de larga duración en FM, como cadena de FM vía satélite y cobertura nacional; primeros con sistema Digital Audio Tape (DAT) y con el innovador sistema ASAT-6406 y la unidad móvil más avanzada para llegar al auditorio nacional vía satélite. Su exponencial crecimiento les ha permitido ampliar sus mercados con el sistema MVS-Noticias, Multivisión, que abarca el amplio territorio de la televisión de cuota: un mercado realmente virgen en América Latina (Figueroa, 1996).

El 19 de enero de 1960 se inicia la normatividad de la radio con la promulgación de la Ley Federal de Radio y Televisión, que manifiesta la intención del Estado en participar como emisor. Dicha ley estipula que las radiodifusoras podrán ser comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas:

...la radio era todavía el monarca de los medios. En 1960 el número de aparatos de radio en México ascendía a más de 3 millones, cinco o seis veces más que el número de televisores. En 1961, la radio acaparó 36% de los \$120 millones de dólares que se gastaron en publicidad, mientras que la televisión captó sólo el 6% (Fernández y Paxman, 2000).

En ese momento surgieron nuevas formas de hacer radiodifusión por las emisoras independientes, las que al ser privadas y fundadas por una asociación civil local tienen más posibilidades de hacer una radiodifusión participativa, comunitaria. El primer ejemplo fue cuando en 1963, en Ixmiquilpan, Hidalgo, el Patrimonio Indígena del Valle del Mezquital y la Huasteca Hidalguense patrocinan a *Radio Mezquital* o XEZG AM y XEHD FM. Era una radio en la que se lanzaban programas bilingües informativos y de opinión política en otomí y español, para contribuir a su desarrollo integral a través de la educación formal y no formal. También se transmitían programas seleccionados de *Radio UNAM* y *Radio Educación* (Romo, 1990).

Contradictoriamente, la civilización presentaba serios conflictos. El movimiento estudiantil del 68 se hizo presente, durante el sexenio de Gustavo Díaz Ordaz y la mayor parte de las estaciones se utilizaban con fines empresariales, mercantilistas, se subordinaban al poder. A cambio, el poder cumplía con un precepto implícito: dejar hacer a los empresarios todo el dinero que pudieran, mediante los medios masivos. La información presentada era manipulada por la Secretaría de Gobernación y los programas de crítica y análisis eran casi nulos (Huerta y Pacheco, 1997). Prácticamente no existió una total libertad de expresión, sino después de algunos años. Por lo tanto, el movimiento no se vio favorecido por los medios.

Cabe señalar que para estas fechas después de 27 años, en 1967, la XEEP, *Radio Educación*, recobra su vigor, vuelve al aire; solamente que en los siguientes cinco años no tuvo el impacto deseado; pero poco tiempo después, a partir de 1972, inicia un proceso de auge que empieza a proporcionarle prestigio a nivel nacional. Este proyecto radiofónico se traduce en una labor tendiente a fomentar una conciencia cívica y política, para ello incluye noticiarios, programas musicales e informativos en el plano económico, político, social y educativo. Es una estación que toma en cuenta de manera importante la pluralidad cultural de la población.

Por otro lado, el año de 1974 significó mucho para *Radio Programas de México* (ahora Grupo Radio Centro) con el surgimiento de *Monitor*, conocido noticiario en la zona metropolitana de la ciudad de México, de amplia duración -4 horas aprox.-, el cual “[...] tiene conciencia de que servir a su auditorio es informar sin deformar la información, es escuchar al

público para aprender. Es investigar y reportar y también reflexionar y cuestionar si es necesario [...]” (Figueroa, 1996).

Si bien, lo anterior destaca parte de la visión optimista del noticiario, desde una perspectiva realista, podemos considerar que el programa radiofónico bien pudiera transmitir información manipulada o incompleta, influida por tendencias políticas, lo que puede hacer válidas las críticas. En 1979, se fundaron nuevas estaciones con fines sociales: *las emisoras indigenistas*, del Instituto Nacional Indigenista –INI-, creadas el 4 de diciembre de 1948, durante el gobierno de Miguel Alemán. Sus contenidos incluyen: talleres de lengua, agropecuarios, de salud indígena, noticiarios, información regional, temáticas legales, música, etc., todo de acuerdo con sus necesidades. La primera experiencia fue en Tlapa de Comonfort, Guerrero, con la XEZV, *La Voz de la Montaña* que más adelante influyó para que se expandieran programas indigenistas en otros estados.

Siguiendo con la cronología, durante el sexenio de Miguel de la Madrid, el 25 de marzo de 1983 aparece otro grupo radiodifusor el Instituto Mexicano de la Radio –IMER-. Al respecto, de acuerdo con (Romo, 1990), en el decreto de creación del Instituto se le asignaron las siguientes funciones:

- I. Formular los planes y programas de trabajo que se requieran para el cumplimiento de su objeto;
- II. Promover y coordinar las actividades radiofónicas, a través de las entidades que opere y de los demás instrumentos que sean necesarios para el cumplimiento de sus programas;
- III. Estimular, por medio de las actividades radiofónicas, la integración nacional y la descentralización cultural;
- IV. Fungir como órgano de consulta de los sectores público, social y privado;
- V. Celebrar convenios de cooperación, coproducción e intercambio con entidades de radio nacionales y extranjeras;
- VI. Realizar estudios y organizar un sistema de capacitación en materia radiofónica;
- VII. Establecer oficinas, agencias y representaciones en la República Mexicana y en el extranjero, pudiendo adquirir, poseer, usar y enajenar los bienes muebles e inmuebles necesarios para el cumplimiento de este fin;
- VIII. Expedir su Reglamento interior, y
- IX. Las demás que este Decreto y otras disposiciones le confieren para el cumplimiento de sus fines (Romo, 1990).

Además, la investigadora Cristina Romo señala en su libro *La otra radio: voces débiles, voces de esperanza*, que los objetivos del IMER eran los siguientes:

- Operar, de manera integrada, las diversas entidades relacionadas con la actividad radiofónica perteneciente al Poder Ejecutivo Federal.
- Contribuir al fortalecimiento de la integración nacional.
- Contribuir al mejoramiento de las formas de convivencia humana.
- Estimular la descentralización cultural (Romo, 1990).

Por lo tanto, el IMER como grupo radiodifusor ha roto con el esquema tradicional de la radio comercial y en la diversidad de programas que ha transmitido y seguirá transmitiendo, se abordaran temas de cultura, entretenimiento, orientación, información, educación, deportes, los cuales tendrán un interés social. El grupo IMER participa con programaciones de carácter plural adecuados a las necesidades de los diversos niveles sociales de México, además dicho grupo radiofónico cuenta con ocho emisoras en la ciudad de México y doce en el interior del país, asimismo cuenta con una estación de onda corta autorizada para transmitir comercialmente a los cinco continentes. Las estaciones radiales que actualmente comprende el IMER, en el Distrito Federal, son:

- 1.- XEB, *La B Grande de México*, 1220 AM
- 2.- XEDTL, *La Candela*, 660 AM
- 3.- XEMP, *Radio 710*, 710 AM
- 4.- XHIMR, *Horizonte 108*, 107.9 FM
- 5.- XHOF, *Órbita*, 105.7 FM
- 6.- XEQK, *La Hora Exacta*, 1350 AM
- 7.- XHIMER, *Opus 94*, 94.5 FM
- 8.- XERMX.OC, *Radio México Internacional*, 31 mts. 9705 y 25 mts. 11770 Khz.

Las estaciones foráneas que forman parte del grupo IMER, son:

- 1.- XHSCO, *Estéreo Istmo*
- 2.- XHUAN, *Estéreo Frontera*
- 3.- XEFQ, *La voz de la Ciudad del Cobre*
- 4.- XELAC, *Radio Azul*
- 5.- XHYUC, *Radio Solidaridad*
- 6.- XECHZ, *Radio Lagarto*
- 7.- XERF, *La Poderosa 15-70*

- 8.- XHUAR, *Órbita*
- 9.- XEBCO, *La Poderosa Voz de Colima*
- 10.- XECAH, *La Popular 13-50*
- 11.- XETEB, *Radio Mar*
- 12.- XEMIT, *La voz de Balún Canán*

Por otro lado, y siguiendo con el recuento histórico de la radio en México, en los ochentas el crecimiento de la radiodifusión es acelerado. Al respecto, Romeo Figueroa señala:

Los esfuerzos arrojan frutos y para 1982 operan en el país 184 emisoras, mismas que se incrementa a 208 a fines de la década y llegan a sumar 237 a mediados de 1992; todo ello sin considerar más de 200 emisoras que se concesionan en el curso de 1992 y 1993. Para tener una idea de lo anterior, basta señalar que del 2 al 4 de junio se publicaron 23 convocatorias y el 2 de julio del mismo año, el Diario Oficial de la Federación publicó 27 convocatorias para emisoras de FM susceptibles de ser establecidas en el territorio nacional. El número de estaciones de frecuencia modulada es posible precisarlo con exactitud gracias a la información que [...] brindó la CIRT y está actualizada a octubre de 1994; no obstante, muchas emisoras aún se encuentran en etapa de instalación, debe tomarse en consideración que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes permite 180 días prorrogables para que los nuevos concesionarios instalen las nuevas frecuencia (Figueroa, 1996).

El *Grupo Radiópolis*, hoy *Televisa Radio*, uno de los más potentes en tecnología, con cobertura nacional e internacional, a partir de 1992, empezó a utilizar las comunicaciones satelitales, por fibra óptica, lo cual suplió a la vía telefónica, con lo que se logró la interconexión mundial. Otro suceso fue cuando en 1997, *Televisa Radio* creó el primer *Museo de la Radio* del país, en el cual se muestra una memoria histórica de la radio en el país en el ámbito social, político, artístico y técnico. De hecho, la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, instancia que depende directamente de la Secretaría de Gobernación, tiene la misión de vigilar el cumplimiento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley Federal de Cinematografía con el fin de cumplir con la función social que los medios de comunicación tienen encomendada, contribuyendo a la reafirmación de los valores históricos, culturales, artísticos y sociales de los ciudadanos. En la siguiente página se muestra el cuadro 1, que contiene el total de emisoras permissionadas y concesionadas tanto en amplitud modulada A.M. como en frecuencia modulada F.M. Además, existe un documento de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, perteneciente a la SEGOB, en el que se presentan las

emisoras permisionadas que en la actualidad operan en la República Mexicana, mismas que están registradas ante la Secretaría de Gobernación de los Estados Unidos Mexicanos y posteriormente se muestra un desglose de dichas emisoras por entidad federativa. Sin embargo, esto escapa al ámbito de estudio de la presente investigación.

2.3. Teorías vigentes para el estudio generalizado de la comunicación.

Ya con lo expuesto en el apartado anterior, y continuando con lo mencionado en la segunda consideración metodológica, esta etapa de la investigación sugiere comenzar con el análisis de las teorías de la comunicación más idóneas y proporcionales que puedan vincularse con el objeto de estudio, el cual pertenece primeramente al campo de investigación de la comunicación. El ámbito teórico de las ciencias de la comunicación es muy amplio en aportaciones, y para delimitar este examen teórico, comenzaremos por explicar los modelos teóricos para el estudio de la comunicación mediática, lo que sin duda nos brindará elementos para delimitar aún más el campo e incursionar en las teorías para el análisis de la radio. Lo anterior, considerando que el objeto de estudio de la presente, se encuentra firme y delimitado como el contenido educativo de la radio y el campo de investigación se hace consistir en las producciones científicas versadas sobre radio educativa.

2.3.1. Modelos teóricos para el estudio de la comunicación mediática.

De igual manera que el capítulo anterior, y de acuerdo con lo referido a Metodología, el proceso de investigación documental exige la construcción de un marco teórico -a partir del examen teórico mencionado en el apartado anterior- en el cual se expresen los principales planteamientos que han existido con respecto al estudio de los medios de información y en concreto de la radio.

En este apartado se expusieron los modelos teóricos para el análisis de la comunicación mediática, así como las principales teorías que explican el desarrollo de la comunicación y la radiodifusión, con el fin de ofrecer un panorama general sobre los modelos de investigación mediáticos que se han utilizado para comprender el fenómeno radiofónico y así como ubicar los elementos teóricos que se utilizaron en esta investigación. Los modelos - que contienen elementos de emisor-mensaje-receptor- y enfoques que estructuran los estudios de la comunicación en la globalización, a saber:

Cuadro 1. Modelos y enfoques teóricos para el estudio de la comunicación masiva (Lozano, 1997).

CENTRADOS EN EL EMISOR	CENTRADOS EN EL MENSAJE	CENTRADOS EN EL RECEPTOR
Sociología de la producción de mensajes	Análisis de cultivo (discurso)	Análisis de cultivo
Economía política	Establecimiento de la agenda	Establecimiento de la agenda
Imperialismo cultural	Imperialismo cultural	Usos y gratificaciones
	Estudios culturales	Estudios culturales

De acuerdo con lo anterior, éstos son los enfoques y modelos que se utilizan como paradigmas teóricos para conocer los diversos ámbitos de estudio de la comunicación masiva y las nuevas tecnologías. Cabe señalar, que los mismos se dividen en enfoques críticos y funcionalistas, a saber:

Cuadro 2. Enfoques positivistas y críticos para el estudio de la comunicación masiva (Lozano, 1997).

Enfoques Positivistas (empiristas, funcionalistas)	Enfoques Críticos
1. Influencia Personal	1. Escuela Crítica de Frankfurt
2. Análisis Funcional	2. Economía Política
3. Usos y Gratificaciones	3. Imperialismo Cultural
4. Establecimiento de la Agenda (Agenda Setting)	4. Estudios Culturales
5. Análisis del Cultivo	
6. Sociología de la Producción de Mensajes	

En este sentido, cabe diferenciar lo siguiente: los enfoques positivistas imitan la metodología de las ciencias naturales, buscando encontrar leyes universales con altos niveles de neutralidad, proponen el empirismo como método; en cambio, los enfoques críticos estudian los diversos objetos de análisis dentro del contexto económico, político, social y cultural, así como cuestionan el rol de la comunicación dentro de la desigualdad económica, el reforzamiento del discurso de la ideología dominante se puede incorporar a través de los medios de información, y el poder político; los partidarios de este enfoque no son neutrales debido a que están comprometidos con el cambio social y educativo.

Los enfoques y modelos antes mencionados contribuyen activamente para conocer e interpretar los procesos de comunicación que emanan de los medios de información. La sociedad se encuentra inmersa en las emisiones explícitas e implícitas que difunden los medios

de comunicación masiva; por ello, es oportuno reflexionar y analizar algunos de estos mensajes y su influencia en los individuos, que en varios casos es de control, dominio y distracción; y en otros más se estimula una nueva configuración y construcción de la realidad para el sujeto espectador, destinada al consumo estimulado por las avanzadas técnicas publicitarias y propagandísticas. Una de las inquietudes teóricas referidas ha sido el análisis sobre cómo formar sujetos capaces de lograr una recepción crítica (Lozano, 1996), o sea, la creación de la habilidad intelectual de juzgar y analizar los diversos tipos de ideas, informaciones y opiniones que se leen, escuchan y se observan en documentos, imágenes, símbolos, etcétera, para que se comprendan con mayor profundidad (Mattelart, 1986) la realidad, y así puedan transformarla en una mejor realidad (Tyner, 1996).

Uno más de los objetos de estudio que se puede abordar es la mediatización que los medios informativos estimulan con la transmisión de patrones culturales exteriores a las sociedades en desarrollo, a saber: Si los medios le permitieron a la sociedad norteamericana cohesionarse, la cultura que ellos ayudaron a forjar será a su imagen. Y hay en esa imagen algunos rasgos especialmente caracterizadores (Barbero, 1997). Así como también la distracción que promueven acerca de los acontecimientos y hechos económicos, políticos y sociales realmente importantes y trascendentes que suceden en México, como el alza de precios, crisis económicas, las condiciones precarias de los indígenas, etcétera. Acerca de esto, cabe agregar lo siguiente:

En sus primeros trabajos Mattelart (1986), uno de los investigadores más influyentes en dependencia cultural o imperialismo, puntualizó que la superestructura de la dependencia tiene que ser entendida con respecto a la expansión del sistema capitalista y el lugar que las sociedades dependientes ocupan en el proceso. El papel de los medios de comunicación en esto es esencialmente la difusión o transmisión de representaciones colectivas (los valores más importantes, ideologías, mitos, imágenes) desarrolladas en los países avanzados para ser transmitidas a las naciones dependientes (Reeves, 1993).

En esta lógica, los estudios críticos reconocen que varios de los programas televisivos y radiofónicos han soslayado los contenidos educativos y de interés social, transmitiendo, con fines imperialistas, contenidos superficiales o sin trascendencia para la audiencia, la cual es depositaria de bombardeos publicitarios y propagandísticos, y esto no estimula la capacidad de

análisis y crítica. Por lo tanto, es necesario preguntarse qué están construyendo los medios informativos a partir de sus mensajes y cómo lo están haciendo; lo que realmente induce a pensar que están llenando a la sociedad de ideas negativas a través de contenidos violentos. En este sentido, la audiencia se caracteriza por lo siguiente:

Respecto al público [...], este es heterogéneo y anónimo. Es decir, puede ser variado en cuanto al sexo, edad, clase social, poder adquisitivo, nivel de formación [...] y desconocido. No obstante en la actualidad se está dando un proceso acelerado en algunos medios de comunicación que intentan satisfacer y atraer a un público más homogéneo, esto se produce en la prensa y sobre todo en la televisión con la aparición de canales especializados para personas con determinadas aficiones o intereses [...] (Ríos, 2000).

Así, la audiencia es uno de los aspectos básicos de análisis y estructura de los modelos de comunicación. En el entendido de que el proceso básico de la comunicación se encuentra compuesto por un emisor, mensaje y receptor, los enfoques teóricos para analizar la comunicación masiva se circunscriben a cada elemento de los mencionados. Por ejemplo, para analizar al emisor se utilizan los siguientes: Sociología de la producción de mensajes, la Economía política (Esteinou, 1990) y el Imperialismo cultural; con respecto al mensaje: el Análisis de cultivo, Establecimiento de la agenda, Imperialismo cultural y los Estudios Culturales. Para el receptor: Análisis de cultivo, Establecimiento de la Agenda, Usos y gratificaciones y Estudios culturales.

Así, el proceso comunicativo se torna disímbolo y es necesario recurrir a un modelo para comprender el aspecto de interés. Sobre esto cabe mencionar las siguientes palabras de personajes clásicos en la materia: Aunque es reciente el desarrollo de la investigación en medios de comunicación, ha adquirido una estructura definida, que es comúnmente expresada en la bien conocida y organizada fórmula ¿quién dice qué a quién y con qué efecto? (Katz y Lazarsfeld, 1964).

Katz y Lazarsfeld (1964) fueron pioneros en crear formas y estructuras para conocer e interpretar los efectos de los medios de información en los tiempos de la segunda guerra mundial, con un interés marcadamente propagandista y publicitario, logrando así postularse como uno de los clásicos en la materia. Ese fue, en realidad, el principal elemento que motivó a diversos investigadores a entender la realidad comunicativa desde los medios de información así como el comportamiento de las audiencias. Su trabajo como investigador y publicista se

proyectó hacia el análisis de la propaganda en un período marcado por las tensiones de la segunda guerra mundial y por el efecto de las mediaciones periodísticas con respecto a la formación de la opinión pública.

Desde esta perspectiva política, en la que el estudio teórico de la comunicación y sus modelos se encuentra directamente relacionado con el de la persuasión, la gran contribución teórica se representa por la delimitación que hace del campo conceptual y los ejes que definen la acción comunicativa.

El modelo presentado por Berlo (1987), es el siguiente:

Esquema 1. Modelo de medios de información de Harold Lasswell.

¿Quién?	¿Dice qué?	¿En qué canal?	¿A quién?	¿Con qué efecto?
Comunicador	Mensaje	Canal	Audiencia	Efecto
Análisis de control	Análisis de contenido	Análisis del medio	Análisis de la audiencia	Análisis de efectos

Desde esta perspectiva ordenó, acotó y definió los espacios de estudio, superando los planteamientos precedentes, pero no llega a establecer las interacciones entre las partes, como por ejemplo entre el emisor y el receptor, y la audiencia aparece implícita en una relación unidireccional (Katz y Lazarsfeld, 1964).

El modelo de anteriormente referido, puede tener diversas aplicaciones centradas en textos propagandísticos y los efectos de la comunicación, tendientes a la influencia, al poder de persuasión y de disuasión en contextos históricos determinados, y también fundamentado en teorías conductistas del aprendizaje.

Así las cosas, el proceso de la comunicación en la sociedad realiza las siguientes funciones: a) vigilancia del entorno, revelando amenazas y oportunidades que afecten a la posición de valor de la comunidad y de las partes que la componen; b) correlación de los componentes de la sociedad en cuanto a dar una respuesta al entorno; c) transmisión del legado social; y d) el entretenimiento.

Berlo (1987) fue considerado como clásico en la materia y su modelo a continuación se describe:

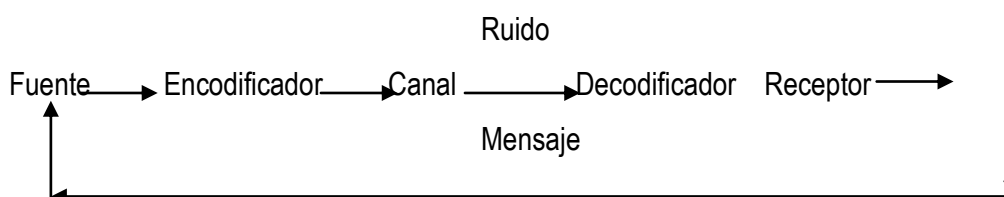
Esquema 2. Modelo de medios de información de David K. Berlo (1987).

Fuente	Mensaje	Canal	Receptor
Habilidades comunicativas	Elementos	Vista	Habilidades comunicativas
Conocimiento	Estructura	Oído	Conocimiento
Sistema Social	Tratamiento	Tacto	Sistema Social
Cultura	Contenido	Olfato	Cultura
Actitudes	Código	Gusto	Actitudes

Para Berlo (1987) la fuente comparte los mismos elementos que el receptor para que el mensaje pueda ser comprendido por el mismo y pueda así existir la interalimentación o feedback. Además, los canales mediante los cuales se transmite la información se representan a través de los cinco sentidos, de ahí que la comunicación no solo es verbal y no verbal, sino también auditiva, táctil, olfativa. Esto es una importante contribución a los estudios de la comunicación humana, debido a que involucra un espectro más amplio para entender la transmisión del mensaje, el cual debe ser analizado de acuerdo a su estructura, intención – tratamiento-, contenido y código.

Por otro lado, el modelo de Shannon-Weaver (Berlo, 1987) es el siguiente:

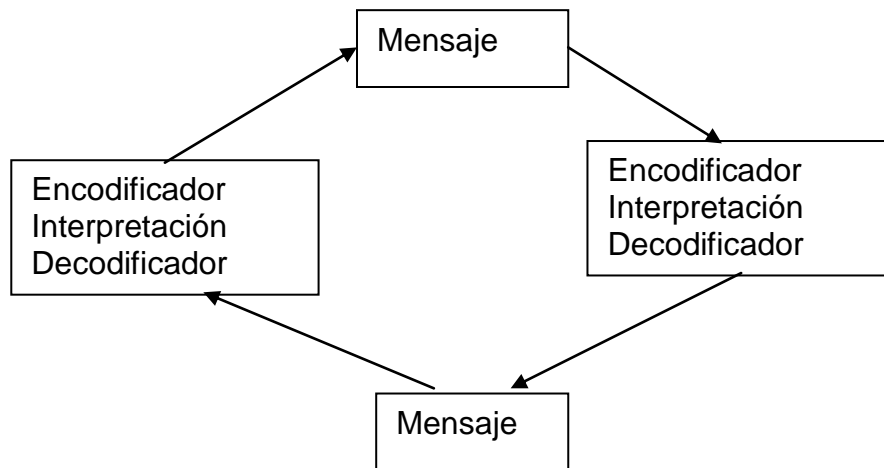
Esquema 3. Modelo de medios de información de Shanon-Weaver.



En este modelo, la comunicación masiva o interpersonal se explica por la emisión de información de alguna fuente o emisor, la cual es encodificada -puesta en signos o símbolos compatibles por el receptor, lo cual se convierte en uno o varios mensaje- a través de un canal. La información, a su vez, es decodificada –interpretada- por el receptor además de que también es procesada reflexivamente, y la respuesta es enviada nuevamente a la fuente por el mismo sentido; es así como se da la interalimentación.

Asimismo, se encuentra la propuesta de modelo realizada por los investigadores norteamericanos Osgood y Schramm (Berlo, 1987), a saber:

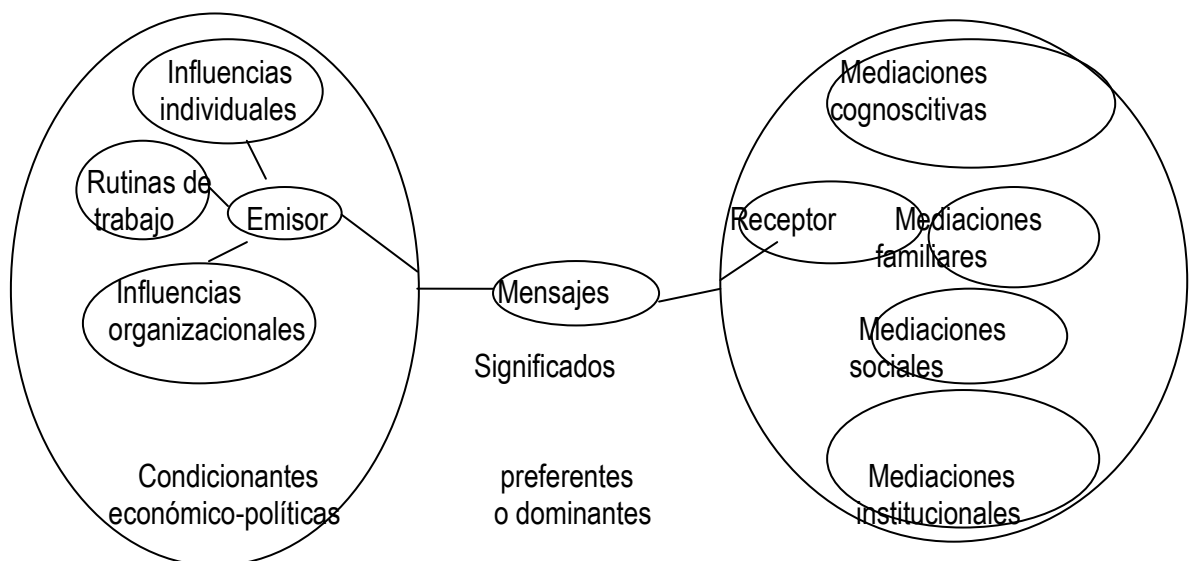
Esquema 4. Modelo de medios de información de Osgood y Schramm (1987).



Este modelo explica el proceso de comunicación ya sea proveniente de los medios masivos o de manera interpersonal, a partir de un contexto social y cultural, estableciendo que el proceso de comunicación es infinito y se da de manera reflexiva entre los interlocutores, luego están en constante interacción.

Existen diversos modelos para entender el funcionamiento y los efectos de los medios de comunicación, como el siguiente:

Esquema 5. Modelo de medios de información de Lozano (1996).



Así, podemos decir que las influencias individuales que tienen los seres humanos de sus semejantes, las rutinas de trabajo que dependen según las cargas laborales y el tipo de empleo, la forma de organización de la comunicación en las empresas (Ávila, 2004) y en la sociedad que lleva a cabo tal o cual contexto social y las condicionantes económicas y políticas de un entorno cultural determinado históricamente, van determinando paulatinamente las características del emisor -los medios de comunicación masiva- y estos a su vez producen y difunden mensajes cuyo contenido es, así mismo, influido por las condicionantes de los emisores; cada medio de comunicación -televisión, radio y prensa- ejerce su propia política comunicativa, social e ideológica, sin que necesariamente todas las televisoras o radiodifusoras o prensa compartan la misma pauta o línea de acción.

Los mensajes pueden ser preferentes, dominantes o alternativos, esto significa que el contenido que emanan los *medios* tiene características definidas y públicos diferenciados entre sí; cada mensaje va dirigido a una determinada audiencia, a un público meta específico. El contenido puede ser referido a temas de economía, política, ventas de productos, cultura, sociedad, música, educación, etcétera; algunos mensajes tienen, además, la función de penetrar en el pensamiento de la sociedad y conformar o contribuir a que en la colectividad se conforme una opinión sobre tal o cual tema. Además, el contenido mediático puede tener una intencionalidad implícita o explícita, según sea la política comunicativa y su nexos con los sistemas de poder, por ejemplo, los sistemas gubernamentales, empresariales, religiosos. De hecho, el investigador señala:

Los mensajes [...] a través de los medios de difusión colectiva son un producto específico de la sociedad industrial; surgidos de ella y por las necesidades de su desarrollo. Si reconocemos que detrás de todo mensaje producido y distribuido de esta forma hay una cierta intencionalidad (ninguno de ellos es inocente, producto de un juego o un favor social que la haría a la población), debemos preguntarnos cuál es la intencionalidad dominante en una sociedad organizada como la nuestra (Prieto, 1994).

Por otro lado, de acuerdo con este modelo, la función del receptor está condicionada por las mediaciones cognoscitivas -los niveles de escolaridad y conocimiento-, las mediaciones familiares -la interacción con los parientes-, las mediaciones sociales -el contacto con los compañeros de trabajo, los amigos- y las mediaciones institucionales -la influencia de las ideas y los mensajes de la iglesia, la universidad, por ejemplo, en los individuos-. En este

sentido es necesario conocer también a la audiencia y saber qué tan pasiva o activa se muestra con respecto a los discursos institucionales y los mensajes, destacando la importancia del pensamiento analítico sobre los mensajes que emanan de los medios de información (Russell, 1991). De todo ello dependerá cuán grande o pequeño sea el entendimiento del mensaje por parte de los sujetos.

Ahora bien, desde el punto de vista teórico, es prudente mencionar una definición de los medios de comunicación masiva, desde la perspectiva de Sarramona (1988), el cual señala lo siguiente:

Entendemos por *medios de comunicación* todo instrumento y/o soporte que vehicula información susceptible de ser codificada analógica y/o arbitrariamente. Los medios de comunicación establecen relaciones entre el sistema emisor y sistema-s- receptor-es-, relaciones que pueden ser unidireccionales, bidireccionales e incluso interactivas (Sarramona, 1988).

Con base en lo anterior, los medios de comunicación son aparatos derivados de las nuevas tecnologías, y sirven para que los sujetos distantes logren una comunicación mediante alguno o todos los sentidos. Así, la radio y la televisión, principalmente, han sido los artefactos que vehiculan el contenido informativo a grandes sectores poblacionales, incluso hasta los más lejanos, en donde juega un papel fundamental la radiodifusión.

2.3.2. Teorías para el análisis de la radio.

En este apartado se expondrán brevemente las teorías que contribuyen al conocimiento y explicación de la radio así como de los procesos comunicativos y sociales que se generan entre emisor y receptor, por ello son de utilidad para el desarrollo de esta investigación.

2.3.3. El flujo de la comunicación en dos pasos.

Esta teoría estudia al liderazgo como un fenómeno que involucra a los medios de comunicación: el líder de opinión. Este concepto, a su vez se relaciona directamente con la acción de dominar a los demás, a través de formas y enlaces comunicativos oscuros y contradictorios. La asociación de dominio es la comunicación en la comunidad. Cuando se piensa en este tipo de dominación es común recordar a los grandes hombres en la historia de

la humanidad: Marco Polo, Napoleón, Bolívar, sólo por citar algunos, que han sido grandes líderes a quienes las masas siguieron por su carisma, por su poder de fascinación.

Así, se obedece no a las personas en virtud de su derecho propio, sino a la regla estatuida la cual establece al propio tiempo a quién y en qué medida se le deba obedecer. El liderazgo se da en todos los aspectos de la vida social, en las relaciones familiares, en la escuela, en los grupos formales e informales de las organizaciones, entre los políticos, en sus partidos políticos, y también en las instituciones públicas donde hacen política, el liderazgo asimismo, está presente en los clubes y en las organizaciones de beneficencia, y por supuesto en los medios de información (Lozano, 1997).

El flujo de la comunicación en dos pasos se explica considerando que la información llega primeramente al líder y después es él quien comunica a la audiencia los contenidos. Durante este proceso, existe un filtro entre el líder y la audiencia. Y de esa forma, se emiten los mensajes, en la inteligencia de que es el líder el depositario de legitimidad, credibilidad, es él quién tiene la capacidad de dirigir y orientar a un grupo humano hacia las metas deseadas y propuestas.

De esta forma, parece que los líderes de opinión generados por las empresas mediáticas son considerados por la sociedad como quienes saben motivar, promover, orientar, negociar y relacionarse con las personas, así como definir, proponer y hacer lograr las tareas y objetivos en direcciones determinadas ni siquiera por ellos, sino por quienes dirigen, o sea, los propietarios de los medios de comunicación.

2.3.4. Usos y gratificaciones.

El enfoque de la teoría de usos y gratificaciones parte del supuesto de que la televisión no solo envía un mensaje y manipula a la audiencia, sino que la misma audiencia es quien elegirá el uso que le va a dar a estos mensajes, para satisfacer sus necesidades de gratificarse a sí misma. Es importante aclarar que las gratificaciones no son derivadas del contenido de estos mensajes, sino del propio acto de exponerse uno mismo ante el contenido de la televisión, así como el contexto social en que estos mensajes son consumidos. Nos enfocamos al medio televisivo y radiofónico para confrontar la teoría de usos y gratificaciones, porque pensamos que son los medios más accesibles para todo tipo de clases sociales, y es más sencillo para justificar la confrontación.

El individuo, en esta teoría, tiene una perspectiva amplia al momento de elegir el medio que va a satisfacer su necesidad, esto como resultado de una búsqueda continua de crear y gratificar sus necesidades. Algunas de estas necesidades pueden ser cubiertas con el uso de los medios, y las gratificaciones que estos dan pueden derivarse del acto de exposición, pero sobre todo del medio social en que se consume. En esta teoría el individuo tiene la capacidad de decidir qué quiere ver y qué no. Un ejemplo de esto puede ser una persona que se encuentra observando el desarrollo de una tele o radionovela, si ésta no es de su agrado puede cambiar de canal o de sintonía si así lo decide. Lo anterior nos deja ver que esta teoría da margen a que la persona pueda cambiar no solo de programa, sino inclusive hasta de medio. La televisión, al igual que todos los demás medios de entretenimiento -juegos, actividades recreativas etc.- compite por la preferencia del público, así pues, se ofrece una gran gama de actividades que las personas eligen y cambian según lo decidan (Lozano, 1997).

Por medio de los diversos programas radiofónicos, por ejemplo, se permite que la gente experimente sensaciones que en su vida cotidiana no es tan factible que se den, como puede ser el odio, el amor, el regocijo, el placer etc. Es importante señalar que estas sensaciones van a variar de acuerdo al contexto social en el que se transmitan los mensajes, por ejemplo, la sociedad de un status elevado no tiene las mismas gratificaciones de una novela donde su planteamiento sea que la protagonista, de clase baja, se enamora de un rico y se integre a la sociedad burguesa, que las personas de un bajo status social. Las personas con un nivel educativo más alto pueden buscar en una historia como ésta solo diversión sin desear una vida parecida, mientras que la gente de un nivel más bajo se sentirá gratificada al pensar que esto le podría pasar a alguien de su nivel. Esta teoría plantea una manera de “escapismos” de la realidad, y esto es lo que logra la televisión cuando transmite este tipo historias.

2.3.5. La Agenda Setting.

La teoría de la *agenda-setting* postula que los medios de comunicación de masas tienen una gran influencia sobre el público al determinar qué noticias, información, comunicados e historias poseen interés informativo y cuánto espacio e importancia se les otorgará. El punto central de esta teoría es la capacidad de los medios informativos para graduar la importancia de la información que se va a difundir, otorgándole un orden de prioridad para obtener mayor audiencia, mayor impacto y una determinada conciencia sobre la noticia.

Del mismo modo, deciden qué temas excluir de la agenda mediática para ser transmitida a la sociedad (Lozano, 1997).

La teoría del establecimiento de la agenda señala que la agenda mediática, conformada por las noticias que difunden los medios informativos cotidianamente y a las que confieren mayor o menor relevancia, influye en la agenda del público, porque le dictan qué debe pensar y qué no. Es decir, que los temas que son relevantes para los medios se convierten en temas importantes para el público. La *Agenda-setting* conforma toda una explicación analítica que surge a finales de los años sesenta y se ha convertido en la teoría principal para la explicación de la influencia de los medios de comunicación sobre la formación de la opinión pública.

La traducción literal al castellano del anglicismo que da nombre a la mencionada teoría *agenda-setting* sería "fijación de la agenda" o "establecimiento de la agenda". Existen dos niveles dentro de la *agenda setting*, que corresponden a dos etapas de investigación bien desarrolladas. El primer nivel se concentra en los temas: Su hipótesis es que los medios nos dicen sobre qué pensar. El segundo nivel investiga sobre los aspectos o atributos en los cuales enfatizan los periodistas al informar sobre los hechos: la hipótesis central es que los medios nos dicen qué pensar. Cabe destacar que los principales bosquejos de esta influencia fueron esbozados por Walter Lippmann en su clásico libro de 1922, *Public opinion*, que empezaba con un capítulo titulado *The World Outside and the Pictures in Our Heads* [El mundo afuera y las imágenes en nuestras mentes]. En este sentido, los medios informativos han sido una fuente fundamental de las imágenes que hay en nuestras mentes sobre el mundo de los asuntos públicos, un mundo que para la mayoría de los ciudadanos está fuera de alcance.

Así, lo que sabemos del mundo se basa sobre todo en lo que los medios deciden decimos. Más específicamente, el resultado de esta visión mediada del mundo es que elementos sobresalientes de la agenda de los medios se vuelven sobresalientes en la mente pública.

El primer nivel de la *agenda-setting*. La hipótesis de la agenda-setting sostiene que la gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los medios incluyen o excluyen de su propio contenido. El público además tiende a asignar a lo que incluye una

importancia que refleja el énfasis atribuido por *los mass media* a los acontecimientos, a los problemas, a las personas. La hipótesis señala la divergencia existente entre la cantidad de informaciones, conocimientos, interpretaciones de la realidad social aprendidas de los media y las experiencias de primera mano, personal y directamente vividas por los individuos (Lozano, 1997).

El Segundo Nivel de la Agenda Setting. Los atributos destacados definen el tema central del mensaje. El encuadre del texto hacia un determinado enfoque se hace de manera más suave. Operacionalmente, es posible decir que el tema central de una información, es decir, lo que ha destacado el periodista como lo más importante de un hecho, representa el segundo nivel de la *agenda-setting*. Diversas investigaciones sobre el tema, han revelado que los enfoques también influyen sobre la opinión pública (Lozano, 1997). Por último, los impactos de la *agenda-setting* en sus dos niveles son: 1) lo que no entra en la agenda de los medios NO existe; 2) los aspectos que seleccionan y en los que ponen su atención los medios afectan la percepción que tiene el público respecto de estos asuntos; 3) determinar el modo en que se encuadra un asunto puede afectar significativamente el desenlace final.

2.4. La Escuela Latinoamericana.

La Escuela Latinoamericana de Comunicación contribuyó al desarrollo de la teoría de la comunicación en los países latinoamericanos, especialmente durante la segunda mitad del siglo XX. Sin embargo, durante el siglo XIX la comunicación en Latinoamérica dependía de lo que sucediera en Europa, principalmente en Francia. Las escuelas estadounidenses tuvieron entonces poco influjo gracias a la barrera lingüística, por lo cual el desarrollo de una comunicación vista desde una perspectiva latinoamericana se dio en general desde una influencia colonial española y francesa hacia la búsqueda de una identidad nacional propia. Esto sería un gran aporte al desarrollo de la teoría de la comunicación porque en el caso latinoamericano esta sería muy sensible a los procesos sociales.

Contrario a lo que sucedería en Europa y Estados Unidos en donde la teoría de la comunicación se desarrolló a partir de la investigación científica y aportes como la psicología, la sociología y otras disciplinas; en Latinoamérica esta se relaciona directamente con el desarrollo

del periodismo y posteriormente el influjo y aporte de las teorías de la comunicación social aportados por la Escuela de Frankfurt (Lozano, 1997).

Es durante la década de los 60 que se consolida la escuela latinoamericana desprendiéndose definitivamente de la estadounidense y cuestionando los modelos de comunicación impuestos en la región y al servicio de grupos de poder económico. Los primeros grandes críticos de la teoría de la comunicación latinoamericana cuestionan el orden mundial dominado por la información estadounidense y en gran parte europea y esbozan la tesis de un nuevo orden mundial de la información y la comunicación. Rechazan modelos foráneos a la cultura latinoamericana, y pensados para otras sociedades y adaptan aquellos que eran útiles para el trabajo de campo de la comunicación en la región. Algunos autores que han destacado en este rubro son: Luis Ramiro Beltrán, Daniel Prieto Castillo, Jesús Martín Barbero, Néstor García Canclini, entre otros. En 1976 la UNESCO nombró una comisión especial con destacados teóricos para el estudio de los problemas de la comunicación que da como resultado el diagnóstico "*un sólo mundo, voces múltiples*" o "*Informe Mc Bride*" en el cual se manifiesta la preocupación por el dominio de la información mundial en manos de las grandes agencias de noticias y la amenaza que ello representa a la identidad latinoamericana.

Además, la CIESPAL se fundó en Quito, Ecuador en 1959 y fue considerada como uno de los centros más importantes para el estudio de la comunicación (Lozano, 1997). Por otro lado, en los apartados llamados El flujo de la comunicación en dos pasos, Usos y gratificaciones y *Agenda Setting* se destaca la necesidad de conocer aún más sobre las prácticas radiofónicas preestablecidas e instituidas con el transcurso del tiempo y que instauran formas de organización social.

2.5. Panorama del estado de conocimiento de la radio a nivel nacional.

Para la realización de este apartado, se consultaron producciones científicas en diversas bibliotecas. Dicha consulta determinó que el estudio de la radio en México, a nivel de tesis de posgrado, no ha sido tan abundante como la producción de libros especializados, por lo que no existen materiales ni tesis de investigación de posgrado. Sin embargo, esto no impide

que las líneas y los procesos de investigación se realicen tomando como referencia diversos aspectos.

La mayoría de las investigaciones revisadas en el presente estado del arte corresponde en gran medida a los enfoques críticos que se encargan de analizar la importancia del emisor, el contenido y el receptor en los procesos de formación y producción de los mensajes en contextos culturales determinados. Sin embargo, se han realizado los estudios en radio en México con cierta dispersión ya que hay tantas líneas de investigación pero no hay puntos de unión específicos y abundantes estudios, por ejemplo, de programas específicos de corte social. La mayoría de los estudios han analizado los impactos sociales de radios comunitarias de América Latina (Pepino, 1997). Hace falta realizar mayores esfuerzos en los estudios de caso basados en perspectivas críticas y cómo éstas puedan ser leídas desde la educación.

Por otro lado, y sobre el tema abordado, es prudente mencionar que la radio ha ejercido durante décadas un impacto formativo en la ciudadanía, a través de los continuos mensajes, spots, comerciales, propagandas, informes de gobierno, publicidad, entre otros, los cuales a su vez conforman elementos para el pensamiento de la sociedad en general. Así, quizá el impacto formativo de los medios de comunicación no necesariamente se encuentra supeditado a los procesos escolares, dentro de las instituciones educativas, centros de investigación o a propósitos pedagógicos delimitados; el potencial formativo de la radio va más allá de todo lo anterior y se encuentra presente al momento de cada emisión comunicativa en cualquier situación.

2.6. Clasificación de la radio de acuerdo con la legislación radiofónica.

Para referirse estrictamente a la radio se debe necesariamente aludir a su carácter legal, o sea, de acuerdo con la Ley Federal de Radio y Televisión en la que los artículos primero, segundo, tercero y cuarto del Capítulo Único del Título Primero “Principios Fundamentales” se estipula que corresponde a la nación el dominio de la propagación de las ondas electromagnéticas, por consiguiente el uso del espacio y los canales para la difusión de noticias, ideas y otras formas de expresión que deben estar regidas por el Estado. Cabe decir que, la Secretaría de Gobernación es el órgano facultado del Estado para monitorear los

contenidos que se transmiten vía la radio, prensa y televisión en toda la República Mexicana, así se supervisan diariamente los mensajes emanados por los medios de comunicación.

Con respecto a la ubicación en su contexto legal a nivel nacional, es necesario partir del concepto de radiodifusión ya mencionado, del cual se desprenden dos formas de concebir la utilización de este medio: las comerciales y las no comerciales. “Las primeras requieren de una *concesión* otorgada por el gobierno federal, a través de la Dirección General de Concesiones y Permisos de Telecomunicaciones de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes; a las demás les basta un *permiso* otorgado por la misma instancia” (Romo, 1989).

Con base en la Legislación en comunicaciones, Art. 13 del Título Tercero: Concesiones, permisos e instalaciones; Capítulo Primero: Concesiones y permisos, se deriva que las radiodifusoras sean legalmente reconocidas como *concesionadas*, las que tienen como finalidad principal el comercio de diversos artículos y servicios; y las *permisionadas*, cuyo fin es transmitir contenidos de carácter social y educativo a la población. Asimismo, según la *Ley Federal de Radio y Televisión*, dentro de estas últimas encontramos diversos tipos de emisoras: las oficiales, culturales, escuelas radiofónicas, de experimentación, entre otras.

2.6.1. Radios permisionadas.

La radio permisionada, como ya hemos mencionado, se encuentra bajo la supervisión del Estado, así también es financiada por el mismo. Cabe decir que, las estaciones de radio permisionada no les es permitido el ánimo de lucro y se encuentran comprometidas con la difusión de la cultura, la ciencia, la unidad nacional. Sin embargo, un problema creciente al cual se enfrentan es el constante recorte presupuestal que limita de manera sustancial su desempeño; además, debido a que pertenecen al rubro de no lucrativo se les prohíbe encontrar algún tipo de fuente de patrocinio.

2.6.2. Radio Estatal.

Este tipo de radiodifusión tuvo su auge cuando en el sexenio del ex-presidente Miguel de la Madrid Hurtado se creó el Instituto Mexicano de la Radio –IMER-. Así, se comenzó a hacer más evidente la necesidad de ampliar el horizonte hacia nuevas expectativas de

radiodifusión al servicio público y como voceras del estado. Con esta iniciativa, en 1981, como preparación para la campaña presidencial, fue inaugurado por el Partido Revolucionario Institucional –PRI-, el Instituto de Estudios Políticos, Económicos y Sociales -IEPES-, con el fin de estudiar la radio estatal y hacer propuestas. Con esta iniciativa, el –IEPES- propuso lo siguiente: ampliar la cobertura de la radio en el país; promover la transmisión de emisoras culturales; tratar de establecer un equilibrio entre las radios comerciales y culturales en el país; fortaleciendo la red estatal.

Dentro del modelo de radio estatal, se pueden apreciar varios tipos, a saber:

- I) Las radios dependientes de una instancia gubernamental, como Radio Educación y las emisoras del IMER, para el caso del Distrito Federal.
- II) Las estaciones dependientes de los gobiernos de los estados, como Las Emisoras Culturales del Estado de Jalisco, La Voz del Estado en Aguascalientes, La Casa de la Cultura de Campeche, Radio Querétaro, Radio Nayarit, entre otras.
- III) Las emisoras que son permisionadas por los gobiernos estatales, pero que son operadas por el IMER, a través de un convenio de colaboración. Tal es el caso de Radio Chiapas, La Poderosa Voz de Colima, de hecho las que se han mencionado cuando se hizo referencia al IMER.
- IV) Las emisoras del IMER, ya mencionadas.

Cabe mencionar que, a este tipo de radiodifusión se le ha estudiado y analizado desde diversos enfoques teórico y metodológicos que coinciden en el uso ideológico de manipulación por parte del Estado hacia los ciudadanos, estableciendo así bases para considerar que el mismo Estado (Freire, 1996) a través de los mensajes radiofónicos, transmite la ideología de la distracción ante acontecimientos políticos y sociales que ameritan un aumento de la conciencia crítica (Alva, 1982) de la ciudadanía en general, pero que todavía se encuentra en proceso de construcción.

2.6.3. Radios Concesionadas.

Surgen a partir de las iniciativas de lucro y entretenimiento básicamente, se le llama radio comercial. En la mayoría de los casos, el uso de los medios de comunicación masiva

obedece a intereses mercantiles, comerciales, lucrativos. En cambio, las intenciones pedagógicas de estos medios, por ejemplo la radio, han sido muy limitadas, ya que las emisoras educativas y las radiodifusoras universitarias no han tenido un desarrollo tan creciente como las comerciales.

Con base en lo anterior, Mattelart (1986) ha dicho que el medio de comunicación de masa en su función de entretenimiento consume y consume la actividad del receptor, pero no la despierta. Sin embargo, la radio concesionada se dedica a la transmisión de contenidos referidos al entretenimiento, la diversión, el ocio, el lucro. Al respecto, Antonio Pasquali menciona:

Patrones comerciales o autoritarios de *uso* han terminado por imponerse en un vacío jurídico, político y cultural, o en connivencia con poderes políticos inconscientes de la vocación de *servicio público* inherente a los medios, sobre todo radioeléctricos. El problema del uso y controles de la comunicación social han alcanzado hoy una dimensión internacional (Pasquali, 1974).

En este sentido, el término “concesión” significa el pago por uso de un espacio mediático, con fines de publicidad, propaganda y lucro.

2.6.4. Radio Pirata.

Por “radios piratas” se entienden todas aquellas que sin el permiso requerido por la Secretaría de Gobernación transmiten en el aire y se encuentran en la clandestinidad, no ejercen pago alguno de impuestos e incluso invaden otras frecuencias, sobrepasando así el límite de 1,000 watts de potencia; por ejemplo, *Radio Zapote*, la radiodifusión universitaria que realizan los estudiantes de la Escuela Nacional de Antropología e Historia –ENAH-, sin ser ésta actividad de carácter institucional sino libre, que aborda temas musicales, de política, sociedad y cultura. En cuanto a la frecuencia de esta emisora, es necesario decir que dadas sus condiciones de ilegalidad no tiene un lugar fijo en el cuadrante radiofónico, sino que en ciertas situaciones favorables se encuentra en una frecuencia, luego en otra y así sucesivamente. Generalmente, se encuentra en la frecuencia 94.1 F.M.

Otro ejemplo es la “*¡Ke Huelga!*”, radiodifusora que mantiene una crítica a situaciones que se dan en la vida cotidiana en el país y rompe con alguna definición institucional de radiodifusión universitaria, pues la *Ke Huelga* no es avalada por institución alguna. Por ello,

este tipo de radiodifusión sale de los límites de este trabajo de tesis; sin embargo, sólo como caso ilustrativo nos referiremos a la misma.

La emisora “¡Ke Huelga!” con sintonía en el 102.1 megahertz fm fue creada por los estudiantes denominados como “paristas” de la Universidad Nacional Autónoma de México – UNAM-, una semana después de iniciado el conflicto, con el fin de ampliar su espectro de expresión al público en general, y no solamente al sector universitario. Es una radio que aunque tiene frecuencia y es elaborada por universitarios, no se encuentra avalada por la UNAM como institución educativa del nivel superior. La cobertura de la *ke Huelga* comprende Ciudad Universitaria y lugares más alejados como San Ángel, Coyoacán e incluso Mixcoac, operando así con la tecnología más elemental y sin apoyo financiero de alguna institución educativa ya sea pública o privada. También es conocida como una radio libre porque está abierta a la participación directa de los universitarios.

La historia de estas radiodifusoras llamadas como “libres o piratas” se mantiene prácticamente en el anonimato, es decir, ha sido poco conocida y difundida, por lo que ha sido valorada como experiencia importante para la sociedad mexicana. Otros casos de este tipo de emisoras en México, D.F., han sido: Televerdad, Radio Pirata, Radio Vampiro, Radio Neza. A partir de lo expresado, cabe mencionar que entre otras alternativas para utilizar y transmitir vía radiofónica, es utilizar los espacios de las emisoras comerciales. La UPN cuenta con cabina de radio; el Instituto de Estudios Superiores del Colegio Holandés no. Pero ambos se asemejan en que dichas instituciones de educación superior han adquirido espacios y transmiten en radiodifusoras comerciales en determinados horarios. Así, estas radios de la universidad adquieren espacios en otras emisoras, que no necesariamente deben ser de carácter comercial, y así sin tener frecuencia en el dial, pueden transmitir una variedad de contenidos a la sociedad.

2.6.5. Radio Internet.

Este ámbito de la radio ha sido explorado de manera muy limitada, debido a que se encuentra en proceso de construcción una legislación que regule las emisiones radiofónicas de la nación a través de internet. En este sentido, los programas radiofónicos que se dan en el ciberespacio transmiten una diversidad de temas, como cultura, educación, música, entre otros. Con base en el presente estado del arte, se pudo apreciar las líneas de investigación

vigentes para el estudio de la radio, dentro de las cuales destaca el interés académico y científico por conocer con mayor amplitud y profundidad al medio con respecto a sus efectos en la audiencia, así como el desarrollo cultural que ha tenido y que ha sido limitado en contraste con la visión mercantilista. De hecho, se observa que ha prevalecido el uso comercial de la radio poniéndose de relieve algunos aspectos que dan visos de su potencial formativo.

2.7. Referencias a la educación formal, no formal e informal.

La educación es un aspecto inseparable de la sociedad; de esta guisa se desarrollan campos específicos en los que el sistema educativo penetra y ejerce su acción, como: la educación de adultos, la educación de los niños, la educación ambiental, la educación vía medios de comunicación, entre otros. En este capítulo, será necesario aludir, necesariamente, al concepto de educación y sus modalidades para vincularlo con el ámbito de la difusión cultural y la extensión universitaria, la cual, además de la docencia y la investigación, es una función sustantiva que las instituciones de educación superior deben realizar, con el fin de difundir el conocimiento producido a la sociedad en general. De hecho, la difusión cultural es entendida, a *grosso modo*, como la expansión, a través de los *mass media*, del acervo cultural y del conocimiento que es producido por las instituciones de educación superior, el cual es dirigido a grupos de estudiantes universitarios, investigadores y a la sociedad.

La educación adquiere diversas acepciones según el momento histórico y el contexto intelectual en que se desarrolle. Lo que sí se puede afirmar es que la educación es acorde con el contexto económico, político y social de cada nación en el panorama mundial. Más explícitamente, para definir a la educación es necesario partir de un concepto imprescindible: cultura.

Según Shapiro (1985) la cultura es un resultado total de la invención social, y debe considerarse como una herencia, ya que se transmite por precepto a cada nueva generación. Así, cultura es todo lo que produce el hombre para vivir. Es decir, es el conjunto de hábitos, normas, costumbres, creencias, roles heredados, así como de manifestaciones intelectuales, artísticas, y colectivas que caracterizan a un pueblo o nación, y que, a su vez, determinan la interacción social. En este sentido, cabe destacar: "La cultura es, pues, el residuo acumulativo

de eso que hemos asimilado, comprendido e integrado en nuestro pasado, y que se convierte en un elemento de nuestro presente, en conflicto o en combinación con nuestra percepción actual del mundo anterior” (Moles y Rohmer, 1983). Y la educación es el proceso mediante el cual el sujeto confronta su pensamiento con la realidad y así se desprenden una serie de reflexiones y análisis tanto personales como colectivos sobre el contexto, lo que genera un rompimiento de esquemas preconcebidos o tradicionales, por consiguiente se inicia la transformación e innovación de la cultura. De ahí nace el pensamiento crítico, que siempre deberá estar presente en todas las épocas.

Cultura y educación forman un binomio inseparable, pues éste último es el medio por el cual el hombre puede apropiarse y vivir el patrimonio cultural. La educación es un proceso permanente en el que los sujetos, como seres sociales que son, intercambian ideas, reflexiones y análisis acerca de la realidad hasta llegar a su máxima comprensión, lo cual les lleva a la libre producción de alternativas o propuestas para transformar el contexto.

La educación como hecho, posee un sentido humano y social. Consiste en un proceso por obra del cual las generaciones jóvenes van adquiriendo los usos y costumbres, los hábitos y experiencias, las ideas y convicciones, en una palabra, el *estilo de vida* de las generaciones adultas (Larroyo, 1973).

Igualmente, dentro de este mismo proceso, las primeras no se limitan a sólo recibir el estilo de vida establecido, sino lo contrastan con su pensamiento para valorar las ventajas o desventajas, acuerdos o desacuerdos, lo que estimula la aparición de conflictos entre lo antiguo y lo nuevo, de tal manera que se da un proceso dialéctico “tesis-antítesis-síntesis”, ésta última significa el cambio cultural, que es guiado por el análisis y la crítica de las nuevas generaciones, y así sucesivamente se fortalece el pensamiento crítico, imprescindible para la evolución de toda civilización. Es decir, existe una relación dialéctica entre las distintas generaciones, entre los adultos y los jóvenes, los maestros y los alumnos, lo que se traduce en un enriquecimiento constante; tal es el significado de la educación para la vida humana.

De esta manera, la educación es un proceso progresivo, permanente e intencional de parte del ser humano, que le conduce a un perfeccionamiento integral de su personalidad (Gutiérrez, 1974). Así pues, la educación no sólo es la simple transmisión de la cultura, sino que es el proceso por excelencia que estimula en los sujetos un pensamiento reflexivo, crítico y analítico que los impulse a la acción transformadora de sí mismos y de su entorno social. Ahora

bien, la educación puede tener carácter formal, no formal o informal. La primera, se refiere al proceso de enseñanza inscrito en un currículum, y que además es organizado, reglamentado, avalado e impartido por el Estado aunque también sea impartida por instituciones privadas, de ahí su formalidad. Al respecto, comenta García (2000) que si bien la educación formal es la que más claramente se identifica con la escuela como responsable directa de ejercer la función educativa, con métodos y objetivos abiertamente definidos.

Esta modalidad puede distinguirse tanto en el ámbito escolar como fuera de éste, es decir, en el aula o en otros lugares, pues la enseñanza semiescolarizada y los cursos abiertos y a distancia también son parte de una programación sistemática que tiene como fundamento las políticas gubernamentales e institucionales de cada estado. El estudio en esta forma educativa se distingue por la certificación o la obtención de niveles académicos con reconocimiento oficial: preescolar, educación básica, media superior y superior.

La segunda, ha señalado García (2000) la no formal es también una educación generalmente institucionalizada, con objetivos y métodos pedagógicos definidos, pero no circunscrita a la escolaridad convencional, esto es, sin la jerarquía reglada de grados académicos propia de la educación formal. En esta modalidad se identifica la impartición de cursos de diversos temas e idiomas, la capacitación de personal, cursos de actualización profesional y laboral, la educación para adultos. Cabe señalar lo que dice Sarramona (1992) al respecto ha mencionado que la educación formal y la no formal son intencionales, cuentan con objetivos explícitos del aprendizaje o formación y se presentan siempre como procesos educativamente diferenciados y específicos.

La educación no formal está presente también en las instituciones que imparten la educación formal, a través de una serie de actividades que tienen como fin enriquecer el patrimonio cultural de la comunidad académica. Se trata pues, de eventos culturales de diversa naturaleza, pero que no forman parte de un plan de estudios. La Belle (1988) ha confirmado lo anterior diciendo que la educación no formal es toda actividad educativa organizada y sistemática realizada fuera de la estructura del sistema formal, para impartir ciertos tipos de aprendizaje a ciertos subgrupos de la población, ya sean adultos o niños.

La tercera, o sea, la educación informal, se caracteriza por una asistemización en el proceso de enseñanza-aprendizaje. En esta modalidad, para La Belle (1988) el aprendizaje se produce de forma aparentemente desorganizada y asistemática, pero paradójicamente, esta modalidad comprende el proceso por el cual las vivencias cotidianas de toda persona constituyen su formación, sean estas vivencias de donde fueren, sin horarios y sin tutelajes oficiales. Aquí representa un papel muy importante el entorno social: amigos, medios de comunicación masivos, juegos y familia.

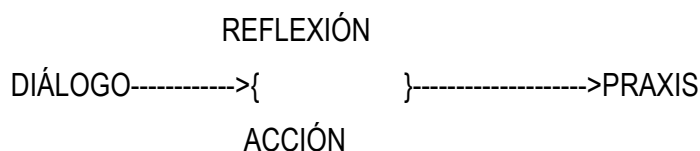
Esta enseñanza, alude a todo tipo de aprendizajes que puede adquirir el sujeto fuera de la escuela, del aula. Un ejemplo claro es el tipo de enseñanza y la variedad de aprendizajes que suscitan las emisiones de los medios electrónicos –Radio y Televisión- y el universo de vivencias que propicia el entorno social, tengan la intención de ser educativas o no. Con base en lo dicho anteriormente, es prudente reflexionar con respecto a las diferentes modalidades en las que se puede llevar a cabo la comunicación. Este apartado, tiene el objetivo de dar cuenta de cómo la comunicación interviene en las diversas modalidades de la educación, y así abundar un poco más en los sustentos teóricos. Entonces, al incursionar en el ámbito de la educación y la cultura, es insoslayable referirnos al de la comunicación, puesto que sin ésta es imposible la difusión y expansión del patrimonio cultural. La comunicación es inherente a toda enseñanza-aprendizaje, a la educación en general, ya que lo que se transmite, enseña, aprende, etc., a la vez, se comunica a los demás.

La comunicación es un proceso, esencialmente humano, en el que dos o más sujetos dialogan entre sí, suscitando la reflexión y el análisis acerca de la realidad a que se refieren, con el fin de transformarla. En pocas palabras si no hay comunicación, no puede haber sociedad, puesto que no puede existir una “sociedad individualizada, incomunicada”. La comunicación entre sujetos es la que promueve el proceso de socialización entre ellos.

Además, precisamente, el concepto comunicación guarda una estrecha relación con el término comunidad, tan es así que comunicarse significa “estar en común”, “ponerse en común con los demás”. Es decir, socializar y compartir la cultura, las formas de vida, creencias, hábitos, derechos y obligaciones. Entonces, la comunicación en el proceso educativo alude a los diversos procesos de interacción verbal que se establecen entre los docentes y discentes, por ejemplo en el aula o fuera de ésta. Para ejemplificar lo anterior, parece necesario enunciar

y explicar el modelo de educación y el de comunicación con el que se identifica el autor de esta investigación. El primero es tomado de Freire (1998) y es el siguiente.

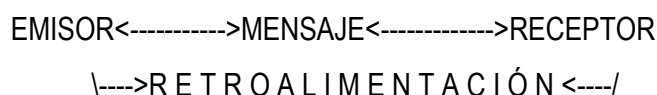
Diagrama 1. Modelo de interacción de Paulo Freire.



Fuente: Freire, Paulo. *Pedagogía del oprimido*.

Y el segundo alude al esquema clásico de la comunicación.

Diagrama 2. Modelo clásico de comunicación (Lozano, 2000).



Cabe decir que, ambos modelos hacen referencia especialmente a la comunicación interpersonal; empero, para comprender el fenómeno comunicativo, se aludirá a otro modelo y autor. El modelo de educación referido parece que satisface las expectativas de toda educación activa, dinámica, sea en el aula o fuera de ella. De acuerdo al planteamiento de Freire (1998), el diálogo es un factor decisivo para estimular el pensamiento problematizador sobre el entorno, la innovación de ideas, la crítica, el análisis y la reflexión; lo que orientará al sujeto a la acción constante y progresiva, o sea a la praxis, a la transformación de su realidad.

Así se considera que el modelo de educación de Freire (1998), coincide con el modelo de comunicación. Más explícitamente, en este último se ilustra una reciprocidad, entre el emisor y receptor, y ello implica que ambos intercambian sus lugares en el acto comunicativo, ya sea en el aula o fuera de ésta. Bajo esta perspectiva no existen niveles de autoridad o jerarquías en la relación social. La retroalimentación, como se expone, la igualdad de condiciones, y el enriquecimiento cultural son factores imprescindibles en el proceso comunicativo y educativo. Entonces, tanto el emisor como el receptor entablan una

conversación, un diálogo que contribuirá activamente a la generación de ideas, reflexiones, para que los individuos logren la transformación de su contexto.

Así, tenemos que comunicación y educación es un binomio inseparable que, desde una óptica pedagógica, puede enriquecer sustantivamente el proceso de enseñanza-aprendizaje de los individuos. Sin embargo, el concepto de comunicación no se agota en el diálogo, sino es más amplio, ya que la relación “emisor-mensaje-receptor” que se establece en los sujetos con las emisiones liberadas por los medios informativos es también un proceso de comunicación. Y dependiendo del contenido también puede ser un proceso educativo que se inscribe dentro del ámbito de la educación no formal.

Como se ha expresado en líneas anteriores, el proceso comunicativo y la retroalimentación también pueden darse fuera del salón de clases. Pongamos un ejemplo en el que tengan que ver los medios masivos de comunicación. El caso de una estación de radio que transmite programas acerca de temas variados y, por consiguiente, envía mensajes al público, al parecer es una comunicación vertical y autoritaria, porque supuestamente no existe una retroalimentación entre el emisor y receptor. Pero no es así, cuando efectivamente, si existe una retroalimentación o comunicación. Ello constituye una forma de diálogo. Así, la relación “emisor-mensaje-receptor” que establecen las emisiones con sentido educativo liberadas por los medios informativos es también un proceso de comunicación, un intercambio de ideas entre los sujetos.

En lo que respecta a la comunicación en la educación informal, se puede decir que se desarrolla a través de los encuentros informales, asistemáticos y cotidianos entre los sujetos, en cualquier tiempo, lugar y situación. Por ejemplo, un padre que en un día de campo enseña a su hijo las bondades y propiedades de la naturaleza; o las actividades realizadas por los *boy scouts* o como varios programas radiales lo han venido haciendo desde hace mucho tiempo, la audiencia después de escuchar determinado programa radiofónico, puede sostener una comunicación con el emisor, a través de encuestas, cuestionarios, llamadas telefónicas, correos postales y electrónicos. De ahí que algunos casos, principalmente en las radiodifusoras educativas y las universitarias, los contenidos que se lanzan al aire son temas de interés para la opinión pública.

2.8. Líneas de investigación en radio.

A continuación se explican las líneas de investigación que giran en torno a la radio, por convenir así al interés de contextualización del objeto de estudio.

2.8.1 Radio y semiótica.

Se encontró que ha habido tesis de posgrado que han investigado los vínculos entre radio y semiótica. La semiótica, también conocida como semiología o ciencia de los signos, tuvo como primeros exponentes al filósofo estadounidense Peirce y De Saussure (Krippendorf, 1990). Ambos basan sus teorías en la distinción fundamental dentro del signo entre significante y significado, es decir, entre la forma escrita del signo y lo que representa. Peirce (Krippendorf, 1990) empleaba los términos *signans* y *signatum*, mientras que Saussure prefirió *signifiant* (significante) y *signifié* (significado). Así, la semiología era la base de la propia lógica, y describe la lógica como la ciencia de las leyes necesarias generales de los signos.

La base teórica se circunscribe a la corriente referida a la Sociología de la producción de mensajes y Análisis de cultivo que permiten el estudio de cómo se producen los mensajes y cómo el receptor los interpreta. En la radio, los estudios semióticos abordan la diversidad de significados -la polisemia- que las palabras y las ideas pueden tener en contextos económicos, políticos, culturales y sociales. Así, una de las líneas del conocimiento sobre la semiótica y la radio, se basa en la investigación de la multiplicidad de significados y el análisis del discurso que se transmite a través de la radio, así como sus efectos en la sociedad. En el mismo sentido se orienta el análisis de la narrativa radiofónica y su importancia en los procesos de comunicación y pensamiento de los sujetos, así como en la potencialidad de imaginar con respecto a la serie de imágenes que transmite la televisión. Estas teorías del significado influyeron no sólo en la lingüística, sino también en la teoría literaria, en la antropología y en el psicoanálisis (Krippendorf, 1990).

2.8.2. Radio cultural.

Una segunda línea de investigación en radio en México, se encuentra relacionada directamente con la inquietud de la creación y el análisis de la radio cultural y su importante función en México, ante la avasallante carga informativa de los medios radiofónicos dedicados

al lucro y a formar consumidores pasivos. La base teórica y el interés de esta línea, se centra en el estudio de los mensajes de una sociedad desde el enfoque crítico de la comunicación en el cual se reflexiona sobre la importancia de la formación de una sociedad reflexiva y analítica con respecto al devenir cotidiano. Para ello, la radio cultural contribuirá activamente.

En esta lógica se encuentran estudios que reflexionan acerca del papel de la mujer como productora de radio y los contenidos que son incluidos, algunos de corte feminista y su impacto en la sociedad femenina, con respecto a las conciencias críticas acerca de las desigualdades e injusticias que han existido y existen en la sociedad (Farías, 2005). Ya en diferente línea de investigación, pero con la misma inquietud cultural, se han propuesto diversos elementos que contribuyen a la formación de una nueva radio, con diferentes enfoques a los establecidos por la radio comercial, con el fin de formar ciudadanos críticos y reflexivos acerca del acontecer ciudadano (Luna, 2005). Asimismo, se utilizarán como principales conceptos clave, mismos que contribuirán al desarrollo de la investigación, los siguientes: institución, educación, prácticas institucionales y discurso, medios de información, radiodifusión, comunicación, comunicación perturbada, formación, impacto educativo y formativo, aprendizaje, subjetividad, con base en la metodología del análisis del discurso. Dichos conceptos establecen una red de interrelaciones que coadyuvan a comprender teóricamente el presente objeto de estudio para después interpretar el mismo en la práctica.

En el contexto de los medios de información y el “bombardeo” de mensajes que emiten hacia las audiencias y targets -concepto que es utilizado comúnmente en el ámbito de las ciencias de la comunicación y que significa público meta, es decir, audiencia específica a la que va dirigida cierto tipo de mensajes-, es necesario profundizar en los procesos de recepción y su funcionamiento, así como analizar si existe o no un impacto cultural en la formación y en el ámbito referido. De acuerdo con lo anterior, es necesario considerar que los medios ejercen un impacto en la subjetividad del receptor y por consiguiente en su formación, dicho impacto en la subjetividad es explicado según las influencias políticas, sociales, culturales, ideológicas de los discursos institucionales. Hoy en día, los medios representan la fuente más importante de información para grandes mayorías, y como tal esto representa un caso para ser estudiado.

De acuerdo con lo anterior, los medios de información -radio, televisión, prensa- en la acción de transmitir contenidos a la sociedad, las interpretaciones y las formas de emisión de dichos contenidos se tornan en mensajes contradictorios, confusos y de manipulación en el pensamiento de los receptores; por ejemplo, por un lado los medios dicen algo y por el otro hacen una acción diferente. Cabe decir que, en este proceso los mensajes de los medios impactan en la subjetividad, contribuyendo a la formación de un pensamiento mediático -dirigido con fines de manipulación-, como única alternativa para fundamentar una visión del mundo única. Tal es el caso de una gran diversidad de noticieros por radio y televisión, así como de la red global.

2.8.3. Desarrollo tecnológico de la radio.

La tercera propuesta de investigación que encontramos se refiere al desarrollo tecnológico de la radio y su importancia para extender a las personas el mayor número de mensajes e ideas con objetivos definidos así como implicaciones en el proceso de emisión, de reflexión y de recepción en los radioescuchas.

Todo ello tomando en consideración y como base los enormes avances en el campo de la tecnología de la comunicación radiofónica a partir de la II Guerra Mundial que han hecho posible la exploración del espacio, puesta de manifiesto especialmente en las misiones Apolo a la Luna (1969-1972). Cabe hacer mención que a bordo de los módulos de mando y lunar se hallaban complejos equipos de transmisión y recepción, parte del compacto sistema de comunicaciones de muy alta frecuencia. El sistema realizaba simultáneamente funciones de voz y de exploración, calculando la distancia entre los dos vehículos mediante la medición del tiempo transcurrido entre la emisión de tonos y la recepción del eco. Las señales de voz de los astronautas también se transmitían simultáneamente a todo el mundo mediante una red de comunicaciones. El sistema de radio celular es una versión en miniatura de las grandes redes radiofónicas. La base teórica de esta corriente teórica es el estudio crítico y funcional de las estructuras radiofónicas basadas en la nueva tecnología y su impacto en la sociedad.

2.8.4. Radio comunitaria o regional.

La cuarta línea de investigación alude a la radio en la cual existe de manera democrática la participación ciudadana en diversas comunidades no sólo mexicanas, sino también latinoamericanas, así como su función de fomentar el pensamiento crítico y de satisfacer las necesidades sociales, culturales, y de todo tipo de ciertas localidades (Pepino, 1997). La base teórica de esta corriente se fundamenta en los Estudios Culturales que se han realizado en América Latina, atendiendo la necesidad de la creación de medios de comunicación -en este caso la radio- comprometidos al bien común de las localidades.

Son radiodifusoras que operan con libertad e independencia del Estado, de la iniciativa privada y se encuentran comprometidas con el bienestar de la comunidad (Fernández, 1990), -local, estatal, municipal, nacional- a la que se inscriben, así como con la difusión de la cultura, la educación de adultos y las necesidades sociales y prácticas (Nava, 1975). Por otro lado, el interés de esta línea de investigación también se encuentra comprometido con el análisis de los factores políticos y culturales que guían los procesos de comunicación radial en este tipo de emisoras. Dado que dichas radios son de carácter independiente y privado, tienen la posibilidad de fomentar con mayor alcance la participación social y el interés público. Estas radios tienen como fin democratizar el uso del medio radiofónico y atender los intereses de la localidad y la comunidad a la que pertenecen. De hecho, existe la Asociación Mundial de Radio Comunitaria –AMARC-, y en varios casos las radios comunitarias pertenecen a asociaciones civiles. Por ejemplo: Radio Teocelo en Veracruz, Radio Mezquital en Hidalgo, Estéreo Mendel en Aguascalientes, entre otras (Romo, 1988).

2.8.5. Radio arte.

En quinto lugar, se encuentra la línea referida al radio arte o al arte que se puede hacer de la radio, como medio de comunicación humana. El radio arte representa la vanguardia de los estudios en la materia debido a que es un enfoque innovador que analiza y propone nuevas formas de utilizar la radio combinadas con los efectos que la nueva tecnología proporciona. En las dos primeras décadas del siglo XX proliferaron las ideas en torno a la radio como medio creador de arte. Es importante destacar que los precursores de este arte liberador

han sido Bertlot Brecht, Walter Benjamín y Umberto Eco. La naturaleza del arte del sonido tiene sus manifestaciones más tradicionales en la palabra oral, escrita y en la ejecución musical y de efectos, con base en las nuevas tecnologías.

Para los experimentadores de este arte sonoro, el medio radiofónico implica un cambio de perspectiva que puso en riesgo la sacralización de la cultura tradicional, debido a las ideas fijas como proceso creativo, basadas en lo único, lo genuino, lo irrepitible. El arte que las investigaciones doctorales destacan, se conceptualiza como el uso de los factores liberadores de los medios tecnológicos que emplea y conducirlos hacia su realización. De aquí se desprenden sublíneas de desarrollo académico para el entendimiento de este medio desde la radio, a saber: futurismo, expresionismo, dadaísmo, surrealismo.

2.8.6. Divulgación de la ciencia.

Ya en el sexto lugar, se clasifica la línea referida a la difusión de las ideas y, sobre todo, la difusión de los productos de la ciencia y la tecnología transmitidos de una forma amena, didáctica e interesante a la sociedad, particularmente, a los niños con el fin de atraer a este sector al estudio y comprensión de los beneficios de la ciencia. La base teórica de esta corriente es la comunicación educativa, que consiste en concebir a la radio como un medio para educar y formar a la ciudadanía, para que ésta utilice los conocimientos adquiridos en su proceder cotidiano.

La difusión de la ciencia implica todo el bagaje de conocimientos y saberes científicos y artísticos que se han creado vía, principalmente, los medios masivos de comunicación, como la radio, la prensa y la televisión. Por ello, la divulgación de la ciencia penetra en la población gracias a las actividades que hacen posible extender los saberes a la sociedad.

2.8.7. Radio universitaria.

Es definida como la radio que se produce desde las Instituciones Educativas de Nivel Superior. El interés de esta línea se concentra en el estudio crítico y propositivo de la importancia de que la Universidad, como institución educativa, produzca el saber y lo transmita

a la sociedad. En esta transmisión necesariamente deben participar los estudiantes, los profesores, los trabajadores así como las autoridades universitarias (Pérez, 2004). En este sentido, una radiodifusora universitaria es aquella que contiene una frecuencia en el cuadrante, como requisito indispensable para serlo, ya que el mismo concepto de radiodifusión alude a su carácter de masivo, grandes audiencias. Pero no es necesario ni imprescindible que deba abarcar a toda la ciudad o el Estado en que se encuentra, ya que no todas las frecuencias de las radios universitarias de la ciudad de México abarcan a la misma. Radio UNAM no es la única radiodifusora universitaria, también existen otras instituciones del nivel superior que realizan actividades de radiodifusión universitaria, como Radio Ibero, Radio del Instituto Politécnico Nacional y Radio ITESM. La base teórica de esta línea se fundamenta en el enfoque crítico de la comunicación, que propone la creación de medios de comunicación que contribuyan a la creación de sujetos críticos, analíticos y reflexivos ante el devenir cotidiano.

En este apartado se expondrán algunos puntos de vista de especialistas en el tema referido, o sea, la radiodifusión universitaria, con el fin de conocer con detalle cuál es el límite de la radiodifusión universitaria con las llamadas producciones radiofónicas que se realizan sólo al interior de las propias universidades. Esto es saber qué es radiodifusión universitaria y qué no lo es. Para ello es necesario conocer los diversos planteamientos de los investigadores, lo que estimula el debate en torno al término.

La radio universitaria no tiene fines lucrativos sino educativos, culturales y de divulgación del conocimiento producido por la universidad respectiva. Sin embargo, es prudente distinguir entre el uso del radio y la radiodifusión universitaria; esto porque, el uso del radio puede ser a niveles internos o muy locales, y la radiodifusión universitaria debe ser con carácter masivo y desde la propia universidad, por lo que no basta sólo utilizar al medio radiofónico, sino producir y transmitir desde el recinto universitario con una frecuencia en el cuadrante, ya sea en amplitud modulada -A.M.- o frecuencia modulada -F.M.-. Por lo tanto, aunque no es factible soslayar a los circuitos de radio a nivel interno de las universidades, pues sus contenidos hacen referencia a la información general, la educación y la cultura y además como estimuladores de la expresión estudiantil, que es algo muy importante para esta tesis, sí debemos incluirlos en una clasificación que no sea estrictamente de radiodifusión universitaria.

En efecto, en la radiodifusión de las universidades se torna una oportunidad más para la comunicación y la extensión de los conocimientos científicos a la sociedad. Pero, como ya hemos señalado, no toda actividad de radio que se lleve a cabo en la universidad puede ser considerada como radiodifusión universitaria, como producción radial a nivel interno de la institución, prácticas radiofónicas y programas realizados en las universidades pero transmitidos en otras emisoras. Además, no menos importante es la necesidad de que los estudiantes universitarios tengan un canal de expresión vía radiofónica. Acerca de lo anterior, cabe destacar que la Universidad Iberoamericana ya cuenta con su propia emisora de radio en la frecuencia 90.9 F.M., que fue inaugurada formalmente el 7 de marzo de 2003, por el ex-presidente Vicente Fox Quesada.

De acuerdo con esto, cabe reafirmar que las radios internas, o sea, los circuitos cerrados de radio en las universidades no pueden ser considerados como radiodifusoras universitarias, debido a que no poseen una antena, un transmisor y una frecuencia en el dial, lo principal. De ahí que, se les considere como medios para que los estudiantes universitarios realicen ensayos de programaciones y prácticas radiofónicas. Con base en lo anterior, podemos decir que la radiodifusión universitaria desempeña una función importante en nuestro país, en el sentido de que es promotora del saber cultural, de la crítica social, por ello es un potencial medio de transformación del pensamiento del sector universitario y la sociedad en general. Es cierto, que la radiodifusión universitaria en México, al menos en la ciudad de México, ha sobrevivido con mucho esfuerzo y no ha tenido el éxito en comparación con la radio comercial, la que goza de altos *ratings*. La radiodifusión universitaria es un modelo de hacer radio que ha transitado por un proceso de estancamiento; de hecho, lo sigue estando en comparación con las radios que tienen los niveles de audiencia.

Asimismo, se puede distinguir que en el espectro de las radiodifusoras universitarias, existe la radio universitaria realizada y avalada por una determinada institución educativa del nivel superior y la radio universitaria -porque es hecha por estudiantes universitarios- que es no institucional, la que no está avalada por la universidad, por consiguiente es la que no sólo atiende las necesidades institucionales sino que aborda otros temas de interés social, incluso, sin censura institucional. Este tipo de radio coincide con los objetivos de la crítica y el análisis acerca de diversos acontecimientos económicos, políticos, sociales y culturales, que

conciernen al ámbito nacional e internacional. Dichas formas “libres” en que se puede realizar la radiodifusión universitaria, también han sido catalogadas como “radios piratas”, y no están registradas en la Secretaría de Gobernación debido a que operan de manera clandestina.

Así, el debate ahora gira en torno a la radiodifusión universitaria y a las prácticas radiofónicas que se realizan al interior de las instituciones de educación superior. En este sentido, como ya hemos mencionado, una radiodifusora universitaria es aquella que contiene una frecuencia en el cuadrante, como requisito indispensable para serlo, ya que el mismo concepto de radiodifusión alude a su carácter de masivo, grandes audiencias. Pero no es necesario ni imprescindible que deba abarcar a toda la ciudad o el estado en que se encuentra, ya que no todas las frecuencias de las radios universitarias de la ciudad de México abarcan a la misma. Radio UNAM no es la única radiodifusora universitaria, también existen otras instituciones del nivel superior que realizan actividades de radiodifusión universitaria. De esta guisa, otro aspecto fundamental de las radiodifusoras universitarias es que deben asumir un carácter académico y no político, porque la difusión que se hace del conocimiento científico y la cultura debe llevarse a cabo sin algún fin tendencioso ni de manipulación, como lo pudieran hacer otros medios de comunicación.

Con base en lo dicho anteriormente, se dejan ver dos cuestiones: la primera es el reconocimiento que las universidades realizan programas y actividades de radio aún sin tener una frecuencia en amplitud o frecuencia modulada, ya sea a nivel interno de la institución educativa del nivel superior o a través de otra emisora; y la segunda, es que existe una diferencia notable entre el concepto de circuito cerrado de radio en las universidades de la ciudad de México y la radiodifusión universitaria. Esto porque el primero alude a todo tipo de comunicación vía radial que se realiza dentro del recinto universitario y por ende con difusión a nivel interno. Para ello no se requiere estar registrado ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación.

Además, la radiodifusión universitaria hace referencia también a su carácter de difusión masiva, es decir, toda aquella producción que se lleva a cabo en la universidad y se difunde al exterior de la misma, de acuerdo con los fines de la función de difusión cultural y extensión universitaria de determinada institución de educación superior. Para ello, es imprescindible

contar con un transmisor, una antena y, consiguientemente, un lugar en el cuadrante aún sin la transmisión con una gran cantidad de watts.

De lo anterior, podemos decir que la radiodifusión universitaria es un instrumento tecnológico que busca tener un impacto social para la expresión y la difusión de la educación y la cultura universitaria. Su finalidad es difundir a los diversos sectores sociales los contenidos relativos a la educación, la cultura, el entretenimiento creativo, así como el debate de temas vinculados al interés nacional; ésta es una forma para promover una mentalidad crítica, reflexiva y propositiva, para transformar activamente el entorno. Así, la radiodifusión universitaria puede ser entendida como una oportunidad más para la difusión del saber y de la cultura de las universidades, así como un potencial medio para la educación.

2.8.8. Radio indigenista.

Como octava línea, encontramos la línea indigenista. Este tipo de radiodifusoras fue creada con la finalidad de contribuir activamente al desarrollo de los pueblos indígenas de México (Escamilla, 1992) incluyendo la transmisión de programas relacionados con la importancia de las lenguas indígenas, la cultura, las tradiciones, la educación, entre otras. La base teórica de esta línea de investigación así como su interés se concentra en el estudio crítico del emisor y receptor con respecto a los mensajes que envían y reciben, para transformar activamente a una cierta comunidad. El Instituto Nacional Indigenista –INI- fue creado el 4 de diciembre de 1948, durante la gestión del ex-presidente de México, Miguel Alemán, con el fin básico de investigar los problemas relativos a los núcleos indígenas y contribuir a su desarrollo. Así, las radios indigenistas tuvieron los siguientes propósitos:

- I) Elevar las condiciones de vida de las comunidades indígenas del país,
- II) Transmitir contenidos educativos relativos a aspectos del sector agrícola, pecuario, jurídico y de salud,
- III) Impulsar la expresión de las comunidades indígenas,
- IV) Apoyar los servicios de diversos organismos públicos,
- V) Fomentar la valoración de las lenguas indígenas,
- VI) Promover el uso de tecnologías apropiadas para el mejor aprovechamiento de los recursos naturales,

- VII) Estimular el mejoramiento de la salud de las comunidades indígenas,
- VIII) Difundir información acerca de aspectos de interés de las comunidades indígenas.

Por ejemplo, tenemos las siguientes emisoras: *La Voz de la Montaña* (Ramos, 2005), en Tlapa de Comonfort, creada en 1979, la cual fue la primera experiencia; más adelante es necesario destacar a *La Voz de Chontales*, en Nacajuca, Tabasco; *La Voz de la Mixteca*, en Tlaxiaco Oaxaca; *La Voz de la Sierra Tarahumara*, en Guachochi, Chihuahua; *La Voz de los Purepéchas*, en Cherán, Michoacán; *La Voz de los Mayas*, en Peto, Yucatán; *La Voz de la Frontera Sur*, en Las Margaritas Chiapas, entre otras (Toledo, 1998).

2.8.9. Radio política.

El interés de esta novena línea de investigación se centra en el impacto que tienen los programas de radio en la sociedad, con respecto a los mensajes políticos e ideológicos, para así dominar y manipular con mayor alcance a la opinión pública, que se conceptualiza como las actitudes, tendencias y preferencias de una sociedad hacia sucesos, circunstancias y cuestiones de interés mutuo. La forma típica de evaluar la opinión pública es mediante muestreo o sondeo. La base teórica de esta línea de investigación se funda en los estudios de la *Agenda Setting* -Establecimiento de la agenda- como conjunto de herramientas que contribuyen a explicar cómo los medios de comunicación (en este caso la radio) establecen en qué debe pensar el sujeto en cada día, como si fuera una agenda, y las consecuencias de formación ideológica del receptor.

2.8.10. Marco jurídico de la radio.

Se puede citar a la investigación referida a conocer cuál ha sido y cuál es el marco jurídico de la radio y su impacto en la sociedad. Asimismo, cuál es la efectividad de los órganos jurídicos para regular el comportamiento de la radio y los concesionarios, como la Ley de la Radio, Televisión, Prensa y Cinematografía. La base teórica de esta línea se dedica a explicar cómo se planean y producen los mensajes y cómo se interpretan en una sociedad determinada, así como los estudios comparativos entre los que se encuentra estipulado en la

ley y lo que los medios dicen, de ahí que pueda derivarse una gran variedad de conductas que pueden ser mensuradas por los estudiosos.

2.8.11. Influencia del receptor.

Por último, la línea de investigación número once, se encarga de explicar cómo el medio de comunicación es un medio de influencia significativa para el proceder de los sujetos. Entonces, el sujeto y sus opiniones se encuentran influidas por diversos tipos de mediaciones (Pacheco, 1996).

La base teórica de esta línea de investigación es quizá la más común en los estudios de comunicación, debido a que además de ser la forma tradicional también es la que ha tenido mayores seguidores, especialmente desde el punto de vista funcionalista. En esta lógica, la corriente Influencia Personal se encarga de estudiar la forma más eficaz y persuasiva para convencer a las masas de realizar tal o cual acción con objetivos definidos por el emisor, por ejemplo, el consumo irreflexivo de algún bien o servicio.

Así, podemos decir que las influencias individuales que tienen los seres humanos de sus semejantes, las rutinas de trabajo que dependen según sean las cargas laborales y el tipo de empleo, la forma de organización social que lleva a cabo tal o cual contexto social y las condicionantes económicas y políticas de un entorno cultural determinado históricamente, van determinando paulatinamente las características del emisor así como la conducta del receptor, (Martínez, 1995) estos a su vez producen y difunden mensajes cuyo contenido es, asimismo, influido por las condicionantes de los emisores; cada medio de comunicación (televisión, radio y prensa) ejerce su propia política comunicativa, social e ideológica, sin que necesariamente todas las televisoras o radiodifusoras o prensa compartan la misma pauta o línea de acción.

Los mensajes pueden ser preferentes, dominantes o alternativos, esto significa que el contenido que emanan los medios informativos tiene características definidas y públicos diferenciados entre sí; cada mensaje va dirigido a una determinada audiencia, a un público meta específico. El contenido puede ser referido a temas de economía, política, ventas de productos, cultura, sociedad, música, educación, etcétera; algunos mensajes tienen, además, la función de penetrar en el pensamiento de la sociedad y conformar o contribuir a que la colectividad se conforme una opinión sobre tal o cual tema.

Además, el contenido mediático puede tener una intencionalidad implícita o explícita, según sea la política comunicativa y su nexa con los sistemas de poder, por ejemplo, los sistemas gubernamentales, empresariales, religiosos. Por otro lado, como base teórica de esta línea se establece que la función del receptor está condicionada por las mediaciones cognoscitivas -los niveles de escolaridad y conocimiento-, las mediaciones familiares -la interacción con los parientes-, las mediaciones sociales -el contacto con los compañeros de trabajo, los amigos- y las mediaciones institucionales -la influencia de las ideas y los mensajes de la iglesia, la universidad, por ejemplo, en los individuos-. De todo ello dependerá cuán grande o pequeño sea el entendimiento del mensaje por parte de los sujetos.

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO.

A continuación se explica el marco metodológico que regula a al presente investigación, para efectos de poner de manifiesto al diseño, construcción y aplicación de la presente.

3.1. Diseño de investigación.

La presente investigación es esencialmente de carácter documental y de campo vinculando la teoría con la práctica, con análisis cuantitativos y cualitativos, en virtud de lo cual se fue indagando no solo en bibliotecas, sino en todo aquél lugar en el cual se pudo recuperar información y datos completos, a partir de lo cual fue posible obtener el fichero de documentos y el procesamiento de los datos, que permitió recoger, procesar, clasificar y analizar la información.

3.1.1. Diseño y construcción de la investigación.

Fue necesario utilizar la reconstrucción histórica y teórica, a partir del fichero documental.

Reconstrucción histórica. Ya habiéndose tenido claro la base del estado del arte así como las líneas de investigación más convenientes, se elaboró un diseño de los antecedentes mexicanos de la radio para efectos de situarla y contextualizarla, así como también clasificarla en términos de la legislación en la materia, en categorías tales como: radio permitida, concesionada, estatal, pirata, por internet y otras.

Reconstrucción teórica. A partir de tener los elementos históricos, hizo falta asir al objeto de estudio una descripción y análisis más amplio con respecto a las miradas teóricas que han constituido el estudio de las radio y de hecho de los medios de comunicación masivos en general, lográndose así la descripción y análisis de los diferentes modelos teóricos. el flujo de la comunicación en dos pasos, usos y gratificaciones y *agenda setting*. Todo lo cual permitió tener las bases suficientes para identificar al contexto histórico y teórico que subyace a las investigaciones sobre radio.

3.2. Población y muestra.

La población fue constituida por diversos materiales del orden documental, digital, biblio y hemerográfico, de lo cual se extrajo una muestra representativa de 55 -cincuenta y cinco fuentes- seleccionadas con los criterios indicados, que se distribuyeron de la siguiente manera: 17 –diecisiete- tesis de posgrado; 18 –dieciocho- libros o bibliográficas; y, 20 –veinte- artículos arbitrados. Ya se ha expresado, que el objeto de estudio que estructura a esta investigación se hace consistir en el contenido educativo de la radio y el campo o parcela de investigación es el estudio analítico y documental de las investigaciones educativas versadas en radio.

3.2.1. Investigación documental.

La metodología utilizada consistió en recolectar la información y materiales, cada fuente fue analizada y con base en esto se armaron subclasificaciones y su análisis, y posteriormente se realizó una crítica general. Dicha recopilación que fue a nivel nacional e internacional, se procesó la información y esta fase de la investigación impulsó a tomar la decisión de seguir el método que a continuación se detalla:

El primer paso fue llevar a cabo la búsqueda de información documental en bibliotecas y centros de consulta. Se procedió a buscar bibliografía relevante y dentro de la delimitación temporal (2002-2012).. Al respecto, cabe decir que de las bibliotecas consultadas, el resultado fue medianamente satisfactorio en cantidad, porque de los materiales recolectados y analizados en su mayoría fueron tesis de posgrado; muy útiles. El objetivo de esta etapa fue armar primeramente la base de datos, pero los resultados eran todavía incipientes; habría que buscar más fuentes. Incluso, diversas instituciones educativas no cuentan con un estado del arte de las investigaciones en aplicaciones de la radio, ni antes ni durante el período delimitado. Apenas se habían detectado 15 obras.

También se llevó a cabo la búsqueda de información documental en la *world wide web*. Dado que todavía no era factible cerrar la búsqueda, fue necesario hacer uso de los recursos electrónicos y digitales, así que se investigó en los siguientes índices especializados y buscadores internacionales de revistas y materiales arbitrados. Hasta aquí fueron horas, días y meses completos de investigación y revisión. Se prolongó esta fase de recopilación debido a que las producciones académicas sobre el tema referido no son proliferas. Gran parte de estos

buscadores cruzaban información y arrojaban el mismo resultado de la búsqueda; también, hubo documentos sin datos completos o que no se podían apreciar en su totalidad; y fueron descartados. Se lograron resultados satisfactorios sobre todo por el buscador llamado: Red de Revistas Científicas de América Latina, El Caribe y Portugal –Redalyc-, del cual se extrajeron gran parte de los artículos arbitrados. Ya con esta búsqueda se contaba con cerca de 61 - sesenta y un- fuentes documentales. Incluso se había enviado *e-mails* —los cuales fueron contestados— a amigos en Tokyo, Osaka y Okinawa, en Japón, país en el que estuvo el autor de esta investigación en el año 2006, realizando una estancia de capacitación e investigación, patrocinada por el Gobierno Japonés. Ha sido de gran ayuda, apoyo y utilidad el recurso de *internet*.

Fue satisfactorio, porque ya tenía documentos de universidades de Francia, Australia, Japón, España, Canadá, Estados Unidos, México, Cuba, India, Irak, Senegal, entre otros; ya estaban prácticamente cubiertos los cinco continentes: América, Europa, África, Asia y Australia. Claro, habría que procesar, seleccionar, clasificar y discriminar los materiales. Sin embargo, era necesario buscar más. Dentro de este proceso, estaba seguro que se podrían recuperar más documentos que arrojarían indicios favorables.

Búsqueda libre y “(des)ordenada” en *internet*. Ya con lo que se identificó, se instauró otra “pesquisa” de manera libre, ordenada y desordenada en la *web*, en la inteligencia de encontrar algún material, fuera tesis de posgrado, libro o artículo arbitrado o sin arbitrar. Hubo que esperar algún tiempo, pero se encontraron otros materiales, entre libros y tesis de posgrado. De hecho, ya no había más información que buscar, se habían agotado ya los recursos electrónicos. Se tenía cerca de ochenta materiales. Habría que buscar en todos lados, cualquiera que estos fueran o estuvieran, como imperativo de acuerdo al método dictado por los autores anteriormente señalados.

3.2.2. Criterios de selección de la muestra.

Como ya se ha mencionado, la metodología destinada al diseño y construcción del estado del arte es esencialmente documental. Elaborar el presente estado del arte ha implicado definir los criterios de selección de la muestra representativa que fue un imperativo metodológico, a saber: selección de libros, tesis de posgrado o artículos de revistas que han

sido arbitrados —Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe y Portugal – REDALyC-.

Una vez hecho esto, se tomó la decisión de pasar a la fase metodológica de análisis por sectores, es decir, de acuerdo con cada uno de los cinco enfoques teórico-metodológicos encontrados. Cabe destacar que, los artículos citados en el rubro respectivo, se encuentran adscritos a la Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal – Redalyc-, Sistema de Información Científica.

3.3. Instrumentos.

Se definen como los dispositivos que sirvieron de base para recolectar la información antes de ser procesada y analizada de manera crítica en esta tesis doctoral.

3.4. Técnicas y métodos.

La técnica de investigación con mayor realce fue la referida al fichero documental, como auxiliar del método crítico utilizado en esta investigación, para coleccionar, seleccionar y procesar la información aquí analizada.

3.4.1. Técnica de fichaje y clasificación de la información.

Ya en esta fase, fue necesario asumir la decisión metodológica de clasificar la información hasta aquí recabada. Se elaboraron 55 -cincuenta y cinco- fichas numeradas con base en los criterios en virtud de los cuales se fichó y clasificó teniendo en cuenta: 1) Autor; Adscripción del autor; 2) Tipo de producto: artículo/ponencia/ capítulo de libro/ libro/ tesis/ informe de investigación/ otro; 3) Título de producto, art., o capítulo; 4) Periodicidad; 5) Título de revista o libro; 6) Lugar de publicación y/o base de datos en que está publicado; 7) Editorial o institución que publica; 8) Fecha de edición; 9) Colección; 10) Biblioteca /clasificación; 11) Resumen; 12) Palabras clave; 13) Problemas o temas abordados; 14) Objetivos/ hipótesis / preguntas de investigación; 15) Corrientes, enfoques o tradiciones teóricas en las que se inscribe; 16) Metodología; 17) Hallazgos/ conclusiones/ propuestas; 18) Paginación.

3.4.2. Vinculación con el trabajo de campo.

Los elementos históricos y teóricos ya expuestos brindan los elementos para reflexionar en esta forma metodológica de proceder. Ahora es necesario asumir la decisión de poner de manifiesto los materiales recabados y ya clasificados “en bruto”, es decir, puros y sin tratamiento alguno, de entre los que destacan tesis de posgrado, libros y artículos arbitrados, no sin realizar algunas anotaciones metodológicas preliminares y tabulación de datos. Dentro de los descubrimientos y diseño de fichas se decidió incluir el apartado Referencias a la educación formal, no formal e informal, que se refiere a tipos de educación con el fin de esclarecer al lector a qué se refiere cada una debido a que los estudios encontrados se basan en uno o dos tipos educativos.

3.5. Procesamiento de datos.

Es pertinente mencionar lo siguiente, con el fin de abundar con respecto a la importancia que tuvo el procesamiento de la información, así como la lectura y revisión de diversas fuentes para efectos de determinar la orientación que ha tenido la investigación educativa en el sentido del interés hacia la comprensión de la utilidad del medio ya sea como herramienta o estrategia educativa.

3.5.1. Comienzo del procesamiento, lectura y revisión.

Se comenzó la revisión de la siguiente manera: lectura y procesamiento de la información para saber si cumplían con los criterios de selección anteriormente señalados, a saber: procedencia científica, fuentes arbitradas, de 2002 a 2012, referidas al tema de las aplicaciones educativas de la radio, tener el carácter de artículo, libro o tesis de posgrado y con argumentos y resultados rigurosos. Cabe recordar que, la perspectiva metodológica se hizo consistir en analizar las formas ideológicas y los procesos en virtud de los cuales las emisiones y contenidos de la radio cobra significación y vigencia en la conformación de la ideología, los sistemas de símbolos en interacción, destacando primordialmente que la cultura es un conjunto de estructuras de significación socialmente establecidas en virtud de las cuales la gente hace cosas (Geertz, 1987).

Así, los estudios de etnografía sobre radio educativa han versado en observar los efectos producidos por las radios comunitarias con base en actitudes (Jociles, 2008), y datos

que recaban indicios de las costumbres, creencias, mitos, historia, lenguaje, necesidades educativas e interpretación de los contenidos radiales. Se destaca así, que la metodología fue esencialmente cualitativa, como forma de conocimiento del modo de vida y las prácticas construidas culturalmente de algún agregado social, durante un cierto período de tiempo a partir de la observación participante, las entrevistas, documentos informales, de acuerdo con el espacio, acto, actores, actividades, acontecimientos, objetos, rituales, tiempo, emociones, finalidades, para efectos de registrar una imagen realista de los efectos de la Radio educativa y cómo a partir de ésta se puede transformar y re-significar la realidad (Giddens, 2006).

De acuerdo con la anterior metodología, se analizaron los significados que iban transmitiéndose en relación recíproca entre la audiencia entre sí y para con los emisores, quienes eran sujetos involucrados directamente en los asuntos de las comunidades y localidad. Cabe destacar que este tipo de radios con frecuencia tienen problemas presupuestarios para seguir ejerciendo sus labores, las cuales han surgido a partir de la constante necesidad educativa con relación a aspectos vinculados estrechamente con problemas sociales de la comunidad.

Cabe destacar que, el resultado final, una vez elaborado todo el desarrollo anterior, fue necesario realizar un balance crítico del estado del arte, destacando la importancia así como las fronteras de la presente investigación, las tendencias y la reflexión crítica de lo hecho, además de explicar algunas recomendaciones a las perspectivas funcionalistas, dialéctica-crítica, hermenéutica, análisis de contenido y etnografía, dándose vista de datos tabulados y procesados.

Posteriormente, tuvo lugar la redacción de fuentes. Se comenzó la redacción de todo el cuerpo argumentativo de acuerdo a la ilación y coherencias establecidas desde un principio, así como de las fuentes y materiales utilizados. Y por último, se elaboró la Revisión general. Se procedió a la revisión general y específica de cada argumento planteado según los capítulos correspondientes. Lo antes expresado constituyeron los pasos principales, en virtud de los cuales se llevó a cabo la -re-construcción permanente del estado del arte.

3.5.2. ¿Herramienta o estrategia?

Se ha investigado a la radio desde esta perspectiva con un enfoque de estrategia, es decir, con base en los impactos formativos y formas de organización social a nivel de toda la comunidad y que éstas son generadas a partir de significados y símbolos que a su vez son fuente de construcción y producción de sentido de la vida. Las ventajas radican en que a partir del estudio de la subjetividad humana generada por la radio es factible elaborar interpretaciones versadas en las re-significaciones que los sujetos hacen de la cultura y la comunidad y la desventaja es que es necesario no solo quedarse en el reconocimiento sino en la propuesta de planes de transformación social.

Algunos nuevos enfoques derivados podrían ser complemento para futuras producciones académicas, estas son: hermenéutica-culturalista, etnografía de la comunicación, antropología del sonido, etnomusicología, semiótica de la radio y la antropología de la recepción radial. A partir de las investigaciones seleccionadas y detectadas, se ha percibido que prácticamente todos los estudios tienen la intención de definir la difusión cultural y la extensión universitaria para relacionarla con la educación no formal, en la cual se ubican generalmente los análisis de la radiodifusión. Primeramente, conviene hacer referencia a la difusión cultural y luego analizar la extensión universitaria, para posteriormente realizar la fusión de conceptos. El tratamiento otorgado a la difusión cultural se orienta hacia la expansión del saber y del conocimiento científico y artístico que es producido en las instituciones de educación superior, con el fin de que la comunidad universitaria, otras universidades y la sociedad en general puedan recibir y tener los beneficios de la cultura.

La extensión universitaria es un aspecto también académico y no menos importante y debe estar en coordinación directa con la docencia y la investigación. La extensión universitaria es la expresión del conocimiento de las instituciones de educación superior y el vínculo con la sociedad. Esta actividad es interdisciplinaria y con una amplitud cultural y se entiende como el conjunto de acciones educativas dirigidas en forma accesible a la diversidad de sectores sociales. Precisamente, la extensión universitaria tiene como fin extender los conocimientos y el saber científico así como el patrimonio cultural a través de acciones coordinadas para lograr la mayor cobertura posible.

El quehacer de la extensión universitaria, expresa y pone al alcance de la sociedad en general aspectos políticos, científicos, económicos, sociales y artísticos, a través de acciones como cursos de capacitación para el trabajo, conferencias dirigidas a la actualización profesional, así como proporcionar toda una serie de eventos culturales con función didáctica encauzados a estimular el desarrollo humano y social; donde la difusión cultural y la extensión universitaria se consolidan y se realizan desde la educación no formal. Así, cabe poner de manifiesto que en los estudios consultados la difusión cultural y la extensión universitaria son un binomio inseparable que realiza una función cultural ante el espectro social, lo cual demuestra uno de tantos vínculos necesarios entre la universidad y la sociedad.

La difusión cultural implica todo el bagaje de conocimientos y saberes científicos y artísticos que se crean en la universidad; y la extensión universitaria es, precisamente, las formas en que esa producción cultural que se hacen en la universidad se divulgan vía principalmente, por los medios masivos de comunicación, como la radio, la prensa y la televisión. Por ello, la difusión cultural penetra en la población gracias a las actividades que hacen posible extender los saberes a la sociedad, de ahí que difusión cultural y extensión universitaria sean un binomio inseparable. Por ello, se tiene presente que la función de difusión cultural y la extensión universitaria es un proceso permanente que consiste en emitir mensajes con sentido cultural para la sociedad y coadyuva activamente en el fortalecimiento intelectual de la propia universidad, además de otros sectores sociales.

Ahora bien, se ha dicho unos párrafos atrás que un aspecto clave es que la educación no formal es una expresión de la difusión cultural y la extensión universitaria. Como ya se ha señalado, la educación no formal consiste en todo tipo de eventos y programas pedagógicos que tienen como objetivo generar diversos aprendizajes en un determinado público y la sociedad en general, lo cual puede llevarse a cabo a través de las emisiones liberadas por los medios de comunicación masiva. Entonces, podemos decir que existe un proceso comunicativo en la educación no formal. Esto porque el proceso comunicativo se da por medio de los mensajes emitidos, desde un emisor a un receptor, con fines específicos; y esto inscrito en la educación no formal se ilustra porque en ésta los contenidos transmitidos no están incorporados rigurosamente a un currículum ni necesariamente avalados por el Estado, sino son emanados con cierta libertad, en este sentido. Por ejemplo en la radio, se da de una

manera ágil a través de las ondas hertzianas que viajan por el aire para tener una amplia cobertura en la nación. La radio es el medio que mayor penetración puede ejercer en el mundo, y por consiguiente puede servir para difundir mensajes educativos, que fomentan la conciencia y así contribuir a la eliminación del rezago educativo social.

La intencionalidad educativa que los estudios revisados le han otorgado a la radio ya sea como herramienta o estrategia educativa, puede coadyuvar como instrumento de actualización profesional y ofrecer nuevas perspectivas intelectuales para interpretar con mayor claridad y profundidad los sucesos del entorno. De esta guisa, también a la televisión se le puede ver desde una óptica educativa; a partir de la amplia y variada programación televisiva del Canal 11, 22, por ejemplo. El grueso de las investigaciones seleccionadas identifica la investigación y aportes de la radio, dentro del espectro de la educación no formal vía medios, como aquella que advierte la necesidad de contribuir al enriquecimiento educativo y cultural de la colectividad, transmitiendo programas que atiendan temas de interés nacional e incluso impartir clases, cursos académicos y talleres, vía radio o televisión. Por ejemplo, Radio Universidad ha transmitido programaciones en las que se imparten materias escolares para enseñar diversos contenidos e incluso idiomas, además de programas que contribuyen al enriquecimiento educativo de la sociedad.

Las ventajas que ofrece esta modalidad educativa son variadas. Por ejemplo: dada la gran cobertura de la radio, extiende el saber y el conocimiento, incluso hasta los sectores más lejanos; no requiere la presencia del sujeto en un aula, quien generalmente labora de tiempo completo; proporciona un ahorro sustancial en la compra de materiales escolares y viáticos de traslado; adecuación en el tiempo y espacio del receptor; se pueden realizar al mismo tiempo otro tipo de actividades que no requieran niveles altos de concentración; entre otras. Cabe señalar que ésta no es una estrategia pedagógica cuyo objeto sea fomentar la pasividad y falta de interés en el proceso de enseñanza-aprendizaje, sino promover un mayor número de oportunidades educativas para quienes no tienen los recursos para estudiar la educación formal, por ejemplo en una Institución, o para quienes deseen emplear con un sentido de aprendizaje y enriquecimiento educativo su tiempo libre.

Sin embargo, también el hecho de estudiar y aprender en esta forma implica una gran exigencia: la autodisciplina, la responsabilidad y la perseverancia para llevar a su término la materia impartida, si es el caso, o para asimilar con profundidad el contenido educativo. Asimismo, se requiere la habilidad del autodidactismo, es decir, ser capaz de aprender por cuenta propia.

Respecto al grado de aprendizaje adquirido por el receptor, no demerita el hecho de que no haya asistido y presentado las evaluaciones en un aula. En algunos planes de estudio que contienen programas radiofónicos, las evaluaciones del nivel de conocimientos acerca de tal o cual curso radiofónico, por ejemplo, se realizan en un determinado centro educativo; en otros casos no existe tal proceso para asignar calificaciones, sino el mismo receptor internaliza lo que considere de mayor importancia del curso o la serie, tal es el caso de la educación no formal; lo cual complementa el proceso de enseñanza-aprendizaje llevado a cabo en el aula, lo principal. Lo que resalta en este tipo de procesos educativos es la capacidad del educando para aprender vía los medios de comunicación masiva.

Un hallazgo notorio que cabe resaltar de las investigaciones realizadas, alude a que la radiodifusión universitaria se constituye en un medio de difusión de la cultura, y que las instituciones universitarias la llevan a cabo a través de actividades académicas que se desarrollan en tres ámbitos: la docencia, la investigación, la difusión cultural y extensión universitaria, en la que se inscriben las labores de radiodifusión universitaria. Entonces, como ya se mencionó, la función de difusión cultural y extensión universitaria, consiste en transmitir los continuos avances en materia de investigación, las recientes innovaciones en el terreno humanístico y tecnológico; además de debates, análisis, reflexiones y propuestas acerca del contexto.

Así, como parte de dicha importante función, la radio producida desde la universidad debe ser la expresión de ideas, reflexiones, críticas, análisis y propuestas para interpretar con mayor claridad y profundidad la diversidad de temas y el contexto. Además, puede servir como una herramienta educativa, material didáctico o como medio de expresión. Entonces, las actividades de radiodifusión universitaria pertenecen al rubro de la educación no formal, la que

abarca todo tipo de programas pedagógicos que tienen como objetivo generar diversos aprendizajes.

Este tipo de enseñanza advierte la necesidad de contribuir al enriquecimiento educativo y cultural de la colectividad, a través de programas que atiendan el interés nacional e incluso de impartir clases, cursos académicos y talleres, vía radio o televisión. Por ejemplo, Radio Universidad ha transmitido programaciones en las que se imparten materias para enseñar diversos contenidos, como: *Espacio universitario, Diálogo jurídico, Impulso humano, La ciencia al día, En la ciencia, El blues inmortal, La ciencia para todos, Se regala cascajo, Clérigos, juglares y trovadores, La música en la vida, Los bienes terrenales, Pensamiento musical en la historia, Saint John's Wood los Beatles, Concierto OFUNAM, En alas de la trova yucateca, Caminos del ayer, Cien años de tango, Buen provecho*, entre otros. En este sentido, estas emisiones radiales significan nuevas oportunidades y medios didácticos para suscitar en la población una mejor comprensión acerca de las diversas situaciones del entorno.

Así, la existencia de las radiodifusoras universitarias cobra importancia en la medida en que sus mensajes pueden llegar a sectores lejanos, y por ello se convierte en potencial transmisor de contenidos, culturales, científicos. De esta manera, el beneficio que recibe la sociedad es la recepción de programas del interés nacional, lo que le proporcionará elementos críticos y reflexivos para interpretar con mayor amplitud y profundidad su entorno y así transformarlo creativa y activamente. También, cabe indicar que la radiodifusión universitaria no tiene fines lucrativos, ya que no transmite anuncios comerciales que incitan al consumo, sino se dedica a difundir el conocimiento producido en las universidades, la cultura y diversas opiniones acerca de los acontecimientos de interés social y nacional.

En contraste, la radio comercial se rige por las dinámicas del mercado, por los intereses mercantilistas que sólo benefician a unos cuantos; en contraste, la radiodifusión universitaria es democrática pues sus contenidos abordan aspectos de interés social, lo cual suscita el pensamiento crítico, analítico, reflexivo y propositivo. Asimismo, es el medio que permite el ejercicio de imaginar, de comprender y analizar con amplitud y profundidad el entorno, de innovar formas de pensamiento y acción. Lo positivo de esto es que cuando

escuchamos ideas, palabras, nuestra capacidad de reflexionar y abstraer diversos tópicos puede desarrollarse potencialmente.

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS.

4.1. Resultados obtenidos.

El principal resultado obtenido se hizo consistir en la detección de cinco enfoques con que se ha estudiado a la radio educativa, a saber: funcionalismo, dialéctica crítica, hermenéutica, análisis de contenido y etnografía. Su comportamiento se refleja a continuación:

1) Del total de 55 documentos investigados se identificaron 8 estudios relativos a la perspectiva funcionalista, lo cual fue equivalente al 14.55% del universo.

2) Del total de 55 se identificaron 31 estudios relativos a la perspectiva dialéctica-crítica, lo cual fue equivalente al 56.36% del universo.

3) Del total de 55 se identificaron 4 estudios relativos a la perspectiva hermenéutica, lo cual fue equivalente al 7.27% del universo.

4) Del total de 55 se identificaron 9 estudios relativos al análisis de contenido, lo cual fue equivalente al 16.36% del universo.

5) Del total de 55 se identificaron 3 estudios relativos a la perspectiva etnográfica, lo cual fue equivalente al 5.45% del universo.

Asimismo, se ha descubierto lo siguiente:

- 22 investigaciones, el 40% estudia a la radio en el ámbito no formal;
- 28 investigaciones, el 50% estudia a la radio en el ámbito informal;
- 5 investigaciones, el 10% estudia a la radio en el aspecto formal.

De aquel total de 55 fuentes se sigue:

- 8 utilizaron metodología cuantitativa, el 14.54%
- 47 utilizaron metodología cualitativa, el 85.45%

Ahora bien, cabe destacar que dentro del mismo universo se tiene lo siguiente:

- Investigación de la radio como estrategia: 43, el 78.18%
- Investigación de la radio como herramienta: 12, el 21.82%

Han sido 17 países (cinco continentes) consultados, y de acuerdo a sus lenguas, se tiene lo siguiente: español 9, el 16.36%; inglés 6, el 10.91%; francés 4, el 7.27%; y portugués 1, el 1.82%.

4.2. Discusión.

Obtenidos los resultados anteriores se procedió al análisis con respecto al tratamiento que se le otorgó a cada una de las perspectivas detectadas en la investigación educativa-radiofónica. Sin embargo, cabe destacar que una reflexión generalizada y extraída a partir de la revisión de los materiales objeto de estudio, reflejó que tanto las investigaciones funcionalistas, dialéctico-críticas, hermenéuticas, analistas de contenido y etnográficas ofrecían situar sus análisis en una mayor diversidad de realidades en las que se encuentra inmersa la radio, por ejemplo: en la escuela como herramienta o estrategia, campo, familia, relaciones de pareja, en internet, etc.

Las nuevas investigaciones en radio necesitan partir de análisis todavía más concretos y generados a partir de la realidad, como la base para la manifestación y desarrollo de alguna acción, quehacer, hecho, fenómeno, interacción social. Así, es imprescindible ubicar con mayor claridad sus objetos de estudio y así lograr una interpretación de mayor alcance y profundidad directamente relacionada a las condiciones inmediatas en las que se gesta y manifiesta la producción y emisión de mensajes radiofónicos. De acuerdo con lo anterior, se puede comentar que la realidad es el espacio de la vida en el cual se establecen las condiciones de producción de las realidades sociales y es ahí en donde converge la historia —entendida como las experiencias pasadas que se vuelven el presente— y las condiciones específicas y concretas que marcan, caracterizan y encuadran el surgimiento de un hecho.

Entonces, el proceso de entender la realidad radiofónica es el punto de partida para conocer cómo se manifiestan, se desarrollan los mensajes radiofónicos. La realidad sirve para ubicar las circunstancias espacio-temporales que constituyen el marco en el cual se desenvolverá la realidad que se ha convertido en objeto de estudio, involucrando así no solo al mismo objeto de estudio, sino también a las condiciones y variables circundantes, para encontrar las relaciones de sentido, cómo se producen y se remiten los significados y de qué dependen. La realidad actual es el contexto de operación de alguna realidad determinada por los sujetos y el tiempo, dentro del contexto de la globalización. Entonces, uno de los elementos a destacar es que la necesidad de incluir en las investigaciones en radio aquellas condiciones

contextuales de producción de los mensajes que se dan a partir de las ideas principales y significados que influyen directamente en la producción de acciones sociales.

Las producciones radiofónicas se centran en la comunicación del conjunto de contenidos dirigidos a un *target* definido: las familias mexicanas, con el objetivo de que conozcan una serie de consejos prácticos para resolver de la manera más adecuada posible las exigencias que presenta la realidad. Así, estas comunicaciones nos remiten invariablemente a sus emisores y supervisores, que son: La Secretaría de Gobernación –SEGOB- a través del Instituto Mexicano de la Radio -IMER-. Dichas instituciones oficiales constituyen la directriz que marca las condiciones de producción radiofónica que se desea transmitir únicamente a nivel empírico, así como las condiciones contextuales y la totalidad de las actividades dirigidas a la producción de mensajes radiofónicos, siempre a partir del significado oficial, gubernamental, legitimado, con jerarquía de superioridad ante los ciudadanos.

En este sentido, se ha percibido de las diversas investigaciones analizadas, que uno de los intereses de investigación se encuentra vinculado con las condiciones temporales y espaciales para la producción de las comunicaciones radiofónicas y su relación con los emisores comerciales del cuadrante. El capitalismo se torna como un eje central que articula las acciones y los significados de la vida cotidiana, se encuentra directamente dirigido a manifestarse de diversos modos, pero todo se encuentra dirigido a convocar a la gente para que realice un acto de consumo, debido a que el consumo es parte inherente, condición ínsita, de la cotidianidad contemporánea y actual. Ya en el apartado versado sobre radio, se ha podido ver cómo la historia de la radio, así como el conjunto de experiencias que implicó su instauración, han sido guiadas por las condiciones que aseguran su reproducción permanente, lo que alimenta todavía más el consumo y el diseño de sujetos orientados a realizar actos consumistas. La prueba contundente es que se ha elevado el nivel de consumo hoy en día, debido a las avasallantes campañas de publicidad y propaganda de las industrias y compañías transnacionales.

Una vez ya instalados e inmersos en el contexto actual, se ha percibido que los diversos objetos de estudios de las fuentes analizadas, se instalan en las condiciones económicas, políticas y sociales de una sociedad determinada. En esta dinámica investigativa se ha confirmado que la investigación en radio no ha buscado otros objetos de estudio como el

potencial formativo derivado de sus emisiones, y se ha estancado en estudios de audiencia o análisis de la producción del contenido, desde las perspectivas funcionalista y crítica. Las tendencias aquí expuestas marcan que los estudios radiofónicos son aisladas y se perfilan hacia el estudio de la audiencia para efectos de lograr un aprendizaje rápido, mecánico y no concientizador; se ha detectado que no es lineal, porque las tendencias que marcan los estudios radiofónicos aún a pesar de que son aisladas y se perfilan hacia el estudio de la audiencia para efectos de lograr un aprendizaje rápido, mecánico y no concientizador, también se distinguen en mayoría estudios que gravitan en el espacio de la extracción dialéctica-crítica que preconiza la transformación del entorno hacia el bien común, la crítica, la participación y la toma de conciencia.

De la misma manera que el caso anterior, cabe señalar que el uso educativo que se le ha dado a la radio ha sido como transmisor de contenidos generales sobre temas variados y no con base en ejes articuladores de conocimiento y concientización. Ante lo cual cabe aclarar que sí ha habido esfuerzo y desarrollos investigativos tendientes a que la radio con sentido educativo no se haga consistir en un mero transmisor de saberes sino también —desde el punto de mira dialéctico-crítico y etnográfico— agente generador y transformador de las prácticas sociales así como del cúmulo de significados y formas de organización social que de ésta se derivan. Se concluye que a partir de las producciones académicas, el estudio de la radio a pesar de haber sido reproduccionista ofrece ejes problematizadores que aún no han sido investigados, tales como: la ciberradio educativa -desde internet- y su impacto formativo y las maneras de organización social que de ahí se generan, la participación en el ciberespacio de comunidades ciberescuchas, elaboración de estados del arte todavía más específicos que el presente, el impacto formativo de la radio en la audiencia segmentada y los hábitos y construcciones de sentido que se construyen a partir del contacto permanente con el sonido, la palabra, el silencio, el tono de voz y los temas abordados -contenido-.

En el mismo sentido, cabe destacar que otros nuevos enfoques que las futuras producciones académicas tienen un campo fértil de desarrollo en los siguientes ámbitos: hermenéutica-culturalista y educativa de la radio, etnografía de la comunicación radiofónica con sentido educativo, antropología del sonido, etnomusicología a partir de contenidos radiales, semiótica de la radio educativa y la antropología de la recepción radial. Por lo antes expresado,

cabe mencionar que es necesario que los futuros estudios y producciones científicas en el ramo que es materia del presente, dejen de considerar a la radio como una prueba piloto o un mero experimento, esto debido a que la eficacia del medio masivo de turno ha sido probada en cuanto a cobertura y fomento a la imaginación y razonamiento en los radioescuchas.

Las reflexiones que surgen a partir de lo ya hecho hasta ahora, refiere a que la producción científico-social en usos educativos de la radio no es prolija es reproduccionista debido a que la tendencia investigativa en el estudio de la radio educativa y sus usos desde el 2002 hasta la fecha muestra preferencias para ser abordada desde el funcionalismo, dialéctica-crítica, hermenéutica, análisis de contenido y etnografía, y analiza objetos de estudios similares y con los mismos enfoques, además de que no existe una vinculación ni congruencia —que muestren el mismo objeto o cómo evolucionan los objetos de conocimiento— entre las producciones del ramo con las comunidades científicas y difusión a la sociedad en general. Es necesario que pululen más metodologías como la interaccionista simbólica, la investigación acción —porque hay ausencia de éstas—, para enriquecer los planteamientos hasta aquí elaborados.

No hay estudios que aborden el potencial formativo de la radio; prácticamente todos las investigaciones consultadas analizan estudios de caso, con base en algún objeto empírico, pero poco se ha hecho con respecto a investigar para teorizar y construir una teoría radiofónica a partir del mismo concepto de la radio. Se ha percibido, asimismo, que la misma normatividad mexicana necesita reconsiderar las clasificaciones legales que hace de la radio y ampliarlas, debido a que el desarrollo y evolución que ha experimentado el medio radial no sigue siendo el mismo con respecto al de hace 50 años. Por otro lado, además de no existir un financiamiento o patrocinio o apoyo del estado a las radios comunitarias, por ejemplo, tampoco lo hay para las actividades de investigación en el ramo; ni se ha identificado algún reconocimiento por parte del estado a dichas radiodifusoras que complementan y con frecuencia suplen al estado mexicano en esta labor.

En otro orden de ideas, es necesario que se generen líneas de investigación con respecto al uso de la radio dentro de la educación formal, es decir, como parte del *pensum académico* para efectos de enriquecer la enseñanza-aprendizaje y la capacidad de investigación de los alumnos, desde el nivel básico hasta el superior; si fuera así, se reportarían avances y se extraerían todo el potencial pedagógico y formativo que entraña la radio. La

mayoría de las investigaciones en radio abordan objetos de estudio que gravitan en el espacio de la educación no formal e informal.

Hay muy pocos estudios que analizan a la ciberradio educativa desde internet, su impacto formativo y las formas de organización social que se generan, así como la participación en el ciberespacio de comunidades ciberescuchas. No hay estados del arte de los medios y ntic's con respecto a las posturas vigentes con que se analiza teórica y metodológicamente a la prensa, televisión, cine, internet y nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Se ha descuidado a la investigación en radio por motivos de inercia de lo que hoy sigue siendo novedoso: las ntic's, esto sin reparar en que la radio todavía es el medio que tiene mayor cobertura en el mundo. De igual manera, dada la oscuridad o ambigüedad con que la ley prevé a la radio educativa, es imperiosa la proliferación de producciones académicas con respecto a nuevas propuestas a la normatividad vigente en el ramo para efectos de reclasificar o ampliar las clasificaciones ya existentes de la radio e incluirlas, con mayor énfasis, como parte de la política educativa —incluyendo financiamiento para investigación y sostenimiento de las emisoras con carácter filantrópico— en los tres órdenes de gobierno: federal, local y municipal.

Asimismo, cabe concluir que a través de la lectura y revisión de los materiales seleccionados, se desprende que la educación, la radiodifusión y la difusión cultural son un trinomio inseparable que ha servido como eje rector de los análisis y la producción de la investigación educativa de la radio. En este trabajo, se considera conveniente aludir a la radiodifusión desde la perspectiva de la educación no formal, en especial a la radiodifusión universitaria, como un medio que puede utilizar la educación para emitir mensajes pedagógico-didácticos, y así promover la reflexión en la sociedad y la comunidad estudiantil, acerca de diversos temas y situaciones de actualidad. Precisamente, la radiodifusión debe tener ese fin: la transmisión de contenidos educativos. La radio es un medio de fácil acceso y de gran cobertura para emitir tales mensajes y que éstos sean escuchados por diversos sectores de la sociedad, incluso los más lejanos y desfavorecidos. La radio es un medio que ofrece múltiples beneficios en el ámbito social y educativo.

Los programas radiofónicos con fines educativos cobran importancia en la medida en que el radioescucha procesa, reflexiona y analiza los mensajes emitidos, para lograr la transformación de su pensamiento y acción. Lo que ahora más que nunca necesita la sociedad

mexicana son series radiofónicas que promuevan el desarrollo de una conciencia histórica, crítica y reflexiva en torno a la situación general del país y del mundo. No solo debemos rescatar el valor educativo e informativo de la radio, sino también el de estimular el pensamiento y la imaginación. Al ser la radio un medio masivo que utiliza esencialmente el lenguaje, la palabra, la transmisión de ideas, impulsa o estimula activamente en el sujeto la capacidad de imaginar lo que está oyendo, recrear el pensamiento, crear fantasías para confrontarlas con la realidad y asociarlas con su vida cotidiana.

La radio es una extensión que utiliza el hombre para comunicarse con los demás, para despertar inquietudes, promover la interlocución reflexiva; debe ser un medio que propicie la discusión reflexiva y abierta de los problemas locales, regionales, nacionales, e internacionales. La radiodifusión es el medio que permite el ejercicio de la imaginación, comprender y analizar con amplitud el entorno en que vivimos, innovar formas de pensamiento y acción, y saber el rumbo del país. Es un elemento para la liberación de las conciencias, una opción para la transformación ideológica de los sujetos. Y eso es exactamente el ideal a que se orienta este trabajo: la formación de sujetos con un pensamiento libre y autónomo. La radio, por su amplia cobertura y ventajas, es un recurso eficaz para ello.

Toda esta emisión radial de conocimientos y de la cultura, se logra a través de una función sustantiva: la difusión cultural, que es una forma activa de comunicación, vía medios, la cual tiene como fin hacer llegar hasta los sectores más lejanos, si es posible, el bagaje cultural, educativo y científico emanado de las universidades. En la actualidad, la radio es considerada como el tambor que sonaba en las tribus primitivas y parece imposible escapar de la acción radial, ya que con el salario se pueden obtener no uno sino dos o más radioreceptores en casa. La música de fondo, la historieta, la radionovela, el radiodrama, el concurso, el noticiario, la charla, la pausa comercial, etc., se suceden y se imponen llenando nuestro espacio acústico y nuestra mente.

Así, la radio sirve para un sinnúmero de fines personales y sociales; los sujetos pueden sentirse acompañados con su soledad o alejarse de la multitud que les rodea, y así se crea un lazo de participación en cuanto a la percepción, selección e interpretación de los mensajes. El medio referido, por su naturaleza, es un artefacto que tiene una amplia cobertura y puede

concebirse como una extensión que utiliza el hombre para comunicarse con los demás. Con base en esta aportación, se puede decir que dada la amplia penetración del medio, el uso de la radio es un factor potencial que promueve en la audiencia la imaginación y la reflexión. De este concepto se desprenden dos formas de concebir la utilización legal de este medio: las comerciales y las no comerciales. De esto se deriva que las radiodifusoras sean legalmente reconocidas como concesionadas, las que tienen como finalidad principal el comercio de diversos artículos y servicios; y las permissionadas, cuyo fin es transmitir contenidos de carácter social y educativo a la población. Según la *Ley Federal de Radio y Televisión*, dentro de estas últimas encontramos diversos tipos de emisoras: las oficiales, culturales, escuelas radiofónicas, de experimentación.

Sin embargo, dicha Ley además de no especificar con claridad cómo se entiende a las radiodifusoras culturales y las educativas, soslaya a las radiodifusoras universitarias. Por lo tanto, cabe concluir que debe iniciarse con una reforma en esta Ley para que se expliquen con legitimidad los conceptos de cultura, educación y la relación que pueden y deben establecer con los medios de comunicación masiva, particularmente con la radio, y el papel que juega en ésta la radiodifusión universitaria.

La radio universitaria, es un pilar para el desarrollo de la función de difusión cultural y extensión universitaria, y se lleva a cabo a través de una diversidad de actividades que tienden al enriquecimiento cultural de la universidad y de la sociedad. El ámbito de la radiodifusión universitaria se inscribe en la modalidad educativa no formal, dado que los contenidos de radiodifusión universitaria conllevarán, desde luego, una función educativa pero ésta no será de carácter formal, o sea, no estará circunscrita a un currículum escolar definido ni se presentarán evaluaciones. Además, la radiodifusión universitaria es un medio que puede utilizar la educación y las instituciones de educación superior para emitir mensajes educativos, que promuevan la reflexión y el pensamiento crítico de la sociedad acerca de diversos temas y situaciones de actualidad.

4.2.1. Investigación funcionalista.

Desde la perspectiva funcionalista, los estudios versados en este enfoque han realizado abordajes de la radio atendiendo como objeto de estudio central las aplicaciones en la educación formal y no formal, principalmente, al momento de hacer gravitar el interés

académico en la cuantificación de datos, mismos que son mensurables y procesados en formas de gráficas y tabulaciones, en la inteligencia de tomar decisiones para lograr aprendizajes a corto plazo; siendo así que el uso otorgado es el de herramienta.

Una característica sobresaliente con base en las investigaciones recopiladas es que no cuestionan el rol de los medios de comunicación ni la distribución desigual del poder mediático (De Moragas, 1986). La metodología que se ha utilizado versa, principalmente, en la aplicación de técnicas cuantitativas, tales como entrevista, cuestionario, experimento; de hecho, este tipo de usos a la radio gravitan en el ámbito de una herramienta con carácter experimental. Se destaca así el elemento distintivo del tipo cuantitativo, mensurable y la rigidez metodológica que mantiene estructuras y el *status quo*, en lugar de cambiarlas (Lozano, 2007). Todo lo anterior, ha sido abordado desde una perspectiva pragmática y empirista, que cifra su interés en transformar rápidamente las cosas y conseguir resultados a corto plazo, y lograr la toma de decisiones. Las producciones descubiertas no muestran seguimiento después de logrado el objetivo. El uso o aplicación que se le ha otorgado a la radio ha sido como un mero instrumento o herramienta, el cual ha sido orientado con fines instrumentales, pragmáticos que ponen énfasis en el desarrollo de conductas a corto plazo, de los individuos.

4.2.2. Investigación dialéctica-crítica.

En esta visión, el sujeto —investigador y sujetos de estudio— es producto y productor de la cultura y la sociedad en la que se desenvuelve, proceso de internalización del cúmulo de significados, valores, hábitos, costumbres— y externalización de los mismos, y así se torna no lineal sino progresiva la construcción de la realidad. Se estudian así los fenómenos macrosociológicos, movimientos sociales, procesos globales, agregados sociales, instituciones y su impacto en la comunidad, así como a la comunicación dentro del amplio contexto social. Además, se cuestiona el rol de la comunicación —en este caso la radio— en la desigualdad económica y política. Sus partidarios no son neutrales, se comprometen con el cambio social y del mismo modo se cuestiona el rol de los medios con respecto al reforzamiento de la ideología dominante y el poder capitalista (Lozano, 2007).

Las producciones académicas analizadas desde este punto de mira cifran su interés en la radio como estrategia de transformación social, política y económica, con el fin de

concientizar a los sujetos productores de mensajes radiales y receptores, acerca del contexto vigente; dichos estudios han puesto el interés en el impacto formativo de la radio en la educación no formal e informal. Con este interés se ha utilizado el método dialéctico, el cual aborda desde una perspectiva y metodología cualitativa a los objetos de estudio y su impacto formativo en la realidad social, utilizando entrevistas, cuestionarios, incluso datos, cifras, estadísticas, información y las contrasta críticamente con la realidad social. Este método se identifica con el materialismo histórico y dialéctico, el cual a partir de una tesis, antítesis y síntesis aborda a la radio desde el punto de mira racional crítico-histórico.

Los estudios referidos en el ramo, han cifrado su interés en analizar a la radio como una estrategia educativa, que es parte de un proyecto de concientización más amplio y contextualizado que considera a las circunstancias económicas, políticas, económicas y educativas de la realidad vigente; usualmente esto se encuentra circunscrito a los países latinoamericanos. Se ha detectado que el interés generalizado de las investigaciones educativas en radio giran en torno al impacto de las industrias culturales y al conjunto de empresas e instituciones cuya principal actividad económica es la producción de cultura con fines lucrativos, en este caso, a través de los medios de información. En el sistema de producción cultural –mediático- pueden considerarse: la televisión, la radio, los diarios y revistas, el cine, la música, las editoriales, el teatro, la danza, etc., que son elaborados buscando a la vez aumentar el consumo de sus productos, modificar los hábitos sociales, educar, informar y, finalmente, formar a la sociedad con base en un perfil previamente definido.

En esta lógica, estas investigaciones se interesan por conocer cómo la industria cultural mediática utiliza estrategias de poder para someter a los sujetos a un proceso de alienación, y así formar sujetos autómatas, acríticos, y que consuman de manera pasiva los contenidos de los mensajes emanados de los medios de información. Asimismo, se da cuenta de cómo los radios de libertad e independencia de pensamiento de la audiencia o de gran parte de la misma se restringen, aunado a la restricción que implican los bajos niveles educativos, y esto facilita y allana el camino para que la industria cultura opere como una "escuela" que forma sujetos a través de la emisión de contenidos repetitivos, contradictorios, con doble intencionalidad, dirigidos a desestabilizar el pensamiento crítico y a formar consumidores pasivos, confundidos, que sostengan el *estatus quo*.

De lo anterior se desprende que, los contenidos de los mensajes emanados por la industria cultural mediática generan conflictos y negociaciones del contenido de los mensajes, al momento de entenderlos, asimilarlos, interpretarlos, contrastarlos con la realidad, debido a que es una comunicación que tiene un doble vínculo, una doble moral, una doble intencionalidad, lo cual tiende a confundir a la audiencia. Lo que se deja entrever en este proceso de emisión de contenidos y procesos de conflicto y negociación es la evidente relación de poder que se juega a partir de la emisión de mensajes de la industria cultural hacia los sujetos. Al través de dichas investigaciones, se puede percibir que el poder de las industrias culturales se encuentra representado, primeramente por el poder económico, político y social, es decir, de los dueños de los medios de producción que sientan las bases del modo de producción capitalista, donde grandes sectores de la sociedad no cuentan con las herramientas cognitivas para descubrir las relaciones de poder que existen en los contenidos de los mensajes mediáticos; estas relaciones de poder entrañan una relación doble vincular que oculta los intereses para mostrar y difundir entretenimiento, ocio, consumismo.

El poder se traduce, generalmente, en la posibilidad de ciertos individuos o grupos para influir sobre otros individuos o grupos. Así, es la capacidad de un individuo de hacer que otra persona realice una determinada acción. Y a partir de la lectura de dichas investigaciones, se desprende que la intencionalidad del enfoque dialéctico-crítico en radio gira en torno a los siguientes:

- a) Las jerarquías que distribuyen el poder entre las personas a través de los contenidos de los mensajes, y que a su vez instituyen nuevas prácticas que repiten lo que en el pasado fue vigente,
- b) La fuerza, la capacidad de coacción, la presión y la coerción. Los grupos, dotados de poder,
- c) La influencia personal-mediático, que puede ser multiforme, se puede tratar de un influjo psicológico -"carisma"-, de un influjo funcional -competencia, experiencia-, así como puede surgir de la capacidad de inducción de un individuo o de un grupo, para demostrar, persuadir o disuadir.
- d) El Estado ha consentido una relación de dominación de los sujetos a través de las instituciones, tras legitimar la normatividad -de la que hemos hechos referencia durante el análisis de contenido- y sentando las bases de una legitimación de las tareas que

realiza con respecto a regular los procesos comunicativos del país, sin asumir el compromiso de formar ciudadanos críticos, analíticos y reflexivos.

- e) Existen relaciones de doble intencionalidad en los contenidos de los mensajes,
- f) Los medios informativos están realizando procesos de formación que tienen un impacto en la sociedad, y la transforman en acrítica.

Este enfoque de investigación educativa en radio, ofrece diversos desarrollos que conducen al reconocimiento objetivo de una realidad basada en los efectos perniciosos que se han causado los medios de comunicación masiva a la humanidad, a partir del capitalismo, considerado como significado central que rige las prácticas formativas y las dinámicas sociales en la mayoría de los países del mundo. Por muy negativo que parezca, pero no por ello menos real, se reconoce que la realidad social se encuentra inmersa en un mar de desuniones, desarticulaciones estructurales de todo tipo, inseguridad, hostilidad, apatía, pasividad, todo esto en medio de una serie de comunicaciones humanas perturbantes generadas por la sociedad y por los *mass media* y la globalización.

En esta lógica, la globalización misma que es utilizada para recortar la libertad de movimiento y acción al momento de restringir la movilidad a través de los espacios territoriales - por lo cual la sociedad debe de pugnar por la libertad de tránsito en un mundo globalizado-, ha sido también utilizada con criterios mercantilistas y oportunistas en la medida en que se gesta y desarrolla un mundo impredecible en el cual convergen los efectos de la competitividad encarnizada y la incertidumbre, la falta de interés, el desencanto hacia el porvenir, el malestar en la sociedad; los medios de difusión masiva se encuentran fomentando una comunicación perturbada que hace incurrir en el error a través de sus mensajes. Así, indica el autor que, vivimos en un mundo pletórico de amenazas, violencia, no sólo simbólica sino física también que se representa en las guerras, las matanzas, los asaltos y secuestros, y el aparato gubernamental no encuentra la salida y se termina corrompiendo y fomentando la impunidad en la sociedad, la misma que excluye en lugar de incluir, discrimina, segrega y así se gesta el cultivo y desarrollo de la desigualdad e injusticia social, de crisis de valores, de individualismo.

Desde esta perspectiva, se comprueba que en realidad el capitalismo, a través de sus diversos vehículos -como los medios de difusión masiva- se encuentran en un proceso de

formación reiterada de sujetos consumidores, en un contexto de producción a grandes sectores quienes incluso son segregados por no tener un amplio poder adquisitivo. Una vez dicho esto, se puede decir que los efectos de los media y su interpretación, así como la relación comunicativa de la radio son adversos, esto conduce a resultar que se crean efectos perniciosos de carácter psicosocial, a saber:

1.- Genera confusión en la opinión pública. La opinión pública está conformada por actitudes, tendencias y preferencias de una sociedad hacia sucesos, circunstancias y cuestiones de interés mutuo. La sociedad se mantiene confundida y sin una directriz que norme su pensamiento y conducta con carácter crítico, y entonces esto ocasiona que la sociedad no sepa elegir de manera adecuada, debido a la confusión que está presente en las prácticas institucionales mediáticas con sentido comercial.

2.- Afecta la construcción de sentido y orientación social. El sentido es una forma de racionalidad o parámetro de interpretación de la realidad, que es base del comportamiento o forma de actuar, desarrollado en las personas y en los grupos sociales.

Así, la construcción del sentido implica una racionalidad que tiene que ver con el uso del conocimiento, y de cómo el sujeto percibe e interpreta su entorno. Entonces, el sentido es la lógica de la vida cotidiana, es la manera de entender el mundo en condiciones subjetivas, propias de cada sujeto, y ante esto se torna confuso un proceso de interpretación subjetivo y adecuado con respecto a la realidad, si la radio se dedica a difundir mensajes con tintes ideológicos y mal intencionados. En ese caso, el sujeto receptor, sin las herramientas cognoscitivas, es presa fácil de ser "radiodirigido" hacia el consumo irreflexivo, hacia escuchar algo y en la práctica observar algo diferente. Su visión de mundo y construcción de sentido del mismo, termina por confundirse totalmente.

3.- Trastorna las actitudes. La actitud es una forma de motivación social que predispone la acción de un individuo hacia determinados objetivos o metas. La actitud designa la orientación de las disposiciones del ser humano ante un objeto determinado. La actitud engloba un conjunto de creencias, todas ellas relacionadas entre sí y organizadas en torno a un objeto o situación. Las formas que cada persona tiene de reaccionar ante cualquier situación

son muy numerosas, pero son las formas comunes y uniformes las que revelan una actitud determinada.

Con base en lo anterior, cabe decir que una mente que tiene confundida su construcción de sentido, por ende mantiene en esa misma situación sus actitudes, sus formas de acción, de proceder ante el mundo que le rodea. Esto explica por qué pasan tantas irracionalidades a partir de los mensajes confundidos de los medios de información.

4.- Desorienta la acción social. Por acción social, en términos generales, se entiende el proceder de conjunto de una sociedad para un fin determinado. Esencialmente, la acción social es conducida por la razón crítica de los ciudadanos para hacer un movimiento social-político para destronar a aquellos líderes corruptos y espurios. Sin embargo, hoy en día, vemos que -con base en los previos efectos psicosociales- que la acción social se encuentra desordenada y no sigue una línea, una directriz común que se oriente al cambio social. Acción y cambio social van de consuno para transformar la vida en sociedad y lograr el bien común. Hoy en día, la acción social se encuentra desperdigada, desorganizada y no da efectos evidentes de transformación. Todo esto, a causa de los constantes y repetitivos procesos de formación mediática-radiofónica hacia los ciudadanos.

Por lo tanto, estas conclusiones podrían, incluso, validarse -con ligeras variantes de mayor o menor escala para cada caso- para internet, televisión, prensa, cine, y así poder entender la situación económica, política, social y educativa de los medios informativos de un país. Igualmente, este enfoque permite conocer las nuevas épocas, los horizontes sociales y mediáticos que se empiecen a perfilar, la relación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación con las sociedad, así como los nuevos significados y *potenciales formativos* que se instrumentarán con ciertos objetivos. Y al momento de poder saber esto, podremos encontrar otros nuevos patrones de interacción mediática, en estudios posteriores, cuya comprensión y tratamiento conducirá al camino del pensamiento crítico a partir de la historia y centrado principalmente en la educación mundial.

4.2.3. Investigación hermenéutica.

Esta visión aborda a los objetos de estudio a partir de los procesos subjetivos que dimanen de las diversas realidades comunicativas y focalizan su interés en los procesos de

construcción de sentido (Thompson, 2000), re-significación, re-interpretación de los símbolos, sentidos, valores, costumbres, hábitos que se encuentran inmersos en alguna sociedad.

El sentido que cobra la investigación recopilada se vincula directamente con los procesos de interpretación de la acción de la radio en los contextos sociales diversos, por ejemplo, se dirige al ámbito casuístico referido a la radio comunitaria, principalmente, y con base en los procesos interpretativos que son contrastados con el contexto social (Esteinou, 1983), se generan una serie de reflexiones que conducen al cambio social. Asimismo, los estudios recabados muestran un cúmulo de reflexiones con respecto a la transformación de las realidades económicas que impactan en los sujetos, se han elaborado así análisis socio-históricos de la radio comunitaria, las formas simbólicas de producción a partir de escenarios temporales, espaciales, formas de interacción colectiva (Touraine, 1982), el rol de las instituciones sociales y de la estructura social vigente, centrado en el papel de la radio y su impacto formativo en la educación, como una estrategia, en el plano no formal e informal.

La metodología utiliza por los estudios referidos mantiene, esencialmente, el carácter de cualitativa dado que interpreta y resignifica realidades materiales que son producto de la cultura (Geertz, 1987) y que se encuentran en los estudios de caso. Todo esto ha sido elaborado, en su generalidad, a través de tres fases definidas, a saber: Análisis socio-histórico, discursivo y re-interpretativo. El uso o aplicación que los estudios otorgan a la radio es como una estrategia social que reconstruye aquellos valores, significados, costumbres y hábitos que ha sido construidos a través del tiempo, y que además retroalimentan al núcleo social circunscrito en las localidades o circunscripciones territoriales a las que se adhiere el estudio casuístico.

Desde el enfoque hermenéutico, el mensaje en la realidad está hecho para que los sujetos lo procesen, lo asimilen y lo confronten con su entorno social, el cual va a manifestar coincidencias porque la vida se encuentra inmersa y llena, saturada, de puros mensajes dirigidos al ocio, distracción, consumo. Así, los objetos de estudio de la hermenéutica en radio se hacen consistir en la acción de la radio determina los significados a partir de los cuales la gente debe de pensar, a partir de prácticas reiteradas de significados que han sido impuestos por la globalización, para determinar lo que se le dirá al sujeto para que este piense de tal o cual manera. Los significados siempre se encuentran relacionados entre sí, así los significados

del consumo y el dinero, el deseo y el poder se encuentra esencialmente remitidos entre sí, al momento de incitar al consumo de noticias y distracción.

Gran parte de los mensajes se hallan determinados por los intereses mercantilistas, por la globalización en un contexto de violencia simbólica, que se transmite a partir de imágenes, conceptos, figuras, historias, ideas, de formas de uso de lenguaje informal, de la imaginación, como se puede ver en las diversas formas de manifestar e incitar al consumo en las líneas citadas, que constituyen la esencia del potencial formativo para que la audiencia realice procesos de pensamiento y acción determinados a partir de los significados. Con base en lo anterior, el mensaje en la realidad se desenvuelve como el conjunto de signos lingüísticos que comunican y persuaden a partir de significados interrelacionados entre sí. El contenido de los significados evoca a imágenes, figuras mentales, conceptos sensacionalistas. El mensaje es la forma de transmitir algo para persuadir a alguien para que actúe de determinada manera. El contenido de aquellos mensajes está repleto de imágenes e ideas que favorecen los actos de consumo, en este contexto en que la globalización se ha instituido.

En este enfoque, se enfatiza que el sujeto debe de luchar por su creatividad, ir más allá a partir de su curiosidad por investigar, por conocer con mayor profundidad su entorno, su cotidianidad inmediata. Así, en realidad el sujeto se halla confundido, perturbado, en la confusión, por tanto sensacionalismo, consumismo. En esta lógica reflexiva, la radio está construyendo visiones de los hechos y la vida que en lugar de retratar fielmente la realidad, más bien la predeterminan, la fetichizan y la modifican por intereses económicos. Se construyen así un cúmulo de información que deforman y orientan al sujeto a los caminos del consumo en el que los conductores de dicho programa como líderes de opinión, siguen la línea del programa, para instaurar contenidos a partir de lo que pide un *target* ya instituido que solicita las mismas prácticas consumistas, un *target* ciudadano ya enajenado, alienado con lo mismo, ya inmerso en una inercia de años, décadas de escuchar lo mismo, hasta que la capacidad de cambio se ha disminuido notablemente, y con ello también el pensamiento crítico, dado que la radio ofrece una visión de mundo ya instituida por el consumo, en el que incorpora a la audiencia a una dinámica que involucra el tiempo, el espacio, el dinero y el esfuerzo como elementos que se orientarán a que los principales actos de la vida sean: ganar dinero, ahorrarlo y gastarlo, como un ciclo ya predeterminado

Así, este conjunto de ideas entendidas como significados que permiten apreciar la realidad desde una serie hermenéutica de significados centrales, tienden a la conservación o transformación de la cotidianidad, en este caso, nos referimos a la cotidianidad mediática. La ideología es un sello distintivo de algún grupo social o clase dominante. Entonces, una ideología cargada de significados dominantes actúa como una presencia reiterada con carácter de avasallante ante las ideologías considerada como débiles. Así, una ideología se construye y reproduce su potencial formativo cuando este conjunto de ideas son ampliamente difundidas, no cuestionadas y compartidas por determinados núcleos, los cuales a partir del cúmulo de significados e íconos ya preconcebidos con anterioridad justifican e interpretan sus acciones, creencias, hábitos y prácticas.

Así las cosas, la ideología ha sido considerada como una escisión de la conciencia que produce estados de alienación, enajenación de los sujetos frente a la dinámica de la historia y de la realidad social, que es siempre cambiante, transformativa. Entonces, es necesario fomentar conciencias críticas, pensamientos reflexivos para realizar un reconocimiento objetivo de la realidad y analizar sus factores implícitos y explícitos para dirigirla hacia la transformación. Desde el punto de vista hermenéutico, el proceso ideológico de manipulación que se ejerce a través de los medios de información tiene un poder formador de la mente, entendiendo así que los medios funcionan como una “escuela” porque enseñan por medio de sus mensajes, crean identificaciones, imitaciones, alienaciones y también a partir de esos mismos mensajes manipulados, generan procesos de comunicación y perturbación. El poder ideológico de manipulación de los medios de difusión se manifiesta a través de la publicidad, que se encuentra dirigida a lograr los intereses capitalistas, basados en el imperialismo que difunden una ideología que crea necesidades, enajena, incorpora en una dinámica, en una rutina a la audiencia, pero esta rutina no es saludable mental ni físicamente.

Y en este sentido, el poder ideológico de los mensajes y el carácter cerrado e interpretativo de la realidad que establece toda ideología, hace que los sujetos estereotipen a la cotidianidad, es decir, que a partir de significados y formas prejuiciosas se interprete la realidad, se valore y se actúe.

Los estudios e investigaciones hermenéuticas destacan que es necesario recordar que el concepto de educación del que hemos hablado al principio de este capítulo se encuentra a favor de un pensamiento libre y reflexivo; la educación es el medio más eficaz para eliminar

aquellas nociones estereotípicas, que fetichizan la realidad, que en la práctica hacen creer y asumir a los sujetos que el acto de consumir les otorgará *estatus*, serán bien vistos, les dará poder ante los demás, serán reconocidos como parte de un determinado grupo social.

Entonces, las investigaciones hermenéuticas en investigaciones educativas en radio, conducen a pensar que el capitalismo es el significado y eje central a partir del cual se realizan los procesos de institución, que dictan y dice cómo debe ser el pensamiento y el proceder cotidiano; una de las formas de manifestación del capitalismo es a través de los medios informativos, en este caso la radio, mediante el cual se hace un uso creativo de la publicidad y la mercadotecnia para vincular los productos y servicios que se ofrecen con las necesidades de deseo del público radioescucha, y entonces se manipula la información, y se tergiversan las formas más humanas y dignas de sentir, creer, pensar, actuar, a través de prácticas formativas.

4.2.4. Investigación de análisis de contenido.

El análisis de contenido aquí explicado expresa la posición teórico-metodológica que servirá como prueba empírica-científica para probar o disprobar nuestra afirmación sobre la relación comunicativa entre emisor y receptor a través del mensaje que los vincula, en un contexto determinado. Para Fox (1997), el contenido de un mensaje es una expresión cultural y tiene cuatro finalidades primordiales: entretener, informar, convencer y persuadir. En este sentido, se trata de analizar cómo los espectadores muestran agrado, diversión y distracción de la rutina cotidiana de acuerdo a intencionalidades comunicativas predefinidas. Cabe agregar que el análisis de contenido es un método de investigación que, dadas sus modalidades, puede tener un carácter cuantitativo y cualitativo; en esta investigación no se profundizará en lo cuantitativo debido a que la naturaleza del presente estudio es de índole cualitativa. Lo que interesa es comprender los sentidos, los significados, más que medir. Además, trata de comprimir toda la información más relevante sobre determinado tema para ser transmitido a grandes públicos con el fin de ampliar su campo de conocimiento. De acuerdo con Bardin (1996), el análisis de contenido es:

Un conjunto de técnicas de análisis de comunicaciones. No se trata de un instrumento, sino de un abanico de útiles... adaptable a un campo de aplicación muy extenso: las comunicaciones. El análisis de contenido (sería mejor hablar de análisis de contenidos) es un método muy empírico, dependiente del tipo de contenido en que se centre y del tipo de interpretación que se persiga. En el análisis de contenido no existen plantillas ya confeccionadas y listas para ser usadas, simplemente se cuenta con algunos patrones base para el análisis de contenido adecuado al campo y objeto perseguidos, es necesario inventarla cada vez ... (Bardin, 1996).

El análisis de contenido se puede aplicar para analizar cualquier contenido, sea proveniente de radio, televisión, prensa, internet. Para ello, utiliza una serie de argumentos que fundamentan las tesis que se proponen, y así influir en los oyentes. La argumentación del contenido es una operación lógica y sistemática para poder probar y desaprobar argumentos cognoscitivos y racionales, para crear un pensamiento libre y reflexivo. Por otro lado, el contenido de un mensaje busca persuadir al público a través de estrategias de manipulación, y así influir en la conducta de los individuos a través de vincular las emociones con la comunicación verbal en un contexto determinado. Sobre esto, cabe destacar lo siguiente:

El concepto de contexto se caracteriza como la reconstrucción teórica de una serie de rasgos que son parte integrante de las condiciones que hacen que los enunciados, den resultados como actos de habla. El objetivo de la pragmática es formular estas condiciones, es decir: indicar qué vinculación existe entre los enunciados y este contexto. Y puesto que aquí describimos los enunciados teóricamente como textos, se trata aquí de la especificación de las relaciones entre texto y contexto (Van Dijk, 1978).

El emisor del contenido del mensaje tiene el propósito de lograr la credibilidad en su auditorio, a través de la comprensión racional y emocional de las palabras y las ideas para que los grandes públicos en contextos determinados realicen determinadas acciones. Por lo tanto, todo contenido tiene una intencionalidad y puede ser analizado desde diversos puntos de estudio, como desde la política, la lingüística, la educación. El análisis del contenido, según Bardin (1996), consiste en un estudio de la comunicación y sus prácticas. Es un método para el estudio de las diversas y multivariadas formas de expresión humanas y comunicación de los mensajes hablados o escritos en textos, que se basa en técnicas cuantitativas y cualitativas que se adecuan al contexto de producción de las mismas (Bardin, 1996).

Los contenidos pueden ser analizados con base en el léxico, que consiste en el estudio de las palabras utilizadas y su frecuencia, así como la estructura sintáctica, los pronombres, los verbos, los artículos, las estrategias discursivas, al momento de transmitir un contenido, lo cual implica también conocer la intencionalidad del tema, cómo fue seleccionado el mismo y de dónde proviene. En este caso aplicado, las identidades se refieren a las emisoras de radio. Se involucran, asimismo, los procesos de selección del tema delimitado que se abordará en el contenido, la jerarquización de ideas y de conceptos que se utilizarán y cómo serán explicados,

es decir, aludiendo a las frases y enunciados que serán empleados para crear una diversidad de significados en los oyentes, en este caso, de la radio.

Analizar un contenido también implica el estudio de los procedimientos de conflicto y negociación a los que recurren los oponentes con la finalidad de transmitir de manera más efectiva sus mensajes y ganar así la adhesión del auditorio y así ganar ventajas en la contienda del auditorio. Por ejemplo, la retórica es una estrategia en la que se imbrican los objetivos que el emisor del contenido desea incorporar en el mensaje y el contexto para afianzar sus ideas en la audiencia, de acuerdo con (Van Dijk, 2000). Luego de lo anterior, de acuerdo con (Fox, 1997) es necesario proceder al análisis argumentativo que permite estudiar las funciones persuasivas, así como los elementos lingüísticos con mayor carga ideológica y que a su vez forman aspectos primordiales y sustentos teóricos para el mismo contenido. Todo esto servirá para que el investigador pueda realizar una interpretación objetiva sobre los contenidos que está estudiando, con base en el contexto directo de producción de los mismos.

Así las cosas, es necesario tomar en consideración que la audiencia, hoy en día, muestra altos niveles de atención cuando escuchan o son receptores de un contenido sensacionalista, así como de su contenido a través de los medios de información, lo cual crea mayores condiciones de expansión y cobertura del mismo contenido en el ámbito nacional e internacional. Con base en lo anterior, cabe decir que es necesario que el investigador procese las construcciones sintácticas y semánticas, así como las estructuras gramaticales para identificar las partes del contenido del mensaje por radio que son de mayor interés por contener el término o concepto cuyo significado interesa establecer en el pensamiento de la audiencia, dentro de un contexto político y cultural determinado históricamente según con (Iñiguez, 2003).

La importancia de la contextualización se distingue por el establecimiento del sentido que adquiere un término, idea, frase o expresión con relación a su carga ideológica en un cierto ámbito social. Luego de dicha tarea, es necesario que el investigador en el análisis del contenido identifique los ejes conceptuales que guían el mismo, es decir, los “hilos conductores” así como la lógica de imbricación de los significados para la comunidad o el sector social al que van dirigidos. Esto porque, es necesario conocer y distinguir que los diversos sectores sociales confieren distinto significado a los mismos términos, lo cual dependería de las áreas geográficas, localidad, culturas, historias.

En este sentido, Van Dijk (1978) ha destacado:

... se podrían formular criterios en términos de la estructura del texto y del contexto, sobre cuya base se diferencian los textos entre sí, de manera que puedan ser clasificados según diferentes tipos, incluso por el hablante. Habría que indicar, pues, cómo estos diferentes tipos de textos también definen y modifican diferentes contextos sociales, culturales, políticos y económicos y de cómo el contexto, por el contrario, resulta determinante para la estructura del texto. Puesto que la propia ciencia del texto no puede dedicarse a la psicología, sociología, ecología, etc., simplemente puede entresacar algunos conocimientos generales sobre las estructuras características de texto y contexto de los procesos de comunicación e interacción observados en las diferentes ciencias. En este sentido, la ciencia del texto puede parangonarse con la lingüística interdisciplinaria, que estudia el uso del lenguaje propiamente dicho, por ejemplo, en diferentes contextos sociales (Van Dijk, 1978).

Después de lo anterior, es importante distinguir los sub-ejes que siguen guiando el o los hilos conductores de significado para construir y reconstruir el universo de valores, conceptos e ideologías subyacentes al contenido, así como la tendencia política del emisor del mismo. Es importante distinguir, asimismo, la estructura que involucra las características de la situación social que son relevantes en la producción y en la comprensión del contenido, debido a que los rasgos del contexto pueden influir directamente en el contenido -oral o escrito-, además de que las estructuras del contenido pueden influir al contexto. Asimismo, el contenido involucra ciertos aspectos de la sociedad y de la cultura en la que se inscribe el mismo (Bardin, 1996).

En este sentido, el contenido del mensaje parte de la acción social que se da en un contexto de comprensión, comunicación e interacción, las destrezas con que se hace el contenido pueden ser adscritas a una cultura colectiva o a las habilidades de argumentación. De acuerdo con lo anterior, el tiempo, la ubicación, las circunstancias, los participantes y los roles socio-comunicativos -locutor de radio, amigo, presidente, compañero de trabajo, gobernador, vocero oficial, etc.-, intenciones, metas, objetivos, son características primordiales para el análisis del contenido. El contexto global se manifiesta en la identificación del desarrollo del contenido en acciones de las organizaciones y sus prácticas involucrando educación, legislaciones, informes, prácticas cotidianas, valores, conductas colectivas en las que se dan interacciones entre superior-subordinado, jefe-empleado, anciano-joven, maestro-alumno.

De acuerdo con (Van Dijk, 1980) el análisis del contenido es una parte sustancial de la sociedad, debido a la existencia de un fuerte vínculo entre contenido y estructura social. Los enfoques del análisis del contenido han desarrollado sus propios conceptos, métodos y técnicas de análisis —según sea el objeto de estudio y contenido—, distinguiendo la importancia de centrar el contenido en la relación comunicativa, en la estructura social, en la comunicación y en el ámbito socio-cultural. Al respecto, se indica lo siguiente:

Las interacciones institucionales pueden realizarse de modo presencial o mediante el teléfono. Y, aunque frecuentemente ocurren dentro de marcos físicos determinados como hospitales, oficinas postales, y escuelas, es importante destacar que no están restringidos a estos sitios. Los lugares no considerados usualmente como “institucionales”, por ejemplo una casa privada, bien pueden volverse el marco/campo de las interacciones institucionales o relacionadas con el trabajo. Asimismo, las personas en un sitio de trabajo pueden hablar entre sí acerca de cuestiones no conectadas con sus tareas. Es así como la institucionalidad del habla no está determinada por su ocurrencia en un marco físico particular (Van Dijk, 2000).

Para el mejor entendimiento e interpretación del análisis del contenido, es necesario redimensionar sus alcances, que pueden ser cada vez más amplios con la cooperación interdisciplinaria, de la etnografía, el estructuralismo y la semiótica, la gramática del contenido, la sociolingüística y la pragmática, la etnometodología, la psicología cognitiva, los estudios de la comunicación, entre otras disciplinas.

La mayoría de las veces, es necesario conocer qué tipo de contenido es, qué tipo de mensaje es, y después del mismo saldrán las categorías para su análisis, es decir, según el objeto de estudio --contenido- serán los conceptos que servirán para su análisis. Generalmente, los aspectos a considerar del análisis de contenido, particularmente atendiendo al caso de la radio, son los siguientes, de acuerdo con estos:

1.- El estudio de los procesos mentales y representaciones socio-culturales (conocimientos, actitudes, ideologías, valores, normas) del mundo que expresamos en lo oral y en lo escrito, sin los cuales no se podrían entender los significados, la coherencia, la acción (Marafioti, 1993).

2.- Los postulados que indican que el contenido se encuentra gobernado por normas y reglas. Es decir, tanto el contenido oral como el escrito deben de analizar como manifestación o expresión de reglas gramaticales, textuales, comunicativas o interaccionales compartidas socialmente. Para el analista del contenido también es importante conocer cómo se

quebrantan, se ignoran o se cambian tales reglas y qué funciones discursivas presentan tales perturbaciones (Lawrence, 1996).

3.- La construcción en el sentido de las unidades de contenido y cómo éstas fueron planeadas y relacionadas, además de cómo éstas se pueden usar, comprender y analizar funcionalmente como partes de un todo integrado, creando estructuras con jerarquías en la forma, significado e interacción.

4.- Las categorías de los miembros desde las prácticas del análisis conversacional hasta las nociones preconcebidas que se tengan. Se estudian las formas en cómo los integrantes o miembros de un grupo social interpretan, orientan y categorizan los atributos o propiedades del mundo social, sus conductas y el contenido mismo. Sobre esta base se pueden formular las teorías que expliquen el contenido como práctica social (Pinto y Galves, 1996). En este sentido, los contenidos obedecen a un orden social que se refiere a los estatus y autoridad que proyectan, logrando así un principio de desigualdad, ya que junto a contenidos autorizados, se encuentran también algunos desautorizados; frente a contenidos legitimados, se dejan ver asimismo los deslegitimados, frente a contenidos mayoritarios o dominantes, se oponen los minoritarios. Todos estos choques responden a luchas de poder en la producción, distribución y recepción de contenidos en los contextos de las prácticas sociales (Iñiguez, 2003).

5.- Lo escrito y lo oral en el entorno natural de acuerdo con la importancia de la interacción en el análisis del contenido, con base en el contexto o realidad social del cual provenga el contenido.

6.- El contenido como expresión oral, consiste en centrar el análisis del contenido a los estudios de las interacciones verbales, en diálogos formales e informales, así los actos del habla son considerados como las formas básicas y primordiales del contenido (Bardin, 1996).

7.- El contexto del contenido necesita ser estudiado preferentemente como el que constituye los aspectos socio-culturales implícitos y explícitos que indican, reflejan o señalan su pertenencia contextual. Así, es necesario que las estructuras contextuales se observen, como el ambiente, participantes, roles comunicativos, metas, conocimientos relevantes, normas y valores, estructuras y prácticas organizacionales (Krippendorf, 1990).

Con base en lo anterior:

Si insistimos sobre este aspecto del análisis del contenido es porque nos interesa sobre todo el subrayar aquí que es esta característica la que apunta hacia la problemática de las condiciones de producción del contenido ... los trabajos americanos emplean preferentemente términos psico-sociológicos como actitudes, valores, motivaciones, etcétera ... (Pizarro, 1979).

8.- Estrategias. Los hablantes de una lengua conocen y aplican estrategias mentales e interactivas en el proceso de producción y comprensión efectiva para lograr la realización del contenido, su intencionalidad y su impacto en la conducta de un destinatario.

9.- Significado y función. En este apartado, es importante para el investigador conocer cuáles son los significados de acuerdo a los contextos históricos, políticos, económicos, sociales y culturales en los que se den los contenidos (Krippendorf, 1990).

10.- Niveles y dimensiones. Los analistas del contenido tienen siempre la tendencia a descomponer su trabajo en niveles y cómo se relacionan estos niveles, con respecto a los sonidos, significados y acciones sociales (Bardin, 1996).

11.- La secuencialidad se refiere al hecho de que el contenido se realiza en un sentido lineal o secuencial tanto en la producción como en comprensión. Esto es válido en lo oral y escrito e implica que en todos sus niveles -oraciones, proposiciones, actos- se deben enunciar e interpretar de acuerdo a la información precedente que es lo que ocurre en la llamada coherencia. Esto involucra necesariamente la funcionalidad de los elementos y sus relaciones (Pinto, 1996).

12.- El contenido como práctica de los miembros de una sociedad en contextos socio-culturales, debido a que los sujetos no sólo son hablantes de una lengua sino también parte activa y miembros de un grupo, institución y cultura históricamente determinado (Bardin, 1996). Así, se reconoce que mediante el uso de una lengua se desempeñan roles, funciones y con el lenguaje el sujeto expresa emociones, ideas, pensamientos, planes que pueden contribuir o desafiar la estructura social, religiosa, política o institucional. En este sentido, Renkema (1999) plantea que:

... el contenido es más que un mensaje que va de un emisor a un receptor, y un lector u oyente es mucho más que un receptor que decodifica las señales que le llegan ... un autor o hablante, cuando envía un mensaje, utiliza el principio de cooperación como punto de orientación y aplica estrategias de cortesía .

El análisis de contenido es un método cuantitativo y cualitativo que sirve para obtener más información y realizar interpretaciones científicas sobre algún tipo de contenido, en este caso particular con respecto a la radio, además contribuye a descubrir la intencionalidad del mensaje y su perspectiva; toda información se encuentra dirigida hacia un público en específico, según un emisor con intereses particulares y propios en emitir tal o cual mensaje.

El análisis de contenido es un procedimiento analítico que permite identificar “al todo dividido en partes”, e identificar las unidades de un conjunto así como las relaciones y características que las determinan y las definen. Así, se descubre información nueva a partir de la ya existente. Se pueden descubrir significados explícitos y tácitos de un mensaje en contextos determinados, y con base en lo anterior realizar comparaciones, mediciones, analogías, argumentaciones, de los mensajes de radio, televisión, prensa, internet.

Cabe decir que, no existen reglas generales ni cerradas, así como tampoco conceptos inamovibles e inajustables, que dicten cómo puede ser aplicado el análisis de contenido en todos los casos de análisis, sino que con base en cada situación particular se formularán los criterios científicos apropiados.

Las ventajas de aplicación en este estudio, son: Es sistemático; puede referirse al contenido explícito como implícito de uno o varios documentos; puede ser cuantitativo o cualitativo (Krippendorf, 1990); puede referirse a documentos escritos, filmados, grabados, etc.; esto es factible circunscribirlo (Pinto, 1996), a las características de un documento, al emisor o productores del mensaje, a las causas del mensaje, a aspectos del *target* o público meta, a los efectos del mensaje, a los dobles o triples significados del mensaje, etc.

Como parte de la metodología y de las categorías del análisis de contenido, se tiene que son las clasificaciones de fenómenos o conjunto de rasgos de un objeto de estudio y que sostienen una relación directa con los aspectos hipotéticos para ser probados o disprobados.

Es pertinente aclarar que las categorías que se utilizan en la presente investigación han sido extraídas de los mismos contenidos de los mensajes que se están analizando. Las categorías de análisis son los términos y conceptos teóricos derivados de la práctica y que sirven para comprender a la misma práctica. Las categorías aquí mencionadas no se encuentran de ninguna manera aisladas, dado que fueron tomadas de los mismos mensajes radiofónicos, además actúan como fuerzas que influyen, unas en mayor dimensión que otras según el mayor énfasis y objeto de los mensajes radiofónicos. Las categorías actúan como

agentes interactuantes entre sí, conformando un conglomerado multirrelacional que determina la naturaleza de los mensajes.

Para la elección de las categorías de análisis se pueden tomar los siguientes elementos:

- Los términos y vocablos más utilizados, es decir, los sonidos que conforman palabras con sentido.
- El tema que se refiere al contenido del mensaje y su estructura sintáctico-semántica (Pascale, 1992).
- Los personajes que protagonizan al mensaje, como los participantes, locutores, receptores.
- La anécdota, como los relatos breves de un hecho dentro de un relato y su significado.
- El espacio, o sea, el medio por donde es transmitido el mensaje (Pascale, 1992).
- El tiempo, que alude a la circunstancia histórica en que se da la comunicación y la transmisión del mismo, tomando en cuenta aspectos como la economía, la política, la sociedad, la cultura (Lochard, 2004).

De acuerdo con los resultados identificados, el análisis de contenido ha sido utilizado para comprender los procesos de producción de mensajes, situado esto en la educación no formal e informal —ya explicadas éstas en el apartado correspondiente a los tipos de educación—, se puntualizó el interés en analizar a la radio como herramienta, es decir, como un auxiliar instrumental que transmitirá contenidos que fueron programados desde el particular interés del mensaje, su significados y dimensiones con el fin de que ésta surta sus efectos en los receptores, o bien para analizar los significados que se están transmitiendo a través de la radio.

4.2.5. Investigación etnográfica.

Primeramente, los enfoques etnográficos surgieron en los sesentas como bases teóricas para el estudio científico del análisis del contenido desde la antropología, centrados en los actos y formas de hablar en determinados contextos culturales. Así, el problema se planteaba como objeto de estudio a los hablantes de una lengua que no sólo conocen las reglas o los principios que estructuran una lengua como sistema gramatical, sino también como miembros

activos de una cultura que tiene competencias comunicativas, con base en los estudios de (Bardín, 1996). De hecho, ya desde los años 20 y 30, el estructuralismo y la semiótica ofrecen marcos de estudio e interpretación de los análisis del contenido en la narrativa, los mitos, la literatura, el cine, que contribuyen al conocimiento de las prácticas semióticas centradas en los medios de información.

De acuerdo con (Bardín, 1996), en la gramática del contenido, los lingüistas dieron cuenta que el estudio de una lengua significaba, más que describir un sistema sintáctico sobre oraciones aisladas de contexto, era comenzar a pensar en términos del texto, así como las relaciones semánticas y funcionales en las oraciones. Así, se trata de conocer la coherencia del texto y cómo se distribuye la información en el mismo. De esta manera, como una forma de enriquecer el campo del análisis del contenido, se consideraron convenientes los estudios de la psicolingüística y de la psicología cognitiva con respecto al estudio del procesamiento de la información verbal en textos orales y escritos.

La sociolingüística y la pragmática crean nuevas orientaciones para el estudio del lenguaje, centrándose en la naturaleza discursiva del uso del lenguaje, los actos del habla, la interacción verbal. Ya la etnometodología, que surgió a finales de los 60's, constituye un enfoque microsociológico interesado en el campo de la interacción diaria, especialmente en lo referente al análisis de las conversaciones en la vida cotidiana, así como las alternancias del diálogo. Por otro lado, y con base en los estudios de (Gil, 1990) la psicología cognitiva que está inspirada en las complejidades del aprendizaje humano y la adquisición del conocimiento, surgió en los setentas como una corriente de investigación en el estudio o rol que desempeñan los procesos mentales en la comprensión de textos.

En esta lógica y de acuerdo con el conocimiento universal en la materia, la psicología social y la psicología discursiva se incorporan al estudio del análisis del contenido en la década de los 80's, a pesar de que su área de conocimiento e intervención se habían tratado temas relevantes como los procesos de socialización. En Gran Bretaña, se otorgó relevancia a la interacción social y la construcción de representaciones sociales para dar paso al llamado enfoque teórico de la psicología discursiva. Así, desde una postura cognitiva e inspirados en los principios de la etnometodología, centraron su estudio en la interacción como fenómeno psicológico para abordar la comprensión, la explicación y la formación de opiniones e ideologías.

Gran parte de los avances en los estudios del análisis de contenido, se debió gracias a los aportes provenientes de las investigaciones sobre cine, los estudios semiológicos, que a su vez proporcionaron los parámetros necesarios para interpretar el lenguaje del gesto así como los lenguajes implícitos en la cultura.

Asimismo, los estudios de la comunicación, en los 70's y 80's consideraron que los análisis del contenido ampliaron su dominio de acción, por ejemplo, en la estructura de los mensajes de los medios masivos de información, la comunicación interpersonal e intercultural. Desde esta perspectiva, el estudio de la comunicación humana así como del análisis del contenido, pueden contribuir a una mayor comprensión de la teoría de la comunicación humana (Gil, 1990).

Asimismo, es interesante conocer los procesos subjetivos en los contenidos, sobre esto cabe mencionar lo siguiente:

El mensaje se nos muestra como un artefacto dual y polémico en el que resulta fundamental la componente estratégica: el enunciador de cualquier proceso [de transmisión de contenidos a través de mensajes] opera una previsión de las representaciones del receptor y sobre ella funda su estrategia; construye unos enunciatarios a los que atribuye conocimientos, deseos, intereses, etcétera, y prevé la imagen que el receptor fabricará de él mismo en cuanto autor y de su estrategia (Lozano, 1993).

Así, se reconocen los anteriores esfuerzos intelectuales por comprender y conocer mejor a los enfoques etnográficos, los cuales han estimulado una constante renovación teórica de carácter interdisciplinario. Así, son importantes los aportes de la lingüística textual y la psicología cognitiva, así como la sociolingüística y la etnografía, para el estudio de la retórica y la argumentación de los contenidos. Por otro lado, además del análisis de los textos escritos, también el análisis del contenido contribuirá al esclarecimiento y entendimiento sobre el análisis conversacional, las interacciones humanas y los significados culturales que esto implica, así como el contenido humano como proceso de comunicación social. El análisis desde la perspectiva etnográfica identifica al proceso mediático como un conjunto de actividades o eventos que se realizan o suceden -alternativa o simultáneamente- con un determinado fin. El proceso mediático en concreto de la radio que siguen los medios de información consiste en transformar las entradas -insumos- en salidas, -bienes y/o servicios- por medio del uso de recursos tecnológicos, humanos, etc., para lograr un resultado -output- mecanizado que forme sujetos alienado dispuesto al acto de consumo, cuando las necesidades imperiosas del país

exigen un cambio de mentalidad, un pensamiento crítico y una transformación de las condiciones sociales.

Así un proceso mediático interpretado desde una perspectiva etnográfica se elabora considerando un conjunto de tareas relacionadas lógicamente llevadas a cabo para lograr un resultado definido. Cada proceso tiene sus entradas, funciones y salidas. Esto se enlaza de manera directa con un proceso de formación de nuevas identidades, como resultado del proceso radiofónico-mediático. La identidad es la distinción de cualquier tipo entre cualquier persona, animal o cosa y sus semejantes. Se refiere al ente que existe como idéntico a sí mismo en el tiempo y el espacio, una noción del “ser en sí”. La identidad como una cualidad del “ser para sí”, sólo válido para las personas y los grupos, es decir, involucra el entorno, la historia y la voluntad, no es una característica dada sino que es potencial a desarrollar y está referida a modos de existencia, determinados en este caso por la radio y su contenido.

En este sentido, los procesos mediáticos a través de la radio conforman y tratan de formar sujetos con identidades acríticas, lo que los convierte en sujetos cínicos con respecto a la realidad social y dirigidas por los medios de información, para que el sujeto se identifique plenamente con los actos y procesos de consumo como forma de aliviar la realidad sin intentar transformar el contexto social, económico y político. Asimismo, también pueden crearse nuevas identidades revolucionarias, asociadas para lograr el cambio social y cultural, las cuales conforman las minorías.

CONCLUSIONES.

El interés de la presente investigación versó en considerar como objeto de estudio al contenido educativo de la radio y el campo o parcela de investigación se hizo consistir en el análisis de las investigaciones educativas en radio, con tal iniciativa se puede concluir que de acuerdo con los objetivos generales y la primera y segunda hipótesis, han sido analizadas las producciones científicas en la materia encontrándose cinco enfoques teóricos que estudian al medio en cuestión, a saber: 1) funcionalismo; 2) dialéctico-crítico; 3) hermenéutico; 4) Análisis de contenido; y 5) etnográfico. Asimismo, es viable concluir que las producciones académicas a escala mundial y versadas en el uso educativo de la radio han mostrado aislamiento entre sí y los resultados derivados permanecen en un estado mayormente reproduccionista o copioso vinculado esto a la selección de objetos de estudio de manera caprichosa o azarosa. Por otro lado, la radio educativa ha sido estudiada con mayor medida como estrategia —como parte fundamental y articulador dentro de un proyecto más amplio y contextualizado en el sector educativo y social—.

Las tendencias que marcan los estudios radiofónicos se encuentran disociadas entre sí, y se orientan a estudiar a los targets o audiencias y segmentos de la población radioescucha; sin embargo también sobresale el enfoque dialéctico-crítico que inspira diversos análisis en torno a la transformación y el cambio social.

El uso educativo en el plano no formal más que en el formal e informal, se destaca por obedecer a objetos de estudio que sitúan a la radio como mero transmisor de contenidos generales, carentes de una visión educativa más amplia, contextualizada y específica que sea generada a partir de las necesidades y prácticas provenientes de determinado contexto social.

Los cinco enfoques teóricos antes descritos han dejado de lado el estudio de la radio y sus aportaciones o posibilidades dentro de los planes de estudios de la educación básica, media y superior, así también han soslayado el estudio de los impactos formativos y el cambio de hábitos y costumbres, así como construcciones de sentido y organización social.

De los cinco enfoques teóricos, se puede aducir que la ciberradio educativa es un objeto de estudio en ciernes, razón por la cual se preconiza su desarrollo, vinculado con los aportes a las formas de organización social y digital, a partir de redes.

Se ha detectado una tendencia de investigación, que es la orientada a la interpretación cualitativa de extracción hermenéutica-culturalista y educativa así como la antropología del sonido y de la recepción radial.

Se ha distinguido la omisión de la investigación teórica como vía para construir una teoría radiofónica de vanguardia, a partir de las prácticas sociales y las necesidades gubernamentales y políticas; además no existen estudios versados en la comprensión del potencial formativo tanto en sociedades avanzadas como precarias.

Existe un estancamiento en la investigación de radio con respecto al análisis de emisoras estatales, como Radio UNAM, Radio Educación, así como el programa de La Hora Nacional, los cuales se constituyen como ejes problematizadores que no se han investigado.

El uso educativo que las investigaciones de la radio ha sido limitado, paradójicamente el medio ofrece amplias posibilidades dada su cobertura y facilidad de acceso a todos los sectores sociales. También se ha detectado que no existen investigaciones vinculadas a proponer nuevas y más específicas clasificaciones de la radio, así como a promover la democratización del medio.

Se perciben problemas en las investigaciones analizadas, que obstaculizan las aportaciones académicas a las instituciones educativas e incluso industria, a saber: falta de financiamiento suficiente; escasa difusión; bajo interés de aplicación de las posibilidades educativas ya sea como herramienta o estrategia; desplazamiento de la investigación en radio, por motivo de los objetos de estudio vinculados a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

RECOMENDACIONES.

Es necesario seguir estudiando este tema, ya que la radiodifusión universitaria ha probado ser un medio de difusión cultural y por ende, un potencial medio para la expresión de los diversos sectores sociales.

Sobre la perspectiva funcionalista.

Es recomendable que los nuevos estudios funcionalistas con respecto al uso de la radio no graviten en aquél como herramienta —como suele suceder— sino como parte de una estrategia más amplia y contextualizada que conocerá los nuevos significados que resignificarán a la radio educativa y a la sociedad en general, a partir de variables contextuales y patrones del medio radiofónico. Además los nuevos estudios funcionalistas podrán orientarse a explorar cómo la radio educativa puede establecer mayor conexión con sus contenidos y su audiencia a partir de procesos de participación y libre expresión.

Sobre la perspectiva dialéctica-crítica.

El enfoque en comento aborda a la radio con sentido educativo y como parte de una estrategia más general y orientada al pensamiento crítico y a generar conciencia en la sociedad; sin embargo, los estudios hasta ahora revisados gravitan en casos específicos ante lo cual cabría la recomendación de que la comunidad científica haga prolífica la labor en ámbitos más amplios, es decir, con mayor alcance, más globales centrados en los impactos formativos en el ámbito de la educación formal, no formal e informal.

Sobre la perspectiva de la hermenéutica.

Es prudente que la comunidad científica-social elabore ejercicios y estudios hermenéuticos centrados en los procesos de conformación de las audiencias, así como en el proceso de conformación de las preferencias y necesidades educativas, siendo conveniente elaborar nuevos productos académicos de esta línea con respecto a las estructuras de poder del estado y el contexto político y social vigente relacionados directamente con la política educativa en radio, para efectos de extraer elementos interpretativos y orientarlos hacia el cambio. Además, una propuesta adicional sería el interés por investigar y realizar un estudio de los factores y patrones que inciden en los procesos de conformación de la política educativa a través de la radio, y cómo la radio y la ciberradio pueden ser un instrumento de transformación social y de resignificación de la realidad o el contexto inmediato.

Sobre la perspectiva del análisis de contenido.

La recomendación se hace consistir en que no es ya necesario explorar los mensajes emanados de la radio, sino a la misma emisora de radio como contexto y factor determinante para la producción de contenidos o mensajes. Por otro lado, vista la investigación, es recomendable que los objetos de estudio del análisis de contenido se encuentren vinculados a las influencias tanto en la creación como la recepción del mensaje, en aquellos segmentos de la población históricamente determinados.

Sobre la perspectiva etnográfica.

Se hace necesario que las investigaciones etnográficas amplíen su espectro de acción con grupos sociales más amplios, por ejemplo, a ciudadanos, así como se orienten a analizar las prácticas individuales generadas a partir de los impactos radiales y las formas de organización social creadas a partir de las prácticas instituidas y reiteradas a través del tiempo en alguna metrópoli o comunidad académica, incluyendo estudiantes y profesorado.

Asimismo, es viable que la etnografía elabore estudios casuísticos considerando las perspectivas metodológicas de la hermenéutica-culturalista, etnografía de la comunicación, la antropología del sonido -voz, música, contenido-, semiótica de la radio y la antropología de la recepción radial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

TESIS DE POSGRADO.

- 1) Alfaro, M. (2010). La optimización de los resultados de la reforma educativa para enfrentar la violencia escolar mediante la utilización de la televisión (Tesis de maestría en Comunicación). San Salvador: Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”. Recuperado en: (22/05/2012).
http://www.uca.edu.sv/facultad/maco/media/archivo/47fd4b_tesiscompletamarcoa.ventura.pdf
- 2) Chan, L. (2008). ¿Acceso a los pueblos indígenas a los medios?: las radiodifusoras surgidas al amparo de la CDI en el Estado de Michoacán (Tesis de maestría en Ciencias de la Comunicación). México: FCPyS-UNAM.
- 3) Escamilla, M. (1992). El proceso de implementación del proyecto radiofónico “La voz de la Chinantla” en el marco de las políticas indigenistas (Tesis de Maestría en Ciencias de la Comunicación). México: FCPyS-UNAM.
- 4) Farias, A. (2005). Mujeres productoras de radio y feminismo (Tesis de maestría en Ciencias de la Comunicación). México: FCPyS-UNAM.
- 5) Fernández, M. (1990). Lo nacional y lo regional en la radio mexicana (los casos de Sonora, algunos estados del altiplano y la península de Yucatán) (Tesis de Maestría en Ciencias de la Comunicación) México: FCPyS-UNAM.
- 6) Galarza, T. (2003). Estrategias interactivas en la radio comunitaria educativa: el caso IRFEYAL (Tesis de doctorado en Comunicación Audiovisual y Publicidad). Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado en:
<http://tesisenred.net/bitstream/handle/10803/4114/tqc1de1.pdf?sequence=1> (26/08/12)
- 7) González, F. (2007). Perspectivas didácticas de la radionovela: estudio de dos casos (Tesis de maestría en Ciencias de la Comunicación). México: FCPyS-UNAM.
- 8) González, L. (2005). Modelo de educación a distancia para el diseño de la superación profesional de los docentes (Tesis de doctorado en Ciencias Pedagógicas). Cuba: Instituto Superior Pedagógico “Félix Varela Morales”. Recuperado en:
<http://www.bibliociencias.cu/gsd/collect/tesis/archives/HASH9c6e.dir/doc.pdf> (21/06/12)
- 9) Legorburu, J. (2002). Utilidad y eficacia de la comunicación radiofónica en el proceso educativo (Tesis de doctorado en Ciencias de la Información). Madrid: Universidad Complutense de Madrid / Facultad de Ciencias de la Información. Recuperado en:
<http://www.ucm.es/BUCM/tesis/inf/ucm-t25240.pdf> (29/03/12)
- 10) Luna, M. (2005). Criterios de programación en el cuadrante capitalismo en los comienzos del tercer milenio. Propuesta de producción creativa para programar una estación de radio en la ciudad de México (Tesis de maestría en Ciencias de la Comunicación). México: FCPyS-UNAM.

- 11) Martínez, C. (1995). La producción de programas informativos en la radio y televisión y sus implicaciones en la conducta de los receptores en el contexto de violencia subversiva en la República de Perú 1980-1993 (Tesis de Maestría en Ciencias de la Comunicación) México: FCPyS-UNAM.
- 12) Maass, E. (2004). Radio, televisión e internet: la eficacia del vector tecnológico en las ecologías simbólicas de tres generaciones de mexicanos del siglo XX (Tesis de doctorado en Ciencias Sociales). México: Universidad Iberoamericana. Recuperado en: www.bib.uia.mx/tesis/prueba/097983_1/097983_1_04.pdf (28/04/12)
- 13) Martínez, G. (2007). La radio pública, más allá de una radio de gobierno: planteamiento de un modelo de radio de servicio público mexicano (Tesis de maestría en Ciencias de la Comunicación) México: FCPyS-UNAM.
- 14) Mejía, F. (2006). El sound track de la vida cotidiana: radio y música popular en México, D. F. (Tesis de maestría en Ciencias de la Comunicación). México: FCPyS-UNAM.
- 15) Morales, A. (2008). Una relación perversa: conflictos, negociaciones y acuerdos entre gobierno y radiodifusores en México (1923-2003) (Tesis de maestría en Ciencias de la Comunicación). México: FCPyS-UNAM.
- 16) Nava, A. (1975). Evaluación de spots de radio y de la carta circular como medios masivos de información y de tecnología agrícola. Un experimento de campo (Tesis de Maestría en Ciencias, Escuela Nacional de Agricultura) México: UNAM.
- 17) Pacheco, E. (1996). Análisis de las mediaciones de la opinión pública de los noticieros radiofónicos matutinos del Distrito Federal (Tesis de Maestría en Comunicación). México: FCPyS-UNAM.
- 18) Peppino, A. (1997). Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina. Origen, evolución y perspectivas (1947-1997) (Tesis de Doctorado en Estudios Latinoamericanos) México: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM.
- 19) Pérez, L. (2004). La radiodifusión universitaria en México y la difusión cultural: estudio de caso Radio UPN (Tesis de maestría en Ciencias de la Comunicación). México: FCPyS-UNAM.
- 20) Pérez, L. (2001). La radio como medio de expresión: propuesta de una serie radiofónica para los estudiantes de la UPN (Tesis de licenciatura). México: Universidad Pedagógica Nacional.
- 21) Osses, S. (2007). La disputa por el sentido: radio comunicación en América Latina, estudio de caso de tres radios comunitarias en México (Tesis de doctorado en Ciencias Políticas y Sociales con Orientación en Ciencias de la Comunicación). México: FCPyS-UNAM.
- 22) Ramos, J. (2005). Ecos de la Voz de la Montaña: la Radio como factor de cohesión y fortalecimiento cultural de los pueblos indígenas (Tesis de doctorado en Ciencias

Políticas y Sociales, con Orientación en Ciencias de la Comunicación). México: FCPyS-UNAM.

- 23) Romo, M. (1988). La otra radio (voces débiles, voces de esperanza) (Tesis de Maestría en Comunicación). Guadalajara: Instituto Tecnológico de Estudios Superiores.
- 24) Sadi, J. (2006). La radio universitaria estudiantil. La comunicación alternativa (Tesis de maestría en Ciencias de la Comunicación). México: FCPyS-UNAM.
- 25) Toledo, J. (2004). La radio indigenista en Chiapas: antes, durante y después del levantamiento zapatista de 1994 (Tesis de maestría en Ciencias de la Comunicación). México: FCPyS-UNAM.

Bibliográficas.

- 1) Aliaga, S. (1989). Radio y democracia en América Latina. Lima: IPAL.
- 2) Alva, A. (1982). Radio e ideología. México: El Caballito.
- 3) Ávila, R. (2004). Crítica de la comunicación organizacional, México: UNAM.
- 4) Bardin, L. (1996). Análisis de contenido. Madrid: Akal.
- 5) Bardin, L. (1996). Análisis de contenido. Madrid: Akal.
- 6) Ezquiél, A. (1986). Técnicas de investigación social. Buenos Aires: Hvmánitas.
- 7) Association Francophone des Commissions Nationales des Droits de l'Homme (AFCNDH). L'éducation aux droits de l'Homme. Comprendre pour agir ensemble. Guide de l'enseignant(e) pour l'éducation aux droits de l'Homme dans l'espace francophone (2009). Paris: AFCNDH. Recuperado en: http://www.cncdh.fr/IMG/pdf/Guide_Education_aux_droits_de_l_Homme.pdf (17/08/12)
- 8) Bassets, L. (Coord.) (1981). De las ondas rojas a las radios libres. Barcelona: Gustavo Gili.
- 9) Berlo, D. (1987). El proceso de la comunicación. Buenos Aires : Ateneo.
- 10) Boulc'h, S. (2003). Radios communautaires en Afrique de l'Ouest. Guide à l'intention des ONG et des bailleurs de fonds. Bruxelles: COTA. Recuperado en: <http://www.cota.be/SPIP/IMG/pdf/HS5.pdf> (06/07/12)
- 11) Camacho, C. (2007). Las radios populares en la construcción de ciudadanía: enseñanzas de la experiencia de ERBOL en Bolivia. La Paz, Bolivia: Edición de Autor. Recuperado en: http://derechos.apc.org/digital_TV_radio_ES.pdf (18/08/12)
- 12) Cebrián, M. (2008). La radio en internet. de la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil. Buenos Aires: La Crujía.

- 13) Geertz, C. (1987). La interpretación de las culturas, México: Gedisa.
- 14) Cornejo, I. (2002). Apuntes para una historia de la radio indigenista. México: Fundación Buendía.
- 15) De Quevedo, L. (2002). La radio y los creadores del arte vanguardista. México: UPN.
- 16) De Fleur, M. (1976). Teorías de la comunicación masiva. Buenos Aires: Paidós.
- 17) Diagne, Y. (2005). Radios communautaires: outils de développement au Senegal. Paris: Université Paris 13 (Villetaneuse) Recuperado en:
http://www.osiris.sn//IMG/pdf/memoire_Yacine_Diagne.pdf (26/08/12)
- 18) Dido, J. y Barberis, S. (2006). Radios universitarias. Principios, funciones, objetivos. Buenos Aires: Universidad Nacional de La Matanza (UNLaM). Disponible en:
<http://arunaweb.org/wp-content/uploads/2011/11/radios-int-ok.pdf> (15/07/12)
- 19) Dieterich, H. (1996). Nueva guía para la investigación científica, México: Ariel.
- 20) Duverger, M. (1981). Métodos de las ciencias sociales, México: Ariel.
- 21) Esteinou, J. (1983). Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía, México: Nueva Imagen.
- 22) Esteinou, F. (1900). Economía política y medios de comunicación. México: Trillas.
- 23) Fernández, F. (2002). La responsabilidad de los medios de comunicación. México: Paidós.
- 24) Fernández, C. y Paxman, A. (2000). El Tigre. Emilio Azcárraga y su imperio televisa. México: Grijalbo.
- 25) Figueroa, R. (1996). ¡Qué onda con la radio!. México: Alambra Mexicana.
- 26) Fox, V. (1997). Análisis documental de contenido. Principios y prácticas. México: Alfagrama.
- 27) Freire, P. (1996). Política y educación. Madrid: Siglo XXI.
- 28) García, N. (2001). Consumidores y ciudadanos. México: Paidós.
- 29) Granados, M. (1981). Examen de la comunicación en México. México: El Caballito.
- 30) Giddens, A. y Griffiths, S. (2006). Sociología. 4ª edición, Madrid: Alianza Editorial.
- 31) Gutiérrez, F. (1974). Pedagogía de la comunicación. 4ta. Edición. Buenos Aires: Hvmánitas.

- 32) Hart, A. y Süß, D. (Eds.) (2002). Media Education in 12 European Countries. A Comparative Study of Teaching Media in Mother Tongue Education in Secondary Schools. Swiss: University of Applied Sciences Zurich, School of Applied Psychology and Swiss Federal Institute of Technology Zurich. Recuperado en: <http://e-collection.library.ethz.ch/eserv/eth:25953/eth-25953-01.pdf> (01/03/12)
- 33) Huerta, F. y Pacheco, R. (1997). Crónica del periodismo civil. La voz del ciudadano. México: Grijalbo.
- 34) Iñiguez, L. (2003). Análisis del discurso. Manual para las ciencias sociales. Barcelona: Editorial UOC.
- 35) Jociles, M. (2008). ¿Es la escuela el problema?: perspectivas socio-antropológicas de etnografía y educación. Madrid: Trotta.
- 36) Justo, M. (1990). Fundamentos del análisis semántico. Santiago de Compostela: Universidad Santiago de Compostela.
- 37) Katz, E. y Lazarsfeld, P. (1964). Personal influence. The part played by people in the flow of mass communications. New York: Columbia University.
- 38) Krippendorf, K. (1990). Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica. Barcelona: Paidós Ibérica.
- 39) La Belle, T. (1988). Educación no formal y cambio social en América Latina, 4ta. edición, México: Patria.
- 40) Larroyo, F. (1973). Historia comparada de la educación. 10a. Ed. México; Porrúa.
- 41) Lewis, P. y Booth J., (1992). El medio invisible. Radio pública, privada, comercial y comunitaria. Trad. de Elisa Sanz. Barcelona: Paidós Ibérica.
- 42) Leyva, J. (1992). Política educativa y comunicación social. La radio en México, 1940-1946. México: CESU-UNAM.
- 43) Lochard, G. y Boyer, H. (2004). La comunicación mediática. Barcelona: Gedisa.
- 44) Lozano, J., Peña C. Marín y Gonzalo, A. (1993). Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual. México: Red Editorial Iberoamericana México.
- 45) Lozano, J. (2007). Teoría e investigación de la comunicación de masas. México: Alhambra-Mexicana.
- 46) Marafioti, R. (1993). Los significantes del consumo. Semiología, medios masivos y publicidad, Buenos Aires: Biblos.

- 47) Martín, J. (1997). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía, 4ª. Edición, Barcelona: Gustavo Gili.
- 48) Mattelart, A. (1986). La comunicación masiva en el proceso de liberación. México: Siglo XXI.
- 49) Merayo, A. (Coord.) (2007). La radio en Iberoamérica. Evolución, diagnóstico y prospectiva. Madrid: Comunicación Social.
- 50) Moles, A. y Rohmer, E. (1983). Teoría estructural de la comunicación y sociedad. México: Trillas.
- 51) Moragas, M. (1986). Sociología de la comunicación de masas II: Estructuras, funciones y efectos. Barcelona: Gustavo Gili.
- 52) Nightingale, V. (1999). El estudio de las audiencias. El impacto de lo real. Trad. de Raúl Quintana. Barcelona: Paidós Ibérica.
- 53) Oya, C. y Begué A. (2006). Los retos de la educación básica en África subsahariana. Madrid: Fundación Carolina / Fundación Entreculturas. Recuperado en: <http://www.radiotvycine.chiapas.gob.mx/ebook/contando.pdf> (24/06/12)
- 54) Pascale, W. (1992). La comunicación global. Comunicación institucional y de gestión. Barcelona: Paidós.
- 55) Pasquali, A. (1974). Comprender la comunicación. 4ta. edición. Caracas: Morata.
- 56) Petit, P. (2008). Le projet pédagogique de Radio-Collège dans la décennie 1940. La conservation des institutions scolaires traditionnelles et la promotion des sciences. Paris: Département d'Histoire / Faculté des Lettres et Sciences Humaines / Université de Sherbrooke. Recuperado en: http://www.disten.com/radiocollege/Kim_Petit.pdf (08/02/12)
- 57) Pierre A. y Tudesq, A. (1995). Historia de la radio y la televisión. México: FCE.
- 58) Pinto, M. y Gálvez, C. (1996). Análisis documental de contenido. Madrid: Síntesis.
- 59) Pizarro, N. (1979). Metodología sociológica y teoría lingüística, Madrid: Alberto Corazón.
- 60) Prado, F. (2004). O rádio educativo no brasil. uma visão histórica. Río de Janeiro, Soarmec. Recuperado en: <http://www.radioeducativo.org.br/artigos/livrofinal2.pdf> (06/03/12)
- 61) Prieto, D. (1994). Diseño y comunicación. México: Coyoacán.

- 62) Prieto, D. y Van P. (2006). E-learning, comunicación y educación. El diálogo continúa en el ciberespacio. San José de Costa Rica: Radio Nederland Training Centre. Recuperado en:
http://recursostic.javeriana.edu.co/diplomado/e_learning_comunicacion_y_educacion.pdf (13/08/12)
- 63) Pulleiro, A. (2011). La radio alternativa en América Latina. Debates y desplazamientos en la década de 1990. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires / Facultad de Ciencias Sociales. Recuperado en:
http://comunicacion.sociales.uba.ar/tesinas_publicadas/Pulleiro.pdf (13/08/12)
- 64) Ramírez, J. (1990). Tragicomedia Mexicana I. México: Planeta Mexicana.
- 65) Ramos, R. (1976). México a través de los informes presidenciales. Las comunicaciones. México: Secretaría de Comunicaciones y Transportes/Secretaría de la Presidencia.
- 66) Ramonet, I., Bustamante, E. (1999). Sur y comunicación. Barcelona: Icaria.
- 67) Reeves, G. (1993). Communications and the third world. London: Routledge.
- 68) Renkema, J. (1999). Introducción a los estudios sobre el discurso, Barcelona: Gedisa.
- 69) Resenos, D. (2004). Guía para la elaboración de protocolos de investigación. México: IPN.
- 70) Ríos, J. y Cebrián, M. (2000). Nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. Málaga: Aljibe.
- 71) Rojas, R. (1998). El proceso de la investigación científica. México: Trillas.
- 72) Romo, C. (1990). La otra radio: voces débiles, voces de esperanza. México: IMER.
- 73) Russell, N. (1991). El futuro de la audiencia masiva. Trad. de Cristóbal Marín. Santiago: Cambridge University Press.
- 74) Sarramona, J. (1988). Comunicación y educación. Barcelona: CEAC.
- 75) Sarramona, J. (1992). La educación no formal. Barcelona: CEAC.
- 76) Shapiro, L. (1985). Hombre, cultura y sociedad. 3era. ed. México: FCE.
- 77) Tamayo, M. (1997). El proceso de la investigación científica. México: Limusa.
- 78) Thomas, J. (2002). Audio for Distance Education and Open Learning a Practical Guide for Planners and Producers. Vancouver, BC / Canada: The Commonwealth of Learning and the International Extension Collage. Recupaerado en:
http://www.col.org/PublicationDocuments/pub_Audio_for_DE_complete.pdf (04/04/12)

- 79) Thompson, J. (2000). La comunicación masiva y la cultura moderna. México: UAM-Xochimilco.
- 80) Tyner, K. (1996). Aprender y enseñar con los medios de comunicación. En: Aparici, Roberto (Comp.). La educación para los medios de comunicación (pp. 35-37). México: UPN.
- 81) Torres, S. y García N. (2002). La radiodifusión en la UPN. Dos décadas de experiencia en el uso de los medios de información con fines educativos. México: UPN.
- 82) Touraine, A. (1982). La sociedad post-industrial. Nacimiento de una sociedad. Barcelona: Ariel.
- 83) Wolff, L. (2008). L'Education en Haïti. La Voie du Progrès. Washington, D.C: Partenariat pour la Promotion de la Réforme de l'Education dans les Amériques (PREAL). Recuperado en:
<http://unibankhaiti.com/presentation/Education%20en%20Haiti.pdf> (22/05/12)
- 84) Van Dijk, T. (1978). La ciencia del texto. México: Paidós Mexicana.
- 85) Van Dijk, T. (1980). Estructuras y funciones del discurso. Madrid: Siglo XXI.
- 86) Van Dijk, T., (Comp.) (2000). El discurso como interacción social. Barcelona: Gedisa.
- 87) Vilar, J. y Gómez L. (1988). El sonido de la radio. Ensayo práctico sobre producción radiofónica. México: UAM-X, IMER, Plaza y Valdés.
- 88) Winocur, R. (2002). Ciudadanos mediáticos. La construcción de lo público en la radio. Barcelona: Gedisa.

Hemerográficas.

- 1) Ávila, O. R (2000). La metodología jurídica en México: un estado del arte de 1950-2000. *Bibliojurídica*, 2, 32-46. Recuperado en: www.bibliojuridica.org/libros/4/1628/5.pdf (13/06/12)
- 2) Cadavid, A. y Moreno O. (2009, enero-junio). Evaluación cualitativa de radio audiencias por la paz en el Magdalena Medio Colombiano. *Signo y Pensamiento*, 28, (54), 276-299. Recuperado en:
<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=86011409018> y
<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=86011409018> (29/03/12)
- 3) Cebrián, M. (2009, enero-abril). Expansión de la ciberradio. *Enlace: revista venezolana de información, tecnología y conocimiento*, 6, (1), 11-23. Recuperado en:
<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=82311100002> (12/04/12)
- 4) Cornejo, I. y Bellon E. (2010). Cuando alguien habla la maya, se nota que son pobres. *Revista de Paz y Conflictos*, (3), 6-22. Recuperado en:

- <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=205016387002> y
(12/05/12)
- http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/2050/Resumenes/205016387002_Resumen_1.pdf
- 5) Duffield, L. (2011). Review of Radio Studies Teaching. *The Radio Journal: Internacional Studies in Broadcast and Audio Media*, 2, (2), 101-122. Recuperado en: (03/04/12)
<http://ebookbrowse.com/gdoc.php?id=133389513&url=b900d5c0476a6e2856216829a453d383>
 - 6) Eslava, J. (2002). Estado del arte de la investigación en anestesia, 2, (3), 1-20. Recuperado en:
www.scare.org.co/rca/archivos/articulos/2002/vol_1/HTML (15/05/12)
 - 7) Ferreira, N. (2002). Las pesquisas denominadas estado del arte, 23, (79), 1-25. Recuperado en: [www.scielo.br.scielo.php?script=csi_arttext&pid=S0101](http://www.scielo.br/scielo.php?script=csi_arttext&pid=S0101)
 - 8) González, F. (2005). Escritura del estado del arte, 3, (2), 1-30. Recuperado en: <http://dis.unal.edu.co/~fgonza/courses/2005II/seminario/estadoArte.pdf> (22/05/12)
 - 9) González, F. A. (2008). ¿Qué es el estado del arte?, 2, (3), 1-35. Recuperado en: <http://dis.unal.edu.co/~fgonza/courses/2005II/seminario/EstadoArte.pdf> (31/05/12)
 - 10) Hirsh, A. (2006). Construcción de un estado del conocimiento. Valores profesionales en México. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 3, (2), 1-37. Recuperado en:
http://redie.uabc.mx/vol8_no.2/contenido-hirsh2.html (10/07/12)
 - 11) Kanayama, T. (2012). Community Radio and the Tohoku Earthquake. *International Journal of Japanese Sociology*, 2, (21), 30-36. Recuperado en:
<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1475-6781.2012.01157.x/pdf> (18/05/12)
 - 12) Mendonça, M. y Perona J. (2011, febrero-abril). The educational radiophony of university radios: transforming the entertainment in alternatives of teaching-learning. *Razón y Palabra: Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación*, 3, (75), 1-16. Recuperado en:
<http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=199518706044> y
<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/1995/199518706044.pdf> (14/04/12)
 - 13) Montero, A. y Cósimo, M. (2007, septiembre-diciembre). La radio como herramienta para la promoción de la lectura. *Enlace, revista venezolana de información, tecnología y conocimiento*, 4, (003), 57-70. Recuperado en:
<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/823/82340305.pdf> (01/04/12)
 - 14) Montoya, I. (2010, diciembre). La Radio Educación: ¿Cómo acercarse a las Nuevas Audiencias?. *Reflexión Política*, 12, (24), 142-150. Recuperado en:
<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=11017129014> y
<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/110/11017129014.pdf> (09/04/12)

- 15) Otero, B. E. (2006). El estado del arte. Teoría de la comunicación: un ejercicio kuhniano. Buenos Aires: Universidad Viña del Mar, 3, (1), 1- 30. Recuperado en: www.uvm.cl.csonline (01/05/12)
- 16) Paredes, R. (2005, marzo). Investigación multidisciplinaria Voces en el Aire, apuntes para conocer la radio. *Cinta de Moebio*, 3, (22), 1-10. Recuperado en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/101/10102209.pdf> (03/04/12)
- 17) Pastor, L y Cifra J. (2010). La dramatización radiofónica de contenidos educativos: Una experiencia universitaria. *Comunicar, Revista científica de comunicación y educación*, 18, (35), 121-129. Recuperado en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=15815042015> (12/04/12)
- 18) Pérez, L. (2004, septiembre-diciembre). La radiodifusión universitaria y los circuitos cerrados de radio en las instituciones de educación superior: una propuesta para la expresión de los estudiantes. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 5, (192), 153-186. Recuperado en: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/421/42119207.pdf> (30/05/12)
- 19) Perona, J. (2009). Edu-webs radiofónicas: experiencias españolas de educación en medios. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 17, (33), 107-114. Recuperado en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=15812486013> y <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/158/15812486013.pdf> (09/04/12)
- 20) Perona, J. y Barbeito M. (2007, junio). Modalidades educativas de la radio en la era digital. *Ícono 14: Revista de comunicación y nuevas tecnologías*, 06, (9), 12-37. Recuperado en: <http://www.icono14.net/revista/num9/articulos/08.pdf> (07/05/12)
- 21) Prieto de Ramos, I. y Durante, E. (2007, abril-junio). La evolución de la radio y las implicaciones tecno-socio-culturales en la audiencia: de oyente a usuario en la recepción del mensaje. *Espacio abierto*, 16, (002), 313-329. Recuperado en: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/122/12216208.pdf> (30/05/12)
- 22) Prieto de Ramos, I., Durante E. y Ramos M. (2008, enero-abril). Experiencia educativa de la radio en América Latina. *Revista de ciencias sociales*, 14, (1), 63-72. Recuperado en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=28011673006> <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/280/28011673006.pdf> y <http://www.scielo.org.ve/pdf/rcs/v14n1/art06.pdf> (21/05/12)
- 23) Reyna, M. (2005, diciembre). Radios y redes: la radio en las instituciones de educación superior. *Reencuentro: Análisis de problemas universitarios*. 12, (044), 1-17. Recuperado en: <http://www.redalyc.org/redalyc/pdf/340/34004404.pdf> (24/05/12)

- 24) Rodero, Emma (2008, enero-junio). Educar a través de la radio. *Signo y Pensamiento*, 27, (52), 97-109. Recuperado en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=86005207> (22/05/2012).
- 25) Sin Autor (2002, enero-febrero). PRISA compró 50% de Radiópolis. *Revista Mexicana de Comunicación (Versión Electrónica)*, México: Fundación Buendía. Disponible en: www.fundacionbuendia.org.mx/Tables/RMC/bitacora/bita55/indice55.htm y www.rtc.gob.mx (12/07/012)
- 26) Sin Autor (2000, septiembre). Radiópolis, la ciudad de la radio. *Revista Somos*, (edición especial: "XEW 70 Aniversario. La Catedral de la Radio), 1, (11), 75-89.
- 27) Sin autor (2000, septiembre). La catedral de la radio. *Revista Somos*, 1, (11), 1-25.
- 28) Uribe, A., Álvarez D. y Jaramillo J. (2008, enero-junio). De leer, serie radial sobre la promoción de la lectura. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 1, (31), 67-83. Recuperado en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/1790/179014347004.pdf> (15/05/12)
- 29) Useche, M. y Wileidys A. (2011, abril-junio). Visión sistémica del surgimiento de las Radios Populares, Alternativas y Comunitarias en el estado Zulia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 16, (54), 306-320. Recuperado en: <http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=29018865008> (10/05/12)
- 30) Villamizar, G. (2002, julio). De la escuela en la radio a la radio en la escuela. *Sapiens: Revista universitaria de investigación*, 1, (3), 1-12. Recuperado en: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/410/41030103.pdf> (12/04/12)

Legisgrafía.

- 1) *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos* (1917, 5 de febrero). Congreso de la Unión. En el Diario Oficial de la Federación, 2010, 27 de abril, 1-169.
- 2) *Ley federal de radio y televisión*. Congreso de la Unión. En el Diario Oficial de la Federación, 2009, 19 de junio, 1-45. Recuperado en: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/114.pdf> (22/05/12)
- 3) Reglamento General de Estudios de Posgrado (1998, noviembre). México: UPN.
- 4) Instructivo de trámites en materia de radiodifusión (2003, 10 de junio). Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Dirección General de Concesiones y Permisos de Telecomunicaciones, Dirección de Normas de Radiodifusión, SCT, 1-100.