

CAPITULO 4

EL GUION

Para todo tipo de programas de radio es necesario escribir un guión. Su planeación, el estudio previo, su realización, prácticamente hacen el programa de radio. El buen programa se realiza en el escritorio del guionista y se asegura en los ensayos. La producción es sólo el resultado final.

Cuando se escribe un guión de radio hay que tener en cuenta el tipo de público a que se dirige y los recursos y posibilidades de realización.

4.1 Tipos de Guiones

Dependiendo del programa, hay varias formas de guión:

EL GUION COMPLETO. Generalmente es el adecuado para programas dramáticos. En él se incluyen todas las palabras, efectos y música que van a ser escuchados por el auditorio.

EL GUION SEMICOMPLETO se utiliza para aquellos programas en los que participan personas con su opinión o con textos que no dependen del guionista. El escritor redacta los textos de los locutores, entrevistados o actores y sólo marca los espacios de participación de las otras personas. Este tipo de guión se usa en programas de entrevista o en revistas.

EL GUION LISTADO es frecuente cuando un programa consiste en una secuencia de partes grabadas de antemano y en el guión sólo se marca esa secuencia. Los programas de variedades suelen ser presentados en forma de lista.

La **HOJA DE CONTINUIDAD**, aunque no es un guión propiamente dicho, la incluimos aquí para tomarla en cuenta. Es, simplemente, la lista diaria de las canciones, programas, anuncios, mensajes y el tiempo preciso en que se transmiten.

De estas cuatro formas, sólo la primera requiere de tratamiento especial, puesto que dominándola, las otras tres están incluidas.

Como se dice más arriba, el guión completo se utiliza generalmente para los programas dramáticos. Estos son una forma muy usada todavía, dado que el tipo de público de la radio suele ser un auditorio sencillo que percibe fácilmente los mensajes que representan situaciones de la vida real.

El radiodrama suele ser un género despreciado por cierto tipo de intelectuales, pero muy usado cuando se requiere de aceptación e identificación del auditorio ante determinados mensajes.

Cuando decimos radiodrama nos referimos a todo aquel mensaje que se transmite adoptando la forma de una representación, es decir a todo aquello que responda a la tradicional definición de lo que es el drama, "composición literaria en que se representa una acción de la vida con solo el diálogo de los personajes que en ella intervienen" y con las características de un suceso de la vida real capaz de interesar y conmover vivamente.

Por lo tanto es la escenificación, representación de una situación determinada, adaptada a la radio, en donde se utiliza necesariamente el código radiofónico y se obedecen algunas reglas del drama en general.

4.2 Pasos para la Elaboración de un Guión

1. Elección del tema.
2. Planeación de la obra.
3. Creación de personajes.

4. Redacción del argumento.
5. Redacción del diálogo y la narración en un guión técnico.

1. El escritor inicia su trabajo eligiendo un tema que puede surgir de un ambiente determinado, de un personaje, de una situación o la combinación de ellos.

Para elegir el tema, el escritor debe tener en cuenta que en la radio no hay en absoluto limitaciones. No tiene restricciones en cuanto a lugar, ambientación, personajes, acción, movimientos en el tiempo. En la radio, el público se puede transportar a todos los lugares, épocas y horas.

Cualquiera que sea la fuente de inspiración para una obra, el tema, situación, personaje o ambiente, cada uno de ellos debe ser explorado en relación con las otras fuentes y finalmente reexaminadas en su forma completa para determinar si la idea tiene algún valor dramático. Si lo tiene, el escritor ya está entonces preparado para el siguiente paso.

2. La planeación de la obra es el trabajo más duro, es la estructuración del guión. Luego de que se decidió el tema y todos los elementos, se establece la unidad de la obra, que no significa necesariamente unidad de tiempo y lugar, sino unidad de acción.

Esto es, que todos los elementos de la obra se relacionen de manera completa y consistente. No debe haber elementos extraños que puedan distraer al público de una impresión total unificada. La obra debe tener una consistencia y una integridad de propósito y desarrollo dentro del guión.

La planeación proporciona los elementos para crear los personajes y desarrollar el argumento.

3. Uno de los pasos más importantes en la preparación de un guión es la creación y descripción de los personajes de la historia.

El personaje es el primer determinante de la acción del argumento y del diálogo, no se conforma a la estructura argumental, sino al contrario, las características del personaje determinan la acción.

A través de la acción del guión el personaje va siendo revelado. Es decir, por lo que dice y hace y no por una descripción arbitraria y debe ser consistente a través de toda la obra.

El escritor al crear un personaje, va conociéndolo y describiéndolo hasta en sus más íntimas e insignificantes facetas. Para eso es necesario desarrollar un historial completo de él. No sólo en lo que se refiere a la acción de la obra, sino que debe extenderse mucho más, de tal manera que se tenga a mano todas las posibilidades de reacción.

La descripción del personaje debe abarcar todas las características del mismo, en el nivel fisiológico, psicológico y sociológico.

Fisiológico. Sexo, edad, peso, estatura, color de ojos, pelo, piel, presentación general, defectos físicos, enfermedades, familia, etc.

Psicológico. Temperamento, carácter, vida sexual, valores morales, ambiciones, imagen ante los demás, frustraciones, actitudes ante la vida, habilidades, cociente intelectual, etc.

Sociológico. Clase social, escolaridad, profesión, ocupación, vida familiar, progenitores, estado civil, cónyuge, hijos, otros parientes, relaciones amistosas, religión, nacionalidad, filiación política, diversiones, etc.

Este análisis completo del personaje proveerá con útiles indicadores sobre la forma y tipo de diálogo que el personaje debe usar y su actitud frente a las situaciones de la obra.

Para radio es conveniente tener pocos personajes principales para poderlos manejar bien y que el auditorio los pueda reconocer, identificarse con ellos y poderlos seguir en la historia.

El número de personajes secundarios no está limitado pero no es conveniente excederse porque el radioescucha no los podría reconocer. No es necesario hacer un estudio profundo de ellos, pero antes de escribir la obra se plantean algunos rasgos de su personalidad.

4. Una vez definida la personalidad de los protagonistas puede escribirse el argumento. La trama debe ser escrita en secuencias y las secuencias en escenas.

Puede ser sólo una sinopsis completa que se amplifica en la redacción del diálogo.

5. Una vez que están definidos los personajes y el argumento está desarrollado, el campo está listo para escribir el guión.

El guión completo se compone del diálogo, la narración, la entrada y la salida y las indicaciones técnicas.

El diálogo toma forma de acuerdo con la personalidad del personaje que habla y debe ser completamente consistente con él. Debe adelantar la acción, introducir y describir a los personajes y el movimiento del argumento.

En el diálogo deben repetirse constantemente los nombres de los personajes, de tal manera que el público sepa siempre quién está hablando y con quién.

El papel de la narración es muy importante. El narrador es en cierta manera un personaje. Cuando los personajes no pueden decir algo, es el momento de utilizar al narrador. El narrador introduce al auditorio en la situación. Describe estados de ánimo, la escenografía, el vestuario, las características físicas de los personajes. Interviene también cuando se trata de enfatizar alguna situación.

El guión debe tener una entrada y una salida. La entrada incluye la música de identificación, el nombre del programa, la serie a la que pertenece, los actores, el director, guionista, etc.

Estos créditos pueden venir precedidos o seguidos de un "teaser". El "teaser" es un gancho para captar la atención, que dura unos dos y medio minutos como máximo. Puede ser solo una frase. En realidad es un flash con algo importante del programa, que puede ser el principio o el clímax del asunto, o la explicación del mismo. Es importante que el personaje principal aparezca en él. A veces sirve para poner en apuros al personaje para sacarlo de ellos en el resto del programa.

La salida es el final del programa, en el cual generalmente se agradece al público su atención y se hace una invitación para los próximos programas.

En cuanto al lenguaje que se utiliza para la redacción del guión, no hay que olvidar que éste debe ser claro, conciso, explicativo, que ayude a la imaginación a visualizar lo que escucha.

Las indicaciones técnicas, en especial lo que se refiere a música, efectos, pausas, actuación, deben estar contenidas en el guión, de tal manera que todos los que intervienen en el programa sepan el desarrollo del trabajo.

Al terminar de escribir un guión cabría siempre hacer esta reflexión que proponen Levin y Guillespie en "El Uso de la Radio para Fomentar la Planeación Familiar":

¿Tienen un objetivo cada uno de los efectos de sonido?

¿Podrá el radioyente identificar con facilidad cada efecto de sonido?

¿Se adapta bien la música al estado de ánimo de la obra?

¿Se emplea sólo la música cuando realza el estado de ánimo y objetivo de la obra?

¿El comienzo del programa capta enseguida la atención del radioescucha?

- ¿Hay contenido verdaderamente dramático en la obra?
- ¿Relata una historia?
- ¿Son los personajes lo suficientemente reales para permitir a los radioescuchas identificarse con ellos?
- ¿Logra la obra que quien la escucha pueda imaginársela visualmente?

4.3 Presentación de un Guión Radiofónico

1. El Papel. Hay que usar siempre cuartillas tamaño carta, blancas, sin márgenes y logotipos impresos. De calidad bond o revolución, porque el papel de copia o aéreo hace ruido.

2. La primera página. La primera hoja del guión debe contener toda la información necesaria. Esta se escribirá en la parte superior izquierda de la hoja.

Ejemplo:

RADIO VARIEDADES	(Nombre de la estación)
MEXICO Y SU HISTORIA	(Nombre de la serie a la que pertenece el Programa)
PROGRAMA N.º 1	(Número del programa)
"LA GRAN TENOCHTITLAN"	(Nombre o tema del programa)
GUIONISTA: CARLOS GOMEZ	(Nombre del guionista)

REQUERIMIENTOS HUMANOS (Elementos humanos para producción)
 Locutor masculino, para presentación y despedida.

Narrador masculino (voz campanuda)

3 actores masculinos (uno con voz estentóric, 40 años. Uno con voz dulce, 20 años. Uno con voz campanuda, de líder, 40 años).

2 actrices femeninas (una con voz argentina, 40 años. Una con voz cálida, 30 años).

1 niño (voz blanca).

REQUERIMIENTOS TECNICOS: (Elementos técnicos para la producción)

MUSICA

Música azteca, para ambientación.

Fanfarrías para presentación.

Música bucólica para cortinas y puentes.

EFFECTOS: Pasos en el campo, animales domésticos, viento, martillo y cincel.

3. La numeración. Desde la primera hoja deben ir todas numeradas y con guía.

Ejemplo:

MEXICO Y SU HISTORIA	Hoja 3.
PROGRAMA N.º 1	

4. La división de las hojas. Es necesario dividir las hojas en tres columnas imaginarias, pero no hace falta trazar líneas verticales.

La primera columna es para el tiempo. La segunda es para las indicaciones técnicas, música y efectos. La tercera columna es para el diálogo y la narración.

Ejemplo:

10 seg.

MUSICA - CORTINA
DISCO: OSCAR CHAVEZ, BANDA 4
SE CORTA DE GOLPE CUANDO
ENTRA EL LOCUTOR

LOCUTOR 1. Nos encontramos ahora en el Lago de Texcoco, donde el Emperador Moctezuma...

4.1 La columna del tiempo debe contener el tiempo total y el tiempo parcial. Al iniciar cada hoja, arriba de esta columna debe ir el tiempo acumulado de las horas anteriores. En cada renglón en donde haya cambio de música, efectos o locutor, se indica el tiempo que dura cada fragmento. Al final de la hoja se suma el tiempo acumulado de las hojas anteriores con los tiempos indicados en esta hoja y se pone al final.

4.2 La columna de las Indicaciones Técnicas debe ser escrita siempre **CON MAYUSCULAS**. Todo lo escrito con mayúsculas no sale al aire.

Cuando se indica **MUSICA**, es necesario escribir el título, el disco y la banda. También habrá que indicar si la música se corta del golpe, si baja y permanece de fondo, si decrece hasta desaparecer totalmente, si se usa como cortina, puente, ráfaga, etc.

Anótese también el tiempo que dura en el aire la música en la columna del tiempo.

Si la música permanece de fondo, es necesario trazar una flecha hacia abajo para indicar hasta que línea del diálogo continuará.

Para los **EFFECTOS** valen las mismas indicaciones que para la música. Escríbase la palabra **EFFECTO** subrayada lo mismo que la palabra **MUSICA**, precediendo a la clase tanto de efectos como de música.

ejemplo:

EFFECTO: RUIDO DE TAMBORES
BAJA Y PERMANECE DE FONDO.

Si se mezclan la música y los efectos sonoros, hay que indicarlo así.

La columna de Indicaciones Técnicas debe escribirse a renglón seguido.

4.3 La tercera columna se destina al diálogo y a la narración. Debe escribirse a doble espacio con minúsculas. Se exceptúan los nombres propios y el principio del párrafo, en que se emplearán las mayúsculas como de costumbre.

4.3.1 Si en esta columna hacen falta indicaciones, éstas irán con mayúsculas y dentro de paréntesis, v.g. (PAUSA), (CONTINUA), (TONO DRAMATICO). Los nombres de los personajes van también con Mayúsculas pero subrayados: **LOCUTOR, JUAN**.

4.3.2 Siempre que haya algo escrito en la segunda columna, la tercera columna empezará en el renglón en que termina la segunda. A menos que se trate de que la música o los efectos vayan junto con el diálogo.

4.3.3. Al terminar los renglones no se pondrán guiones para igualar el margen derecho y se tratará de no cortar la última palabra.

4.3.4 Si el párrafo final de una hoja no cabe íntegro en ella, habrá de pasarse completo a la siguiente. En caso de continuar hablando el mismo locutor o actor habrá de escribirse (CONTINUA) con mayúsculas y entre paréntesis. La siguiente hoja se empezará así:

5. El número de copias del guión. Habrán de sacarse tantas copias del guión cuantas sean las personas que intervengan en el programa, como director, operador, locutores, actores. . .

En caso de corregirse el guión ya terminado, el guionista o el director cuidarán que tales correcciones se hagan en todas las copias.

Si el programa forma parte de una serie, y la serie tiene una entrada y salida común, debe indicarse así en el guión.

CAPITULO 5

PERIODISMO RADIOFONICO

5.1 Importancia del Género

Desde el inicio de la radio en la década de los 20s, la función informativa, fue una de las principales actividades que se desarrollaron. Más de la mitad de las estaciones existentes en los Estados Unidos tenían algún nexo con empresas periodísticas, ya como dueñas, anunciantes o proporcionando servicios de noticias.

Esta situación tan favorable para el servicio informativo se vio pronto afectada por una serie de prejuicios, que los dueños y redactores de prensa escrita, comenzaron a desarrollar. Veían en la radio un enemigo en potencia, puesto que la aceptación del medio y el impacto que causaba los alarmó. Pensaron que el público dejaría de comprar los periódicos porque ya habían escuchado las noticias.

Como consecuencia, los periódicos norteamericanos dejaron de publicar noticias acerca de la radio y pidieron a las agencias informativas que no vendieran sus servicios a las estaciones de radio.

¡Qué mejor oportunidad se presentaba para la radiodifusión! Si las agencias no proporcionaban la información, las empresas de radio tenían que salir a buscarla. De esta manera, el periodista Paul White, al frente de la sección informativa de la CBS, se convirtió en uno de los más importantes periodistas radiofónicos. Estableció una amplia red de corresponsales en el país y contrató los servicios de algunas agencias noticiosas extranjeras.

Muchas otras cadenas siguieron el modelo propuesto por la CBS y así se desarrolló la información radiofónica. Los periódicos acabaron por reconocer en la radio, más que a un enemigo a un fiel aliado.¹

En la actualidad, la importancia del periodismo radiofónico reside en la rapidez. El hombre de hoy busca y recibe información por cualquier medio, pero frecuentemente necesita conocerla en el momento mismo en que ocurre. La radio es el medio más adecuado para informar rápida, clara e inmediatamente.

Al respecto, Siller, White y Terkel² dicen que "si la radio no lanza las noticias con toda rapidez, no vale la pena que las obtenga".

Frente a la televisión, podríamos decir que la radio se encuentra en desventaja porque la televisión puede informar también en el mismo momento en que ocurren los hechos y lo hace también con video; sin embargo, esto sólo sucede si el acontecimiento es previsible y se ha hecho el enorme despliegue técnico de la televisión. En cambio, la radio puede transmitir aun en condiciones técnicas precarias.

Además, los horarios de la radio son más amplios y en consecuencia más accesibles. Si acontece algo extraordinario, el público recurre al aparato de radio, que puede encontrarse en cualquier parte y a cualquier hora del día.

Aunque la información radiofónica no está restringida a las noticias importantes y extraordinarias, sí podemos afirmar que el medio más eficaz para transmitir una noticia importante es la radio, porque en un momento dado, llega a mayor número de personas, y lo más importante, a la misma hora que los hechos ocurren, a cualquier parte, a cualquier hora, salvando cualquier obstáculo.

Un ejemplo clásico es la noticia del asesinato de John F. Kennedy. Cuando todavía no se tenía la certeza de quién era el herido, el público ya conocía la noticia. No habían pasado dos minutos de efectuados los disparos, cuando ya el mundo entero sabía que Kennedy corría peligro. Al momento de su muerte, instantáneamente el mundo lo supo. Lo mismo pasó en el asesinato de su hermano Robert, el locutor de una estación de radio transmitió su propia emoción al ver escapar al asesino, gritaba y decía expresiones espontáneas, con lo cual el radioescucha estaba "presenciando" los hechos.

El novelista Morris West dice que en este tiempo, las comunicaciones han reducido a la nada el lapso entre el acto humano y sus consecuencias. Asesinaron en Memphis a Luther King y en el momento de conocer el hecho, a través de la radio, los negros en el sur de los Estados Unidos salieron a manifestar a las calles, a romper aparadores de los negocios de los blancos y a expresar su protesta.

Ciertamente la preponderancia informativa la tiene todavía la prensa impresa, y ante ella, la radio presenta algunas desventajas; por ejemplo, la permanencia. La noticia de radio no es permanente, se esfuma con la rapidez con que fue dicha. Por lo tanto, al redactar una noticia para radio tiene que hacerse de manera que se comprenda la primera y única vez que se escucha; tiene que despertar el interés inmediatamente. Además, la noticia tiene que ser escuchada en el momento que se transmite.³

Con todo lo anterior podemos decir que las noticias radiofónicas tienen la siguientes características.

- Son inmediatas. Pueden emitirse rápidamente.
- Dan la información suficiente para conocer un hecho. Adelantan lo que otros medios ampliarán posteriormente.
- Hace participar de los acontecimientos a quien la escucha, y no solamente en las transmisiones directas.

Por estas razones, la noticia radiofónica:

- Debe ser absolutamente actual. A diferencia del periodista de prensa impresa, que trabaja sobre las noticias del día, el periodista radiofónico piensa en las noticias de la última hora.
- Debe ser clara, precisa y sencilla.
- Debe ser completa y rápida.
- De ser posible debe ser instantánea.
- Debe ser corta pero completa.

5.2 Redacción de Noticias para Radio

5.2.1 La clave de este género radiofónico es saber reconocer cuál información es buena noticia para radio. Y una vez que se selecciona, saber escribirla para este medio, tomando en cuenta las características propias de la radio.

¿Cuál es la noticia para radio?

— Aquella que tiene realmente actualidad. La que es importante en este momento y que merece la pena de ser conocida ahora, con la mayor rapidez posible. Este criterio nos hace desdeñar algunas informaciones que no tienen un valor inmediato aunque sí sean importantes.

Ante estas dos informaciones:

- * la posibilidad de un paro camionero en la localidad,
- * la posibilidad de la firma de un tratado de paz entre dos países del Medio Oriente.

la primera información es más radiofónica que la segunda. Es importante que el público que está a punto de salir del trabajo tome las providencias necesarias para transportarse. En cambio, el conocimiento del tratado de paz puede esperar, aunque a nivel general, esta información tenga más trascendencia.

Otra característica que nos hace distinguir una noticia para radio es la localidad. La noticia que está más cerca del auditorio, la que lo puede afectar más, debe preferirse. Al respecto, David Dary, en su Manual de Noticias Radiofónicas, enfatiza a la localidad como la principal función del periodismo radiofónico.

El mismo ejemplo usado en la característica anterior, nos es útil para ilustrar la localidad.

– La oportunidad es otro elemento importante. Por ejemplo, un gran embotellamiento en un paso a desnivel es una noticia que tiene actualidad y es local, pero si se transmite en un noticiero posterior, carece de importancia. El servicio que la estación puede hacer, es darla a conocer en el momento en que se están sufriendo las consecuencias.

– Las noticias que se pueden asimilar fácilmente son noticias radiofónicas. Frecuentemente se comete el error de transmitir por radio informaciones cargadas de datos estadísticos o de cifras económicas, que aunque sean muy importantes, si el auditorio no las puede recordar, no vale la pena de ser emitidas.

Hay muchas informaciones, pero no todas son noticias radiofónicas. La noticia para radio es pues, aquella que tiene un interés especial para el público, por su importancia, su localidad, oportunidad y claridad.

5.2.2 Una vez que se ha decidido cuál información se va a transmitir, el redactor de noticias debe seleccionar los elementos que va a comunicar. Lo que interesa es el hecho mismo, no los detalles. El hecho es el que es importante, los detalles se dan para ampliar la información, pero le corresponderá a la prensa escrita. Por ejemplo, al auditorio de la radio le interesa saber quién ganó un partido de fútbol, cuál fue el marcador y probablemente cómo fue el juego en general. El periódico dará una reseña completa y todas las precisiones del mismo.

Las noticias que dará la radio serán siempre noticias que ningún otro medio haya dado a conocer. A menos que encuentren aspectos nuevos, interesantes del mismo hecho. En los casos en que la noticia no es de hoy, e incluso los periódicos las han publicado, se deben resaltar como actuales los aspectos novedosos, en este caso, la noticia no es el hecho, sino esos nuevos aspectos.

“Es necesario escribir las noticias para radio en forma tal que puedan ser comprendidas fácilmente por personas de diversas edades y de diferente capacidad para entender”⁴, por lo tanto el requisito principal es la sencillez. Es decir, usar un lenguaje coloquial, de conversación, como si se platicaran las cosas.

La sencillez, junto con claridad y brevedad, son tres características que deben imperar en la redacción de noticias para radio.

5.2.3 A continuación algunas indicaciones prácticas para la redacción de noticias para radio. Entendidas no como leyes absolutas, sino como recomendaciones⁵:

1. Uso correcto de la puntuación, que ayuda a la claridad. Es necesario utilizar frases breves, por lo tanto usar lo más posible el punto, poco la coma

y nunca el punto y coma (lo más probable es que el punto y coma se pueda transformar en punto y seguido).

No deben usarse los puntos de interrogación. No se trata de cuestionar al auditorio, sino de afirmar algo.

2. Para resaltar la oportunidad y actualidad de la información debe usarse, siempre que sea posible, el tiempo presente del verbo.

Ej.: Se inaugura el puente interior de San Pedrito en Manzanillo.

Si no está ocurriendo el hecho en ese momento y no se puede usar el presente, se puede recurrir al pretérito perfecto de indicativo (antepresente) "ha muerto", "han firmado", etc.

Si usar el presente o el antepresente resulta falso o pedante se puede usar el pretérito de indicativo.

Por razones de estilo y de énfasis, en una misma noticia se pueden usar dos tiempos diferentes, por ejemplo:

"Se aprueba la nueva Ley de Educación. Esta mañana, el Congreso discutió sobre..."

3. Evítense los tiempos complicados de los verbos, como son, el pretérito imperfecto, el potencial y el modo subjuntivo.

No se tome esto como una regla inevitable, pero si la recomendación básica es la sencillez, procúrese encontrar siempre la forma gramatical más simple.

4. Es preferible usar la voz activa en lugar de la voz pasiva; puesto que es más enfática y más impactante. Nótese la diferencia entre estas dos frases:

El banco fue robado por tres individuos (pasiva).

Tres hombres robaron el banco (activa).

5. Las oraciones más simples son las que comunican mejor; por eso, el clásico sujeto-verbo-complemento es lo más claro.

Entre el sujeto y el verbo no se incluya demasiada información porque se puede confundir al auditorio. Por ejemplo:

"El nuevo delegado del PRI (sujeto) en el estado, que fue nombrado hoy, ha declarado (verbo) que este año. . ."

Si se cree importante toda esa información, redáctese de otra manera:

"Al ser nombrado hoy nuevo delegado del PRI en el estado, el licenciado Jorge Gómez (sujeto) declaró (verbo) que este año. . ."

6. El redactor de noticias para radio debe tener un amplio vocabulario en cuanto a sustantivos y verbos sencillos y concretos.

7. Se deben usar adecuada y económicamente los adjetivos.

8. Evitar los adverbios (excepto los de tiempo, que son muy importantes: hoy, ayer, etc.).

9. Es necesario sustituir con sinónimos las palabras difíciles de pronunciar o difíciles de comprender. En caso de tener que usar palabras así, es necesario explicarlas en la misma redacción.

10. Los pronombres personales deben ser sustituidos por los nombres propios. Si se usan demasiado él, ella, nosotros, el público no sabrá de quién se está hablando.

11. No es recomendable el uso de gentilicios. Generalmente el auditorio no sabe de dónde son los "hidrocálidos", es mejor decir "de Aguascalientes". Respecto a esto se ha abusado demasiado, especialmente en los noticieros deportivos.

12. Las noticias de radio no deben estar formadas por citas personales. El auditorio no ve las comillas y puede tomarlo como un hecho, no como una declaración u opinión. Es necesario resaltar lo meramente noticioso de

la cita.

En el caso de que la declaración sea importante, la cita se hará a través de una grabación, que de ninguna manera debe ser larga.

13. Los datos estadísticos o las grandes cifras deben omitirse cuando se pueda. Redondearlas cuando no pierda exactitud la noticia o darla muy claramente cuando sea necesario. De ninguna manera una noticia debe contener muchos números.

14. No debe comenzarse una noticia con el nombre de una persona que no es conocida por el auditorio.

15. Cuando la noticia comienza con el nombre de una persona hay que precederlo con un título, de manera que si no se atiende a las primeras palabras, se sabe de quién se habla. Naturalmente hay que evitar los títulos demasiado largos.

16. Los títulos o puestos deben ir antes del nombre.

17. La noticia radiofónica no debe comenzar con una pregunta ni con números.

18. Es importante decir la fuente que suministra la información. "Más importante aún, es señalar la fuente si la declaración que se hace es dudosa o no se ha confirmado que sea exacta".⁶

5.2.4 Estructura de la Noticia

La noticia radiofónica, en opinión de Angel Faus, debe tener cuatro partes: arranque, entendido como una llamada de atención; un lead o entrada; la narración, y el cierre. Sin embargo, esta estructura sólo es válida en las noticias muy importantes, aquellas que el público busca y por las que enciende el radio buscando más información.

Las noticias comunes están formadas por un solo párrafo, compuesto por varias frases cortas. En ellas, la parte más importante es el principio o entrada.

La atención se capta en la entrada, y lo más significativo de la información debe estar ahí. "... el lead radiofónico contesta sólo a dos de las cinco clásicas preguntas que se combinan de acuerdo con la naturaleza de la noticia: qué/quién, o quién/qué; dónde/qué, o qué/dónde".⁷ Estas preguntas siempre deben ser completamente respondidas con el "cuándo", por aquello de la inmediatez.

5.3 Presentación de Originales para el Noticiero

Como vimos anteriormente, el guión juega un papel muy importante en la producción radiofónica. En la tarea informativa no se puede hablar de un guión propiamente dicho, sino de un guión listado acompañado de un conjunto de noticias redactadas para tal efecto.

Cada noticia debe estar escrita en una hoja. Esto aunque parezca un desperdicio no lo es en atención al tiempo. Si de casualidad se llegara a perder una hoja, la continuidad del noticiero no se corta. Cuando la nota es muy larga y se necesita más de una hoja, nunca un párrafo debe cortarse. Si el escritor calcula que el párrafo no va a caber, se corta esa hoja en el párrafo anterior y se comienza el nuevo párrafo en la siguiente hoja. Se indica en la anterior que continúa. Si no se hace esto, el radioescucha notará la transición que hace el locutor. Además en el caso de pérdida hay un final lógico.⁸

Es conveniente dejar un buen espacio arriba antes de empezar a escribir para dar un margen para indicaciones o frases de enlace.

El escrito debe estar a doble o triple espacio, de acuerdo con el tamaño de la máquina; de tal manera que quede un buen espacio entre línea y línea para hacer correcciones o adiciones. Además, para que no se corra el riesgo de que el locutor lea dos veces la misma línea.

Debe escribirse en altas y bajas, de lo contrario todas las letras tienen la misma apariencia cuadrículada y el locutor puede perderse. A menos que el propio locutor así lo pida.

No es conveniente usar abreviaturas, por ejemplo EE UU, es mejor escribir Estados Unidos, a menos que se vayan a leer así.

Cuando sea necesario escribir números, es conveniente escribirlos de tal manera que haya pocas probabilidades de que se cometan errores.

Del uno al nueve, deben escribirse con letras. A menos que sean resultados deportivos, horas o fechas.

Del 10 al 999, con número.

Cien mil, un millón, con letras.

5 mil 323.

8 millones 432 mil 243, con letras y números.

El redactor de noticias debe pensar que está escribiendo una noticia para ser leída por otra persona, por lo tanto es necesario preguntar a ésta cómo quiere que sea escrita y cómo deben hacerse las correcciones para mayor comodidad del locutor.

5.4. El Noticiero

5.4.1. Haciendo una gradación de mayor a menor interés y de menor a mayor profundidad, los mensajes informativos radifónicos se podrían clasificar de la siguiente manera:

1. Flash.
2. Programas especiales - Ocasionales y dependientes de los acontecimientos.
3. Noticiero - Sistemático y periódico.
4. Resúmenes.
5. Programas de comentario y opinión.⁹

1. En el caso del flash, la información escueta y concreta se da en el momento en que ocurre un hecho de gran interés para el auditorio, con mucha importancia para la vida social, o que, de alguna manera "puede paralizar" al radioescucha en el momento de recibirla.

Siller, White y Terkel dicen que "no hace falta decir que el flash sólo se usa en aquellas raras noticias que son de indiscutible importancia vital, lo que los del oficio llaman noticias trascendentales".¹⁰

Los flashes no tienen una planeación ni una periodicidad marcada de antemano. Suceden cuando algo los motiva y hace a la estación cortar la programación.

Casi siempre la emisión de este tipo de noticias es muy corta, con poca información, que despierta mucho interés en el auditorio. Generalmente esta información desencadena una corriente de rumor y el flujo de la información en todos los niveles.

Ejemplos de flashes son: el anuncio de la muerte de personajes muy importantes, el estallido de una guerra, la liberación de rehenes o secuestrados o las catástrofes naturales.

Analizando el flash, vemos que despierta el mayor interés y presenta en

grado menor de profundidad y de cantidad de información.

2. El segundo caso, las transmisiones especiales, de acontecimientos programados, pero no periódicos, constituyen una emisión interesante. La relación de hechos extraordinarios es siempre atractiva para el auditorio. Se relatan los hechos y los pormenores de ellos, pero la trascendencia, consecuencias y significado de los mismos no se analiza ni se emite.

Estas transmisiones suelen interesar a mayor número de personas, incluso aquellas que no son público habitual de los programas informativos.

3. Pasando al siguiente nivel, encontramos los programas informativos planeados, sistemáticos y periódicos.

Los noticieros y programas periodísticos en general, van creando un auditorio adicto, interesado en ir siguiendo los acontecimientos importantes que se van sucediendo en el mundo, el país y la localidad, pero se los encuentran al escuchar su estación favorita.

El grado de información en cuanto a cantidad y profundidad va en aumento. El número de interesados en escucharlos va disminuyendo pero el interés personal, mostrado por quienes escuchan es mayor.

4. Los resúmenes son periódicos y planeados. El público los busca deliberadamente y en ellos cabe ampliar la información que se ha dado en los noticieros el resto del día. En cuanto a formato, cantidad y contenido de las noticias, hay más planeación y más calidad.

5. Así, el último nivel, en donde hay menos interés (en cantidad de auditorio) pero mayor profundidad y atención de parte de quien escucha, son los programas de comentario, análisis, discusión, sobre hechos actuales o de permanencia constante.

Estos programas afortunadamente van en aumento y pueden significar la mejor información del auditorio. Cabe aquí afirmar que no está más informado aquel que tiene noticia de más hechos, sino aquel que conoce todas las implicaciones de los acontecimientos importantes que afectan la vida social o que la reflejan.

Dentro de este nivel, además de los programas de comentario, podemos incluir los reportajes, informes, revistas o mesas redondas.

5.4.2 Formato del Noticiero

De la clasificación anterior, sin duda merece más atención el noticiero planeado y periódico, por constituir la parte medular de la información radiofónica.

No se puede dar una regla general para todos los noticieros de radio. Más bien el formato se determina de acuerdo con la política de la estación, el auditorio, la duración, el material disponible a la hora en que se transmite el mismo.

El orden en que las noticias se transmiten lo determina el periodista. Pero ese orden confunde al que escucha y no se puede formar un criterio general respecto a ese noticiero en particular.

John Newman distingue tres tipos de formatos para los noticieros de radio:

1. Por situación geográfica.
2. Por tópicos.
3. Combinación.

1. El formato por situación geográfica es aquel en el que las noticias se dan agrupadas según su procedencia. A este tipo pertenece la división clásica de Internacionales, Nacionales y Locales .

En esta clasificación puede haber otras subdivisiones: Internacional en continentes y países; nacionales en estados y ciudades.

2. En el formato por tópicos, las noticias se agrupan según los temas, es decir, política, gobierno, educación, economía, energéticos, etc.

Apegarse estrictamente a esos moldes puede traer por consecuencia un noticiero un tanto frío, o puede llegar el caso de que haya una noticia sumamente importante que corresponde a la última sección y debió darse al principio. En este caso se recurre al tercer tipo de formato que es el de combinación.

En el formato de combinación se van dando las noticias en orden de importancia y es sólo el criterio personal del periodista el que rige.

En cualquiera de los casos el formato debe incluir una presentación, una despedida y todos los elementos necesarios para identificarlo y adornarlo.

“El periodista radiofónico debe tener presente a tres personas cuando prepara un noticiero: 1) la fuente de información; 2) el locutor que leerá las noticias; y 3) el auditorio que las escuchará”.¹¹

En atención a la fuente de información, las noticias deben ser exactas. En atención al locutor deben ser fáciles de leer ante el micrófono. Y en atención al público deben ser fáciles de entender la primera y única vez que se escuchan.

5.5. Fuentes de Información

Las fuentes de información para radio son las mismas que para la prensa escrita. La información internacional se obtiene a través de las agencias de noticias; algunas de las cuales están organizadas para ofrecer servicios de información ya redactadas para radio. La estación contrata una o varias agencias y recibe la información que envían durante todo el día. La oportunidad de la información de las agencias es siempre más rápida (y más barata que la que proporcionan los propios corresponsales o reporteros.

Para la información nacional puede recurrirse también a las agencias informativas, pero se utilizan también los servicios de corresponsales o el intercambio con otras estaciones o periódicos.

La información más importante para la radio es la información local y es la más difícil de obtener. Las noticias locales son la razón de ser del periodismo radiofónico.

Para obtener la información local el elemento principal es el reportero.

El reportero es un hombre que dedica su actividad a interesarse en aquello que el público necesita o quisiera saber y lo da a conocer. Su actividad es ver, oír y contar.

Las cualidades que debe reunir un reportero para cualquier medio son:

- la paciencia, porque las noticias no están esperando, hay que buscarlas y esperarlas.
- la observación,
- Buena memoria
- Sentido ético, que le permita apreciar el valor de dar o no una información.
- Respeto, al público y a los informantes.
- exactitud y objetividad para dar a conocer los hechos como son.
- rapidez para informar oportunamente.

Para el reportero de radio “son exigibles, además de las cualidades comunes de cualquier periodista, una gran facilidad de palabra (es el único medio que tiene de comunicarse con el oyente); enorme capacidad de

improvisación para salvar dificultades que se presenten durante el trabajo, rapidez de reflejos para seguir la acción; capacidad de síntesis que le permita seleccionar y valorar datos sobre la marcha; conocimiento del tema que trata y, sobre todo, una enorme cultura verbal que le permita llegar de un modo sencillo y claro al oyente".¹²

El reportero, como dice Vicente Leñero, debe ser un hombre común y corriente y a la vez un hombre excepcional. En lo que es excepcional es en su preparación y cultura. Preparación que debe acrecentarse día con día y preparación inmediata que se refiere a sus conocimientos de la situación actual y su importancia.

Ismael Herraiz, en la Enciclopedia del Periodismo utiliza las famosas "W" para responder al quehacer del reportero y dice:

el QUE es la noticia

el QUIEN es el reportero

el PORQUE el deseo o la necesidad del público de conocer esa noticia.

CUANDO, DONDE y COMO, son la labor pura del reportero.

CUANDO se busca la noticia para saber DONDE, y una vez situados en el tiempo y en el espacio, saber COMO.

¿CUANDO? Siempre, y sobre todo hoy y para radio en este momento hay muchas noticias que se dan a hora fija y el reportero sólo tiene que estar a tiempo; por ejemplo los hechos anunciados, las conferencias de prensa y los eventos especiales. Pero hay otros que no tiene hora fija y el reportero debe buscarlos, encontrarlos y algunas veces crearlos.

¿DONDE? Usualmente en la zona urbana, aunque algunas veces se tenga que salir de la ciudad. Por esto se recomienda que el reportero conozca muy bien la ciudad. El plano, sus divisiones, las características principales de sus colonias y barrios, los principales edificios, y muy importante, los lugares en donde hay teléfonos fáciles de usar para desde ahí enviar sus informes a la redacción.

¿COMO? De la manera que resulte más rápido, más exacta y más completa. Para lograrlo cuenta con tres instrumentos útiles para el trabajo: la grabadora, un buen directorio personal y el teléfono.

"SOLO A LOS JUECES Y A LOS PERIODISTAS LES ES LICITO PREGUNTARLO TODO; PERO EL JUEZ TIENE AUTORIDAD PARA EXIGIR LA RESPUESTA Y EL PERIODISTA HA DE OBTENERLA POR LA HABILIDAD AL PREGUNTAR".¹³

5.6. La Entrevista

La entrevista es una de las principales formas de obtener información periodística, pero debemos distinguir entre usarla como fuente de información y como forma de presentación. En el primer caso se usa principalmente para la prensa escrita; se entrevista a una persona, se obtiene la información y se le da el tratamiento de noticia, reportaje o artículo. El segundo caso se usa especialmente para radio y televisión.

La entrevista periodística en general, puede tener cierta similitud con las entrevistas para la investigación en las Ciencias Sociales. En ese caso, la entrevista no constituye un fin en sí misma, se realiza para obtener información que es después codificada y forma parte de un acervo de información más amplio para hacer avanzar a la ciencia social.

A diferencia de esta forma, la entrevista para los medios informativos o de comunicación no tiene, en general, usos posteriores a la realización de la misma. Se lleva a cabo con el fin de dar a conocer a otros algunas informaciones, sentimientos u opiniones.

Edgar Morín define: "la entrevista de radio-cine-televisión es una comunicación personal suscitada con un objetivo de información pública o/y espectacular".¹⁴ Ve a la entrevista como un elemento humanizante y más aún, como individualizante, es decir como una encarnación personal de los problemas. Hablar de una catástrofe aérea es algo espectacular; pero es más impactante si se entrevista a Pandora —sobreviviente de la tragedia— y nos narra sus sentimientos, su versión actual de los hechos. . .

La entrevista informativa es una manera de comunicar sentimientos y vivencias porque "tiene en sí misma un alto grado de calor humano".¹⁵ Se le asignan también funciones de credibilidad, ya que no es el reportero el que afirma una cosa, sino el mismo actor de las noticias. En radio, específicamente hace amena y variada la transmisión de información.

Horacio Guajardo dice que "la entrevista puede tener valor por el personaje, por el tema o por ambos y puede referirse tanto a un asunto de actualidad como a uno de interés permanente. El mejor resultado se obtiene cuando se une a un personaje con un buen tema".¹⁶

Usando la técnica de la entrevista se pueden hacer varias cosas:

— Entrevista propiamente dicha, que es un reportero y una persona dialogando.

— Encuesta, en la que el reportero o un equipo, entrevistan a varias personas sobre el mismo asunto por separado. Faus afirma que "la encuesta busca comprobar un estado de opinión, fundamentalmente, y en ocasiones la constatación de ciertos elementos que la componen".¹⁷

— Conferencia de prensa, donde varios reporteros entrevistan a una persona sobre temas diversos.

— Panel o mesa redonda en donde se entrevista, al mismo tiempo, a varias personas sobre el mismo asunto y los participantes pueden dialogar entre sí.

La clave del éxito en una entrevista reside en la elección del entrevistado. Este, puede ser, el experto en un tema, las personalidades ampliamente conocidas por diversas circunstancias, las personas con cargos públicos o responsabilidad social, los testigos presenciales de algún hecho y la voz popular.

Hay tres tipos de entrevistas según su finalidad:

1. Entrevista noticiosa.
2. Entrevista de opinión.
3. Entrevista de semblanza.

1. La entrevista noticiosa se realiza para obtener una información. Se supone que el reportero tiene idea de que ahí puede haber una noticia y esa es la razón por la que entrevista a esa persona.

2. En la entrevista de opinión se buscan puntos de vista nuevos, diferentes, sobre hechos ya conocidos, ya sea para ampliar la información o para obtener la opinión de la persona como punto decisivo de la información.

3. La entrevista de semblanza es un retrato físico, psicológico y biográfico de la persona.

Son más radiofónicas las entrevistas de opinión y de semblanza porque pueden ser preparadas, mientras que la entrevista noticiosa puede carecer de valor auditivo.

En nuestro caso, estamos hablando de las entrevistas que se transmiten como tales, y por lo tanto, hay una serie de puntos que no se deben descuidar, antes de la entrevista y en el momento de realizarla.

Es necesario hacer preparativos, no basta conocer el nombre del entrevistado, es necesario saber sus antecedentes: puesto, experiencias, opiniones, lo que piensa, lo que hace. . .

Preparar un cuestionario con las preguntas que se le van a hacer, que puede variar en el transcurso de la entrevista.

En el momento de hacer la entrevista, es necesario:

1. Presentar inmediatamente al entrevistado, evitando las adulaciones excesivas que solamente sirven para perder el tiempo y molestar a los radioescuchas.

En las entrevistas noticiosas es necesario entrar de lleno en el tema de manera que el público sepa inmediatamente de qué se trata. En las de semblanza y de opinión se hace necesaria una introducción y una presentación más amplia de la persona.

2. El periodista no debe monopolizar el micrófono. Por lo tanto las preguntas deben ser cortas, de manera que el entrevistado sea el que más hable, pero no el que tenga el control del diálogo; para lo cual el entrevistador no debe "prestar" el micrófono.

3. Hacer preguntas con intención clara.

4. Evitar las preguntas en las que la respuesta se agota con un "sí" o un "no". Si esto sucede puede corregirse con un "¿por qué?".

5. Las respuestas deben escucharse con atención. Algunos periodistas concentran su atención preparando la siguiente pregunta y no escuchan algún punto que necesita aclaración. El radioescucha se queda sin la contestación o aclaración correspondiente. Además se pierde la oportunidad de tratar un tema no previsto pero mencionado por el entrevistado.

6. Repetir constantemente el nombre del entrevistado. Recuérdese que el público no lo está viendo y es difícil que reconozca su voz.

7. El entrevistador no debe perder tiempo repitiendo o dando nuevas formas a las respuestas de la persona. Abstenerse de comentar o proseguir directamente con la siguiente pregunta.

8. La entrevista debe ser corta y debe terminar cuando todavía el interés es alto.

9. Al concluir la entrevista el periodista puede hacer breves observaciones o sacar conclusiones.

10. Agradecer públicamente al entrevistado.

11. Repetir al final el nombre del entrevistado.

5. 7. Otros Géneros Periodísticos en Radio

Podemos considerar que la transmisión de noticieros no son la única forma de hacer periodismo radiofónico. Otros géneros periodísticos usados en la prensa tienen también cabida en la radio.

El EDITORIAL, así como en el periódico es la opinión del director del mismo, en la radio es la opinión de la estación, de los directivos de la misma o de los responsables del servicio informativo. El editorial es un servicio de orientación al público; la radio como medio de comunicación tiene también la función de formar la opinión pública, a través del análisis del significado de los sucesos.

Las estaciones que más se ocupan por informar son las que se preocupan por emitir sus opiniones. La política editorial debe determinarla un consejo editorial. Cuando se va a transmitir un editorial es importante que se anuncie así, de manera que el radioescucha sepa lo que es y no piense que está escuchando una noticia.

Programas de COMENTARIO. Son también análisis u opiniones sobre los acontecimientos de actualidad. La diferencia principal con el editorial es que en el programa de comentario la estación no se hace responsable de lo que ahí se diga, sino el comentarista mismo. Además, el editorial es un servicio de la estación y ésta fija la hora en que se transmite. En cambio, el comentario va a depender muchas veces de la existencia de un patrocinador, si se tiene a la persona idónea para esa labor, si es suficiente el servicio de información de la estación, etc.

Los EVENTOS ESPECIALES y las TRANSMISIONES DEPORTIVAS son también actividades informativas y un servicio de la estación.

Algunas emisoras tienen como política hacer controles remotos de los eventos que interesan al público; en el caso de los deportes puede existir una programación ya establecida, y en el caso de los eventos especiales, como son las actividades de los gobernantes, visitas de personalidades, desfiles, etc., la estación decide hacer la transmisión dependiendo del interés que puedan despertar, o en el peor de los casos, de los compromisos políticos.

Para la transmisión de este tipo de eventos es muy importante la preparación del material escrito, en el cual está toda la información referente al evento: antecedentes, historia, expectativas, personajes, etc. Todo esto, para evitar los espacios mudos en los cuales el reportero o conductor del programa no sabe qué decir.

Otro género importante, muy usual y que cuenta con bastante auditorio es la REVISTA que reúne todos los modelos de programas informativos: tiene noticias, comentarios, entrevistas, editorial, etc.

La revista debe tener una unidad y reunir la información posible en ese momento sobre el tema de la misma.

Generalmente las revistas tienen un tema o una especialidad, por ejemplo: actividades culturales, cine, deportes, vida estudiantil, etc. Y está dividida en diversas secciones de las cuales hay un responsable para cada una.

NOTAS AL CAPITULO 5

1. Cfr. Emery, Edwin: El Periodismo en los Estados Unidos. Ed. Trillas. Capítulo 26.
2. Siller, Bob, White, Ted, Terkel, Hal: Noticias por Radio y Televisión. Libreros Mexicanos Unidos. Pág. 35.
3. Newman, John: Periodismo Radiofónico. Ed. Limusa Wiley. Pág. 17.
4. Ibid. Pág. 19.
5. Algunas de estas indicaciones son tomadas de Siegfried Mandel en su Periodismo Moderno. Otras del Manual de Estilo de la UPI. Algunas más de Newman y otras de la práctica profesional y académica.
6. Newman. Op. Cit. Pág. 53.
7. Faus Belau, Angel: La Radio. Introducción a un Medio Desconocido. Guadiana de Publicaciones. Pág. 292.
8. Las indicaciones para la mecanografía de las noticias están tomadas del capítulo 5 de la Op. Cit. de Newman.
9. Esta clasificación coincide, de alguna manera con los niveles de información expuesto por Faus en la Pág. 210 de la Op. Cit.
10. Siller et al. Op. Cit. Pág. 21.
11. Newman, Op. Cit. Pág. 67.
12. Faus, Op. Cit. Pág. 309.
13. El Arte del Periodista. (Barcelona 1906). Citado en la Enciclopedia del Periodismo de Ismael Herraiz.
14. Goded, Jaime: Los Medios de la Comunicación Colectiva.
15. Faus, Belau. Op. Cit. Págs. 312 y 330.
16. Guajardo, Horacio: Elementos de Periodismo. Promociones Editoriales. Pág. 51.
17. Faus, Op. Cit. Pág. 334.

CAPITULO 6

RADIO Y EDUCACION

6.1 Importancia de la Utilización de la Radio para la Educación

En los países como México en que los esfuerzos educativos, tanto gubernamentales como privados resultan insuficientes para atender a toda la población, se hace necesaria la búsqueda y utilización de todas las posibilidades, medios e instrumentos que coadyuven a solucionar el problema educativo.

Por esta razón, el uso de los medios masivos de comunicación para la educación se nos presenta como una responsabilidad ineludible para todo comunicador consciente de la realidad en que vive y consciente también del potencial inexplorado de los medios.

En efecto, los medios de comunicación pueden ser y de hecho lo son, valiosos auxiliares en las labores educativas.

En este capítulo se pretende exponer algunas de las características y elementos que presenta la radio para ser utilizada con fines de educación. Asimismo se hace una clasificación de la educación según su intencionalidad y se propone un modelo para la planeación de un ciclo educativo a través del medio radiofónico.

En el caso concreto de la Radio Educativa, y en nuestra comunidad lingüística destacan con resultados positivos y comprobables, las Escuelas Radiofónicas de Sutatenza en Colombia, Radio ECCA en las Islas Canarias y Radio Santa María en República Dominicana.

Sin embargo, su utilización en México no ha dado, por varias razones, los resultados esperados; entre otras hay que mencionar la falta de planeación adecuada, la escasez de recursos, la improvisación y el incumplimiento de las leyes. De hecho, las experiencias mexicanas se limitan a dos sistemas de escuelas radiofónicas. Una de ellas ha desaparecido y la otra fue modificada. Otras experiencias dignas de mención son la Radioprimaria en San Luis Potosí, algunas acciones de la antes llamada Dirección General de Educación Audiovisual, unas series promovidas por dependencias oficiales y otras experiencias aisladas, como Radio Mezquital en Hidalgo y Radio Comunidad Indígena en Chiapas.

Muchas de estas experiencias han sido obstaculizadas por el arraigado prejuicio de que la educación que se da a través de la radio no es educación en el estricto sentido de la palabra. Desgraciadamente se pierden demasiadas energías en discutir si la radio es adecuada o no para educar. Al respecto Regina Gibaja pregunta: "¿Por qué, entonces, en lugar de impugnar todo esfuerzo de educación masiva, no intentar mejor construir programas educativos que sean respuestas legítimas a las diversas necesidades de los sectores a los que se dirigen?".¹

De hecho la radio tiene en sí misma el potencial de utilización con fines educativos, y los estudiantes aprenden a través del medio. Este punto de vista lo propugna Schram, quien afirma: "los estudiantes motivados aprenden de cualquier medio, si esta competentemente utilizado y adaptado a sus necesidades. Dentro de sus límites físicos, cualquier medio puede acometer cualquier tarea educativa. Si un estudiante aprende más de un medio que de otro, esto no puede depender tanto de cómo se utiliza el medio como de qué medio es utilizado".²

En el caso de México la perspectiva de utilización de la radio educativa se presenta prometedora:

Por un lado está la realidad social a la cual el Sistema Educativo Nacional no alcanza a atender integralmente, y por otro, la existencia de una infraestructura radiofónica que enlaza a todo el país a través de más de 700 emisoras (de las cuales menos de 40 son no comerciales) podría ser utilizada para educación, de aplicarse las leyes y los acuerdos establecidos para tal efecto.

6.2 Posibilidades y Obstáculos de la Radio Educativa

En un trabajo elaborado en 1975 por esta autora, se señalaron algunas de las posibilidades y de los obstáculos para la utilización de la radio educativa en México.³

6.2.1. En cuanto al medio en sí mismo, se detectó que la radio ofrece las siguientes ventajas:

La radio puede llegar a cualquier parte, salvando cualquier obstáculo de tipo geográfico, aun donde las condiciones del terreno dificultan el transporte terrestre y la cobertura por las ondas televisivas.

El aparato receptor de radio es barato, portátil, de gran difusión y el individuo lo enciende y lo apaga a voluntad.

La radio ofrece bajo costo de producción y largo alcance.

En cuanto a la relación del público con el medio nos encontramos con que el auditorio recurre a la radio para obtener información, no necesita tener un entrenamiento especial ni se requiere mucho esfuerzo de parte del receptor para recibir el mensaje radiofónico.

Ofrece también la posibilidad de crear y desarrollar el gusto por aprender, ya que permite participar de experiencias que no son las propias provocando un enriquecimiento cultural. De esta forma, además, funciona involuntaria o voluntariamente como un medio de educación permanente, dado que está mostrando constantemente patrones de conducta, modelos de vida, etc.

El sonido por sí mismo puede ser percibido involuntariamente despertando la imaginación, provocando la introversión e impresionando por medio de la sugestión. Además, el sonido propicia la captación de conceptos.

En cuanto al proceso enseñanza/aprendizaje, el trabajo citado señala que la radio ofrece estas características:

Por el mismo hecho de comunicar está educando; el público de cualquier manera está aprendiendo algo, y dentro de su misma realidad. Propicia la participación personal, ya que presenta modelos que provocan más proyección y consecuentemente se establece un proceso de comunicación/educación. Los estudiantes aprenden a través de la radio. Es cierto que el oído humano asimila más lentamente, pero en forma más duradera, porque la retención es producto de la reflexión.

En cuanto a las instituciones radiofónicas, encontramos que existe una infraestructura establecida que tiende a cubrir totalmente al país; es decir, no hay ningún lugar inaccesible para el mensaje radiofónico. Hay en México estaciones culturales que tienen financiamiento público y que pueden fácilmente ser utilizadas para educación. Se cuenta además con instituciones oficiales abocadas a la elaboración de material educativo para la radio.

Por su parte, los documentos legislativos indican también algunas de las posibilidades legales para la educación radiofónica. La Ley Federal de Radio y Televisión no obstaculiza la labor educativa de la radio, que aunque no la

define claramente, la recomienda. El proceso de instalación de una estación educativa es fácil, desde el punto de vista legal. Además, las estaciones de radio están obligadas por ley, a otorgar al Estado una determinada cantidad de tiempo cada día; por lo tanto, cualquier iniciativa oficial en materia de educación tiene cabida en la radio comercial.

La Ley de Educación, por su parte, considera como elemento educativo a la radio y además prevé la revalidación de los estudios hechos a través de este medio.

6.2.2 Como obstáculo para la utilización de la radio en la educación destaca la muy importante limitación monosensorial del medio que expone al escucha a la distracción de otros sentidos, sobre todo el visual. De aquí se infiere que la radio no es conveniente usarla sola, será necesario utilizar material visual y práctico como auxiliar. Pero esto no quiere decir que deba usarse al mismo tiempo que otros medios masivos.

El sonido muchas veces es impreciso. El público debe estar dentro del área de recepción de la radio y debe sujetarse al horario que fije el mismo medio.

En cuanto al proceso enseñanza/aprendizaje el mensaje radiofónico no puede sustituir a la enseñanza realizada dentro del marco de las relaciones personales entre el maestro y los alumnos. El mensaje enviado a través de la radio depende del punto de vista del comunicador/educador. Además el mensaje radiofónico adolece de ciertas limitaciones, es único, no se puede repetir fácilmente, ni conservar, ni volver a consultar.

Roger Clause dice que la radio jamás sustituirá al educador y a la escuela, "ya que no ofrece materias que se encuentren normalmente en la escuela y las que no se traducen al lenguaje radiofónico".⁴

La radio como medio no ofrece muchos obstáculos para la educación, sin embargo parece que la institución radiofónica tiene demasiados intereses creados como para pensar en serio en la posibilidad de la radio educativa, así que prácticamente ignora esta función. En efecto las empresas comerciales de radio ofrecen grandes problemas para conciliar cultura y negocio, ya que la programación va dirigida a la mayoría que consume y no a "la minoría universitaria que carece de importancia para las empresas que no se anuncian".⁵ Por lo tanto, el material que interesa difundir es el comercial y el que propicia el fomento del consumo. Se considera, por otra parte, que todo lo que manifiesta un carácter cultural es necesariamente impopular.

Existen algunas estaciones culturales, que aunque no tienen presiones de tipo comercial, las tienen de tipo cultural; no les interesa llegar a un público que no sea culto, sólo unas cuantas tienen programado algo para el gran público. Casi todas las estaciones culturales participan de los mismos problemas: improvisación, falta de personal, imprecisión en los objetivos, indefinición de lo que es "cultural", presupuestos reducidos.

Por otra parte, la Ley Federal de Radio y Televisión no es clara en el manejo de los términos "educación", "cultura", "orientación social, cultural y cívica". No ordena claramente a las radiodifusoras respecto a la educación, solo exige que se le otorgue tiempo al Estado para que disponga de él, pero sin especificar el uso a que lo destinará.

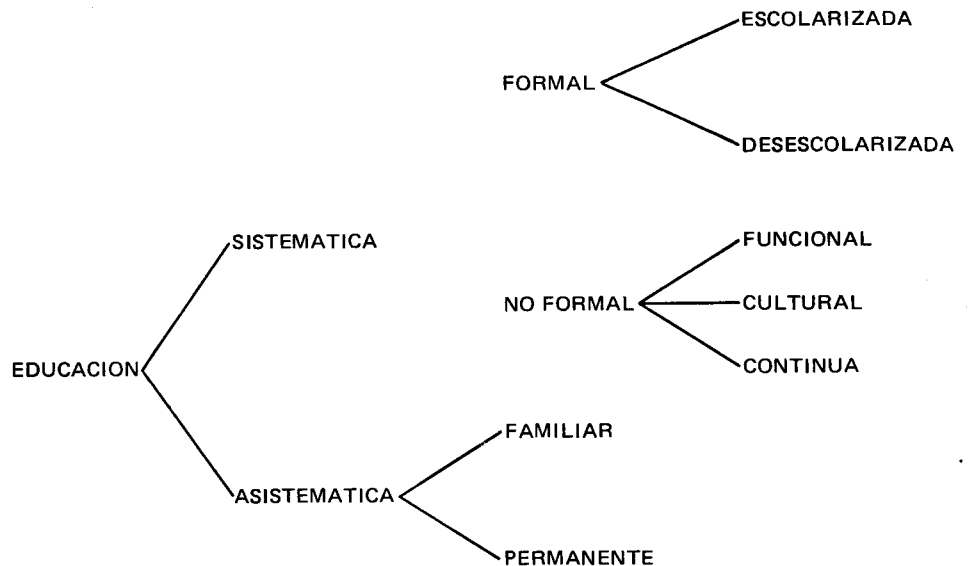
La Ley centraliza en el Estado la función educativa de la radio, y el Estado no ha sido capaz de utilizar totalmente el tiempo de que dispone. Una buena proporción de ese tiempo se utiliza en propaganda gubernamental y muy poco, o nada, en educación.

6.3 Clasificación de la Educación por su Intencionalidad

Tomando en cuenta lo expuesto hasta aquí, se definirá a la Radio Educativa como la utilización del medio electrónico sonoro para objetivos concretos de educación; pero esta definición eliminaría de nuestro ensayo la virtualidad que tiene el medio en sí mismo en cuanto a la creación de situaciones de aprendizaje no intencionadas, ni previsibles y mucho menos evaluables.

Para que pueda considerarse educativa, una emisión debe tener un objetivo de aprendizaje concreto, previsible y evaluable. Para lograrlo, será necesario que el emisor tenga una clara filosofía pedagógica y una idea muy precisa del tipo de educación que quiere ofrecer.

De acuerdo con la intencionalidad, la educación puede clasificarse de diversas formas. La literatura pedagógica, los discursos de los teóricos de la educación y los objetivos de algunas tareas educativas utilizan diversos términos para definir su actividad y diferenciar la educación escolar de la que no lo es. Mas, como esto causa muchos problemas, por eso me permito proponer la siguiente clasificación:



Educación sistemática es la que se desarrolla en forma planeada, coherente, que tiene fijados objetivos precisos, que se basa en un sistema y metodología determinados para lograr esos objetivos y una forma de evaluación más o menos definida.

La educación sistemática puede ser formal o no formal. La educación formal es la que se desarrolla dentro del sistema educativo de un país, que sigue generalmente a los lineamientos marcados por las entidades oficiales y debe responder a los programas fijados que conducen a objetivos concretos.

La educación formal puede ser escolarizada o no escolarizada. La educación formal escolarizada se realiza dentro de una escuela organizada, con planes de estudio definidos por entidades superiores. La educación formal no escolarizada se rige por los objetivos y planes de estudio del sistema educativo de un país, pero fuera de la escuela. Es lo que se ha dado en llamar "escuela abierta".

La educación *no formal* es la educación intencionada y sistemática que se establece fuera del sistema educativo y que pretende llenar el hueco que deja la escuela formal, pero que no la sustituye. Se utiliza el término "no formal" en vez de "informal" porque este último puede asociar la connotación de poca importancia. De hecho el Centro de Estudios Educativos y otras entidades educativas en América Latina y también de otros países la llaman no formal. La educación no formal, cuando es sistemática puede ser escolarizada o desescolarizada (por ejemplo, una escuela de corte y confección para el primer caso, y una clase de corte en una brigada de promoción en el segundo).

La educación no formal puede ser funcional, como comunicación del acervo cultural, o lo que se conoce como "educación continua".

La educación *funcional* generalmente es conocida como educación de adultos. Tiene una función específica como es el adiestramiento y la capacitación para adquirir habilidades. El CREFAL define la "educación funcional para adultos como aquella que basándose en la vinculación del hombre al trabajo y ligando el desarrollo del que trabaja con el desarrollo general de la comunidad, integra los intereses del individuo y de la sociedad".⁶

Por su parte, Regina Gibaja la define de la siguiente manera: "la educación funcional gira alrededor de las necesidades inmediatas de la gente. La funcionalidad consiste en la utilidad de lo que se enseña y en la fuerza motivacional que tiene de aprender lo inmediatamente útil. Esta orientación no discute las formas en que el conocimiento se adquiere, sino sólo las motivaciones. . ." La misma Gibaja hace una crítica de cómo se ha entendido la educación funcional y afirma: "aparece como una educación de segunda clase para adultos pobres a quienes no se ofrece la posibilidad de una experiencia educativa que trascienda lo inmediatamente útil y los estimule al desarrollo de sus capacidades cognoscitivas y su actitud crítica".⁷

La segunda forma de la educación no formal, que hemos llamado *comunicación del acervo cultural*, por no tener mejor nombre, se refiere a otra connotación de la funcional.

La educación funcional es una educación fundamental destinada comunmente a adultos de los sectores poblacionales más marginados, que han tenido poco o nada de acceso a la escuela, y que se realiza con el fin de su utilización inmediata. En cambio, la educación como forma cultural se entiende como un lujo para quienes han terminado la escuela, para quienes tienen deseos de saber más, pero sin continuar estudios sistemáticos ulteriores, como ampliación de su cultura. Por ejemplo, cursos de idiomas, de arte, de labores manuales. Puede ser escolarizada, como en las academias, y puede ser desescolarizada como en la formación de grupos de estudio.

La educación *continua* es la que se lleva a cabo a través de toda la vida del ser humano cuando éste alimenta ese interés y busca, o se le proporciona, a través de cursos, adiestramiento o especializaciones, de manera planeada y con objetivos definidos. A este tipo de educación suele llamarse erróneamente "educación permanente"; la educación continua responde a una sistematización, la educación permanente se da espontáneamente sin planeación.

La educación *asistemática* es la que se imparte fuera de toda intención planeada y que resulta de la disponibilidad del ser humano por aprender, así como de su contacto con el ambiente sociocultural. Es una educación espontánea, inconsciente y ocasional, realizándose "por la convivencia, la

imitación y la observación ocasional bajo el estímulo de las circunstancias, sin un plan preconcebido".⁸ La educación asistemática suele ser superficial, incompleta y desordenada. Pero es muy importante porque es aquí donde encontramos la educación familiar.

La educación *familiar* es la que se establece entre padres e hijos, generalmente sin plan, sin sistema y sin el establecimiento de un método. Surge de los padres/educadores. Solamente en casos especiales los educadores utilizan planes y métodos específicos y suelen recurrir a la educación formal para complementar su trabajo.

La educación *permanente* dentro de esta clasificación aparece como los procesos de enseñanza/aprendizaje que surgen del medio ambiente, de la convivencia comunitaria, de los medios de comunicación, de las relaciones interpersonales, de los fenómenos naturales, etc. La educación permanente se da por el simple hecho de estar expuesto a los estímulos externos que siempre pueden enseñar algo.

Sea cual fuere la intención educativa, el proceso debe basarse en un claro concepto del significado de la educación; de otra manera las acciones resultarán incoherentes y en ocasiones disparatadas.

Cabe aclarar, entonces, que en todo este trabajo, el concepto de educación que se ha manejado es el siguiente: "todos los procesos por los cuales una persona aprende a desarrollar sus potencialidades para lograr su integración consciente, responsable y libre en la sociedad".⁹

Partiendo de esta conceptualización, creemos que una educación que no logre aportar los elementos necesarios para que el sujeto de ella se desarrolle y se integre a la sociedad de una manera consciente, responsable y libre no tendría ningún sentido. Estaríamos instruyendo, estaríamos difundiendo cultura, pero no estaríamos educando. Sólo en la medida en que el educando logre ser sujeto de su propia educación, utilizando los elementos que se le proporcionen, estos procesos tendrán pleno sentido.

Una educación que se haga con los receptores/educandos y no simplemente para ellos. Que se base en la reflexión de quienes son los componentes del proceso educativo y responda a las necesidades, expectativas y deseos de ambos. De manera que el receptor/educando conozca de tal manera al receptor que establezca el proceso de acuerdo a ese conocimiento y en beneficio de la sociedad.

No podemos, pues, encontrar otro objetivo en la educación radiofónica que no sea el utilizar todos los caminos posibles para que una persona aprenda a desarrollar sus potencialidades a fin de lograr su integración consciente, responsable y libre en la sociedad.

6.4. Planeación de una Serie Educativa para Radio

Puede haber diversas motivaciones para planear un proyecto de educación a través de la radio. Una puede ser la existencia de una emisora cultural o educativa que debe cumplir con sus objetivos, y simplemente investiga las necesidades de su auditorio, analiza sus propios recursos y planea sus estrategias.

Otras veces la motivación no surge del medio radiofónico mismo, sino que éste es elegido, porque se considera el adecuado para tratar cierto tipo de asuntos y la emisión radiofónica garantiza la difusión.

En estos dos casos la planeación es diferente. En el primero se cuenta con la infraestructura y se trata de aprovecharla. En el segundo, se trata de conseguir los medios para la difusión.

La elaboración de un ciclo educativo para radio implica un proceso de investigación previo. Este proceso de investigación presenta dos fases. La primera se refiere concretamente al receptor. Es necesario conocer perfectamente el grupo de receptores, definirlo, conocer su grado de cultura, su situación socioeconómica, su actitud hacia la radio, puesto que está muy arraigada la costumbre de considerarla como un medio de distracción.

Hará falta conocer también las condiciones de recepción, o sea el medio geográfico donde se pretende difundir el programa; las instalaciones de la comunidad, si hay o no hay radioaulas, o lugares que pueden ser utilizados como tales: o si la enseñanza será individual, hacia cualquier tipo de receptor; los horarios, días, periodicidad adecuada, etc.

Esta primera parte de la investigación tiene que proporcionarnos el conocimiento de las necesidades, deseos y expectativas de los receptores para deducir de ahí los contenidos de la enseñanza.

Este proceso de Investigación debe abarcar, por lo tanto, aspectos sociales y conductas y costumbres comunicativas.

Una vez definidas las necesidades y la situación de los receptores se inicia la segunda fase de la investigación que presenta diversos aspectos. Por una parte, los elementos con que cuenta, tanto económicos como humanos e intelectuales. Y por otra, la elección del temario general que dependerá del resultado de la primera fase de la investigación.

Las actividades que se infieren de aquí son:

1. Planeación del proceso educativo, es decir, desarrollar el tema a enseñar. Recopilar conocimientos sobre la materia. Allegarse de alguna manera la colaboración de expertos en esas áreas. En pocas palabras, hacer la investigación intelectual.

2. Desglosar el temario. Dividir en partes los contenidos, sin perder de vista al receptor, ya que es él, quien va a marcar el ritmo de la enseñanza.

3. La planeación de la adaptación radiofónica que consiste en la elección del género y el formato adecuado, la duración de los programas, el número necesario de ellos para transmitir el conocimiento completo, el horario y la periodicidad.

La elección del género radiofónico debe deducirse de los resultados de la primera fase de la investigación. Son los receptores los que indicarán qué conocimientos pueden aprender y a través de qué tipo de programas. Richard Burke¹⁰ enlista los géneros educativos para radio de la siguiente manera:

Charla o lección. La cual recomienda por su facilidad de producción y la cantidad de información que se puede emitir. "Las charlas radiofónicas han de ser extraordinariamente claras, deben repetir bastante las cosas y hacer resúmenes periódicos de su contenido, y el tono y la inflexión de voz empleados en ellas deben cumplir la misma tarea que en el lenguaje escrito está reservada a la puntuación".¹¹ La charla debe ser muy atractiva y captar absolutamente la atención, a base del sonido, razón por la cual es indispensable la perfección técnica para evitar la distracción.

El diálogo. En el cual la información es emitida en las voces de dos personas de manera que el programa resulte más ameno e interesante.

La Entrevista. Burke considera que "no es tan satisfactoria como la charla para facilitar mucha información"¹²; sin embargo, resulta muy útil para reforzar las enseñanzas, comprobar la utilidad de las mismas y aportar elementos para la evaluación.

El debate. Con el cual el radioyente puede observar que hay diversos puntos de vista frente al mismo asunto y se puede impulsar la creación de opiniones propias.

La dramatización. Que siempre es atractiva para el auditorio, puesto que se identifica con los personajes y recrea las situaciones adaptándolas a sus propias experiencias.

Además de este listado, podemos enumerar los siguientes:

Programas de participación. Los actores principales son personas del auditorio, que exponen su propia realidad. Muy significativas son las experiencias de Radio Santa María en la República Dominicana en donde se transmiten los sociodramas y las discusiones que éstos provocan, y que la gente realiza en sus reuniones.

Programas musicales. Son siempre buscados por el auditorio y la música es parte de todas las culturas, atrae al auditorio, se adapta fácilmente a la radio, es fácil de producir y suele ser barato.¹³

Representación en un salón de clases en el cual los radioescuchas pueden tener la sensación de participación.

Géneros periodísticos desde el noticiero hasta el reportaje, a través de los cuales se puede facilitar la exposición de algunos temas.

Conferencias y cursos de profesores de alto nivel a los cuales de otra manera no se tendría acceso.

Terminada esta fase de la investigación se inicia el trabajo de elaboración del programa educativo radiofónico. Los pasos a seguir son los siguientes:

1. Una vez elegido el formato radiofónico y el número de programas por transmitir es necesario realizar la sinopsis de cada uno. Se determina el objetivo concreto de cada programa de manera que el total de conceptos por enseñar esté distribuido a través de todos los programas; para que cada emisión tenga sus conceptos bien definidos y dé por resultado el logro del objetivo.

Antes de comenzar el trabajo de redacción es necesario hacer un estudio de los códigos para lograr una buena adaptación. Los códigos que interesan son, tanto el del medio, como el código de la materia que se pretende enseñar, y sobre todo los códigos usuales del grupo de receptores. Es decir, que si no se conocen las potencialidades del lenguaje radiofónico, si no se adaptan y se utiliza adecuadamente la terminología de los contenidos del proceso enseñanza/aprendizaje, y si no se investiga suficientemente los usos comunitarios de los educandos, el esfuerzo de la radio será inútil.

2. La realización de los guiones. El guión debe cubrir necesariamente estos cinco pasos, sin que importe la clase de programa que hayamos elegido:

- a) Motivación y relación con los temas anteriores.
- b) Presentación del concepto.
- c) Exposición del concepto.
- d) Síntesis del tema presentado.
- e) Puntos de reflexión o práctica.

El guión debe contener la narración y los diálogos, indicaciones sobre voces, música y efectos, y los tiempos marcados para pausas didácticas, ya sean para ejercicios concretos, para reflexión, o para dar tiempo al receptor de percibir, de codificar y asimilar un conocimiento nuevo.

3. Preparación y elaboración de recursos de aprendizaje que son elementos para reforzar visualmente el conocimiento (cartillas, láminas, textos de lectura, material para el maestro monitor y material para evaluación).

4. Preparación de los monitores. Tomando en cuenta que el monitor o maestro auxiliar es una persona integrada en su comunidad, que comparte con ella sus valores, sus aspiraciones, su visión del mundo, su forma de sentir

sus problemas y la forma de resolverlos, participa de su comunidad y se identifica con ella. Es un enlace entre la comunidad de receptores/educandos y el comunicador/educador. Coopera en la investigación de los temas. colabora en la formación de los grupos de receptores y en la evaluación del proceso enseñanza/aprendizaje.

El papel del monitor es muy importante, sobre todo en cierto tipo de programas y de objetivos, ya que prepara a "los oyentes antes de la emisión, escucha ésta con ellos, toma nota de los objetivos que se alcanzan, de los puntos que se presentan a debate y de las partes que les crean problemas, y complementa las actividades didácticas ayudando a resolver los pro' lemas, actuando como moderadores en los debates o haciendo preguntas una vez concluida cada emisión".¹⁴

5. Realización de pruebas piloto, que tienen como finalidad una pre-evaluación para determinar si hay comprensión del tema; si los términos se entienden y se relacionan; si los pasos son claros y diferenciados. Si el ritmo es adecuado. Si se logra una síntesis y el educando saca conclusiones. Si se logra motivar en la forma esperada.

6. Grabación de los programas.

7. Transmisión del curso.

8. La evaluación permanente de todo el proceso y la evaluación de la experiencia, en cuanto al logro de objetivos, resultados de aprendizaje y de la metodología empleada.

9. Aplicación de los exámenes, si el programa pretende cubrir escolaridad formal, para que los estudios sean reconocidos.

La cuidadosa aplicación de los conceptos aquí vertidos daría por resultado la elaboración de programas radiofónicos que coadyuvaran a la educación de los oyentes y sería una aportación válida y significativa a la promoción humana y cultural de las gentes.

NOTAS AL CAPITULO 6

1. Gibaja, Regina: ¿Es posible Educar por Televisión? Revista del CEE. 3-. 975. Pág. 85.
2. Schram, Wilbur: Big Media - Little Media. Information Center on Instructional Technology. 1973. Pág. IV.
3. Romo Gil, Ma. Cristina: Posibilidades y Obstáculos para la Utilización de la Radio Educativa en México. UIA. México. 1975. Pág. 64.
4. Clause, Roger: La Educación por la Radio Escolar. Estudio Monográfico de la UNESCO. Mimeo.
5. Cfr. Rodríguez Acosta, Francisco: "Los Medios Colectivos en México" en Cuadernos de Comunicación 1-2. Publicación de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García. Pág. 30.
6. Revista Audiovisual No. 12 - Agosto 1976. Dirección General de Educación Audiovisual.
7. Gibaja: Op. Cit. Pág. 86.
8. Ibidem.
9. Romo Gil. Op. Cit. Pág. 3.
10. Burke, Richard: El Uso de la Radio en la Alfabetización de Adultos. Ed. Magisterio Español. Madrid. 1976. Pág. 57.
11. Ibidem Pág. 61.
12. Ibidem Pág. 66.
13. Levin y Guillespie: El Uso de la Radio para Fomentar la Planificación Familiar. Ed. Diana. México 1973. Pág. 51.
14. Burke, Op. Cit. Pág. 96.

BIBLIOGRAFIA

A continuación se proporciona una bibliografía exclusivamente sobre radio en español. No están incluidos otros libros en los cuales se toca el tema de soslayo o en combinación con otros medios. Tampoco está incluido material de congresos, seminarios, reuniones o revistas sobre radio.

- ARNHEIM, Rudolf: *Estética Radiofónica*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona.
- BASSETS, Lluís: *De las Ondas Rojas a las Radios Libres*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona.
- BURKE, Richard: *El Uso de la Radio en la Alfabetización de Adultos*. Ed. Magisterio Español. Madrid.
- CABEZAS, Antonio y ROSARIO, Amable: *La Emisora Regional para el Desarrollo*. Editora Andina. Quito.
- CASTRO LEAL, Antonio: *El Pueblo de México Espera*. Cuadernos Americanos. México.
- CAZENEUVE, Jean: *Sociología de Radio y Televisión*. Ed. Paidós. Buenos Aires.
- CEBRIAN, Herreros: *Diccionario de Radio y Televisión*. Ed. Alhambra. Madrid.
- CLAUSSE, Roger: *La Educación por la Radio Escolar*. Estudios Monográficos de la UNESCO. Mimeo.
- COHEN, Josef: *Sensación y Percepción Auditiva y de los Sentidos Menores*. Ed. Trillas. México.
- COONS, John E.: *Libertad y Responsabilidad de las Emisoras de Radio y Televisión*. Ed. Limusa-Wiley. México.
- CURIEL, Fernando, et al: *Prensa y Radio en México*. Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación. FCPS/UNAM. México.
- DARY, David: *Manual de Noticias Radiofónicas*. Ed. Diana. México.
- ESCHENBACH, Joseff: *Radiodifusión para la Innovación*. Col. Intiyán. CIESPAL. Quito.
- FAUS Belau, Angel: *La Radio: Introducción a un Medio Desconocido*. Guadiana de Publicaciones. Madrid.
- GRENHOLM, Lennart H.: *El Empleo de la Radio por los Grupos de Estudio de la República Unida de Tanzania*. Ed. UNESCO. París.
- GARCIA CAMARGO, Jimmy: *La Radio por Dentro y por Fuera*. Col. Intiyán. CIESPAL. Quito.
- HANKARD, Maurice: *La Radio y la Televisión en Europa*. CIESPAL. Quito.
- HALE, Julián: *La Radio como Arma Política*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona.
- KAPLUN, Mario: *Producción de Programas de Radio*. Col. Intiyán. CIESPAL. Quito.
- LACAN, Jacques: *Psiconálisis, Radiofonía y Televisión*.
- LAGARDA, Guillermo: *Audio*. ILCE. México.
- LEVIN, Harry y GUILLESPIE, Robert: *El Uso de la Radio Para Fomentar la Planificación Familiar*. Ed. Diana. México.
- MEJIA PRIETO, Jorge: *Historia de la Radio y la Televisión en México*. Octavio Colmenares Editor. México.
- McANNANY, Emile: *El Papel de la Radio en el Desarrollo: Cinco Estrategias de Utilización*. ACPO. Bogotá.
- NEWMAN, John: *Periodismo Radiofónico*. Ed. Limusa-Wiley. México.
- PINTO MAZAL, Jorge: *Régimen Legal de los Medios de Comunicación Colectiva*. FCPS/UNAM. México.

- QUAAL, Ward y MARTIN, Leo: Dirección de Estaciones de Radio y Televisión. Diana. México.
- CENTRO DE ESTUDIOS EDUCATIVOS. Revista del 2/1975.
- ROMO GIL, Ma. Cristina: Posibilidades y Obstáculos para la Utilización de la Radio como Medio Educativo en México. UIA. México.
- SILBERMANN, Alphons: La Música, La Radio y el Oyente. Ed. Nueva Visión. Buenos Aires.
- SILLER, Bob, et al: Noticias por Radio y Televisión. Libreros Mexicanos Unidos. México.
- VAZQUEZ, Modesto: Oratoria Radial. Editores Mexicanos Unidos. México.
- WANIEWICZ, Ignacy: La Radiocomunicación al Servicio de la Educación de Adultos.
- WHITE, Robert: Radio Santa María: Un Modelo Alternativo de Educación. UNESCO. París.