

Identidad, sentido y uso de la radio educativa

Arturo Merayo Pérez*

1. Se bosqueja con brevedad la evolución histórica de la radio, que partiendo de una dimensión socio-educativa acabó por asumir la lógica de la comercialización. Se apunta la necesidad de revisar el planteamiento actual para recuperar el fin social que debe caracterizar al medio
2. La radio educativa, en cualquiera de sus formas, ha de orientarse precisamente hacia un objetivo de carácter social y a lo largo de su historia lo ha hecho en tres direcciones diferentes: a) Como apoyo directo a movimientos sociales; b) Como extensión de la instrucción formal, y c) Como instrumento para la educación no formal por medio de los radios populares y comunitarias
3. Se resume la evolución histórica de la radio educativa a lo largo de las últimas cinco décadas, en las que han convivido las tendencias más participativas con los planteamientos que aspiran a competir con la radio comercial
4. Se enuncian los cuatro fines básicos de la radio educativa y se detallan las características de sus principales estrategias: emisiones abiertas, grupos de audición regular y campañas, para acabar definiendo sus características esenciales
5. Se apuntan algunos retos y perspectivas de uso: a) la radio educativa ante las nuevas tecnologías; b) como complemento de otros medios; c) la necesidad de experimentación e innovación; d) nuevas fórmulas de financiación; e) el riesgo de la homogeneización cultural; y f) quiénes han de ser los promotores de la radio educativa
6. Finalmente, tras apuntar la utilidad que la radio como medio puede ofrecer al desarrollo de la formación en general y de la educación en particular, se apunta el principal reto de la radio educativa en este fin de milenio: regenerarse a sí misma mediante el aprovechamiento de sus propios recursos expresivos y apostando decididamente por la creatividad

*Profesor de Comunicación e Información Radiofónica, Facultad de Comunicación, Universidad Pontificia de Salamanca. Artículo publicado en *III Congreso Internacional Cultura y Medios de Comunicación*, Ediciones Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca, 2000, pp. 387-404.

Descriptor: Radio. Educación. Finalidad social. Participación. Creatividad.

1 Tiene sentido hablar hoy de radio educativa?

Al borde del siglo XXI, en una sociedad seducida por la innovación y por la apresurada incorporación de las nuevas tecnologías, reflexionar acerca de un fenómeno que tuvo su auge hace más de tres décadas puede parecer, en un primer momento, una tarea inútil cuando no un despropósito.

Resultaría muy perjudicial que el deslumbramiento tecnológico de este fin de siglo impidiera un ejercicio de reflexión urgente e ineludible. Precisamente, hoy más que nunca, la radio necesita ser re-pensada si pretende hacer frente con éxito a los nuevos retos que se le plantean y encauzarse hacia nuevos destinos.

Sólo por medio de mensajes sonoros, la radio crea, recrea y reproduce la realidad desde perspectivas muy diferentes: en unos casos políticas, otras veces comerciales, religiosas en ocasiones y -por qué no- también educativas. En estos momentos, cuando apenas acabamos de estrenar la era de la información, cuando los medios y la sociedad misma están cambiando vertiginosamente sin que nadie pueda predecir las consecuencias sociales de estas transformaciones, hablar de radio educativa no puede convertirse en un discurso en desuso sino, al contrario, en un reto que es preciso replantear.

Esa es la razón de estas breves páginas: reformular las perspectivas que la radio puede ofrecer para la consecución de fines educativos.

2 Cambios en el binomio radio-sociedad

Ya desde sus primeros momentos, la radio estuvo seriamente vinculada a proyectos educativos. Basta pensar que hacia 1923, más de treinta universidades norteamericanas y algunas europeas contaban con sus propios servicios radiofónicos. Por eso, Ángel Faus ha escrito: "La radiodifusión nace y se desarrolla en un mundo académico muy lejano al bancario que vivió Gutenberg, a la intuición de Nipkow (...) y a las investigaciones industriales de Zworikyn (...) para la Westinghouse".

Desde sus comienzos, la radio apuesta por la información y muy pronto logra grados de aceptación y penetración sorprendentes. Puede decirse que en los años treinta, la radio ha logrado ya ser no sólo un medio de masas, sino un medio prestigioso desde el punto de vista informativo y con un desarrollo técnico más que notable.

La Segunda Guerra Mundial mostró las posibilidades que la radio ofrecía no sólo como arma de guerra sino como instrumento para el adoctrinamiento ideológico al servicio de los poderes políticos beligerantes.

Faus ha subrayado el hecho de que hasta la década de los cincuenta existió una clara interrelación entre el nivel sociocultural de la audiencia y la oferta radiofónica, tanto en estilo como en contenidos. De hecho, en sus primeros momentos de vida cada emisora tuvo que construir su peculiar "estilo radiofónico nacional", adoptando el lenguaje de la sociedad y logrando que la radio se convirtiera en una institución sociocultural: "La radio ha estado siempre ligada a la sociedad en la que vive, hasta llegar a formar parte de ella. Los cambios sociales se han

reflejado en la radio, y las variaciones radiofónicas han influido sobre la sociedad. Por ello, es útil resumir la evolución interrelacionada del binomio sociedad-radio, desde el momento en que comienza a ser llamada audiencia hasta aquel otro en que es configurada como objeto de la acción radiofónica, cuando en realidad es su destinatario".

En los años siguientes la relación sociedad-radio iba a producir resultados distintos, pese a mantenerse esencialmente los mismos términos. Si hoy podemos hablar de un estilo radiofónico característico según regiones, localidades y cadenas, es porque, al menos, una de las dos constantes han variado".

Uno de los cambios decisivos en la vida de la radio fue "la sustitución del concepto de comunicación radiofónica unitaria, intelectual, informativa, estética y cultural, por una difusión instrumentalizada y emotiva dirigida a grupos seleccionados por unos supuestos intereses homogéneos". En esta transformación las innovaciones tecnológicas constituyeron un elemento fundamental. La introducción del transistor hizo posible que el receptor tuviera movilidad, y el medio dejó su sentido comunitario para convertirse en un vehículo de comunicación individual. Asimismo, la influencia de la FM dio lugar a la creación de nuevos modelos de programación.

Además de quebrarse el concepto unitario de comunicación radiofónica, se extiende la idea de costear la producción a través de los recursos publicitarios y la radio se inserta así, plenamente, en una lógica de competencia y en el seno de un mercado industrializado, en el que las estrategias de comercialización hacen olvidar la vocación de servicio público que había caracterizado al medio.

"El cambio sufrido por la radio es definitivo: por una parte sacrifica la creatividad, la comunicación y el servicio a la sociedad en su propia esencia, por la emisión constante y exclusiva de productos ajenos a su problemática expresiva y comunicacional (discos) que no precisan de amplios plazos de producción ni de equipos humanos culturalmente cualificados y técnicamente especializados".

La sustitución del original proceso comunicativo de la radio por una visión tecnocrónica acaba por hacer olvidar las potencialidades sociales del medio. La radio, por decirlo de algún modo, se traiciona a sí misma.

Por eso, la apuesta en el momento presente puede ser justamente el volver a encontrar el camino inicial y revisar aquellas propuestas originales de cara al desarrollo radiofónico que tendrá lugar en el próximo siglo. En esta reflexión, el reto ha de contemplarse siempre a través de ese binomio inseparable sociedad-radio; es precisamente el medio quien debe re-conocerse a sí mismo, para tratar de adaptarse a las nuevas circunstancias sin que las transformaciones alteren su verdadero y auténtico fin: el servicio a la sociedad.

3 Qué se entiende por radio educativa?

La utilización del sonido con fines educativos no es una novedad. Ésta es una técnica pedagógica que, como recuerda Ángel Rodríguez, fue ya utilizada por Pitágoras con la intención de incrementar la eficacia de sus enseñanzas. Por medio de este procedimiento denominado acusmática, el filósofo hacía que sus discípulos le escucharan tras una

cortina y así, al desvincularse de su propia imagen, sus discursos adquirirían mayor vigor. Los alumnos que escucharon durante cinco años las lecciones del maestro recibieron el nombre de acusmáticos.

A partir de entonces, se ha denominado acusmático lo que se puede oír sin que se vea la fuente de donde proviene. Con la creación de la radio el fenómeno acusmático adquiere una nueva dimensión: "La acusmatización aísla los objetos sonoros y los convierte en portadores de conceptos (...) Con la evolución de la tecnología del audio, el objeto original productor del sonido ya no necesita esconderse de la visión del oyente sino que realmente desaparece, ya no tiene que coincidir con el receptor ni en el espacio ni en el tiempo".

El concepto de Radio educativa es suficientemente amplio y genérico para que cualquier definición resulte incompleta o estrecha. Si como señalara Alain Trutat, "la naturaleza misma de la cultura es ser no definible", a la radio educativa le sucede algo similar. Bajo esta denominación se agrupan modalidades radiofónicas muy diferentes: instructiva, comunitaria, popular, formativa... Todas ellas -eso sí- parecen compartir un rasgo común: intentan alcanzar objetivos no comerciales y se orientan especial y directamente hacia una finalidad de carácter social. Lo hacen en tres niveles diferentes:

a) Como apoyo directo a movimientos sociales. No es extraño que buena parte de los movimientos y luchas sociales de los años sesenta se desarrollaran vinculados a proyectos de radios educativas. La radio se convierte así en algunos casos, en foro de expresión de ideas revolucionarias y de cambio social.

b) Como apoyo y extensión de la ins-

trucción formal. Organismos internacionales como la UNESCO y gobiernos de diversos países, encuentran en la radio un medio para impulsar los programas de desarrollo en los países denominados del Tercer Mundo o para extender la formación universitaria en las naciones más ricas. De esta forma la radio colabora no sólo al impulso de la instrucción educativa de amplísimas comunidades, sino que también, y de forma más general, se constituye en una opción para el cambio y el desarrollo social. La radio muestra una *especial capacidad para alumbrar ideas entre sus oyentes, para estimular la imaginación (...). En la radio cada mensaje sonoro puede transformarse en una imagen pensada o inconsciente, imagen de símbolos, colores, dimensiones individuales, imagen sensible y entusiasta. La radio procura oportunidades para todos e incita a la participación.*

c) Como instrumento para la educación no formal a través de la participación ciudadana. En tercer lugar, cabe entender la radio educativa desde una perspectiva propia de la educación no formal, a la que Paul Valery calificara como "el más hermoso esfuerzo de los hombres que consiste en cambiar su desorden en orden y la posibilidad en poder". Con esta premisa, la radio reivindica y permite que la creatividad se convierta en "un derecho individual para que cada ser descubra sus posibilidades y, dotado de iniciativa, recursos y confianza, desbloquee las inhibiciones que reducen sus perspectivas. (...) La radio puede ayudar a las personas a decidir por sí mismas, a aprender por cuenta propia, a comportarse libre, feliz y responsablemente". Surgen así los fenómenos de la radio popular, y lo que en los países más desarrollados se han dado en llamar la radio comunitaria. Unas y otras *trabajan con el*

pueblo para que éste llegue a saber más, realice mejor su trabajo, consiga tener todo lo que necesita para su vida y pueda participar realmente en la vida de su pueblo, su región y su país.

Por eso, puede decirse que la radio debería ser no sólo un medio de comunicación, sino un espacio donde se construyeran las identidades culturales a partir de planteamientos críticos: un medio en el que la participación de la sociedad desempeña un papel esencial y cuya función no puede dejar de ser primordialmente educativa al informar, promover y defender los intereses de la sociedad, tomar parte en sus costumbres culturales y sociales así como en sus prácticas políticas. La capacidad educativa de la radio popular y comunitaria se evalúa así por su "actuar democrático que le permite acompañar y fortalecer las diversas acciones y prácticas culturales, productivas, sociales y políticas de los sectores populares".

Ahora bien, aunque estas tres líneas fundamentales de acción de la radio educativa aparezcan perfiladas con nitidez, la tarea de clasificar las experiencias llevadas a cabo resulta mucho más ingrata y casi siempre aporta más confusión que claridad. Por una parte, porque las iniciativas han sido muy numerosas; en segundo lugar, porque han sido muy diferentes según los momentos históricos y la situación sociológica en la que han tenido o tienen lugar; en tercer lugar, porque no pocas veces los objetivos con los que comienza a emitir una estación cambian a lo largo del tiempo.

Lo que sí puede y debe servir como elemento que contribuya a la conceptualización de las emisiones radiofónicas educativas es el uso real que se hace del medio, y que ha de estar orientado hacia el cumplimiento di-

recto de fines sociales y sin que medie ánimo de lucro.

4 Breve evolución histórica de la radio educativa

La historia de la radiodifusión educativa comienza poco antes de la Segunda Guerra Mundial, con los trabajos experimentales desarrollados en Estados Unidos y Europa aún cuando, como ya se apuntó, muchas universidades ya habían incorporado actividades radiofónicas desde los años veinte.

Conviene recordar aquí, aunque sea sucintamente, cómo a lo largo de las últimas cinco décadas el concepto de radio educativa se ha ido modificando sustancialmente.

Década de los cincuenta. La radio educativa es concebida como un instrumento complementario de la enseñanza reglada que se imparte en los centros académicos, y como sustitutiva de las clases presenciales. Las escuelas radiofónicas que ponen en marcha estas actividades "demuestran en primer lugar, que es posible hacer educación popular en el campo de la educación formal y, en segundo lugar, que es posible hacerlo por radio en combinación con otros medios".

Por otra parte, el trabajo de numerosas radios populares se orienta directamente a la llamada "educación no formal con adultos" mediante el desarrollo de la participación ciudadana. Se trata de que la radio se convierta en un medio de comunicación efectivo en el seno de las localidades en las que opera. Es decir, el objetivo es favorecer el intercambio de los pequeños grupos locales para que estas comunidades puedan expresar sus demandas, sus experiencias y propuestas mediante un diálogo en el que la ra-

dio asume el papel de difusor pluralista. Este intercambio revierte en el fortalecimiento de esas mismas comunidades en la medida en que pueden escoger libremente sus propios procesos de desarrollo y definir -también por sí mismas- sus propios procesos culturales.

Década de los sesenta. El éxito generado atrae la atención de organismos internacionales como la UNESCO y de instituciones nacionales que apoyan programas para los países en vías de desarrollo. "Los nuevos medios educativos -tal era el nombre que solía darse a la radio y la televisión en la década de los sesenta- hicieron su aparición en muchos países, a menudo con la ayuda de un organismo exterior". Se considera que la función de la radio educativa debe ser denunciar, protestar e interpelar y de esta manera se hace presente en los movimientos sociales. "No se limita a dar la palabra para que las mayorías populares se expresen sobre su mundo y su realidad, aspira a que las palabras tengan un contenido político". Es decir, se pretende que la radio contribuya a la transformación del sistema político y económico dominante, desde el convencimiento de que la propuesta educativa no se logra si no se analizan las causas y efectos de las condiciones de vida que ponen a la masa social en una situación de desventaja.

Décadas de los setenta y ochenta. "Las radios se convierten en espacios donde el pueblo va pronunciando un discurso propio. Esa participación con la palabra les permite avanzar en la formación de un saber y un hacer, orientados a acumular las fuerzas y los conocimientos necesarios para confrontarse con el poder".

La función de la radio educativa en estos años es marcadamente política y reivindicativa y su objetivo, apoyar a las organizacio-

nes populares en sus movilizaciones y reclamos. De este modo, las radios educativas se erigen en canales de una expresión popular que, por otra parte, aparece absolutamente marginada de la radio comercial.

A la par de esta perspectiva, se presentan los trabajos financiados por organismos como el Banco Mundial que, en un informe denominado La radio al servicio de la educación y el desarrollo, insiste en la utilización de este medio para dos enfoques importantes: la educación a distancia y la extensión de la escuela. En este sentido, la radio ofrece indudables posibilidades a la hora de reducir los costes de la enseñanza tradicional. Además, con la educación a distancia se logra que un mayor número de individuos pueda tener acceso al sistema educativo resolviendo así, al menos parcialmente, los problemas de distancia y tiempo que presentan los sistemas educativos tradicionales.

Pero, por otra parte, se van extendiendo los contenidos educativos a otras estaciones que no lo son propiamente: se trata de una educación no formal que incide en aspectos relacionados con la motivación, la información de servicio público, la modificación de conductas, la divulgación de cuestiones de interés social, etc.

Década de los noventa. Especialmente en Iberoamérica, la radio educativa se redefine y comienza a intentar competir con las emisoras comerciales, si no en la consecución de beneficios económicos vía ingresos publicitarios, sí en la búsqueda de audiencias masivas. Consiguientemente, la relación de la radio con sus públicos se modifica: la idea es también lograr que el discurso popular sea escuchado por las masas y así alcance mayor legitimación. Se trata de conseguir que también los sectores más populares se expresen

ante el conjunto de la sociedad y no sólo en un ámbito restringido: que su vida sea motivo de opinión en las conversaciones diarias de todos, que sus problemas y su participación estén presentes en los espacios donde se formulan y deciden las políticas que regulan los destinos de la sociedad en su conjunto.

Es evidente que en este cambio de estrategia los fines políticos son desplazados por los intereses de mercado, y en este sentido la redefinición limita en esencia las posibilidades sociales del medio, que quedan suavizadas, matizadas y a veces completamente desdibujadas: "El que las radios populares acepten lo masivo como espacio de influencia política y cultural ha requerido entrar en un espacio de confrontación y en un terreno lleno de dificultades y contradicciones. Es un espacio donde las tecnologías, los estilos radiofónicos, los requerimientos profesionales, los recursos financieros, las formas de gestión, la legislación, entre otras, parecen haberse hecho al servicio de las radios comerciales. Pero esas son las condiciones en las que las radios populares masivas producen sus programas".

En las experiencias radiofónicas con fines educativos subsisten y conviven, por tanto, dos tendencias diferentes: por una parte, aquellas dinámicas de participación de grupo, y por otra, la competencia directa con la radio comercial que obliga a adoptar mecanismos distintos para ganar y mantener la audiencia.

A mi juicio, la radio con fines educativos, en lugar de competir con la radio comercial tendría que atender únicamente a la necesidad de mantener y estimular de manera constante la producción creativa, en vez de pretender audiencias millonarias. Y esto, sin olvidar que "la comunicación debería conver-

tirse en un proceso participativo de creación y distribución de información conducente a una comprensión recíproca, un acuerdo solidario y una acción transformadora emprendida en común, donde el componente protagonista deja de ser el mensaje para pasar a ser la información". Se trata, por tanto, de instaurar un estilo de comunicación horizontal, participativo, que "respeta y tenga en cuenta la realidad de los involucrados en el proceso y los considere sistemas de personalidad activa, comprometidos en intercambios con fuentes que están dentro y fuera del programa y/o de la institución educativa".

5 Fines y estrategias de la radio educativa

Aquellos organismos internacionales interesados en las posibilidades de los que denominaron "nuevos medios" apoyaron económicamente el desarrollo de diversos proyectos de radio educativa. Además, se ocuparon de realizar diversos estudios que analizaban desde métodos de implantación de estaciones, hasta modelos de desarrollo y sistemas de evaluación.

Uno de estos estudios, fue el promovido por el Banco Mundial a principio de la década de los setenta, que recuperaba y sistematizaba las estrategias de aquellas radios con finalidad educativa.

El documento, que editado como libro se titulaba *La radio al servicio de la educación y el desarrollo*, subrayaba los fines que debía establecer la radio si quería hacer eficaz una comunicación para el progreso: motivación, información, enseñanza y modificación de conductas.

I. Motivación: Conseguir que los individuos reflexionen, e incluso, actúen sobre el objeto de la reflexión.

II. Información: Incluye los programas que proporcionan información local, nacional o internacional, así como actividades y espacios de servicio público.

III. Enseñanza: Se refiere a la posibilidad de emplear la radio para adquirir aquellas destrezas cognoscitivas más generalizadas, comunes a muchas actividades. Por lo regular, estas habilidades se adquieren mejor en la escuela formal, pero desde la radio también se puede enseñar a adultos, ya sean éstos personas de temprana desescolarización o individuos en diferentes situaciones no formales fuera del sistema escolar reglado. Esta enseñanza a veces se puede hacer de manera tan informal como utilizando las radionovelas a través de las cuales es posible explicar, por ejemplo, cómo preparar comidas más nutritivas, cómo obtener más rendimiento de una plantación o como prevenir enfermedades.

En este sentido, según apuntaba el informe del Banco Mundial, la finalidad más importante de la comunicación para el desarrollo es probablemente la utilización de la radio para impartir una educación no formal.

IV. Modificación de la conducta. Se refiere a los programas que aconsejan al público cómo desarrollar actividades determinadas pero sin detenerse mucho en explicaciones secundarias. El aprendizaje es sencillo y sólo se requiere que el oyente siga acciones concretas. Así, se ha utilizado la radio para indicar a las personas los sistemas

de vacunación, los mecanismos de voto, cómo matricular a los niños en las escuelas, o cómo denunciar un acto de violencia doméstica, etc.

La segunda dimensión que, según el informe, permite considerar la misión de la radio en la comunicación para el desarrollo tiene que ver con las estrategias de utilización del medio. Se entiende por estrategias, las formas de organización del medio y de los recursos disponibles para poder alcanzar las metas que se acaban de mencionar. Estas estrategias serían fundamentalmente tres: Emisiones abiertas, grupos de audición regular y campañas.

1) Emisiones abiertas. Incluyen todas las utilizaciones de la radio que se basan en la producción y emisión de mensajes radiofónicos, pero que no van acompañadas del envío de material de apoyo a los oyentes. Acerca de este tipo de emisiones, Gunter y Theroux en 1977 apuntaron una hipótesis que vale la pena reconsiderar: "En la mayoría de los países, cuando los medios de comunicación social se utilizan para el entretenimiento de las masas, se atrae y se educa a audiencias mucho más amplias que en la mayor parte de los programas emitidos típicamente educativos". Por eso sugieren que dentro de las estrategias de comunicación para el desarrollo debería adoptarse un enfoque más creativo y destinar un mayor presupuesto para la producción con la finalidad de atraer más recursos.

Los mismos autores citan tres ámbitos en que la radio podría estimular el aprendizaje con buenos resultados:

a) La aplicación de las técnicas publicitarias a la educación. Para estos autores, la

publicidad comercial de la radio parte del principio básico de que para que el público escuche es preciso previamente despertar su atención y su interés. La radio educativa, por el contrario, suele suponer que esta motivación ya existe y, por consiguiente, no utiliza de manera eficaz las técnicas de persuasión. La razón quizás estribe en que tradicionalmente la asistencia de los alumnos a las escuelas ha sido considerada obligatoria. Sea como fuere, Gunter y Theorux creen que no es aconsejable dar por supuesta esta motivación y proponen que, siguiendo las técnicas publicitarias, se recurra a breves anuncios de radio con fines educativos.

b) La participación del público, referida a aquellos programas controlados por la comunidad y caracterizados por una dimensión participativa.

c) El concurso educativo. Esta tercera posibilidad de programación educativa tiene que ver con los concursos, dado que a partir de experiencias realizadas en la Universidad de Massachusetts se ha podido demostrar que las mejoras en el aprendizaje de aquellos que han seguido un modelo de concurso son superiores a los que aprenden por el método de la lectura. El modelo del concurso -vienen a señalar- estimula la atención de la audiencia y la permanencia del interés por el aprendizaje.

2) Grupos de audición regular. El antecedente inmediato de esta estrategia se encuentra en las dinámicas de grupo de inspiración francesa que se aplicaron a proyectos de desarrollo a principio de los años sesenta, sobre todo en África. Este método de animación consideraba esencial la participación comunitaria para la resolución de los problemas, de manera que, aplicado a la radio, tam-

bién la participación de los oyentes se constituye como rasgo esencial y característico de estas emisiones.

Esta modalidad precisa la organización, supervisión y apoyo de unos grupos locales de audición que se reúnen con regularidad para discutir los mensajes recibidos por radio y que con frecuencia emprenden alguna acción en relación con ellos. Se trata, por tanto, de una "combinación de mensajes radiofónicos emitidos dentro de una programación regular, generalmente con el soporte de algún material impreso y la organización de un grupo de personas que escuchan juntas las emisiones, las discuten a continuación y comparten parte de la experiencia común de aprendizaje. Como consecuencia de la discusión, el grupo reunido puede tomar una decisión y/o emprender una acción común. Existen muy diversas experiencias de este tipo".

Estos grupos de oyentes organizados se distinguen de las estrategias de campañas radiofónicas -que se analizan a continuación- porque los grupos se crean y mantienen con una voluntad de permanencia, mientras que las campañas, generalmente, sólo crean grupos específicos para un breve periodo de tiempo.

En este apartado conviene hacer una mención expresa a las denominadas radioescuelas, formas de audición organizada que inicialmente se desarrollaron en Colombia para extenderse con posterioridad por otros países. "El elemento principal que distingue la radioescuela de otras estrategias de audición en grupo es su continuo esfuerzo en la alfabetización y en la enseñanza de otras destrezas de educación no formal.

3) Campañas. Combinan muchos de los aspectos de las otras dos categorías, y siempre se realizan durante periodos de tiempo breves (de tres a seis meses); se centran en un tema específico y tan sólo tienen unos pocos objetivos, eso sí, muy bien definidos y atractivos.

Una campaña intenta motivar e implicar a enormes efectivos de población por lo que exige: a) prepararla con tiempo y minuciosamente; b) organizar al público oyente durante el periodo de la campaña; c) coordinar a muchas instituciones para que resulte satisfactoria; y d) recabar el apoyo popular para lograr los objetivos de la campaña.

Los demás aspectos de la campaña son similares a los que se emplean en las estrategias de grupos organizados: utilización de la radio para la publicidad de la actividad, grupos de audición organizados con dirigentes cualificados, material de apoyo impreso y programación regular una o dos veces por semana.

El empleo de campañas de radio ha demostrado que la radio educativa dispone de suficiente capacidad para movilizar grandes grupos de personas que aprenden a través de un método basado en el diálogo, es decir sin que el profesor sea considerado por los grupos como el único suministrador de información, sino simplemente como una persona de la comunidad formada para dirigir la discusión.

Sean cuales fueren sus finalidades y estrategias, la radio educativa debe tener las cuatro características esenciales que han enumerado Hawkrigde y Robinson:

1. Los programas han de estar organizados en forma de seriales para facilitar la

plena asimilación de los conocimientos adquiridos

2. Los programas han de estar planificados explícitamente con la asesoría de consultores pedagógicos exteriores
3. Pueden -y suelen- ir complementados con otros tipos de materiales didácticos, por ejemplo, libros de texto y guías de estudio
4. Ha de intentarse que tanto los maestros o profesores como los alumnos puedan evaluar el resultado de esas emisiones

6 Retos y perspectivas

A lo largo de su historia la radio ha demostrado ser un medio que ha tenido usos educativos con una evidente trascendencia social porque siempre se ha sabido mostrarse cercana a la sociedad. Se trata de un medio que, desde el punto de vista de sus características expresivas, es público, indirecto y unilateral, como todos los medios de comunicación. Pero, a la vez, se presenta en muchas ocasiones como un medio privado, directo y recíproco. Es decir, "la comunicación a través de la radio responde a las características generales de cualquier comunicación social y, sin embargo, podría decirse con un juego de palabras que la radio es el medio que muestra con menos autenticidad las notas propias de la comunicación social -puesto que es el menos público, el menos indirecto y el menos unilateral-; por eso -por ocultar tan discretamente su mediación- es el medio colectivo que menos lo parece, el aparentemente más personal. Siendo "el medio de comunicación que mejor reproduce la relación interperso-

nal", la radio es, el medio de comunicación social que mejor puede comunicar".

Esto de por sí ya establece una notable diferencia con respecto a otros medios que, por lo general, tienden a actuar como simples difusores de información, logrando escasos niveles de interactividad, y una participación social muy limitada. Por eso no es extraño que en el ámbito educativo, haya sido un excelente instrumento para la alfabetización de grandes comunidades a través de programas formales. Al mismo tiempo, ha sido uno de los medios que los profesores han venido utilizando tanto para el apoyo didáctico como para lograr establecer el puente entre la escuela y la sociedad. E incluso por medio de la programación convencional, la radio ha introducido valores éticos y morales que han modificado la vida social de muchos pueblos.

El futuro del uso de la radio en la educación está directamente relacionado con la urgente conveniencia de repensar el medio desde la perspectiva de las necesidades sociales; de ahí que haya que tener en cuenta el binomio medio-sociedad al que hacíamos referencia al principio. Es precisamente, bajo este binomio desde donde procede considerar las perspectivas que tiene la radio con fines educativos y formativos:

1. Ante las nuevas tecnologías de información. En el ritmo precipitado con que se producen y aceptan las nuevas tecnologías, la lógica imperante parece señalar que todo lo anterior resulta caduco, hasta el punto de que para algunos hablar de radio educativa en la actualidad parece inútil cuando no una necesidad.

Sin embargo, la radio con fines educativos existe, independientemente de las

diversas denominaciones que haya adquirido a través del tiempo y en las diversas culturas, y ha representado una opción, una alternativa, que ha servido y sirve de apoyo a las tareas educativas y formativas de las sociedades.

Ahora bien, es preciso no perder de vista las innovaciones tecnológicas que están afectando a la radio. Con esta actitud podrán buscarse nuevas opciones que, aunque diferentes en los distintos contextos sociales, permitan adaptar el medio a las nuevas circunstancias. En este sentido, las posibilidades que ofrece la radio digital para el impulso de la radio educativa resultan fascinantes.

2. Usos complementarios de otros medios. La integración de materiales impresos como complemento de las emisiones radiofónicas educativas fue una modalidad que se comenzó a emplear en los años setenta. Por entonces, se comenzó a insistir en el hecho de que la radiodifusión educativa, no debe plantearse de manera aislada si quiere obtener la máxima eficacia. Este es un riesgo al que están sometidos los responsables de las emisiones: la tentación del aislamiento puede acabar produciendo programas sin interesarse por lo que ocurre en el momento de la recepción; también pueden hacer que se olviden las oportunidades que brinda el empleo simultáneo de otros medios para enriquecer y reforzar el mensaje de las emisiones radiofónicas.

El uso complementario de la radio tiene por objetivo la búsqueda de posibilidades y la creación de opciones

que conjuguen los lenguajes y soportes tanto de medios audiovisuales, como de los impresos y del multimedia. No se trata, por tanto -y menos en el momento presente- de que el empleo de un medio desplace a otro, sino justamente de lograr la complementariedad. En el contexto cultural actual, marcado por los nuevos medios y las infopistas, reformular esta complementariedad resulta una tarea urgente que ha de desembocar en la convergencia del multimedia también cuando se trata de contenidos educativos.

3. Experimentación e innovación permanente. Existe la necesidad de explorar de forma continuada las posibilidades educativas del medio. Esta labor está directamente relacionada con la "experimentación sonora" con el fin de adquirir más elementos y conocimientos acerca del lenguaje radiofónico. Además de los estudios abundantes acerca de audiencias, formatos y contenidos es preciso seguir investigando en el lenguaje y la expresividad propios del medio.

Sólo así estaremos en condiciones de optimizar, y sobre todo de evaluar y reformular la oferta programática. En esta tarea las Universidades tienen una responsabilidad especial en la medida en que están obligadas a experimentar nuevos rumbos y a asumir el riesgo de indicar nuevos caminos.

4. Nuevas fórmulas de financiación y co-producción. El presupuesto económico de la emisora constituye uno de los puntos neurálgicos que debe tener cualquier propuesta radiofónica, y por eso, tam-

poco debería desatenderse este aspecto en la formulación de una radio con fines educativos.

Cuando tuvo lugar el auge de la radio educativa la financiación procedía sobre todo de instituciones gubernamentales, religiosas, o de organismos internacionales. Se apostó, por tanto, firmemente por el medio radiofónico. Pero tras la instauración de la lógica de mercado, el planteamiento se modificó y llegó a sostenerse que lo que no vende no tiene razón de existir. Por eso hoy, la radio con fines educativos se ve obligada a replantear también su dimensión económica para llegar a ser autosuficiente sin diluir la creatividad de su oferta programática.

La apuesta ahora es encontrar nuevas fórmulas de financiación, que deben ser revisadas con cuidado para que no se lesione la calidad de los contenidos. El reto es, indudablemente, difícil, teniendo en cuenta la cada día mayor presencia de los grupos multimedia. Pero también es cierto que la aparición de audiencias transnacionales y la tendencia a la segmentación del mercado pueden permitir encontrar nuevas estrategias de mercadotecnia aplicables también al ámbito de la radio educativa.

5. Respuesta a la homogenización cultural. Frente a la tantas veces mencionada homogenización cultural que impone la televisión, la radio educativa puede ofrecer interesantes alternativas en cuanto supone un retorno al pensamiento local y regional y, al mismo tiempo, permite dar a conocer otras culturas. La radio en Internet rompe defini-

tivamente las fronteras que hasta el momento establecían las condiciones técnicas de emisión y convierte lo local en universal y lo universal en local.

6. Instituciones y grupos responsables de la radio educativa. La radio con fines educativos estuvo desde su origen ligada a instituciones gubernamentales, religiosas, asociaciones civiles y organismos internacionales. En la actualidad, ¿quién la hace posible? Esta pregunta, puede ser rápidamente respondida si pensamos que en realidad quienes cuentan con los recursos suficientes son los Estados, que pueden o no reforzar la actividad en este medio, de acuerdo con sus intereses; desde luego, desde la óptica de los organismos internacionales el interés está siendo acaparado por las nuevas redes informáticas.

Resulta así que, en primer lugar, son los Estados quienes pueden rehabilitar las posibilidades educativas de la radio con la finalidad de contribuir al desarrollo de la sociedad. Pero en segundo lugar, no hay que olvidar el papel de las universidades en general y de los centros educativos en particular. Unos y otros deberían estar en condiciones presentar una oferta diferenciada de ámbito local en la que los grandes actores fueran los profesores, los estudiantes y los padres de familia. En tercer y último lugar, no deben olvidarse aquellos grupos organizados que desean generar una opción de comunicación y que no encuentran para ello cauce en otros medios más costosos y tecnificados.

7 A modo de conclusión: la creatividad como objetivo

Por lo que se refiere al ámbito más general de la formación, la radio puede:

- Ser un instrumento que contribuya a mejorar los procesos de formación de los individuos. En este sentido, la utilización del medio puede propiciar que el individuo forme y escoja sus criterios.
- Generar espacios de expresión y retroalimentación social.
- Reforzar valores éticos de la sociedad.
- Hacer posible el conocimiento acerca de otras culturas.
- Propiciar confluencias con otros medios, de manera tal que se complementen los contenidos (proyectos multimedia) y se logre así una participación más completa.
- Apoyar los programas de carácter colectivo y las campañas sociales promovida por las instituciones.
- Impulsar los programas de formación y actualización profesional.

Aplicada concretamente a las tareas educativas la radio puede servir para:

- Complementar a la enseñanza reglada, facilitando al profesor materiales de apoyo eficaces para reforzar los contenidos expuestos.
- Actuar como mecanismo directo de instrucción, en la medida en que puede

presentar sin excesivos costes, con sencilla tecnología y en poco tiempo programas bien estructurados de contenidos relativos a una o varias materias.

- Extender la institución escolar, en cuanto suplemento de la actividad específica de las aulas y actuando, además, como puente entre la población y la escuela, lo que indudablemente refuerza la labor educativa.
- Apoyar la educación a distancia, sirviéndose de la complementariedad de materiales audiovisuales e impresos.
- Incentivar la libertad de expresión, en la medida en que la radio puede ser un medio donde aquellos que habitualmente son receptores pasan a convertirse con extrema facilidad en emisores: formulan sus propios contenidos, elaboran sus particulares discursos y agilizan la retroalimentación del medio y sobre todo de la institución escolar.

Para todo ello, la instalación de emisoras en las escuelas es una posibilidad que ya está siendo utilizada por diversos colegios, precisamente aquellos que entienden que la coparticipación de profesores y alumnos en la elaboración de los contenidos resulta fundamental. "No se trata de competir con otros medios de comunicación, ni siquiera con otras radios, sino de dominar los mecanismos de esa peculiar forma de comunicación social, de reforzar los conocimientos para la vida que han de adquirir los educandos, de continuar aprendiendo por parte de todos, en definitiva, de ponernos en situación de emisores-receptores. Se trata de convertir a un simple oyente en un receptor crítico ante

los mensajes de los medios de comunicación social, que además pueda usar ese lenguaje para mejorar sus relaciones con los demás y con su entorno".

Afirmar que el uso de la radio con fines educativos es capaz de resolver todos los problemas pedagógicos y formativos de una sociedad tecnificada es una pretensión radicalmente errónea. Sin embargo, sí puede decirse que la radio puede sembrar inquietudes e incentivar la formación de los individuos y los grupos para que unos y otros sean capaces de buscar formas de conocer, de conocerse y, sobre todo, de desarrollar libremente su creatividad.

En este sentido, la parte lúdica del medio sonoro desempeña un papel fundamental. Es cierto que la radio no puede ni debe competir con la televisión, el cine y las amplias redes informáticas. Pero sí ha de rentabilizar una de sus características esenciales, el estímulo de la imaginación: por medio de una labor constante, creativa y sobre todo lúdica, ha de ser capaz de generar ofertas diferentes de las que plantean los modelos convencionales. Éste es, probablemente, el principal reto de la radio educativa en este fin de milenio: regenerarse a sí misma mediante el aprovechamiento de sus propios recursos expresivos y apostando decididamente por la creatividad.