

Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 10 – 2ª época - Director: [Dr. José Manuel de Pablos Coello](#), catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](#) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España) -
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

Investigación – [pdf](#) – [metadatos 745](#) – [Creative Commons](#)

DOI: 10.4185/RLCS-62-2007-745-227-232

Cómo citar este artículo / How to cite this article:

Garcés, Raúl (2007): "La crisis de los discursos radiofónicos", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 62, páginas - pages 227 - 232. Recuperado el ____ de _____ de ____ de:
<http://www.revistalatinacs.org/200719RaulGarces.htm>
DOI: 10.4185/RLCS-62-2007-745-227-232

[**Revisor I:** He revisado el artículo 30_2007 titulado "La crisis de los discursos radiofónicos" y me parece un buen trabajo, que se puede publicar. Es una reflexión interesante sobre el presente y el futuro de la radio, que llama la atención sobre varias causas que son las principales responsables de la crisis radiofónica: la falta de fórmulas novedosas, la competencia de internet y el auge de las televisiones. Otra de las reflexiones importantes que se hace en el artículo es que, curiosamente, el aumento de emisoras de radio no ha supuesto una mayor diversidad en la oferta de contenidos; al contrario, se han multiplicado los espacios clónicos, basados en fórmulas pensadas exclusivamente para atraer grandes audiencias en detrimento de la calidad de los contenidos. Y el autor también apunta un problema importante: la dificultad que tienen muchas empresas para aprovechar las posibilidades que ofrece la tecnología digital, porque muchos profesionales no están preparados para asumir los retos tecnológicos. Por todas estas razones, creo que el artículo debe ser publicado. **Revisora II:** El trabajo, centrado en el caso de Cuba, no deja de ser representativo en más contextos que el de la Isla, ya que expone, bajo una reflexión seria y contundente, la importancia de retomar la radio, con aquella responsabilidad que antes era implícita y que ahora se pierde en la diversidad de medios que la red ofrece. Invita pues, a un análisis retrospectivo sobre lo que representaba sintonizar un canal de radio y disfrutar de una programación de calidad. Recomiendo la publicación de este artículo, no sólo por la calidad de su contenido, sino por la importancia de reflexionar sobre lo que eran los medios masivos antes de la llegada de Internet.]

La crisis de los discursos radiofónicos

The crisis of radio speeches

Artículo recibido el 2 de agosto de 2007

Sometido a pre-revisión (Comité de Redacción) el 2 de agosto de 2007

Enviado a revisión el 2 de agosto de 2007

Aceptado el 3 de agosto de 2007

Galeradas telemáticas a disposición del autor el 1 de septiembre de 2007

Visto bueno del autor, el 2 de septiembre de 2007

Publicado el 4 de septiembre de 2007

Dr. Raúl Garcés © [[C.V.](#)]

Director del Departamento de Periodismo

Facultad de Comunicación

Universidad de La Habana, UH, Cuba

garces@enet.cu

Resumen: Dentro de un contexto mediático marcado por la revolución de la 'prensa' digital y el impacto cada vez mayor de la televisión, se habla con frecuencia de la radio desde posiciones polarizadas: de un lado figuran quienes la estigmatizan como

un medio perteneciente al pasado, cuya relación con las audiencias más jóvenes tiende a languidecer; de otro, quienes le auguran larga vida como gestora de experiencias de comunicación comunitaria y alternativa. El autor repasa algunos de los argumentos que sostienen ambos enfoques y alerta sobre la necesidad de despojar al discurso radiofónico actual de recursos trillados, para revestirlo con formas experimentales de realización cada vez más audaces y creativas. Asimismo, reflexiona en torno a los desafíos de la radio cubana para conquistar nuevas audiencias, dentro de un contexto donde la televisión y la prensa escrita de la Isla empiezan a recuperarse de la crisis económica que azotó Cuba tras la desaparición del campo socialista.

Palabras clave: periodismo radiofónico; producción radial; discursos radiofónicos; radio cubana; radio de servicio público; crisis en la radio.

Abstract: In a media world highly influenced by new technologies revolution and the increasing impact of television, speeches on radio are frequently polarized: in one side, some scholars argue radio belongs to the past and it is no longer able of attracting younger audiences. In the other, lay those who predict long life to radio as a source of alternative and communitarian communication experiences. The author reviews the arguments that sustain both perspectives and emphasizes the need of renovating radio producing with audacious and creative formulas. At the same time, he discusses some of the challenges Cuban radio has ahead to attract new audiences, when television and printed press are recovering from the economic crack the Island suffered after Eastern European socialism disappeared.

Keywords: radio journalism; radio production; radio speeches; Cuban radio; public service radio; crisis on radio.

Sumario: 1. Introducción. 2. Señales de alarma global. 3. Cuba: ¿La radio como protagonista? 4. Referencias bibliográficas / Notas.

Summary: 1. Introduction, 2. Global alarms on radio. 3. Cuba: radio as protagonist? 4. Bibliography / Notes.

1. Introducción

Apelando a los mismos términos que empleara Umberto Eco hace varias décadas para definir la reacción de los críticos ante la cultura de masas, podría decirse que la radio cuenta hoy con más apocalípticos que integrados. Lo anterior no pretende ser una advertencia fatalista, sino el reconocimiento sin cortapisas de importantes señales de alarma, cuya desaparición o retroceso dependería en gran medida de una transformación radical en los discursos narrativos del medio y en muchas de las prácticas profesionales de sus hacedores.

Claro que el desarrollo de la radio comunitaria o la rápida evolución experimentada por una gran cantidad de emisoras en Internet podrían invocarse como contrapeso alentador, sobre todo en medio del avance cada vez más extendido en el mundo de una cultura audiovisual. Pero aun así los criterios apocalípticos resonarían impenitentes en los oídos de los radialistas, desde diferentes perspectivas. Para algunos, las audiencias de la radio se han reducido y continuarán reduciéndose en proporción dramática; para otros, las pérdidas financieras de las empresas radiofónicas han conspirado tanto contra el ejercicio del periodismo, que permiten pronosticar la muerte casi inminente de géneros como el radioreportaje. El español Angel Faus Belau, por ejemplo, al analizar estos y otros fenómenos, formula sus conclusiones en términos categóricos: "La radio, los radiofonistas, su empresa y sus gentes sufren de aburrimiento letal, desinterés total por el producto, la programación, el contenido y la audiencia. La radio está ayuna de investigación y ciencia propias, desheredada de ideadores, abandonada de creadores, magra en inventores y encadenada por la cuenta de resultados. Estamos ante la caducidad de un sistema y de unas fórmulas históricas de narración, contenido, programación y concepto radiofónico" [1].

Cuba, pionera en la transmisión de señales sonoras dentro del contexto latinoamericano, acumula una larga tradición en la producción de múltiples géneros y formatos radiales. El hecho de que en 1948 –cuando Félix B. Caignet estrenara a través del circuito CMQ su célebre novela *El derecho de nacer*– la isla comprara el 25% de los receptores exportados por los Estados Unidos a América Latina, ilustra el alcance que para entonces había logrado la industria radiofónica nacional [2]. Más de medio siglo después, la radio cubana sigue expandiendo el número de sus estaciones y oyentes, pero su evolución no es totalmente ajena a algunas de las tendencias internacionales arriba descritas. Junto a la creciente modernización tecnológica de las emisoras y la creatividad de un significativo número de realizadores, coexisten fórmulas rutinarias en el diseño de las programaciones, esquemas narrativos demasiado predecibles y un estilo de comunicación que, a fuerza de repetirse de un lado a otro del dial, tiende a perder su potencialidad dialógica.

2. Señales de alarma global

Cualquier discusión sobre cómo revitalizar la capacidad sugestiva e innovadora de este medio debiera despojarse de miradas triunfalistas y empezar reconociendo los peligros que, más allá de la situación concreta de determinadas emisoras o contextos, acechan a la radio a nivel global. Como punto de partida de este análisis señalaría por lo menos cinco alarmas:

1. Una económica, asociada a drásticos recortes presupuestarios en un escenario de disminución del número de oyentes y, por tanto, del financiamiento a las programaciones por concepto de publicidad. Es una realidad evidente la proliferación de emisoras que, lejos de generar informaciones con sus propios recursos, dependen cada vez más de consorcios oligopólicos de noticias. En los Estados Unidos, por ejemplo, de diez mil estaciones comerciales existentes hace algunos años a lo largo de toda la nación, sólo alrededor de unas 15 contaban con staffs periodísticos destinados a satisfacer las demandas de una programación informativa continua [3].

La imposibilidad de muchas empresas pequeñas de sobrevivir como proyectos económicamente autónomos, ha favorecido en la radio los mismos procesos de concentración mediática verificados a nivel global. Vuelve a ser el caso norteamericano en este sentido paradigmático, teniendo en cuenta que el 33% de los 13,6 miles de millones de dólares reportados anualmente como ganancia por el negocio radial de ese país, van a parar a las arcas de cuatro grandes corporaciones: CBS; Hicks, Muse, Tate and Furst; Jacor y Clear Channel Communications [4].

Pero si tales tendencias fueron siempre presumibles dentro de un sistema comunicativo predominantemente comercial, cuesta más trabajo admitirlas en la especificidad del contexto europeo. Sin embargo, la radio de servicio público –históricamente prestigiada por la calidad de su programación informativa y cultural– ha cruzado al tercer milenio reconociéndose en el espejo del modelo occidental, a partir de las privatizaciones iniciadas en los años 80 y acentuadas en la década siguiente. La competencia desenfrenada por aumentar el número de oyentes ha terminado generando, también en Europa, una programación de recetas que busca multiplicar sin grandes esfuerzos los índices de audiencia. Así por ejemplo, en Francia, los talk shows sobre sexo han invadido el espectro radiofónico y figuran entre los espacios más escuchados por los jóvenes. En el Reino Unido, una Ley de Telecomunicaciones aprobada en 2003 privilegia el objetivo de atraer capitales para los medios, por encima de la misión de servicio público, tradicionalmente representada en la *BBC*. En España, según Mariano Cebrián Herreros, la radio ha perdido capacidad para generar obras creativas, dentro de la creciente comercialización y competitividad que enfrentan los medios de ese país.

2. Una alarma tecnológica, derivada de la Revolución digital del sonido y de la ampliación de los servicios de la radio a través de Internet. Sin dudas, el uso de computadoras en la producción y transmisión de mensajes radiales ha permitido mejorar ostensiblemente la calidad de la señal emitida, ampliar las potencialidades de las empresas radiofónicas a tono con la evolución actual de los medios y agilizar el proceso productivo de elaboración de noticias, aprovechando las ventajas ofrecidas por la edición no lineal. Pero tales avances, acontecidos en un lapso de tiempo histórico extremadamente breve, demandan de los radialistas nuevas habilidades en su formación profesional y un cambio de mentalidad en las lógicas que tradicionalmente sirvieron para concebir y estructurar las programaciones radiofónicas.

Si antaño era común que la realización de un espacio se compartiera entre guionistas, efectistas, musicalizadores, editores y directores, hoy es habitual que todas esas funciones se concentren en una sola persona. Si históricamente la radio fue un medio reservado para quienes tenían buena voz y sabían improvisar, a esas destrezas habría que adicionar ahora, por lo menos, conocimientos de edición digital, lenguaje multimedia, diseño y actualización de sitios web... Si hasta hace pocos años las opciones de consumo radial de las audiencias dependían de la oferta contenida en la programación de las emisoras, hoy cualquier oyente con acceso a Internet puede diseñar su programación "a la carta", descargando de la red los espacios de su preferencia.

En suma –y tal como ocurre con otros medios de comunicación– las transformaciones tecnológicas están sustituyendo lo tradicionalmente específico de la radio, por una convergencia acelerada de los lenguajes y por nuevas lógicas en la producción y recepción de mensajes. Como ha dicho algún teórico, no es extraño que en poco tiempo se escuchen los periódicos y las revistas, o se lean las radios y la televisión.

3. Una alarma intelectual, acentuada –como se sugirió antes– por la imposición generalizada de patrones comerciales más destinados a maximizar las ganancias de los medios, que a proveerlos de un verdadero sentido cultural. En un contexto internacional marcado por el boom del infoentretenimiento, el triunfo de la televisión basura reivindicado en espacios como big brother, o la resurrección del periodismo amarillo en tabloides al estilo de los publicados por William Randolph Hearst a fines del siglo XIX, sería ingenuo pretender en la radio un comportamiento de excepción.

Así, el crecimiento del número de emisoras acontecido en las últimas décadas a nivel global, lejos de significar un incremento en la diversidad de los discursos, ha representado en realidad la clonación indiscriminada de conceptos muy similares de programaciones.

Posiblemente sean los programas informativos uno de los géneros donde mejor se advierta esa clonación. Resulta cuando menos curioso que lo dicho por Mariano Cebrián Herreros para describir el periodismo radiofónico español, pueda adaptarse sin grandes riesgos a otras realidades culturalmente distintas:

"la radio es cuestión de intimidad, casi como una relación pasional entre emisor y oyente. Este pálpito lo hemos sustituido por la rutina informativa, la narración fosilizada y el contenido predeterminado (...) Cada día la narración es más rígida, más escueta, menos fresca. Hay mucha gente que "habla por la radio" y muy poca que hace radio al hablar.

Hemos perdido gran parte de la capacidad de sorprender, de impulsar la imaginación, de medir el tiempo del relato, de entretejer la realidad y la emoción del verbo, la actualidad y la estética, el esencial informativo... y lo hemos sustituido por el monótono dar en el mismo clavo durante horas, cada día de la semana. Información a golpe de rueda de prensa y notas de los gabinetes de comunicación" [5].

4. Una alarma investigativa, constatada en el escaso número de estudios sobre radio disponibles, si se compara con el volumen amplísimo de investigaciones de medios generadas en el mundo de hoy. Temas como la formación profesional del periodista, la configuración de nuevos escenarios mediáticos en el entorno de la actual Revolución digital, o los efectos de la televisión sobre determinados tipos de públicos –por sólo mencionar algunos–, aparecen desarrollados con mucha más frecuencia en revistas iberoamericanas de Comunicación, que los concernientes al desarrollo de la radio.

Cierto que, fundamentalmente las estaciones comerciales, continúan demandando estudios de mercado, sondeos de audiencia, análisis evaluativo de las programaciones, pero el carácter instrumental de tales acercamientos no tiene nada que ver con una comprensión más profunda de la radio, como hecho político y cultural que es, a la vez, centro y periferia de relaciones y prácticas sociales complejas. Comparto con María Cristina Mata la idea de ciertos "saberes (todavía) negados" a la investigación de este medio, que siguen presentándolo ante nuestros ojos como un gran desconocido.

5. Una alarma ocupacional, verificada en la insuficiente cantidad de profesionales con que cuenta generalmente la radio para ejecutar el grueso de sus proyectos. En el caso cubano, por ejemplo, aunque la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana y otros centros homólogos gradúan cada año a decenas de periodistas y comunicadores sociales, la realidad indica que pocos van a parar a las emisoras.

Privada de la posibilidad de trascendencia en el tiempo que otorga a sus informadores la prensa plana y de la notoriedad que casi siempre ofrece la televisión, la radio suele ser vista por los estudiantes como un medio menos atractivo o, en todo caso, como un trampolín hacia otros medios dentro del mercado laboral. Probablemente, un estudio científico sobre la composición generacional de los trabajadores actuales de la radio cubana demostraría un vacío de varios años en la recepción de nuevos graduados.

Tal situación, sin embargo, no parece presentarse como un destino incambiable. La experiencia evidencia que la vinculación de la teoría con la práctica a lo largo de la formación profesional de los futuros graduados contribuye a eliminar muchos prejuicios. Una vez que los estudiantes descubren por sí mismos las potencialidades de la relación cotidiana entre los radialistas y sus públicos, las ventajas del medio para fomentar con desenfado conversaciones sociales a gran escala y la posibilidad de ejercitar la investigación, aun dentro de rutinas productivas consagradas muchas veces a la inmediatez, empiezan casi automáticamente a revalorizar a la radio dentro de sus aspiraciones profesionales.

En estas circunstancias, promover el vínculo de los jóvenes con el medio más allá de sus prácticas curriculares e instrumentar una política de empleo que otorgue determinadas jerarquías al mercado laboral de la radio, ayudaría a evitar un proceso de envejecimiento que, si bien no es todavía generalizado en nuestras emisoras, podría serlo a mediano o largo plazo.

3. Cuba: ¿La radio como protagonista?

A diferencia de lo acontecido con la prensa y la televisión cubanas en los años 90, cuyos contenidos se vieron drásticamente reducidos en medio de la aguda crisis que atravesó la Isla, los vientos que soplaron para la radio no fueron siempre tormentosos. Si bien algunas emisoras recortaron el horario de sus transmisiones y casi todas debieron soportar sin recursos los embates de la obsolescencia tecnológica, al mismo tiempo asimilaron a un significativo número de profesionales excedentes de la prensa escrita -2 diarios nacionales y la totalidad de los provinciales pasaron de la noche a la mañana a semanarios-y generaron soluciones para intentar paliar el déficit informativo sobrevenido entonces.

La radorrevista *Rebelde en Rebelde*, por ejemplo, fue una de las fórmulas que encontraron periodistas del diario *Juventud Rebelde* para sobrellevar la falta de espacio y la tirada reducida de su publicación, amplificando sus noticias y artículos a través de *Radio Rebelde*, una de las emisoras más escuchadas de la Isla. El 6 de enero de 1992 salió al aire por primera vez

el Noticiero Nacional de Radio, transmitido en cadena para todo el país y que, andando el tiempo, se convertiría en el espacio informativo más importante de la radio nacional.

Catorce años después, la infraestructura mediática cubana muestra signos indiscutibles de recuperación, ilustrados con el surgimiento de dos nuevos canales nacionales de televisión, ambos con perfil educativo, la reaparición de publicaciones que se habían extinguido o debilitado en la década anterior y la multiplicación del número de emisoras –fundamentalmente municipales y comunitarias– distribuidas por toda la Isla.

Los finales del siglo XX e inicios del XXI atestiguaron también un proceso acelerado de renovación tecnológica que, en el caso específico de la radio, implicó la digitalización de la producción y las transmisiones, junto a un crecimiento exponencial del número de páginas web, tanto de emisoras de alcance nacional como regional. Sin embargo, la radio cubana en Internet deberá sortear todavía fuertes limitaciones para insertarse competitivamente en los actuales escenarios digitales a nivel global. Sin ánimos de analizar a profundidad el tema, apuntaría con premura los obstáculos siguientes:

– **Infraestructura todavía pobre**, evidenciada sobre todo en la baja disponibilidad de computadoras modernas para generar y actualizar los contenidos lo mismo en la radio tradicional que en la web. Razones tecnológicas impiden igualmente la presencia en audio real de un número significativo de emisoras dentro de la red de redes o la accesibilidad de sus programas grabados, a pesar de la evolución experimentada en los últimos años por las páginas digitales.

– **Una cultura profesional digital aún muy incipiente**, que suele considerar a los sitios web como apéndices de las estaciones de radio y no como estructura armónicamente integrada a su programación. Aunque cada vez más se diseñan y producen mensajes destinados específicamente a tales sitios, suele abundar también la transcripción inadaptada de materiales sonoros y la reproducción textual de noticias publicadas por la prensa escrita y las agencias de noticias.

– **La necesidad de una mayor capacitación para webmasters y periodistas digitales**, caracterizados hoy en muchos casos por una formación profesional empírica y por un escaso dominio de herramientas y habilidades distintivas de su trabajo. Las potencialidades expresivas de la comunicación multimediática, la interactividad propiciada por espacios como foros de discusión y chats, la lógica de información encadenada –consustancial a la hipertextualidad–, por sólo mencionar algunos ejemplos, no prevalecen, como regla, en la propuesta actual de los sitios digitales radiales de la Isla.

A la radio hertziana se le vienen encima también múltiples desafíos, en un contexto donde, fundamentalmente la televisión, ha recuperado mucho del terreno perdido y ocupa un lugar cada vez más notorio como fuente de educación, entretenimiento e información de los cubanos. Tomando como referente mi interacción sistemática con estudiantes universitarios y audiencias jóvenes, arriesgaría la hipótesis de que en Cuba, como en otras partes del mundo, el público joven tiende a ser más "audiovisual" que oyente de radio o lector de las noticias de los periódicos. A la carrera de Periodismo arriban cada año alumnos cuya relación previa con la radio es inconstante, casual o, en el peor de los casos, nula. Más de una evidencia sugiere que, hacia el futuro, una prioridad para muchas emisoras podría ser la de trascender el círculo vicioso de los mismos públicos receptores y conquistar nuevas audiencias.

Obviamente, alcanzar ese objetivo no constituye una empresa fácil, ni depende de fórmulas invariables que puedan aplicarse por igual a todas las emisoras y contextos. Pero, de cualquier manera, algunas claves parecen emerger de comparar a la radio con otros medios de comunicación, en cuanto a sus potencialidades para relacionarse directamente con las audiencias. Traer los oyentes a la radio –lo mismo a través de llamadas telefónicas, que de programas de debate, que promoviendo su participación real en el diseño de las barras programáticas– y llevar la radio a los oyentes –ya sea para discutir la propia oferta radial o para contribuir a la transformación social generando comunicación desde los espacios locales (barrios, centros de trabajo y educación, etc.)–, depende más de la voluntad de los realizadores que de la inversión de cuantiosos recursos. Probablemente, la naturaleza crecientemente competitiva del entorno mediático cubano debele para muchas emisoras la necesidad de articular estrategias de socialización más agresivas, en lugar de esperar porque nuevos oyentes "caigan" dentro del círculo de sus receptores habituales.

Potenciar la búsqueda de audiencias pasa también por revalorizar la figura del comunicador radial. Desde tiempos en que Kate Smith, a través de un programa de radio, vendía bonos para financiar la participación de soldados norteamericanos en la segunda guerra mundial –e incluso desde antes– se conoce el sentimiento de acceso personal que la radio promueve hacia sus comunicadores. Valdría la pena discutir, sin embargo, si no ha proliferado entre nosotros un modo de comunicación que, a fuerza de repetir reportes meteorológicos, dar la hora y añadir noticias de dudosa trascendencia, simplifican a niveles caricaturescos el complejo acto de hablar frente al micrófono.

El auge global de los talk shows, justo cuando han desaparecido o languidecido múltiples géneros y formatos tradicionales, ilustra la vigencia de una comunicación cada vez más personalizada, que pudiera proponerse encantar al público no sobre la

base de facilismos y retóricas vacías, sino mezclando creatividad, conocimiento y cultura. Ahora que el número de emisoras promete seguirse expandiendo por toda la Isla, recordar a Bertolt Brecht ayudaría a alejar el peligro de la clonación de los discursos a través del dial: "mal está la radio que no encuentra oyentes –decía el dramaturgo alemán– pero peor están los oyentes que no encuentran quien tenga algo que decirles".

4. Referencias bibliográficas / notas

[1] Faus Belaus, Angel: Reinventar la radio. Revista *Chasqui* No. 74, 2001.

[2] En 1948 la isla logró importar exactamente 113.400 receptores, más o menos una cuarta parte de lo que Estados Unidos exportaba para entonces a América Latina. Ver: Garcés Corra, Raúl: *Los dueños del aire, un acercamiento comunicológico a la radio cubana de los años 40*. Versión digital de la Editorial Pablo de la Torriente Brau, 2004.

[3] Grossman, Lawrence: The death of Radio-reporting. *Columbia Journalism Review*, septiembre-octubre de 1998.

[4] ibidem.

[5] El debate sobre los espacios informativos radiales cubanos en múltiples eventos teóricos, ha sugerido, también en nuestro contexto, la pertinencia de recuperar el concepto primigenio de lo noticioso (asociándolo a lo realmente inesperado y trascendente), explorar nuevas formas de ideación de la noticia teniendo en cuenta las especificidades del lenguaje radiofónico y vigorizar géneros interpretativos como el reportaje dentro de los noticieros y otros espacios informativos. La homogeneización de un tipo de noticiero que excluye de de noticias cortas ha consolidado estructuras y dinámicas instantaneístas, que destierran casi como norma de la práctica periodística la investigación y el análisis, y despojan a los reporteros de la complejidad interpretativa de su oficio para convertirlos en meros "facilitadores".

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Garcés, Raúl (2007): "La crisis de los discursos radiofónicos", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 62, páginas - pages 227 - 232. Recuperado el ____ de _____ de _____ de:
<http://www.revistalatinacs.org/200719RaulGarces.htm>
DOI: 10.4185/RLCS-62-2007-745-227-232