



**UNIVERSIDAD VERACRUZANA**  
**FACULTAD DE LETRAS ESPAÑOLAS**  
**ESPECIALIZACIÓN EN PROMOCIÓN DE LA LECTURA**



**SEDE: XALAPA**

**LA RADIO UNIVERSITARIA COMO  
HERRAMIENTA DE PROMOCIÓN DE  
LECTURA**

**TRABAJO RECEPCIONAL  
(Reporte)**

**QUE COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL  
DIPLOMA DE ESTA ESPECIALIZACIÓN**

**PRESENTA  
Marisol Cruz Valdez**

**DIRECTORA:  
A. Olivia Jarvio Fernandez**

**XALAPA, VERACRUZ, MARZO DE 2015.**

Este trabajo de la Especialización en Promoción de la Lectura ha sido realizado siguiendo un proceso de diseño y confección de acuerdo a los lineamientos del programa de estudios correspondiente, teniendo en cada fase los avales de los órganos colegiados establecidos; por este medio se autoriza a ser defendido ante el sínodo que se ha designado:

Tutor: Maestro Felipe Garrido Reyes  
Especialización en Promoción de la Lectura-UV

Lector y sinodal 1: Dr. Rafael Figueroa Hernández  
Centro de Estudios de la Cultura y la Comunicación-UV

Lector y sinodal 2: Dr. Daniel Domínguez Cuenca  
Facultad de Pedagogía, Veracruz-UV

Lector y sinodal 3: Francisco Javier Pérez Montiel  
Universidad Anáhuac Xalapa

## **Dedicatorias**

A mi familia y amigos  
por todo el apoyo y amor desde el principio

A Kiolal, por ser y estar

A los radioescuchas y participantes del programa  
por creer en la poesía

A Radio Universidad Veracruzana,  
en especial al Lic. Rafael Méndez y al Maestro Paco Aragón

<b>Introducción .....</b>	<b>4</b>
<b>1. Marco referencial .....</b>	<b>8</b>
1.1 Marco conceptual.....	8
1.1.1 Lectura .....	8
1.1.2 Fomento a la lectura.....	9
1.1.3 Fomento a la lectura de poesía .....	12
1.1.4 Radio y poesía.....	13
1.1.5 Podcasting .....	19
1.2 Revisión de antecedentes: estado de la cuestión.....	23
1.2.1 Programas de radio de lectura de poesía.....	23
<b>2. Marco teórico y metodológico .....</b>	<b>31</b>
2.1 Marco teórico.....	31
2.1.1 Teorías de la comunicación.....	31
2.1.2 Posicionamiento epistemológico interpretativista .....	33
2.1.3 Alfabetización emocional .....	34
2.1.4 Autoconocimiento.....	35
2.1.5 Inteligencia emocional .....	36
2.2. Metodología.....	38
2.2.1 Planteamiento del problema.....	38
2.2.2 Objetivos .....	41
2.2.3 Hipótesis de intervención.....	42
2.2.4 Estrategia metodológica de la intervención .....	42
2.2.5 Instrumentos de recopilación de datos .....	48
2.2.6 Metodología de análisis .....	51
<b>3. Descripción de la propuesta y resultados .....</b>	<b>53</b>
3.1 Diagnóstico del grupo.....	53
3.2 Diseño de la estrategia .....	54
3.3 Implementación de la estrategia .....	56
3.4 Seguimiento de la estrategia .....	57
3.5 Resultados.....	57
<b>4. Discusión y recomendaciones .....</b>	<b>63</b>
<b>5. Conclusiones.....</b>	<b>66</b>
<b>6. Referencias .....</b>	<b>68</b>

## Introducción

Este reporte está estructurado de tal manera que en breves páginas de cuenta sobre la labor realizada durante el año 2015; en primera instancia se aborda el tema de la radio universitaria como herramienta de promoción de la lectura con un sustento teórico, después se expone cuál fue la estrategia empleada en la intervención con un grupo específico, y al final se exponen las evidencias de los objetivos alcanzados, conclusiones y recomendaciones, así como los anexos pertinentes. Se invita a todo interesado en el tema de los medios de comunicación y la promoción de la lectura, de manera específica a los interesados en la radio, a verla como una herramienta en la promoción de la lectura.

Este caso de estudio está enfocado específicamente a la lectura de poesía. Recuenta el esfuerzo empleado, los actores involucrados, así como los resultados logrados, además de las áreas de oportunidad detectadas, con la expectativa de formular en un futuro propuestas para mejorarla, con la esperanza de que otros proyectos se sumen.

¿Por qué la radio y la poesía en la universidad? ¿Por qué un medio de comunicación masiva para fomentar la lectura en los universitarios? Cuando me planteo esas interrogantes, me es casi obvia la respuesta, pero para llegar a una argumentación válida y no simplista es preciso esclarecer algunos puntos y cuestionamientos que se desprenden; en primer lugar: ¿Por qué formar lectores? Una pregunta de todo promotor de lectura, es el por qué y otra, el para qué, la finalidad última de nuestro qué hacer. Se está de acuerdo en que la lectura nos mejora, nos hace mejores seres humanos, plenos, críticos, conscientes y felices. Nos devuelve a la vida que muchas veces pareciera no tener sentido, nos refleja y enseña. La lectura para mí es comunión, con el texto, con otras personas y con uno mismo.

¿Por qué formar lectores universitarios? ¿No son ellos quienes han pasado por toda una serie de exámenes y procesos académicos que los han llevado a la educación superior? Son individuos que han sido capaces de sortear toda clase de dificultades para escalar la cima y coger la bandera del título universitario. ¿Pero cómo, no son ellos lectores asiduos? Tristemente no lo son.

Más allá de que el 41% de estudiantes mexicanos que no alcanzan el nivel de competencias básico en lectura según el informe PISA (El economista, 2013) y otros rankings mundiales o locales ¿qué hay después de los números? A lo largo del documento se irán exponiendo y comentando otros datos y cifras con respecto a los jóvenes, particularmente a los universitarios.

En qué momento la lectura se volvió un medio utilitario de obtención de calificaciones, reconocimientos, notas laudatorias y títulos académicos propios de la élite intelectual. En qué momento se volvió una obligación en lugar de placer, ¿acaso alguna vez lo fue? ¿Se debe enseñar lo placentero? Más bien, se invita a disfrutar, se intenta cautivar a posibles lectores para invitarlos a conocer la panacea, conminamos a ser lectores sensibles, no autómatas. En alguna parte del camino preescolar y escolar se pierde o en el peor de los casos, nunca se tuvo contacto con el placer de la lectura y es una verdadera lástima.

Más vale tarde que nunca; los universitarios podrían creer que la lectura es útil, pero es diferente a que la consideren fuente de placer. De vez en cuando deberán recordarnos hacer una pausa para oler las flores. No todo en la vida es conseguir un empleo, trabajar para vivir o vivir para trabajar. Hay momentos ineludibles para atender al silencio de los libros y prestar atención a la música interna de las palabras. En mis años de universitaria enclaustrada y obstinada busqué todo cuanto tuviera que ver con la licenciatura: comunicación, publicidad, agencias, nuevas tendencias, comerciales, grandes marcas, etcétera. Mandé mis libros no académicos a dormir, era sacrílego ocuparse en algo que no abonase a la formación académica o tuviera justificación con base en términos pedagógicos. Ahora, regreso a mi alma mater para ver nuevas generaciones que de la misma manera, van encarrerados en el juego de la vida, sacrificando tiempo para sí mismos, familia, amigos y demás.

¿Por qué promover la lectura de poesía con universitarios? Dicen por ahí, “no se debe recomendar lo no experimentado” y sólo quien ha vivido el placer o goce estético de la poesía, sabe de lo que habla. Partiendo de la experiencia propia como lectora de poesía y lo aprendido en la especialidad, ésta es una propuesta para compartir y disfrutar este género en particular. Hay quienes afirman: el lector de poesía está en vías de extinción. No me parece llegue hasta ese extremo, pero seguro los públicos de la poesía son pocos en relación a otros géneros. En este proyecto, al dedicarme a la gestión y promoción de lectura traté de hacerlo con el afán de invitar, como cuando le cuento a un amigo mi emoción por una última lectura que podría

gustarle. No se puede salir ileso de la lectura, pero no toda poesía es para todos, habrá algún estilo, corriente, autor o incluso sólo un poema en particular que guste a cada quien, pero habremos de propiciar los encuentros.

¿Por qué vale la pena fijarse en este género? Muchos creen que la poesía vale la pena porque es una sólida base para construir. Sierra (2002) apunta, somos animales poéticos, propensos nuestra naturaleza integrada. Para Jean (1996) es una escuela del lenguaje, coincide con Calvo (2015), conecta con un lenguaje primitivo, uno anterior a la lengua y a la escritura, una cierta voz olvidada que se sublima gracias a la evocación en el poema, una voz creadora y esclarecedora de sentidos expandidos más allá de lo fonético.

López (2003) estudió el vínculo de la poesía y la educación, justifica la dupla por las siguientes razones: para aprender a gozar de las palabras, encontrar belleza y profundas intuiciones que den respuesta a problemas de la vida, porque la palabra es humanizante, permite la espontaneidad al mismo tiempo la reflexión, el interés, el cuidado e incluso el culto a la palabra.

La presencia de la poesía en la escuela adquirirá sentido cuando sea por gusto, no por las recompensas prácticas que se suelen buscar, como el estudio gramatical de los textos o la justificación de la enseñanza o moraleja, sino cuando pretendamos que los lectores sean simplemente seres humanos más plenos, como menciona Itzcovich en Andricán y Rodríguez (2003), o la poesía no como un género, sino como una forma de estar más despierto al mundo y de relacionarse con la realidad.

La poesía ha sido vista a lo largo del tiempo de distintas maneras. Montes (2000) clasifica las visiones de la poesía en la historia como: un recuerdo, una imitación, creación, conocimiento, sentimiento, puede estar al servicio de algo, o puede ser poesía pura y desde otro punto de vista es ciencia literaria. Señala que la poesía ante todo, es comunicación de un contenido psíquico, por lo tanto humano. Comparto la visión de la poesía como conocimiento y comunicación.

La poesía es así, en su primera etapa, un acto de conocimiento (conocimiento de lo singular psíquico por medio de la fantasía) y en su etapa postrera, un acto de comunicación, a través del cual ese conocimiento se manifiesta a los demás hombres (Montes, 2000, p. 166-167).

Por último me hice la pregunta, ¿Por qué utilizar la radio y el podcast para formar lectores universitarios? Yo empecé haciendo el programa de radio en Radio Universidad Veracruzana, con el simple motivo de compartir con amigos y a un público invisible mi gusto por la poesía, esta vez el público se materializó, sin embargo ese antecedente es esencial para conocer cómo inició este proyecto. Finalmente el podcasting, herramienta que se adhiere a la intervención, es un recurso que en nuestro país y la región a pesar del tiempo que lleva en su haber, apenas se están descubriendo sus bondades. No deja de sorprender su potencial para la promoción de la lectura, ya se irá develando más de ello a lo largo de este reporte.

Es prudente recordar una pregunta que se plantea y responde un autor muy lúcido en estos menesteres “¿Cómo leer poesía? Embarcándose. Lo que unos lectores nos digamos a otros puede ser útil y hasta determinante. Pero lo mejor de la conversación no es pasar tal juicio o tal receta: es compartir la animación del viaje” (Zaid, 1972, p. 2). Por lo tanto, invito a compartir la animación del viaje poético a través de la radio. La radio es adictiva, fascinante, un medio muy noble, ciego como todo lo intangible, accesible, entra por el oído y quién sabe hasta dónde pueda llegar a parar, contribuye a la sinergia natural que va de la oralidad al texto y del texto devuelto a la palabra en voz alta, hay que dejar que ésta siga su curso al aire.



# **1. Marco referencial**

## **1.1 Marco conceptual**

### **1.1.1 Lectura**

Mucho se dice de la definición de “leer”; el diccionario de la RAE (2012), señala como primera acepción que parece ser la más simple, “pasar la vista por un texto”, ésto implicaría no sólo observar, si no decodificar los signos, después existe la posibilidad, estando entrenado para ello, de fonetizar, es decir darle la voz a lo escrito. En la segunda se incluye la lectura de imágenes y no sólo eso, sino entender lo plasmado, ya en la tercera es comprenderla e interpretarla, para ello se involucra la inferencia, la anticipación y la recuperación de experiencias previas de su contexto.

La cuarta y quinta acepciones de lectura son las más trascendentes, además de lo mencionado anteriormente. La cuarta, es decir en público el discurso leído, se menciona como ejemplo lo que ocurre en las oposiciones como ejercicio literario, cosa muy aparte de lo tratado, más bien, el concepto general de declarar lo leído. La lectura de un texto se enriquece cuando se socializa, el contarle a alguien qué es lo que ha leído, decirlo o escribirlo tal cual es leer a medias, apropiarse quizás si se está de acuerdo e involucrar su opinión o su posición frente al texto, por lo tanto leer también es poder hablar de lo leído, incorporando también una visión propia y no sólo la del autor.

Esta manera de leer es la que he estado aprendiendo, la que me gustaría compartir y fomentar. Leer un clásico, un poema, un cuento, no sólo porque hay que leerlo, qué horrible es tener siempre que leer por obligación, descubrir la lectura por placer es encontrarse con un interlocutor con cual sí quieres conversar, porque existe un verdadero ánimo de establecer diálogo, de platicar con el texto, con la voz interna y finalmente con la de otros. No por nada leer viene del latín *legere*, escoger, lo interesante es cómo del cúmulo de lecturas se escoge qué sí y no leer.

La quinta acepción es también fundamental: “Descubrir por indicios los sentimientos o pensamientos de alguien, o algo oculto que ha hecho o le ha sucedido” (RAE, 2012). Acceder a las emociones de alguien más también es leer, leer un rostro por ejemplo, hay gestos universales, sabemos qué significa una sonrisa en todas las culturas porque es algo muy humano, pero saber qué siente alguien sólo por sus letras es una tarea de mayor esfuerzo. Pareciera que hoy en día ya no se sabe el estado de ánimo de una persona en un mensaje de texto o correo electrónico si no incluye emoticonos, los nativos digitales parecen no tener problemas con esto y algunos inmigrantes digitales han aprendido con estas formas de comunicación que se han agregado porque conviven y se topan con ellas.

Interpretar lo que alguien está sintiendo por las inflexiones de la voz también es una capacidad aprendida desde pequeños pero las habilidades de identificar las emociones propias y ajenas, como la empatía, o ponerse en los zapatos del otro, puede desarrollarse por medio de la alfabetización emocional, concepto ampliado en el siguiente apartado.

### **1.1.2 Fomento a la lectura**

Es increíble que se asuma a qué nos dedicamos cuando hablamos de fomento a la lectura pero cuando se busca una definición clara y sucinta no sea tan difícil hallarla. Se emplea no sólo la palabra fomento para denominar la actividad. Se utilizan también promoción y animación a la lectura, aunque no siempre se ocupan como sinónimos. Fomentar es una palabra que considero bonita y hasta podría decir cálida llama el cobijo, auxilio, reparo, abrigo. Promover, por otro lado, es potencialmente elevar, pareciera se habla sobre salud por los remedios o fomentos húmedos que se aplican para aliviar, hace pensar en un fomento al bienestar general.

Las dos palabras, están asociadas a los términos de movimiento, reacción, activación, impulso hacia el logro de algo. Sobre las figuras y actores los hay de muchas denominaciones: gestores de lectura, mediadores, formadores de lectores y animadores. Los mediadores acercan, guían, son una especie de maestros locos por la lectura, todos los esfuerzos encaminados a esto es fomento a la lectura, pero también lo es recomendarle un libro a alguien por el gusto, porque le sirvió, porque cree que a alguien más podría interesarle y serle de provecho y para esto no siempre se estudia, a veces es natural.

Hay tantos promotores de lectura sin título ni especializaciones que han sabido hacer esta labor, hasta nuestras abuelitas, amigos, o maestros lectores, siempre ha habido figuras lectoras pero hace falta más que ser lector para saber transmitirlo, por eso afirmo cuán importante es formarse en estos menesteres.

La animación es una acción realizada con viveza, el animador demuestra con palabras y acciones lo que quiere impulsar, en nuestro caso la lectura, hemos hecho nuestra misión el compartir el amor por las letras. Por lo tanto tendríamos que estar muy enamorados de las letras para ser administradores y ejecutores de proyectos de fomento a la lectura, porque para ello es indispensable hacerse cargo de muchas diligencias para organizar y llevar a cabo todo faltante para que se susciten continuamente los momentos para transmitir por medio de estrategias y técnicas el descubrimiento de la lectura placentera.

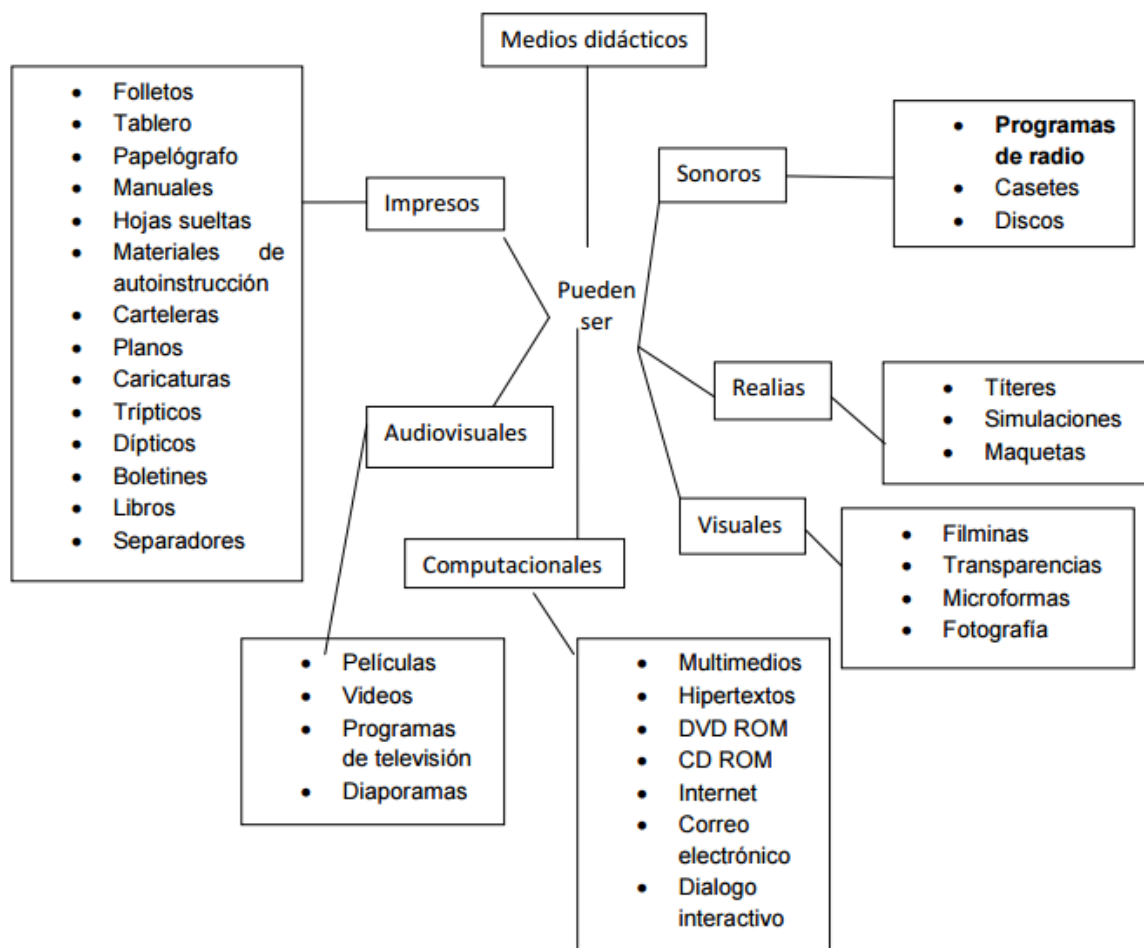
Una definición de promoción de la lectura, cercana aunque no del todo pero sienta una base para los fines de esta intervención, es la propuesta por Naranjo (2003), citada por Hernández (2012)

El conjunto de actividades y acciones sistemáticas y continuas encaminadas a motivar, despertar o fortalecer el gusto o el interés por la lectura y su utilización activa; es una práctica socio-cultural limitada al ámbito bibliotecario y escolar que contribuye a la transformación de la comunidad, facilitando el desarrollo social (Naranjo, 2003, p. 109).

La segunda parte de la anterior definición limita la práctica al ámbito bibliotecario y escolar, pero las definiciones siempre deben estar en constante evolución, por lo tanto habría que agregar los distintos ámbitos, medios, recursos y tecnologías potenciales para ser parte de la promoción de la lectura. Si se redactar una definición híbrida de la promoción en general y lo entendido hasta ahora como promoción de la lectura fuera de los espacios comunes como la biblioteca.

Por lo tanto propongo: el fomento a la lectura es un conjunto de actividades y acciones sistemáticas y continuas encaminadas a motivar, despertar o fortalecer el gusto o el interés por la lectura y su utilización activa en diferentes ámbitos por cualquier medio, recurso o tecnología al alcance.

La promoción se basa en diferentes canales de comunicación para informar y convencer a los posibles interesados de usar, adquirir, ver, aprehender o consumir lo promovido. También incluye todas las actividades de organización, gestión y ejecución del proceso conectado al promotor y al posible usuario.



**Figura 1.** Esquema que muestra los medios y herramientas empleados en la promoción de la lectura, se destacan los programas de radio en los medios sonoros didácticos (Elaborado por Naranjo. Tomado de Hernández, 2012, p. 34).

### 1.1.3 Fomento a la lectura de poesía

El fomento de la poesía es un tema relativamente pocos tratado, en comparación con la cantidad de actividades que realizan para la prosa, siendo la novela la que ha sido mayormente difundida Juan Domingo Argüelles le llama a este fenómeno, la dictadura de la novela, según este autor “muy poca gente habla de la necesidad de ocuparse en la creación de públicos lectores de poesía” (Argüelles, 2014, p.163). Hay muchas excusas para no hacer nada al respecto: porque es difícil, porque trata temas incómodos, porque vende poco. Es un círculo vicioso, no se lee porque hay poco publicado, no se publica porque hay pocos lectores, lo cual me suena poco creíble. Así como hay un público meta asiduo comprador de novelas, también hay un público potencial lector de poesía, más bien poco se han preocupado los editores y mediadores por promover la lectura de poesía.

Por eso, si hablamos de los promotores de lectura, lo mayormente elegido será los cuentos para realizar sus actividades con cualquier grupo, ya sean niños, jóvenes, personas mayores, tal vez se tienda a elegir narraciones fantásticas cortas precisamente por la extensión. Desde mi perspectiva, con la poesía se sale ganando, desgraciadamente se piensa mucho menos en ella. Incluso una instructora de lectura en voz alta para formación de lectores del CONACULTA, prefirió dejar de lado en su contenido del curso la lectura de poesía, por considerarla menos propicia para utilizar las técnicas de lectura como la correcta respiración, dicción, respiración, ritmo o emotividad. En efecto; el contar historias utilizando las mencionadas estrategias hacen que la atención del público sea considerablemente otra, que si se leyera con un sonsonete o un ritmo plano, considero que leer un poema se pueden contar no una sino múltiples historias y por supuesto, debiera existir la transmisión de emociones y el uso de las técnicas sería lo más conveniente, porque se puede dormir o despertar al auditorio.

Aunque, se sepa o no leer bien, como dice Zaid (2014, p. 14): “la lectura llevada a cabo por otro, sea en voz alta o no, hace más natural la expresión de los versos”, la lectura en sí misma es un fin, y el poema lo es también. La poesía para mí es un hechizo, desdobra al lector en voz alta y al escucha si toca los botones o las fibras correctas. No todo lo que está en verso es poesía y no toda la poesía está en verso. La poesía es difícil de explicar, pero la experiencia poética es reconocible por quien la ha vivido y este ejercicio ha sido documentado por múlti-

ples autores. Hasta ahora para mí, la poesía es significativa porque toca fibras, porque conecta con mis emociones y experiencias de vida. “La poesía es conocimiento, salvación, poder, abandono. Operación capaz de cambiar al mundo” (Paz, 1956, p. 13).

Poetas y poemas hay tantos, para tan pocos lectores declarados. Pero quizás estemos siendo demasiados estrictos, la gente sí está en contacto con la poesía a pesar de ser asiduos a las librerías y bibliotecas a leer o comprar libros de poesía, como se quisiera. El género ocupa los últimos lugares de las pocas encuestas disponibles, pero no ha muerto ni está en vías de hacerlo. Aunque ni siquiera repare en ello, la gente ha oído hablar de poetas, de acuerdo con estudios de CONACULTA (2006), cinco de los once autores más conocidos, son poetas. La música, las letras de las canciones pueden verse como poemas, música y poesía siempre lo han sido, ahora regresamos a ella y queremos verlo como novedad.

En Xalapa, lugar donde se desarrolló la intervención, existen algunos grupos en pro de la poesía como “Poesía sin permiso” y “Adictos a la poesía” o lugares como “El bar de la poesía”, se dedican a actividades de fomentan del género como talleres literarios, lecturas, micrófono abierto, festivales, presentaciones de libros, etc.

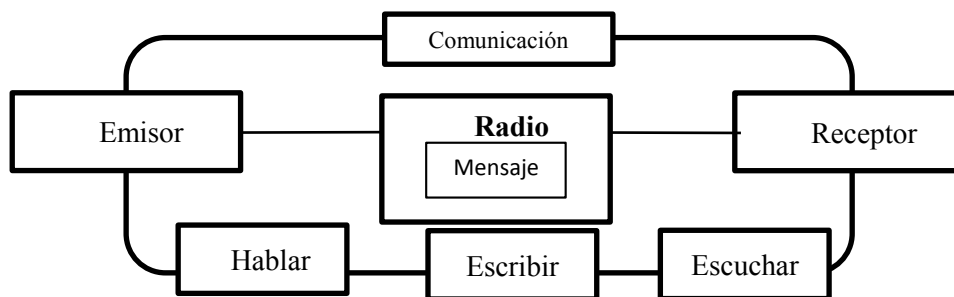
#### **1.1.4 Radio y poesía**

Cada vez que se mencione el término de radio se hará referencia tanto a la tecnología de radiocomunicación como al medio. Esta es una propuesta para hacer radio con poesía. Hacerlo, implica indiscutiblemente, toparse con la lectura. La palabra escrita se fundamenta en el fenómeno de la oralidad. No soy la primera y espero no ser la última en pensar que la poesía y la radio es una dupla conveniente. Durante la primera década del siglo XX, la poesía no estaba enclaustrada en las universidades. Era parte de la corriente principal de la cultura popular, como lo es la ficción hoy en día, en vez de ser limitada al pequeño mundo elitista de los mismos poetas. La poesía fue perdiendo lugar en los medios de comunicación, Spaulding (1999) se ocupó de documentar una larga lista de estaciones de radio, que dieron espacio al aire de poesía, hasta decaer a que casi al entrar al siglo XXI.

John Masefield no estaba solo en 1930 cuando visualizó una nueva era para la poesía: “La radiodifusión es un milagro que ha hecho posible que la poesía asuma su antiguo lugar en

el gusto de la gente” (Spaulding, 1999, p. 149). Durante los años treinta y cuarenta, numerosas estaciones de radio tenían a sus juglares locales lectores de poemas enviados por contribuyentes, recortes de periódicos y poemas de poetas establecidos. MacLeish animaba a los poetas para escribir para la radio. Creía que el oído es la perfecta audiencia del poeta, su verdadera audiencia. Y es en la radio, y sólo en ella donde puede darle acceso a su amigo perfecto, según el autor.

Gracias a la radio el encuentro con la escritura o mejor dicho, con la evocación de un texto sucede, pasa en ambas direcciones del circuito de la comunicación: por un lado, el radioescucha aprehende y decodifica lo producido en desde la otra dirección, el locutor ha preparado al tomar del mundo de las ideas, palabras y recursos tecnológicos para emitir mensajes matizados en función de las necesidades comunicativas, traducidas a guiones y escaletas que van desde lo técnico al diálogo y finalmente a la interpretación.



**Figura 2.** Esquema que muestra el hablar escuchar y escribir puede darse en el proceso de comunicación mediante al radio.

La radio está incluida en los llamados medios de comunicación masiva o “MCM”. Entra en la casa, coche, escuela u oficina. Es bienvenida, porque es una invitada que siempre tiene algo para decir, escuchamos sus “nuevas” y chismes, emana, crea y difunde opiniones, incluso, probablemente ha llegado a transmitir algo trastocante.

“El oyente se traslada a otro espacio, el mismo efecto que consiguen las páginas de un libro pero, en esta ocasión, es el oído el sentido que está alerta. La responsable de que esto pueda ocurrir es lo que algunos llaman la magia de la radio” (Marcos, 2014, párrafo 1)

La comunicación radiofónica se vale plenamente de recursos estéticos de la voz y de atmósferas sonoras, elementos ligados a la tradición oral de la literatura, pues es su fuente. Pero ¿podría ser la radio y el podcast herramientas para la promoción de lectura de la poesía? Este proyecto constituye una experiencia que responde al cuestionamiento.

Junto con el resto de los medios, tiene una labor privilegiada en la formación en valores cívicos y en la creación de ciudadanía. La radio es un medio de entretenimiento para el escuchador y para el productor de radio, si no hay placer en ello, es evidente. Es un instrumento versátil, pues tiene la capacidad para hacerse escuchar por muchas personas con una inversión no excesiva en comparación a la televisión, por ejemplo. Permite formatos muy diversos, esto posibilita la incorporación de la audiencia con facilidad.

Este medio de comunicación tiene una historia de casi 150 años, desde su aparición ha estado ligada a la literatura. Desde la primera transmisión de audio, en la nochebuena de 1906, se leyó un pasaje de la biblia con un fondo musical de violín, palabras que prácticamente son poesía sobre el nacimiento de Jesús. Qué mejor fuente que la palabra escrita para ser leída, tal como en la tradición oral, eterna emanadora de sabiduría. Siempre se ha utilizado la improvisación, en el mejor de los casos una improvisación preparada, quien ha tenido la oportunidad de estar frente a un micrófono sabe el peso que imponen las palabras, el poder y responsabilidad que confieren el aire radiofónico.

Radio Universidad Veracruzana, el 15 de septiembre de 2014 cumplió 70 años, ha pasado por diferentes épocas y retos. Programaciones variadas, música, teatro, difusión cultural y científica, literatura y por supuesto, la poesía ha sido un componente en diversas producciones. Es una radio transgresora, resiste tendencias comerciales como toda radio universitaria, se mantiene en AM además de la señal de prueba de FM, aún tiene ese espíritu que quiere cambiar al mundo. Ha tenido también sus apegos y hoy en día es cuestionable la actitud o siquiera el conocimiento de su existencia por parte de la comunidad universitaria. No ha dejado de “hacer ruido”, en el mejor sentido. Quedan aún pendientes trabajos de investigación para la estación, sólo encontré dos tesis de la Universidad Veracruzana que datan de hace más de veinte años: (Vizcaíno, 1983, García, 1990).



De acuerdo con Vizcaíno (1983) estaban al aire 5 programas dedicados a la literatura, con una duración desde los 5 a los 60 minutos: Cuentos breves, Lengua de poeta, Reflejos, Bestiario zoológico y literario y El barco de cristal. No han dejado nunca de producir contenidos sobre literatura, hoy en día encontramos al aire La Revista, Curioseando, Oye lee y dile, Letras, notas y algo más, Rayuela, así como múltiples radionovelas. En cada transmisión se emplea la lectura en voz alta por parte de los locutores, herramienta igualmente utilizada por los promotores de lectura. Ana Siro nos da una clave importante para la pertinencia de un programa de radio donde se lea poesía:

Escuchar leer, es una manera de leer a través de otro. Lo que se escucha no es una conversación, sino un lenguaje escrito. La lectura en voz alta con experiencia puede acompañar el proceso de progresiva autonomía de los alumnos a las lecturas (Siro, 2014, p. 80).

Es un arduo entrenamiento el educar la voz para enamorar y seducir con la voz, es otro cantar, diferente al sólo leer de un tirón unas cuantas líneas, implica, control de aire, búsqueda de ritmo, intención, es casi tomar un papel como en el teatro y hacerlo creíble para el auditorio, pero eso sí, no se trata de presumir la voz. Un joven confiado en su derecho a ser escuchado se sentirá libre de expresarse tal cual lo crea necesario:

Es preciso llegar a despertar la idea de que todos tenemos derecho a tomar la palabra y la pluma, que nuestra voz también es necesaria y lo que tenemos que decir, valioso. [...] queremos también lectores que puedan desarrollar su capacidad de escucha, su mirada, su comprensión de que no sólo los libros sino también las personas, los objetos, la naturaleza toda, constituyen un texto que no está diciendo algo y al que debemos atender y leer (Calvo, 2015, p. 50).

Es la producción de un programa en la radio universitaria el medio más idóneo y aún más el podcasting, el sistema de distribución más eficaz es en esta época mediada y absorbida por redes virtuales. Las redes no sólo se tejen en la virtualidad si no en el plano más común y tangible, los recitales de poesía en donde la gente se reúne a escuchar, dialogar y compartir el gusto por el mundo poético, si un grupo de bichos raros puede reunirse, ¿por qué no otras personas que aún no tienen a la poesía como lugar de encuentro cristalizado podrían proponerse

hacerlo? Tal vez, porque no han hecho de ella un lugar de encuentro, crear un programa es una invitación a encontrarlo.

Los medios masivos como la televisión, la radio y sobre todo el internet son el pan de cada día de los jóvenes, incluyendo a los universitarios. Este último es un receptor, en teoría capaz de leer los medios. Se podría decir que el universitario está alfabetizado tecnológicamente para ello, pero si hablamos hoy en día de lectores críticos de los medios tendríamos que fijarnos en la llamada “formación en medios de comunicación”. No es un concepto muy nuevo pero sí lo es la implementación de programas y políticas al respecto, la Comisión Europea establece la definición de alfabetización en medios:

La capacidad de tener acceso, analizar y evaluar el poder de imágenes, sonidos y mensajes con los cuales actualmente nos enfrentamos diariamente y que son una parte importante de nuestra cultura contemporánea, así como comunicarnos competentemente con medios de comunicación disponibles. El alfabetismo en medios se relaciona con todos los medios de comunicación, incluyendo la televisión y las películas, la radio y la música registrada, los medios de comunicación impresos, Internet y otras nuevas tecnologías de comunicación digitales (Cabero, 2011, p. 95)

No toda persona dígase infante, joven o adulto con acceso y usuario de los medios de comunicación, se encuentra dotado de las herramientas para analizar, evaluar y crear mensajes de los medios de comunicación de forma crítica. Este proyecto es una oportunidad para que no sólo sean los receptores sino también diseñadores de los mensajes, para ver el otro lado de los medios, la producción. En el mejor de los casos influiría en ya no ver con los mismos ojos lo que se les presenta diariamente en los medios masivos, además del tratar el contenido de poesía, el trasfondo de la propuesta y la base es la promoción de la lectura con este sector específico.

Los promotores de lectura han buscado distintos medios para llegar a influir en los hábitos y comportamientos del lector. Si el punto es llegar a la meta por cualquier medio, la radio y el podcasting es uno de tantos caminos. Se han contemplado el uso de los medios masivos en programas nacionales, planes de lectura algunas veces de manera sugerida y otras muy puntual. En un tiempo se creía que los medios de comunicación eran los enemigos del libro.

La satanización de los medios de comunicación se explica atribuyendo comúnmente el desinterés en la lectura de los niños y jóvenes porque como menciona Borja (2012) “se les confiere una suerte de facilismo que chocaría con la complejidad que exige la lectura del código escrito” (p. 5)

De acuerdo a esta autora, en Colombia, las políticas educativas de los últimos años están en la postura de incluir a los medios de comunicación en la educación, supone la capacitación de personal cualificado para ello, con la intención de cambiar la perspectiva sobre los medios de comunicación masiva y la literatura. A principios de los noventa, el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, CERLALC, presentó el reporte de una consultoría con expertas en comunicación sobre cómo convertir a los medios en aliados de la lectura (Peña y Macía, 1991) devino en una serie de pautas y criterios para realizar una campaña de promoción de la lectura a través de los medios de comunicación, para mí fue un ejemplo de cómo profesionales de la comunicación pueden aportar en la promoción de la lectura.

La siguiente digresión de Osorio con respecto a los programas de la radio universitaria difusores de contenidos literarios, vale la pena citar en extenso:

Existen algunas islas en el dial, producto del esfuerzo de personas, colectivos, creadores independientes, e instituciones, cuyos principales objetivos son el rescate de la creación literaria, la memoria y la difusión de las diversas manifestaciones culturales. Muchas de estas islas están concentradas en Radios universitarias, las que cumplen con un rol social -más que un rol económico-, creando espacios democráticos de discusión y transmisión de ideas, aunque, obviamente, lo económico muchas veces cercena esta voluntad. Entonces se nos presenta otro desafío: difundir a estas pequeñas islas radiales, cuya sumatoria las podría convertir en una gran alternativa comunicacional, ampliando de esta manera su llegada a una mayor cantidad de auditores (Osorio, 1999, párrafo 5)

Latinoamérica sigue con la misma tendencia, prueba de ello es un programa educativo radial para sectores rurales, documentado por Núñez (1993), La intervención fue realizada en un medio rural y con niños. El proyecto, según el informe fue significativo, logró que el 70% de los niños fueron motivados a leer y el 60% dijo haber elevado su autoestima. Realizaron 14

programas al aire a través de una emisora local de Chile, Radio Contacto. Se llegó a la conclusión siguiente: “Se observa que un medio como la radio, tiene un papel importante que jugar en la promoción de la lectura” (Núñez, 1993,p. 15).

Hernández (2012) realizó una propuesta de un programa de radio piloto radio para difundir y promocionar la literatura a través del portal de la biblioteca José Vasconcelos. En ella, también se contempla la distribución en línea a través del podcasting. Es alentador toparse con este tipo de iniciativas, demuestran que la promoción de la lectura sí apuesta por una evolución que integre las nuevas tecnologías para aprovechar sus bondades, pero también es necesario darse cuenta de las limitaciones.

Por ejemplo, hay quienes afirman que difundir contenidos sobre literatura no hará que las personas vayan a los textos, con suerte se enterarán de algo de la obra y en el mejor de los casos los hará ir en búsqueda de la fuente de donde emana, pero esto depende de muchas otros factores, algunos dependen de la parte transmisora y otros tantos del receptor. Se dice que la radio no es para lectores activos: “naturalmente, para el lector fodongo ofrece gratuitamente una ventaja inmensa: la sustitución de la lectura. Es por ello que el mayor auditorio de la radio hablada está entre la gente que no lee” (Mendoza, 2009, p. 85). El proyecto no fue creado necesariamente para la gente considerada lectora sino para quienes den una oportunidad a la lectura y a la poesía en la radio y el podcasting.

### **1.1.5 Podcasting**

La intervención utilizó el podcast como medio de difusión del programa además de la radio convencional. El podcasting se refiere a la distribución de audio o video en formato digital. Estos recursos pueden ser bajados de internet o distribuidos automáticamente a sus suscriptores. Se puede acceder directamente a los archivos desde la computadora o transferidos a un dispositivo como un reproductor MP3, para ser escuchados “en la marcha”.

La diferencia entre escuchar un programa en la radio convencional y el podcast estriba en el momento y la disponibilidad. La transmisión tradicionalmente es única a no ser que haya repeticiones, los podcast no son en vivo, son a demanda, es decir cuando el usuario así lo quie-

ra, no necesariamente escucharlos en el momento en el que se producen y transmiten pues están grabados y almacenados en línea o en dispositivos personales suscritos.

El término surge del uso de reproductor de audio portable “IPOD” de la marca Apple (McGarr, 2009, p. 309) y del “broadcasting”, radiodifusión. Acuñado hace poco más de una década por Hammersley (The Guardian, 2004). Hizo hincapié en los bajos costos y mayores posibilidades de interacción con la audiencia. Ya existían pruebas desde principios del milenio. Curry en ese mismo año, utilizó la especificación del RSS (suscripción a una fuente de contenidos) para añadir archivos, por ello se dice que con el nacimiento del RSS cuando se inventó el podcasting. Se considera al programa “Zoom-in-telite” el primer podcast en México, transmitido también en 2004. Sin embargo, indagando en la historia existen otras fuentes (Ochoa, S.F.). Se ubica el programa “Byte: Arroba”, como si no el más antiguo, uno de ellos y permanece aún vigente.

Vamos más atrás, hace más de cien años ya se concebía la idea aunque todavía no se materializaba el concepto. Consideremos una suerte de la primera noción podcast de la historia en 1889, estuvo íntimamente a la literatura. En aquellos años los pensadores sospecharon que no tardaría en ocurrir lo inevitable: la gente acabaría por escuchar las novelas en vez de leerlas, esto empezó a preocupar a partir de la invención del fonógrafo de Thomas Edison. Hubert (1989), hizo referencia a esta inquietud: “muchos libros y relatos no se darán nunca en la imprenta, sino que llegarán a manos de los lectores, o mejor dicho, de los oyentes, en forma de fonogramas” (Carr, 2011).

Bellamy en 1889 sugirió, que la gente acabaría leyendo con los ojos cerrados. Todos irían con un diminuto reproductor de audio, bautizado como “indispensable”; con sus libros, periódicos y revistas guardados. Las madres, ya no tendrían que quedarse roncadas los días de lluvia contando cuentos a los niños para mantenerlos lejos de las malas compañías; todo niño contaría con su reproductor. 126 años después, helos aquí, cualquiera con un *Smartphone* estará de acuerdo que el término indispensable no estaba nada descabellado.

Isabel Fernández-Morales del Centro de Ciencias Humanas y Sociales del Consejo Superior de Investigaciones Científicas en España, ve en el podcasting las posibilidades de difusión de la literatura:

El podcasting es un espacio sonoro colectivo, y un lugar propicio para la experimentación sonora. La literatura ha formado parte de la radio desde sus comienzos, los libros son fuente de recursos para el medio, y la oralidad propia del medio radiofónico, se puede aprovechar para acercar y hacer comprensible la lectura (Fernández-Morales, 2010, p. 1)

Empecé a escuchar la radio desde la licenciatura, nos animaron a buscar programas de radio de todo el mundo, los seguí en streaming desde la plataforma de iTunes. No sabía que desde mi smartphone tenía una aplicación para suscribirme a un sinnúmero de estaciones y programas independientes y de todo el mundo. Ahora sigo algunos, descargo de algunas revistas literarias, o de la página de descarga-cultura de la UNAM, la UDG, la Radio Universitaria de Tucumán en Argentina, los programas de Verso y acorde en voz alta de Costa Rica y algunos otros dedicados exclusivamente a la literatura y la poesía.

Así como incrementan los programas de educación a distancia, el podcasting se ha vuelto popular en los cursos presenciales. Varios autores mencionan que el uso en la educación ha ganado aceptación rápidamente. El hecho de que los estudiantes estén incorporando la tecnología a su vida diaria abre un número de oportunidades de agregar estas tecnologías en la experiencia de la universidad. Se utiliza no solamente para dar un resumen de las conferencias impartidas, sino también para proveer de noticias y material académico relacionado. Estos usos pueden crear relaciones basadas en la comunicación continua y la interacción entre los estudiantes y maestros con base en el compromiso de un debate académico y al acceso a la investigación académica.

Por ser una tecnología relativamente reciente, es tal vez entendible que la investigación en esta área de la educación sea limitada. La mayoría de los estudios están enfocados en la aceptación, más que sobre los efectos. Según las entrevistas, los estudiantes no hacen otra cosa al mismo tiempo al escuchar el podcast, porque tratan la actividad como parte de un aprendizaje formal y les demanda un esfuerzo de atención y concentración. Usualmente escuchan el podcast en casa, mayormente en computadoras personales o dispositivos móviles, aunque su uso no es tan extendido. Cuando se trata de podcast de entretenimiento la oferta es variada e ineludiblemente acompañada de redes sociales, por lo tanto no es ponerlas en nuestra contra, sino más bien saber utilizarlas como aliadas.

Por ello, el podcasting tiene potencial en el mejoramiento del aprendizaje y de la conexión con el mundo de lo cotidiano, como lo hace la radio, es simplemente un paso más hacia la portabilidad. De manera similar a otras tecnologías educativas del pasado, su uso más actual y su influencia en la enseñanza tradicional puede no estar determinado por el potencial de la tecnología, sino por percepción de la institución, los estudiantes y los maestros. La aceptación estará fuertemente influenciada por la pedagogía dominante empleada en contextos educativos. Por ello, esta es una propuesta de la utilización del podcasting como evolución natural del radio con uso de tecnología incluso ya no tan nuevas, por ello no es intrusiva la proposición, porque estos cambios son casi siempre liderados por la juventud. Y ya cuántas estaciones de radio vemos a diario complementar su interacción y distribución de sus programas por este canal, es una apuesta a sumarse a la tendencia.

Según Blanco (2013), en México de 2008 a 2011 se incrementó el porcentaje de conocimiento sobre el podcast 38.82% a 63.66%, quienes los escucharon de 39% a 51%, productores de podcast ha ido creciendo lentamente de 8.68% a 9.09, pero uno de los datos interesantes está en el rubro de los usuarios suscritos, el crecimiento fue exponencial, de 5% a casi 15%.

Las mismas tendencias se comprueban con otros estudios en Latinoamérica, Arbitron y Edison Research (2009) sacaron a la luz cifras en materia de consumo de podcast y medios asociados. En tres años el porcentaje de usuarios de podcast creció un poco más del doble. De quienes los escuchan, el 92% lo hacen generalmente mediante su smarthphone, y la mitad de radioescuchas online son partícipes de redes sociales como Facebook. Dada esta muestra de la realidad de hace unos años, sería natural la predisposición al crecimiento.

Con respecto a quienes se suman a las filas en la creación de podcast de temas especializados, Gallego (2010) agrega: el mercado se convierte en un diálogo entre productos y usuarios, los últimos hablando sobre temas generalmente no tratados en los medios, se convierten en especialistas para un nicho en particular.

De esta forma nos encontramos podcast dedicados al mundo del comic manga, de la telefonía móvil, del cuento, de la poesía, de la jardinería o de la vela. Estos creadores en la medida en que mejoran sus capacidades consiguen que sus programas tengan la calidad suficiente para

que cualquier oyente que busque información sobre estos temas recurra a ellos (Gallego, 2010, p. 202)

La radio tradicional no morirá, de hecho 8 de cada 10 personas de acuerdo con Arbitron y Edison Research (2009) seguirán escuchando la radio AM y FM, sin importar los avances tecnológicos, pero el perfil de los radioescuchas y su interés de consumo de medios sí cambiarán. La radio vive una movilización hacia otros dispositivos, su distribución está diversificado en una amplia gama de soportes digitales. Los usuarios buscan una característica en particular: la personalización de contenidos, un mayor control de lo expuesto y consumido, la radio a demanda de sus gustos e intereses cuando quieran, donde la quieran.

## **1.2 Revisión de antecedentes: estado de la cuestión**

### **1.2.1 Programas de radio de lectura de poesía**

Como se mencionó anteriormente desde los inicios de la radio la literatura ha estado inmiscuida, en la primera transmisión en 1906 se leyó un pasaje bíblico que raya en la poesía, hay muchos ejemplos pero sólo mencionaré algunos. En este apartado mencionaré los ejemplos de guía para saber qué se está haciendo, cómo lo realizan, qué resultados han tenido y qué tomar en cuenta en el futuro.

Jorge Souza, Raúl Bañuelos y Lisi Turrá tuvieron en Radio UDG, un programa de poesía llamado Las rucas del tiempo, coproducción de otra revista literaria aún vigente llamada Luvina, hasta 2013 estuvo al aire. Es lo más cercano al objetivo de nuestra intervención, porque como dicen sus creadores su intención es que la gente conozca el tesoro de la poesía: “La premisa es que tiene que ser un programa para todos, no para gente especializada en poesía, no un programa para eruditos sino llevar la poesía a todas las orejas” (El Informador, 2009), sí creen y apuestan en el público gustoso de la poesía en Jalisco y en la comunidad universitaria.

Guillermo Jauregui estudiante del ITESO, tuvo la iniciativa de crear el programa “Dime Poesía” para difundir sus creaciones literarias. Es multi temático, pero centrado en diversas



manifestaciones artísticas y una cartelera cultural. Su objetivo es ofrecer análisis, debate e información interesante sobre temas de arte y cultura, además de fomentar el gusto e interés por la lectura, presentan también a poetas y la música son piezas originales de un músico reconocido de Jalisco, José Castro.

Los programas de Radio Educación, por supuesto. Una de las últimas producciones dedicadas a la vida y obra de Sor Juana Inés de la Cruz “Ella, la peor del mundo, él Octavio Paz”. Han hecho numerosos homenajes, reportajes especiales de presentaciones de libros y eventos como ferias de libro. Donde también se pueden escuchar a poetas o locutores leyendo poemas es en la página web: palabra virtual. Es una iniciativa nutrida por diversas fuentes, no se pueden descargar los audios pero se despliega tanto el texto del poema como el audio con los créditos correspondientes.

Donde sin duda hay grandes ejemplos de la lectura en voz alta de poesía es en Descargacultura de la UNAM. Durante muchísimos años Margarita Castillo ha grabado innumerables veces poemas para la estación, ella ha sido la voz también de discos independientes de poesía. Margarita Castillo considera que la radio es el mejor vehículo de la poesía: Considera más diestro el oído que nuestros ojos para recibirla, pues no se halla solamente en la palabra escrita, impresa o dicha, sino en cualquier manifestación humana, por ello es tan cercana.

La locutora universitaria estima haber grabado y en la mayoría de los casos producido, alrededor de cinco mil piezas de poesía. “Uno empieza platicando amorosamente con el sonido, con la palabra, con la música, con los incidentales, como que ya nos llevamos bien; cada vez es más cercano lo que quiero, a lo que logro” (Boletín UNAM-DGCS, 2015). En la etapa final de la redacción de este trabajo tuve una oportunidad de conocerla y hacerle una entrevista para ahondar en el tema de la locución y su historia en la radio universitaria.

En diferentes plataformas he encontrado otros ejemplos de podcast dedicado a la poesía como: Poesía a los Audífonos, los podcast de Algarabía también difunde fragmentos de poemas, los podcast de la fonoteca nacional. Otros independientes como: Barra libre, Poesía encubierta, Somos poesía, Historia de literatura, a la aventura, Poesía incompleta, entre otros. Existe una variedad en inglés: Intro to poetry, Classic poetry aloud, Poetry off the shelf, Poetry lectures, The poetry (magazine) y poem of the day

En la Radio Universidad Veracruzana es común encontrar poemas como contenido de varios programas como La Revista y el Barco de papel, aunque en la actualidad la única iniciativa dedicada exclusivamente a la poesía es este proyecto. En la fonoteca hay grabaciones muy antiguas de poetas que colaboraron en Radio UV tuvo la oportunidad de registrar leyendo sus propios poemas, algunos están en la página oficial de la estación. Existió el programa de A lengua de poeta de Radio Universidad Veracruzana en la década de los ochenta que sigue siendo un misterio porque no pude escucharlo.

El trabajo de García-Delgado & Revilla (2013) sirvió mucho para la concepción de este proyecto. Lo primero que me llamó la atención es que en una Facultad de Comunicación en la que se imparten las carreras de Periodismo, Comunicación audiovisual y Publicidad, según el informe, los alumnos ven la lectura alejada de su formación, recordé mi experiencia en la Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas y tuvo bastante sentido. La lectura obligada se acepta por no haber de otra, pero de la lectura de ocio, como la llaman en este artículo, o por placer, pasa a segundo plano.

Es necesario aclarar, este caso no fue aplicado en toda la universidad pero sí en una facultad de tres carreras. Participaron alumnos de primer grado, fusionaron dos asignaturas y participaron 68 estudiantes. La innovación del proyecto fue en primer lugar, a consideración de los autores el promover la lectura en la educación superior, como me pude dar cuenta es un tema que no se encuentra con facilidad, en los niveles primarios de la educación es frecuente pero al nivel de universidades es escaso. En segundo lugar, la herramienta para incentivar la lectura, la radio digital (podcast) y por último su manera de evaluar.

Los alumnos se involucran en la realización de 11 programas de radio de una hora de septiembre de 2009 a junio de 2010, el programa estaba dividido en dos secciones: debate y radioteatro. El espacio radiofónico fue llamado: “Una tarde de libros”, se transmitió en la página de la radio universitaria de [www.europearadio.es](http://www.europearadio.es) y se distribuyó en formato descargable mediante ivoox, por medio de la coordinación de dos asignaturas: Habilidades comunicativas y Documentación e investigación periodística. Al principio los alumnos tuvieron resistencias al cambio, pues nunca se les había calificado con una misma actividad dos materias.

Cada fase de la creación del programa fue controlada y evaluada por los profesores, primero hubo clases en las que se les dio la capacitación para la investigación en fuentes con-

fiables, la elección de los temas corrió a cargo de los alumnos, ellos eligieron entre autores reconocidos y nuevos, utilizaron la metodología de Cassany para el análisis crítico de la lectura (su ideología, razonamiento, construcción del conocimiento y propia estructura). Cada guion fue previamente evaluado, ensayado y posteriormente grabado.

Para los radioteatros, se adaptaron los fragmentos literarios al lenguaje radiofónico (cambios en el léxico, resumen, síntesis, elementos sonoros, pausas, silencios). Con esta iniciativa buscaban hacer atractivo leer desde una dimensión y crítica e imaginativa, con la primicia de que el ejercicio de la radio capacita en diferentes habilidades y alfabetizaciones (mediáticas, funcionales, digitales, etc.). Con el trasfondo de creer que la lectura articula la personalidad de los jóvenes y brinda un mayor rendimiento intelectual. Una de las quejas de los alumnos antes de empezar la iniciativa era que las clases magistrales no se relacionaban en nada con la realidad profesional, el programa actúa en respuesta a esta demanda pues situaban a los alumnos en un contexto de actuación profesional.

Los programas captaron público de España y de Estados Unidos, aún están disponibles en [http://mx.ivoox.com/es/podcast-una-tarde-libros\\_sq\\_f13613\\_1.html](http://mx.ivoox.com/es/podcast-una-tarde-libros_sq_f13613_1.html) son un ejemplo de que aún se puede apostar en la creatividad de los profesores y de los alumnos. Los docentes estuvieron a mi parecer muy al pendiente de todo el proceso de sus alumnos, calificando y dando la guía, cual debe de ser, pero aún me queda la duda de qué tanto los alumnos se auto-regulaban y se vieron con autonomía para hacer, elegir y qué tanto estaban obligados a cumplir con los requerimientos, no lo condeno sólo me pareció interesante observar en todo momento la evaluación de los maestros para calificarles cada paso en la creación del programa. Quizás porque de manera personal no tuve una guía al hacer un programa de radio en las primeras temporadas, más que al momento de la grabación. Y por último me hubiese gustado también saber de las reacciones con la comunidad universitaria más allá de la Facultad de Comunicación, más que los números, la opinión o el impacto en términos cualitativos.

En otra experiencia del uso de la creación de un programa de radio con estudiantes como herramienta de fomento a la lectura (Bevort, 1996) Tuvo lugar en Paillade, Montpellier, Francia, por un lapso de 6 meses en 1993. La radio es un medio de comunicación de enormes posibilidades educativas, especialmente en zonas de educación compensatorias o actuación

prioritaria, donde los alumnos presentaban notables dificultades para aprender, centrados exclusivamente en esquemas tradicionales, basados de manera especial en el código escrito.

El objetivo de los profesores de educación primaria y secundaria era fomentar el acceso a la lectura. El tema general era la visión del barrio de los alumnos. Un magazine de una hora, proyecto construido con estrecha relación con periodistas y técnicos de Radio-Caplas, que ayudaron y difundieron el programa dos veces al mes.

Sus objetivos generales fueron producir emisiones de información radiofónica para aprender y dominar la lengua escrita y oral, motivar a la lectura y a la escritura a unos alumnos desalentados por una enseñanza excesivamente abstracta y convencional, ayudar al alumno a comprender mejor un medio de información que le resulta próximo para así situarlo en el ámbito de la información y de la comunicación e incitar al alumno a reflexionar sobre su barrio para permitirle formular y presentar su opinión en extenso al público asimismo enseñar técnicas y métodos de trabajo, desmitificando así los medios de comunicación de masas.

Las emisiones estaban organizadas en 3 fases: reflexión-negociación-búsqueda, trabajo de redacción y montaje-realización. En cada una se desarrollan varias actividades para conseguir el objetivo y están relacionadas con una función pedagógica, además cabe la posibilidad de rescatar otros contenidos y hacer disciplinarias las actividades. Las competencias de los estudiantes con la realización de los programas fueron las siguientes: Memoria, escucha, concentración, capacidad de presentar un punto de vista personal argumentado, claro y justificado. Capacidad de elegir, saber utilizar el material de reportaje y los medios, ejercer responsabilidades personales, trabajar en clase con profesionales de la comunicación, aprender a administrar el tiempo y a programar las tareas, respetar un plan y dominar todas las competencias transversales en el campo de la socialización.

Fue un ejemplo para saber qué se puede lograr si los estudiantes se involucran con la producción del programa, no sólo del lado de los receptores, sino más bien como prosumidores, es decir personas que consumen lo que ellas mismas producen (Toffler, 1980). De la investigación de antecedentes surgió la idea de hacer que los estudiantes crearan y difundieran el programa de radio.

La poesía presta atención a lo que de otra manera se toma por sentado en la escena de la vida del joven adulto. Es decir, la poesía mira con otros ojos lo que todo el mundo observa.

En Estados Unidos, según Bean (2013) además del cuento corto, la poesía está floreciendo como nunca antes. Gracias a la cultura del hip hop, algo mucho más cercano a algunos los jóvenes, la poesía encuentra un ambiente favorecedor para ser recibida y considerarse un género para adoptarse. Menciona también a los blogs y las páginas webs que difunden poemas de aficionados y consagrados, los recitales de poesía a micrófono abierto han cobrado popularidad. Las revistas de poesía semanales de hace 50 años, existieron unas 300, son muy pocas si se les compara con las más de 2000 páginas electrónicas que reciben y publican poesía de lo más diversos temas.

Heard (2009), realizó fomento a la lectura mediante la creación de verso libre con estudiantes de barrios problemáticos, ella les invitó a dejar entrar la poesía a estudiantes para conocer a esos invitados invisibles que todos tenemos: la aflicción, la alegría, el enojo, la duda y la confusión. “Leemos poesía desde el hambre profundo de conocernos a nosotros mismos y al mundo” (Heard, 2009, p. 9 y 10). Ha acercado al goce de la poesía con este género con estudiantes reacios a la lectura, con lo cual muestra el poder transformacional en la juventud urbana.

Desde la página de iTunes, se pueden encontrar numerosos programas, la mayoría en inglés sobre literatura y poesía. Existen también aplicaciones como Podcast addict, genera búsquedas de acuerdo a intereses o palabras clave sobre producciones en la misma línea. Y no sólo esas plataformas, páginas y medios alternativos como las revistas letras libres o Algarabía, tienen sus propios podcast de contenidos en cultura y letras. Los podcast sobre literatura y poesía también abundan en Ivoox, podomatic y en radios universitarias y de educación como la de la UDG, Radio-UNAM, Radio Educación o en blogs como “En ocasiones leo libros”.

En la práctica y en varios países no pocas veces se ha llevado la literatura a la radio convencional, pero poco, desde la academia se ha abordado de manera tan específica. Por ejemplo la investigación Fernández (2010), en España. En muchas ocasiones la literatura se ha aliado con la radio, así como la escritura colaborativa en medios alternativos. La radio comercial rara vez aborda temas explícitos de literatura, menos de poesía. Son las radios comunitarias y universitarias las que más espacio dan a este campo.

Gracias al internet muchas emisoras han encontrado su espacio y canal interactivo sin precedentes. El fomento a la lectura a través de la radio puede renovar el sabio oficio de “el

arte de leer”, la cadencia, el ritmo, la entonación, la dicción y la colocación de la voz son tan importantes tanto para el locutor como para el radioescucha. ¿De qué otra manera sabría un alumno cómo leer poesía si nunca lo ha escuchado?

Fernández (2010) menciona que el futuro de los programas de cultura está en manos de los podcasteros y no sería raro, la segmentación de públicos y el encontrar nichos de mercado específicos es ahora mucho más fácil gracias a la distribución digital de contenidos. La especialización de los contenidos es una tendencia en desarrollo, por ello se dice que los gustos de los oyentes serán descubiertos por el podcasting a demanda. El medio radiofónico y el podcasting juegan un papel relevante entre los recursos de animación lectora, desde hace tiempo se ha venido usando la poesía, los cuentos y en general los libros para los programas.

Desde otras latitudes, Montero y Cósimo (2007), propusieron un modelo de programación para la difusión del cuento entre el público infantil en Venezuela. Ellas afirman: “la radio es, y puede llegar a ser mucho más, una efectiva herramienta para la promoción de la lectura, utilizando para ello textos literarios que deberán ser elegidos, y en algunos casos adaptados al medio y al público al que van dirigidos” (Montero y Cósimo, 2007, p. 1).

¿Por qué escoger la radio, un medio aparentemente venido a menos por el auge de la televisión y los videojuegos? Ana Pelegrín sostiene: “leer, al igual que contar, son artes olvidados. Los hemos perdido. La lectura, entendida como conjugación de ritmo, expresión, cadencia y entonación de un lector que quiere contar, cantar y encantar a un público” Pelegrín, 1982, p. 167) y porque la radio sigue siendo un medio masivo, invitado frecuente en los hogares, en los automóviles y en muchas ocasiones compañero de labores y actividades en la casa y un elemento que congrega alrededor de él a la familia.

La misma autora, apunta que el intérprete y el intermediario es el lector del libro y los que se acercan a escucharlo, contactan con la sensibilidad mediante la voz dirigida al espacio, crea un ámbito intenso y de realidad aumentada por cada oído e interioridad. Todo hecho sólo con la voz y sus inflexiones, la capacidad de crear un ambiente o una atmósfera y dotarlos de la magia requerida para introducirse en una historia, sin la ayuda del cuerpo, de gestos; pero se tiene, sin embargo, a favor la posibilidad de aprovechar la música, los sonidos y efectos especiales para situar, ejemplificar y apoyar la imagen auditivo-visual de las palabras. Sin dejar por ello a un lado las pausas y los silencios tan significativos en la comunicación. La palabra incita

la imagen, es un detonador de la imaginación al penetrar en su superficie y crear ondas concéntricas que se alejan cada vez más de su centro. La palabra es una voz disfrazada envolvente.

La radio es un medio muy rico y trabajar en ella implica un conocimiento de sus peculiaridades técnicas y de cómo éstas pueden aprovecharse para incitar el acercamiento al libro, después de una afortunada aventura auditiva, en la cual, además del goce de la palabra oral, primigenia y envolvente, se fomentan valores literarios, se difunde información (datos biográficos del autor, contexto espacial y temporal de la narración, datos editoriales del libro donde aparecen la o las historias), y por ende, se promueve la lectura. La radio siendo un medio de comunicación masiva exige un conocimiento no solamente técnico sino también de un lenguaje particular. El lenguaje radiofónico es esencialmente distinto del lenguaje literario: hay un recorrido de lo oral (base de la escritura), a lo escrito, para ir de nuevo a lo oral radial, a veces a través de adaptaciones sencillas o más complejas.

En este proyecto se trató de cubrir además de los aspectos técnicos necesarios para la utilización del medio de la radio y el podcasting, el registro de la gestión de un proyecto de fomento a la lectura de poesía con un grupo específico, los universitarios, un tema actual y necesario en la escasa bibliografía especializada. Con este trabajo de investigación-intervención se buscó aportar al vacío actual de bibliografía, además de ser una práctica en la profesionalización del promotor de la lectura.

## **2. Marco teórico y metodológico**

### **2.1 Marco teórico**

#### **2.1.1 Teorías de la comunicación**

A lo largo del tiempo diversas teorías se han formulado para tratar de explicar los fenómenos comunicacionales, muchas de ellas ya no se consideran vigentes o válidas. Aunque sirven para muchos casos, para otros no explicaría la realidad y por lo tanto se van adaptando o formulando otras nuevas. En el campo de la investigación, se ha privilegiado el estudio otras sobre los efectos sobre las audiencias, lo cual es pertinente revisar para fundamentar la intervención realizada.

Vale la pena revisar un poco de la evolución de las teorías, se ha creído desde la omnipotencia hasta la irrelevancia de los medios. Sobre la primera perspectiva se ha pensado que todo lo emitido por un medio de comunicación de masas será “inyectado” afectará directamente y homogéneamente al emisor, como en la teoría de la aguja hipodérmica, heredera de influencias conductistas. Ésta teoría permitió explicar años después, cómo millares de estadounidenses al escuchar La Guerra de los mundos de Orson Welles, sufrieran uno de los casos de psicosis colectiva más famosos de la historia de los medios o que la propaganda Nazifascista funcionara con las masas rindiéndose ante cualquier mensaje, así fuera lo más irracional.

Bajo ese marco teórico se ignoraba o se dejaba de lado el contexto sociocultural y las diferencias individuales. Los experimentos realizados en los años cuarenta por la sociología y la psicología experimental permitieron modificar los enfoques de los estudios sobre los medios, vistos con poderes de manipulación omnipotente. Surgen otras teorías de efectos limitados, que cambian profundamente la manera de entender a la audiencia, pasó de ser vista como homogénea, pasiva y aislada a heterogénea, activa y relacionada socialmente. Gracias a esto, se generan modelos explicativos siguientes: la disonancia cognitiva, la teoría de los dos pasos y los usos y gratificaciones. Se concluyó por lo tanto que la audiencia estaba conformada por individuos con diferencias, personalidades y conductas disímiles.



León Festinger desarrolló en 1957 la teoría de la disonancia cognitiva bajo la afirmación de que las personas sienten incomodidad al sostener al mismo tiempo una creencia contradictoria, o no en armonía con nuestro actuar. Generalmente, tenderemos a equilibrar la tensión argumentando las decisiones tomadas. Ocurre también cuando estamos expuestos ante un mensaje no correspondiente a nuestro pensar o actuar y desacreditaremos o justificaremos nuestra reacción ante ello para tranquilizar y liberar la ansiedad, como deleitarse al ver campañas publicitarias de cigarros y eventualmente fumando, cuando se sabe es una práctica dañina.

Bajo esta perspectiva, la audiencia tenderá a hacer un consumo de medios que presuman menos disonancia cognitiva ni conflictos internos. Verán, escucharán y prestarán más atención a lo que se adapte mejor a sus actitudes y valores. Esto es en resumen el principio de la atención y la exposición selectiva. Así los mensajes más recordados son los que van más con sus opiniones y convicciones. De esta manera es relativa la manipulación, porque gracias a estas teorías la creación de mensajes se hace en función y a medida de un grupo de individuos con características similares, con tendencia a reaccionar de manera afín, esto en publicidad se llama target.

El cambio de paradigmas de audiencia pasivas a activas privilegió la teoría de los usos y gratificaciones de Denis McQuail (1983). Cada individuo de la audiencia elige conscientemente a qué estar expuesto, qué pensar de los medios y con qué uso o propósito según sus motivaciones y circunstancias personales. Con base en necesidades cognitivas, intra e inter psicológicas y evasivas, los usos pueden ser de infomación, entretenimiento, identificación e integración.

Unas de las más importantes teorías agregadas en los últimos años es la agenda setting, Mc Combs y Shaw (1972) proponen que los medios cubren y difunden hechos jerarquizando los contenidos. De esta manera, se establece qué y cuánto saber de una determinada lista de acontecimientos, se considera existe una relación causal entre lo cubierto por los medios y la percepción del público ante lo que parece ser más importante. No es que los medios impongan y manipulen los temas, logrando influir en la opinión pública. Son procesos mucho más complejos, pero sí ponen en primer o segundo plano determinados contenidos, quizás esto sea visto como una manipulación indirecta.

Los temas, grupos, opiniones o ideologías no privilegiadas, caen en la llamada “espiral del silencio”. La lógica de este modelo parte de la idea de que las voces minoritarias son intimidadas por una mayoría que se expresa sin riesgo de sanciones o censuras. Naturalmente la gente le teme a la exclusión, ellas no manifiestan sus opiniones personales no concordantes con la mayoría y prefieren sumarse al consenso general. “El miedo al aislamiento es la fuerza que pone en marcha la espiral del silencio” (Noelle-Neumann, 1995, página 23).

Así, podemos hacer un análisis de la situación de la literatura en los medios de comunicación y la poesía en los mismos. ¿Cómo agregar a la agenda establecida un gusto minoritario en el país? ¿Cómo crear un programa de lectura de poesía en un universo de oferta de programación tan diferente? La revisión de todas estas teorías no solamente esclarece lo ocurrido en el contexto sino cómo debieran proponerse nuevos programas que pretendan promover la lectura. Por eso fue necesario diseñar mensajes para un público específico y de acuerdo a los usos y gratificaciones propios de la audiencia.

Además agregaría considerar, el paradigma de Laswell (1984): ¿Quién dice qué, a quién, por qué canal y con qué efecto? Cómo nos presentamos ante la audiencia, a quiénes va dirigido nuestra producción radiofónica, en el canal de la Radio Universidad Veracruzana y qué efecto queremos causar a los radioescuchas.

### **2.1.2 Posicionamiento epistemológico interpretativista**

Formulada por Geertz (1994) en los década de los setenta, ha permeado a diversas ramas de las ciencias sociales. A diferencia de otros posicionamientos positivistas y constructivistas, éste pretende producir el conocimiento con base en la investigación que busque las motivaciones de los actores o sujetos y su interpretación. Gracias a la empatía que genera el investigador, revelan sus experiencias, el grado de involucramiento para la obtención de resultados en la intervención estuvo de acuerdo a este posicionamiento. Tiene que haber además una empatía entre los actores y el investigador, para que exista la revelación de conocimiento, tal como esclarece Guber, bajo esta corriente: “El primer paso al estudiar algún grupo humano es involucrarse con el mismo, estudiarlo desde adentro, hacerse parte de él para comprenderlo, tomando distancia, pero sólo con el propósito de no perder imparcialidad” (Guber, 2005, p. 1).

Dadas las características del proyecto debía conducirme de esta manera, adentrarme si no en sus vidas, en sus sentimientos y la interpretación de sus emociones, trabajar con poesía lo hizo posible.

Mediante el soporte de las tarjetas, la observación in situ, las encuestas y la grabación de audios pude irme dando cuenta de la reacción de los estudiantes, conocí más de sus vidas y con la elaboración de los guiones ellos se enfrentaron a cómo exponerse ante la audiencia, cómo presentarse, la interpretación de quiénes eran, qué sentían con los poemas, qué les despertaba y finalmente cómo integran la lectura de poesía a su vida.

### **2.1.3 Alfabetización emocional**

Este término asociado al concepto de inteligencia emocional plateado por H. Gardner, tiene bases académicas altamente estudiadas. Podemos definirla como “La habilidad de identificar, entender y responder a emociones propias y ajenas de una manera saludable.” (Joseph, 2005, p. 2). La alfabetización emocional permite leer las propias emociones y las de los demás es decir, desde los matices simples y sencillos hasta los más complejos. Es una capacidad susceptible de ser enseñada y por lo consiguiente, aprendida en el mejor de los casos, aunque no se han dado de manera generalizada. Los analfabetos emocionales han existido desde siempre y probablemente sigan existiendo, en estos últimos años la sociedad ha reparado en estos asuntos, se habla de la inteligencia emocional y como concepto asociado la alfabetización de las emociones y el autoconocimiento como primer paso para lograr las dos primeras, otros autores mencionan también como término pertinente la interiorización.

Es ahora cuando la inmediatez, la necesidad aparente de resolver necesidades en el aquí y ahora efímero, que trae consigo consecuencias en la psique, nunca como ahora se ha vivido la satisfacción de necesidades a tal velocidad y algunos académicos afirman ante tal situación las personas no reflexionan su realidad, no tienen las herramientas para ello, todo pasa tan rápido, se reacciona como se puede, a veces expresado, otras tantas no. Lo que menos se restringe son las emociones negativas como la ira y el desprecio.

Actualmente existen escuelas que integran contenidos en el currículum para contribuir al desarrollo de la inteligencia emocional mediante su alfabetización, pocas pero las hay. Es

definitivamente una tarea pendiente para completar la educación en los jóvenes adultos, la alfabetización emocional será la segunda revolución del saber básico, siendo la primera el combate contra el analfabetismo (leer y escribir) para muchos países sigue siendo un tema de preocupación, ojalá se siga contribuyendo no sólo a la preocupación sino a la ocupación en el tema.

#### **2.1.4 Autoconocimiento**

El autoconocimiento consiste en conocer los propios estados internos, preferencias, recursos e intuiciones. Comprende tres aptitudes emocionales: Conciencia emocional, es decir, el reconocimiento de las propias emociones y sus efectos; la autoevaluación precisa, conocimiento de los propios recursos interiores, habilidades y límites; y la confianza en uno mismo, la certeza sobre el propio valer y facultades. (Montaño, 2011)

Es la primera aptitud personal de la inteligencia emocional de acuerdo con Goleman (1995, p. 76). Es una habilidad de ser capaz de conocer el mundo interno, el origen de nuestros valores, los sentimientos y emociones. Ahondar en la introspección pareciera ser una talento natural para algunas personas, pero es algo que también se practica. Si bien, para algunos es normal comprender el estilo simbólico o el lenguaje especial de la mente emocional, como se usa la metáfora de la poesía o de las letras de canciones, para otros es difícil sentirse identificado. Se dice que es gracias al acercamiento y el entrar en contacto con las manifestaciones del lenguaje poético o la música que las personas pueden acceder al mundo interno de las ideas, las palabras y los sentimientos, mucho mejor cuando estas son experiencias significativas y positivas. La religión, la psicología, la literatura, muchas ramas del saber se han aproximado al autoconocimiento, es pertinente bajo esta lógica y desde este pequeño análisis proponer a la poesía como una manera de llegar al autoconocimiento, si no de uno mismo, por lo menos de las propias emociones.

### 2.1.5 Inteligencia emocional

A partir de la educación, de la escuela y la familia emana una enseñanza formal del manejo de las emociones, pero esto va más allá de una simple idea de mejorar la calidad de vida de una persona. La justificación principal del saber convivir con los demás es evitar conductas violentas, además de saber controlarlas como estrategia propone enfrentarse al desafío de una formación que supere la incompetencia social. Los riesgos son la desadaptación, abandono escolar, bajo rendimiento y otras dificultades escolares, pero es una formación no vista como prioridad, por lo tanto es impostergable enfrentarse al reto educativo para contribuir a la formación de un perfil ciudadano capaz de adaptarse, abierto, comprensivo del mundo y con habilidades para aceptarse a sí mismo y a los demás.

Existen competencias complejas a distinguir: intelectuales, que incluyen analíticas, creativas y meta-cognitivas; prácticas, se manifiestan en habilidades comunicativas, tecnológicas y organizativas y capacidades sociales, que traen beneficios a un grupo social no inmediatos a la cotidianidad. Para la adquisición de estas competencias es necesaria una enseñanza conceptual, procedimental y actitudinal definida, sólo así se logrará que una persona pueda hacer las cosas, entendiéndolas y además sabiendo la implicación de sus acciones. A partir de los ochentas se aumentó al panorama del estudio de la inteligencia, la de tipo emocional, gracias a los trabajos de diversos investigadores como Howard Garner (1988) quien trabajó sobre inteligencias múltiples, Reuven Bar-On, estudioso del cociente emocional, los Doctores Salovey y Mayer (1990), acuñadores del término inteligencia emocional y por supuesto, Goleman (1995) el responsable de difundir y masificar el interés en la inteligencia emocional.

De este último el autor describe además sus aportaciones en las líneas siguientes acerca de la competencia emocional. Goleman la define como “la capacidad de expresar nuestros propios sentimientos del modo más adecuado y eficaz” (Salvador, 2010, p. 20). La divide en personal: con nosotros mismos (conciencia de uno mismo y sus emociones) y social, la capacidad de establecer relación con nuestros semejantes. Con base en últimas investigaciones, los cuatro factores básicos de la IE son self-awareness, self-management, social awareness y relationship management, es decir, autoconciencia, autogestión, conciencia social y gestión de relaciones.

La lectura de poesía trae consigo un esfuerzo para ejercitar la mente y se puede llegar a la sensibilización, percepción de emociones personales y del otro (todas las características de la empatía), la expresión de lo que realmente se quiere, sin miedo a ser escuchados (como en la comunicación asertiva) y finalmente, la lectura en general desarrolla las habilidades lingüísticas. Es una tarea titánica y de toda la vida, siempre será oportuno el empezar a desarrollar la alfabetización emocional. La poesía es un camino para la expresión de las emociones, aunque se llegue a la universidad deficiente o carente de inteligencia emocional aún es tiempo de intentar algo para fortalecerse, la escuela sigue siendo el medio idóneo.

Para otros autores estos mismos conceptos se tratan con otros nombres, como por ejemplo, Francesc Miralles (2015) habla de una brújula emocional guía nuestro actuar. Una vez tomada posesión de ella, somos capaces de leer los sentimientos de los demás y de nosotros mismos. Va más allá de leerlos, sino también la gestión de los sentimientos, para evitar sentirse abrumado con las emociones, porque cada emoción pasa, vuelve, se mueve, nace, crece y se transforma, jamás es estático el estado emocional. Aunque puede llegar a parecer caótico, pero si logramos trazar un mapa de emociones más o menos claras, con sus grises podríamos tener 6 básicas, como Paul Ekman clasificó: ira, alegría, sorpresa, asco, tristeza y miedo. La poesía nombra y declara con otros recursos del lenguaje los sentimientos a veces innombrables, Jean (1989) menciona que al entrar en poesía, refiriéndose a ella como en un espacio de inmersión del individuo, se entra en una función no reducida a la comunicación, también contribuye a ayudar a un psiquismo equilibrado.

Lo planteado hasta ahora presupone que en teoría la poesía puede ayudar a la alfabetización emocional y al desarrollo de la inteligencia emocional. Habría que indagar y reflexionar más sobre este tema, porque no se espera que ocurra de manera generalizada, la mente humana guarda misterios y secretos aún sin resolver por psicólogos y otros investigadores de la ciencia.

A través de la historia se ha visto cómo grandes figuras de la poesía, dotados de capacidades creativas elevadas han sido relacionados con desequilibrios mentales y trastornos. Sería entonces, peligroso afirmar que todo el que entre en contacto con la poesía sea equilibrado y posea inteligencia emocional. “El poeta únicamente aspira a la exaltación y la expansión, tan sólo desea un mundo en el que desahogarse” (Chesterton, Página 11). Por otro lado, recorde-

mos a Platón, que le era inútil pensar que un hombre en su entero juicio pudiera llamar a las puertas de la poesía. Ella no ha sido su enfermedad ni su desgracia, en muchos casos parece haber sido ésta la medicina. Si una persona tiene problemas, la misma puede ser una buena válvula de escape que le ayude.

## **2.2. Metodología**

### **2.2.1 Planteamiento del problema**

En la búsqueda de datos duros acerca de lectores de poesía en el mundo, hay muy poca información, pero no deja de ser útil. La Encuesta Nacional de Lectura a cargo de CONACULTA y el departamento de Área de Investigación Aplicada y Opinión del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), ofrece una panorámica de nuestro país en materia del comportamiento lector, sobre diversos sectores sociodemográficos incluyendo el rural, a partir de los 12 años de edad. Se observa que un 56.4% de los encuestados declaran sí leer libros, de este porcentaje sólo el 8% ha leído poesía (CONACULTA, 2006).

El mismo organismo, para 2010 elabora una segunda encuesta sobre el mismo rubro, el número de lectores bajó al 30%, ya que el 70% restante no lee ni un sólo libro al año, (CONACULTA, 2010), de los que sí leen, la poesía ocupa el último lugar en la preferencia, con un 2%. Otros géneros corren con mejor suerte: las novelas 11%, historia 9%, superación personal y el cuento 7%, cocina y los fenómenos paranormales 6%, la biografía 4% y la biología (3%).

En otros países como Estados Unidos, el 76% (PEW Research Center, 2014) ha leído al menos un libro en el año. De acuerdo al estudio realizado por Fundación de la poesía, el 80% de los encuestados de aquel país tuvo acercamiento al género desde pequeño, la escuela es la primera fuente de textos poéticos y aún en la universidad recuerdan autores y partes de poemas que los marcaron personalmente (NORC, 2006). Pero se observa, según otro informe

(National Endowment for the Arts, 2012) que la lectura de poesía en los norteamericanos tiende a disminuir, en diez años se redujo a la mitad de lectores que había en 2002.

Se ha dicho que la poesía no está en crisis, porque no lo está la escritura, la producción es vasta, aunque el grado de sofisticación de la tecnología sea alto, su muerte no se ve ni por asomo anunciada (Ortega, 1972). Sin embargo, ¿Aspira la poesía a la popularidad?, ¿por qué no está de moda la poesía?, es una pregunta formulada por Ortega que sugiere otras más.

¿Por qué no prestar entonces atención a la poesía? Tomando en cuenta el hecho, como dice, Mardel (2010), el trabajo de los poetas consiste, fundamentalmente, en dejar constancia más allá de nuestra distracción, de nuestra indolencia, de nuestro desconocimiento incluso, que vivir importa, ¿Por qué la gente, evidentemente apta para la lectura, prefiere hacer cualquier otra cosa antes que gastarse media hora de ocio en compañía de un poema?

Además de los datos que arrojan las encuestas sobre la lectura es imprescindible para este trabajo cruzarlos con el consumo de medios tradicionales como la radio, en especial en el sector de universitarios y jóvenes en general. La encuesta de CONACULTA en 2006 muestra que los universitarios son los que más horas a la semana dedican a la lectura. El joven promedio (IBBY, 2015) al contrario de lo que se dice normalmente, sí lee por gusto, la lectura por placer supera la lectura por obligación, al 88% de los estudiantes de licenciatura dicen gustarles leer, 26% de ellos leen poesía digital y mayoritariamente impresa.

La mitad de los usuarios de los radio escuchan cerca de 2 horas y media, en el sur del país se utiliza más el celular para acceder a internet. El 13% de ellos escucha radio mientras se conecta, 23% lee, 72% escucha música, 90% utiliza redes sociales y 41% dice leer libros y 12% busca información sobre novelas y poesía.

Mientras todos nos seguimos lamentando por los bajos índices de lectura, de comprensión, de habilidades y de otros indicadores creados para saber qué tan mal estamos, la capacidad de leer y de escribir seguirá existiendo en términos tradicionales y emergentes. Seguiremos escribiendo y publicando más libros impresos y digitales. Sin embargo, la mayoría desde niños, hemos experimentado el goce del sonido, de las palabras y uno más alto al comprenderlas, apropiarnos de palabras y reproducir más sonidos que generen reacciones ante nuestros semejantes, es una experiencia natural y cotidiana.



El camino lector, es personal, único e irrepetible. Cada historia de lectura está colmada de recuerdos, de unos cuantos libros o pilas de ellos, pero no como acumulaciones sino como intrincados territorios. Es un proceso constructor de la identidad del individuo, un diálogo inacabable con el interior y las palabras, la libertad del lenguaje que refleja realidades. Devertach (2008) menciona a la poesía poseedora de la libertad del lenguaje para expresar cosas que sabemos, sentimos y hasta lo difícil de explicar.

Cerrar los ojos implica agudizar el oído, pero me pregunto también yo, ¿cómo estar en el mundo, sin entrar al espacio poético de la poesía? Un joven universitario no suele mantenerse con los ojos cerrados, los tiene bien abiertos a estímulos de todo tipo, la poesía no hace más ligero el existir, sólo da una forma menos obvia de ver al mundo y a nosotros mismos, una experiencia que constituye un derecho universal del ser humano.

La UV tiene una facultad de Letras Españolas, joyas de la literatura universal en la colección de la Biblioteca del Universitario, un programa de posgrado en promoción de la lectura, así como experiencias educativas en la misma línea, lleva a cabo anualmente la Feria Internacional del Libro Universitario (FILU), actividades literarias semanales o mensuales en diferentes recintos, que sin duda constituyen un contexto singular, digno de reconocerse. Sin embargo, el universitario promedio ve en la lectura un instrumento únicamente para estudiar. Contamos afortunadamente con estudios valiosos para empezar a trabajar en fomento a la lectura con universitarios, Jarvio (2011), trabajos pioneros en las instituciones de educación superior del país.

Los resultados de ese estudio se cruzan con otras encuestas: 2.9 libros leídos por persona al año (CONACULTA, 2006), son superados por la Universidad Veracruzana, 4.2 libros al año. En cuestión de género de los textos, después de los textos escolares, según los estudiantes de la UV la poesía ocupa el segundo lugar, pero cuando se les pregunta cuál es el último libro leído, la lista se limita a libros de narrativa. Las cifras permiten establecer perfiles de lectores, desde el “lector deficiente” hasta el “mayor lector”. Bajo este último rubro, un alumno lector por placer se expresó en una pregunta abierta acerca de la lectura de la siguiente manera:

Cuando leo poesía se generan en mí emociones que no podría sentir de otro modo, cuando leo narrativa vivo en mundos alternos que, en el momento de leerse, son igualmente tangibles que el objeto que en las manos al leer. Con la lectura, me siento libre al estar en donde sea, podría ser una cárcel, una cueva, un agujero; pero con vista y libros interesantes, sería más libre que cualquiera (Jarvio, 2011, p. 169.)

El espíritu universitario no siempre está ávido de lectura, está tan plagado de expresiones como: Equis, somos chavos y *YOLO*. He visto a las mejores mentes de mi generación destruidas por Facebook, pero también he visto universitarios compartir y organizarse, apoyarse y reflexionar sobre lo bueno y lo malo observado en el espejo y en el muro de sí mismos. Me fue imperioso descubrir cómo reaccionan ante la poesía y fomentar un descubrimiento y construcción en ella. No quiero pensar que todos son o indiferentes, rebeldes o embelesados. Me interesó un público por descubrir. La radio es un medio de contacto cotidiano y amigable. Este proyecto fue una manera pertinente de abordar la gran tarea de formar lectores. Fue un preludio de una mayor experiencia con la poesía, el ensayo de sus propias voces en la etapa formativa de la educación superior.

Todo lo anterior, me llevó a formular el siguiente cuestionamiento y que dio lugar al proyecto de intervención: ¿podría funcionar la radio y el podcast como herramientas para la el descubrimiento del placer de la lectura de la poesía entre los estudiantes de la Universidad Veracruzana?

## **2.2.2 Objetivos**

### **Objetivo general**

Propiciar en los estudiantes de la Universidad Veracruzana, el descubrimiento del placer de la lectura de poesía utilizando como herramienta la radio universitaria, mediante la participación y la escucha de un programa distribuido a través de la radio convencional, la página oficial de la universidad y el podcasting.

### **Objetivos particulares**

1. Dar un espacio al aire de poesía sin formalismos académicos, ni imposiciones sino un acercamiento a la poesía con la vida misma
2. Evidenciar el goce de la palabra, en verso para contagiar la afición al género de la poesía
3. Propiciar la lectura de poesía vinculada a los intereses de los universitarios
4. Motivar a los universitarios a ver la lectura de poesía como medio de introspección, comunicación interpersonal y búsqueda de la empatía con la otredad
5. Fomentar un ambiente receptivo y propositivo en donde las ideas, opiniones, gustos y experiencias se compartan
6. Alentar la creatividad y el desarrollo de competencias en los estudiantes para llevar a cabo producciones radiofónicas profesionales
7. Facilitar el encuentro de los universitarios con grupos multidisciplinarios de trabajo

### **2.2.3 Hipótesis de intervención**

Producir un programa de radio con universitarios propiciará el descubrimiento de la lectura de poesía por placer en los participantes del programa y en los radioescuchas.

### **2.2.4 Estrategia metodológica de la intervención**

La estrategia está resumida en los siguientes puntos y posteriormente se detallan los pasos a seguir para realizar la intervención.

1. Llevar a cabo sesiones de lectura de poesía en las facultades de Ingeniería Civil, Pedagogía y Publicidad. Convocando a máximo 10 estudiantes por facultad, que estén interesados en participar en la sesiones de lectura y un taller de producción radiofónica con profesionales.
2. Fomentar la comunicación con los estudiantes y la audiencia a través de un grupo cerrado en Facebook.

3. Transmitir los programas de radio a través de la señal de AM, la página oficial y publicar un podcast.
4. Difundir contenidos de poesía y la publicación del podcast del programa a través de una página de Facebook.
5. Evaluar el impacto de la experiencia en la creación del programa de radio con los participantes del programa con una encuesta de salida.
6. Evaluar la recepción del programa a través de una sesión de escucha y aplicación de encuesta en diferentes facultades.

La intervención completa fue realizada por espacio de 6 meses (febrero – agosto 2015) De agosto a diciembre fue el periodo de redacción de este reporte final. Se llevó a cabo con 33 alumnos, provenientes de las carreras de Publicidad y Relaciones Públicas, Ingeniería Civil y Pedagogía de la Universidad Veracruzana, campus Xalapa durante la fase de los círculos de lectura de poesía, en el mes de abril. Los estudiantes fueron convocados personalmente en su salón con un máximo de 10 estudiantes por facultad. Tres más se unieron por invitación de sus compañeros y los dejamos quedarse. De los 33 alumnos, diez se animaron a participar en la redacción, preparación y grabación de los programas, producidos en Radio Universidad Veracruzana, durante los meses de mayo a julio y transmitidos de agosto a septiembre a través de las señales de AM y simultáneamente en la página web de la misma, para finalmente ser distribuidos en formato de podcast en Souncloud.

El programa de radio ya tenía dos temporadas al aire en los meses de septiembre a diciembre del 2014, con otro enfoque y sin intervención de participantes de ninguna facultad. Básicamente el formato anterior fue difundir la vida y obra de algunos poetas, alternando biografía, música y poemas con fondo musical. Para esta temporada producida gracias a la intervención, se llevaron a cabo seis sesiones de lectura de poesía, utilizando estrategias de fomento a la lectura y un taller de producción radiofónica vinculado a profesionales de la radio.

El primer paso fue la búsqueda de fuentes de información de la literatura para establecer un marco teórico, conceptual, el estado del arte y la delimitación de la problemática, el proceso comenzó en febrero pero fue prácticamente una actividad permanente durante la realización de la actividad y la elaboración de este reporte. Además de la experiencia de la tempo-

rada anterior fue útil saber qué otros programas similares de radio se habían hecho, si se produjeron con universitarios o alumnos de otras edades, si fueron hechos con el afán de promover la lectura de literatura, específicamente de poesía.

Se llevaron a cabo algunos trámites de vinculación, mediante la elaboración de oficios entre Radio Universidad Veracruzana y la Especialización en Promoción de la lectura. Asimismo, en tres facultades de la misma universidad se hizo la gestión con dos catedráticas de la asignatura de Taller de lectura y redacción, las maestras Celina Márquez y María Araujo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales y de la Unidad Multidisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Químicas, respectivamente. En esta última también se presentó un oficio dirigido al director de la facultad de Ingeniería Civil, el Dr. Eduardo Castillo González. El contacto en la facultad de Pedagogía fue a través del consejero alumno, Víctor Hugo Gaytán. Con las facultades se estableció un acuerdo para que durante el mes de abril se llevaran a cabo dos sesiones por facultad con un máximo de 10 alumnos por cada una.

Al mismo tiempo de la gestión de los espacios e investigación de los marcos teórico y conceptual, se preparó la cartografía lectora, base de las sesiones de lectura de poesía con los alumnos. Recopilé poemas de libros que había leído y ponderé adecuados, investigué por temas en páginas que tuvieran audios como Palabra Virtual, Los-poetas, Antología de la poesía iberoamericana y recomendaciones. Esto, no hubiera sido posible sin el apoyo de Martín Morales Suárez, alumno del último semestre de la facultad de Letras Españolas de la Universidad Veracruzana. Juntos, armamos una antología con una breve información sobre los autores (Títulos en ANEXO 1). Propuse cuatro temas para cada sesión: autoconocimiento, erotismo, el futuro y poesía social. Cabe mencionar que la parte medular de la antología fueron siempre los poemas, la biografía fue pasada a segundo plano para concentrarnos en el contacto con la obra y su relación con ellos mismos, más de lo que se dice sobre los autores, si acaso un comentario antes o al final. Si alguno requería más información llevaba las biografías conmigo por si era necesario.

Se hizo la planeación de cada sesión de una hora, dos temas por cada una. El esquema fue el siguiente, al principio una breve introducción del tema desde un punto de vista coloquial, algunas definiciones pertinentes, después se pasaba a la lectura de poemas, la aplicación de algunas estrategias por poema, mejor detallado en los siguientes apartados y por último se

dejó lugar a los comentarios finales. En cada sesión se hizo tomar fotos, algunos audios y videos, cada alumno registró su actividad por medio de tarjetas a elegir, blancas o rayadas, fueron de gran ayuda para aportar comentarios a los programas.

Ya existía una página de Facebook del programa, pero desde hacía unos meses estaba inactiva, al empezar las sesiones se empezó a anunciar las lecturas, el relanzamiento del proyecto así como contenidos multimedia sobre poesía y los universitarios. Se creó un grupo cerrado de Facebook llamado Ensayos del Goce, con el fin de tener un espacio interno en línea donde ponerse de acuerdo los días para las reuniones, compartir links de canciones y videos de la música que ellos proponían, documentos electrónicos de los guiones para editar y trabajar colaborativamente en GoogleDocs. Los dividí en dos grupos: locutores y guionistas, desafortunadamente, esto fue contraproducente porque no todos participaron, la mayoría de los guionistas dejó de publicar o nunca lo hicieron y al final se prefirió que fueran los mismos locutores quienes escribieran los guiones finales.

En las instalaciones de Radio Universidad Veracruzana tuvo lugar un curso sabatino de 20 hrs. de expresión oral y locución impartido por Coquis Gómez y Karla Sánchez. Anteriormente había tomado una versión más larga del mismo curso el año pasado. El maestro Paco Aragón me ofreció invitar a dos alumnos becados por Radio UV para que participaran en este curso. Edgar Toto, de Pedagogía y Martín Morales de la Facultad de Letras Españolas fueron los invitados porque observé un interés y dedicación especial al proyecto, los acompañé durante ese mes.

Aunado al curso, para que los demás no se quedaran sin esa experiencia hicimos un pequeño taller de producción de radio con la asesoría de locutores profesionales. Invitamos a Miguel Centeno, compañero en temporadas anteriores de El Goce, Karla Sánchez y Linda Mújica, ellos tres colaboradores de Radio Más. La dueña del café Kzona Silvia Colmenero, nos permitió hacerlo ahí sin costo alguno, es un proyecto autogestivo, por lo tanto únicamente se aportó en especie artículos de limpieza. Silvia escribe poesía, en ese lugar se suelen reunir intelectuales de las letras, hay presentaciones de libros y en general puede ser descrito como un espacio cultural abierto al fomento de la cultura y los libros. Tienen una pequeña biblioteca de poesía, dando el contexto perfecto para llevar acabo ahí las reuniones.

Durante esos días los locutores les compartieron sus experiencias en la radio, les dieron consejos y cada alumno preparó su presentación personal. Se probó con diferentes tipos de música, voces e intenciones, se grabaron algunos simulacros y se empezó la redacción de los guiones. En general esta etapa se agregó a la intervención, con la idea de hacerles perder el miedo a hablar en público y para compartir sus experiencias. En la estación de radio, se pidió un entrenamiento de este tipo antes de entrar a cabina. Los participantes escogieron el poema que más les gustaba para leerlo durante el programa, y tuvieron oportunidad de practicarlo ante sus compañeros y recibiendo consejo de los locutores.

La versión de los guiones finales fue cambiando y modificándose a medida conforme pasó el tiempo y que se acercaban más los días de grabación. Jurgen Moksha, músico del puerto de Veracruz, mandó su canción Aimeé, porque estaba interesado en apoyarnos, fue utilizada para acompañar pequeñas frases en el programa. En la estación, no se nos permitió salir al aire en vivo, ni desviarnos del guion, lo cual provocó por un lado la seguridad de los alumnos para no equivocarse, pero mermó en los resultados ya que no se escuchaba natural y tuvo un impacto importante en la evaluación de los radioescuchas que se verá en los capítulos siguientes.

Nos prestaron también la casa y el equipo de grabación semi profesional de Kiolal Vélez, hizo las veces de productor y director en una especie de ensayos generales, fue una etapa clave, ahí nos dimos cuenta de qué poema funcionaba, qué música estaba de más o dónde debíamos ajustar lo planeado. Esas grabaciones también quedan como antecedente y se lograron buenos resultados durante esos días. Ese tiempo de convivencia también ayudó a que los participantes se sintieran más confiados, la actitud de algunos fue cambiando para bien, sobre todo de los más tímidos.

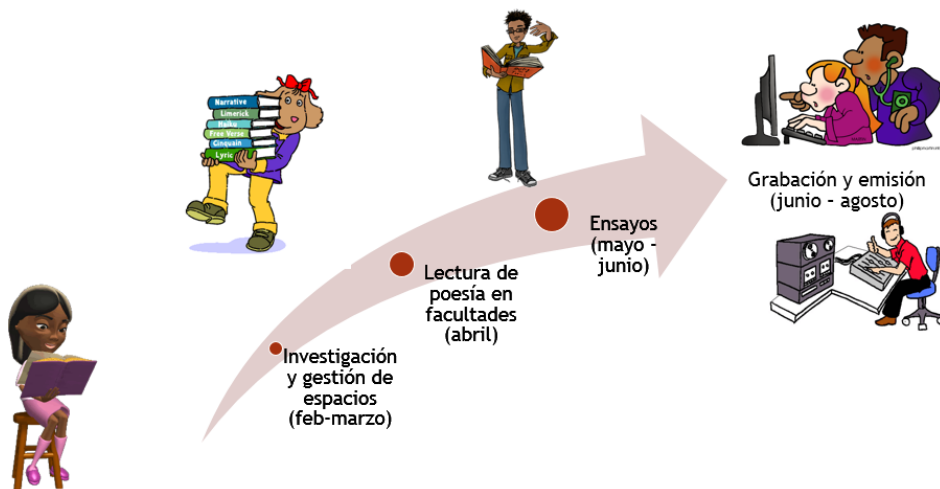
Los días de grabación llegaron, con anterioridad se imprimieron los guiones (ANEXO 2), se quemó un disco por cada programa con la música correspondiente y cada participante sabía el día y hora para presentarse en las instalaciones de la radiodifusora. Se grabaron cuatro programas: autoconocimiento, erotismo, futuro y social. La cabina siempre impone, el primer programa fue regrabado después de escuchar esa primera versión, los estudiantes sintieron llegaron algo “fríos” y se propusieron a hacerlo mejor. Desgraciadamente uno de los participantes no pudo estar en la versión final por cuestiones de trabajo.

Los colaboradores de la radiodifusora, siguiendo el calendario escolar, tuvieron un descanso en su programación y se lanzó el programa en el regreso a clases. El breve cese de actividades dio la oportunidad para gestionar la difusión además de la hecha permanentemente vía digital, en la prensa local (ANEXO 5). El diario de Xalapa dedicó una pequeña nota y fotografía en la sección de cultura para el lanzamiento del programa en la segunda semana de emisión, gracias a una entrevista con Maribel Sánchez del mismo medio; Zyanya Arrieta, estudiante de la facultad de Letras Españolas y reportera del Diario A-Z, publicó una nota en los primeros días de agosto; con el mismo propósito se envió un Boletín de información para divulgarse en la gaceta universitaria, UNIVERSO.

El programa se transmitió a través de 1550 AM, cada miércoles del 19 de agosto al 9 de septiembre a las 4 PM. Justo al terminar la serie, se hizo una retransmisión al siguiente mes un día a la semana de igual manera. Los dos primeros programas El podcast de publicar al siguiente día, los jueves de cada semana en la página [www.soundcloud.com/elgoceradio](http://www.soundcloud.com/elgoceradio) y también haciendo promoción por Facebook, para etiquetar a los locutores y que tuvieran la oportunidad de compartir con sus amigos y familiares que se hubieran perdido la transmisión. La página de soundcloud permitió hacer un pequeño monitoreo del podcast, medir el número de reproducciones por programa y la fanpage de Facebook, medir la interacción y número de seguidores de las publicaciones.

Una vez terminada la etapa de transmisión del programa significó ponerse a la tarea de evaluar, recapitular todo lo hecho a lo largo de casi un año para redactar este reporte para finalmente hacer un balance entre los objetivos propuestos y los resultados obtenidos. La etapa de evaluación estuvo asistida por Carina López, alumna de la Facultad de Estadística de la Universidad Veracruzana, gracias a esta coordinación entre el posgrado y su facultad, la planeación, diseño del instrumento, así como el análisis de datos fue mucho más sencillo, se pudo llegar a la obtención de resultados y conclusiones de manera eficiente.





**Figura 3.** Esquema que muestra la programación de actividades de la intervención de febrero a agosto.

### 2.2.5 Instrumentos de recopilación de datos

La evaluación está dividida en dos grupos: los participantes de las sesiones y los radioescuchas. En el apartado de resultados se detallan los datos obtenidos en la encuesta de recuperación y la encuesta aplicada a la audiencia. Los instrumentos pueden ser encontrados en la sección del ANEXO 3

En la etapa previa a la grabación del programa se hicieron sesiones de lectura y se registró la participación mediante tarjetas blancas y rayadas. El propósito era poder leer las reacciones de los participantes a los poemas con sus propias palabras, algunos fueron más expresivos otros no tanto, fue posible ver el estilo de cada uno. Fue una técnica para que interpretaran la lectura de los poemas y la relación hacia los mismos. Permitted recabar comentarios para ser leídos en el programa y también para captar a los estudiantes interesados en unirse a la etapa de grabación, si dejaban sus datos.

La pregunta detonadora para después de la lectura de algunos poemas fue ¿cómo te hace sentir? O ¿Qué sentimiento te provoca o a qué te recuerda? No en todas las facultades se utilizaron las mismas estrategias ni los mismos poemas. Por ello, el comentario de cada

alumno se nombró “reacción”. Las tarjetas fueron el material elegido como soporte para las reacciones. Se les daba a elegir entre tarjetas rayadas o blancas, para ver cuál era la preferencia entre lo estructurado, o lo libre y de esa manera se sintieran más cómodos, al final se obtuvieron 50 tarjetas: 26 blancas y 24 rayadas y 6 hojas blancas tamaño carta. En la última sesión de Ingeniería no contábamos con más tarjetas y se les dio hojas blancas sueltas.

Después de la lectura de cada poema la retroalimentación era escrita y a veces expresada en voz alta para lo cual se tomó algunos apuntes y se hicieron grabaciones de audio.

Ejemplos del uso de las tarjetas durante las sesiones de lectura de poesía. El poema de Marcia Reverón se trabajó con los alumnos de ingeniería con la estrategia de pedirles imaginar si una chica les enviara el poema por What's app, ¿qué le dirían?

- *Mi piel tan fría como una caverna, hasta que entró en tu ser, es ahí donde mil volcanes encienden mi piel, donde ya no existe un mundo, el mundo somos nosotros dos, sería un placer vivir entrando en ti, descubrir tantas cosas en ti, tocar tu corazón. Explotar todo lo que habita en ti enloqueciendo una eternidad.*
- *Soy hétero, ¡qué intensa!*
- *Tus dulces palabras alimentan mi imaginación y cada segundo que pasa este pensamiento se multiplica por dos*
- *Tendríamos que revivir el poema para hacer verídicas las sensaciones*
- *¡Mi amor! <3*
- *Querida dama, que entre tus cabellos navego, me pierdo, mi sudor en el tuyo brilla, mientras las caricias emanan de arcilla al oro. Mi pregunta: ¿volverá a ocurrir nuestro encuentro?*
- *En primera checaría quién es, después (en caso de que fuese mi novia) le respondería algo parecido, y si fuese una chica sólo amiga le diría que qué le pasa...*

*De tu piel a la eternidad y de la eternidad al amor*

Para el tema de El futuro se les pidió ilustraran su reacción de dos poemas a escoger: Amplia soledad de Neftalí Beltrán y Velas de Constantino Cavafis



Figura 4. Dibujos hechos a partir de la lectura de un poema en ingeniería civil

Durante el pequeño taller de radio, los ensayos y la emisión del programa, se estableció como medio de comunicación un grupo cerrado en Facebook. La interacción casi diaria me permitió darme cuenta quiénes eran los más interesados, por sus participaciones constantes. Fue una especie de filtro, de los 33, 10 fueron quienes finalmente grabaron. Posteriormente, al terminar las grabaciones y emisión del programa apliqué en línea un cuestionario a manera de cierre con los locutores. Con el objetivo de medir el impacto después de su participación en las sesiones de lectura, la realización del programa. Percepción de la organización del proyecto y recomendaciones finales a futuro.

Desde mucho antes de la implementación de la intervención ya existía una página Facebook del programa con poca participación, al llevar a cabo el proyecto fue necesario programar más publicaciones de poemas, frases, fotografías y actualizaciones sobre las sesiones de lectura. Se pudo observar la interacción con las publicaciones acerca de las lecturas de poesía, los ensayos y durante la emisión de los programas. Gracias a este monitoreo semanal se tomaron mejores decisiones con respecto a qué estrategia de contenido debía utilizarse. Qué tipo de publicaciones: texto, video, audio, fotografía, etc. En qué horarios, dirigido a qué público (edad, ocupación, zona geográfica, se procuró además recordar fechas importantes en la literatura.

En la etapa de emisión de los programas se observó en el podcast de soundcloud el comportamiento de la audiencia. Qué programa se escuchó más por el número de reproducciones. Finalmente se aplicó una encuesta con 70 estudiantes que escucharon al menos un pro-

grama para saber cuál fue su impresión acerca del programa, los poemas, la música, sus propuestas de temas y recomendaciones a futuro.

### **2.2.6 Metodología de análisis**

En este apartado se describe la metodología utilizada durante la evaluación con los participantes del programa y con un grupo de radioescuchas, se organizan los datos recopilados, se resumen los hallazgos y se analizan los resultados con el propósito de dar pie a las conclusiones y recomendaciones finales pertinentes.

#### **Tipo de intervención**

Dada la naturaleza de nuestro objeto de estudio: investigar a los participantes y radioescuchas del programa El Goce, empleamos una investigación de tipo descriptiva no experimental. Descriptiva porque este tipo de estudios nos permiten mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación; y no experimental porque la reacción dependía de los programas grabados, por lo tanto era una variable dependiente.

La investigación no experimental es la búsqueda empírica y sistemática en la que el científico no posee control directo de las variables independientes, debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido o a que son inherentemente no manipulables. Se hacen inferencias sobre las relaciones entre las variables, sin intervención directa sobre la variación simultánea de las variables independiente y dependiente (Kerlinger, 2002, p. 116).

El estudio fue realizado en dos subgrupos: participantes del programa (7 alumnos) y un grupo de radioescuchas (70 alumnos). La técnica empleada fue la encuesta y el instrumento, el cuestionario. Se utilizó para el subgrupo de los participantes un cuestionario disponible en línea de 7 preguntas abiertas, la página estuvo abierta del 21 de septiembre al 2 de octubre, mediante un formulario de GoogleDocs y un cuestionario de 12 preguntas para el segundo grupo (ANEXO 3).

## **Objetivo de la evaluación de la intervención**

Conocer el impacto que tuvo el programa radiofónico “El Goce” en los estudiantes de la Universidad Veracruzana, tanto los participantes de la grabación del programa como los radioescuchas, con el fin de mejorar el proyecto de intervención de fomento a la lectura.

## **Unidad de Análisis**

### **Población y muestra**

Del primer grupo, al ser un número pequeño y de fácil acceso participó en la recopilación de datos el total de la población de quienes grabaron el programa, siete. Para el segundo grupo, la selección de la muestra fue diferente.

Existe un total de 26, 917 alumnos en la región Xalapa de la Universidad Veracruzana que incluye Técnico Superior Universitario, Licenciatura y Posgrado. La intervención fue realizada con alumnos de los primeros semestres en con 3 carreras: Pedagogía, Ingeniería civil y Publicidad y Relaciones Públicas. De acuerdo a la numeralia de la UV Producida en la Dirección de Planeación Institucional, con base en la información proporcionada por cada área de responsabilidad, hay una matrícula de 610 estudiantes de Publicidad, 721 de Ingeniería Civil y 943 de Pedagogía, lo que da un total de 2,274 de las tres carreras en la región Xalapa.

Debido a la inexistencia de un estudio actual y confiable que mida el número de radioescuchas de la estación de Radio Universidad Veracruzana, se decidió tomar un muestreo no probabilístico a conveniencia, debido a que la población es demasiado grande y los radioescuchas difíciles de encontrar. El muestreo a conveniencia es aquel que no es necesario seleccionar el tamaño de muestra mediante algún método o fórmula, según el consejo de la consultora estadística. Los sujetos son seleccionados dada la conveniente accesibilidad y proximidad al investigador, además al optar por este muestreo en comparación a otros, es posible ahorrar tiempo y dinero.

Es difícil saber cuántas personas están escuchando Radio UV y desde qué medio lo hacen. Para garantizar que los sujetos efectivamente habían escuchado el programa se reprodujo

la transmisión en una computadora equipada con bocinas externas en una sesión de media hora más unos minutos al final, para llevar a cabo la aplicación de la encuesta al terminar de escuchar el programa. La recopilación se hizo de manera auto administrada dos días en la Facultad de Ciencias administrativas y sociales en los cursos de “Sé Arte” a los que pueden ir alumnos de cualquier carrera de la UV y una clase con alumnos de Publicidad y Relaciones Públicas y un día con alumnos de pedagogía. El primer día se procesaron las respuestas de 16 encuestados, el segundo de 22 y el tercero de 32, dando un total de 70 encuestados.

Para poder evaluar a los participantes se plantearon algunos puntos según nuestras necesidades de información como: Percepción de la lectura de poesía (hábitos, cambios, frecuencia), utilidad de las sesiones, taller de radio y grabación los aciertos del proyecto así como áreas de oportunidad. Sobre los radioescuchas se requirió conocer sus hábitos de lectura de poesía, frecuencia de escucha de Radio Universidad Veracruzana; para evaluar se percepción del programa se midió: satisfacción, temática y contenido adecuados, conocimiento previo del programa, por qué medio se enteraron y por último propuesta de temas y recomendaciones finales.

La encuesta de participantes fue procesada automáticamente en una hoja del formulario en línea para después ocupar tablas de contingencia en el paquete SPSS. Para la segunda encuesta las respuestas fueron transcritas a una hoja de cálculo de Excel y graficadas mediante el paquete estadístico Minitab, se utilizó al final también el programa Wordle.

### **3. Descripción de la propuesta y resultados**

#### **3.1 Diagnóstico del grupo**

No se realizó una encuesta previa como tal a la realización del programa de radio con los 33 estudiantes universitarios participantes de los círculos de lectura, pero después de las 6 sesiones, se tomó en cuenta lo siguiente para el diseño de la estrategia y las etapas posteriores:

- Los alumnos de la licenciatura de Publicidad y Relaciones públicas se interesaron más que los de Ingeniería y de Pedagogía. Fueron también ellos los más activos en el grupo cerrado de Facebook
- 6 estudiantes de Publicidad, uno de Relaciones Industriales y uno de Pedagogía, éste último escritor de poemas. Ellos más otros dos invitados se interesaron en grabar el programa, ninguno de ellos había tenido experiencia en la conducción o en la producción radiofónica.
- Del pequeño grupo conformado, la mayoría dijo que su hábito lector estaba limitado a las lecturas escolares y a veces novelas, una estudiante fue la mayor lectora de novelas de tipo saga, tenían en común el fuerte gusto por la música. Su acercamiento a la poesía lo asociaban con las letras de sus canciones favoritas.

### **3.2 Diseño de la estrategia**

Para escoger los temas se pensó en los cambios vividos por un estudiante durante la universidad, el conocerse a sí mismos, el descubrimiento de la vida sexual, la proyección de un futuro después de la universidad y la reflexión sobre su relación con la otredad. La selección de los autores y poemas según el tema fue poco a poco, a veces el poema “llegaba solo”, autores que recordaba y en muchas ocasiones me di a la tarea de rastrear qué autores habían escrito sobre éstas temáticas, conseguí algunas antologías para jóvenes y otras recomendaciones de compañeros y amigos también fueron de mucha ayuda.



Autores	Octavio Paz Miguel de Unamuno Julia de Burgos Fernando Pessoa Jaime Sabines	<u>Bertolt Brecht</u> <u>Aida Elena Párraga</u> <u>Constantino Cavafis</u> Linda Cerón <u>Alejandra Pizarnik</u>	Antonio Machado Rubén Darío César Vallejo Pedro Lastra Salvador Díaz Mirón	Eduardo Galeano Mario Benedetti Rosario Castellanos David Huerta Jorge Riechmann
---------	---	--	--	--

Figura 5. Programación de los temas de los programas y autores de poemas en cada uno.

Los participantes de los programas fueron los siguientes:

Autoconocimiento: Cessar Mendoza, Roxana Quevedo, Zorayda Sarabia y Marisol Cruz

Erotismo: Cessar Mendoza, Edgar Chigo Toto, Nelly Figueroa, Julio Sartorius y Marisol Cruz

El futuro: Martín Morales, Iveth Castañeda y Marisol Cruz

Poesía social: Cessar Mendoza, Miguel Centeno y Marisol Cruz

Debido el interés del pequeño grupo de publicidad y se prefirió trabajar con ellos, los demás aunque participaron en los círculos, al ser una actividad extra-curricular a la universidad, dijeron no tener tiempo suficiente a la semana para dedicarle.

Para subsanar la inexperiencia en la producción radiofónica se procedió a aumentar una nueva fase de ensayos después de los círculos de lectura. Dos de ellos asistieron además a un curso de locución en Radio UV, becados por la misma estación. La fase de ensayos permitió tener más tiempo para crear los guiones, probar música y fomentar la convivencia entre ellos. A los ensayos llegaron 3 invitados especiales: Miguel Centeno, Karla Sánchez y Linda Mújica, locutores profesionales de estaciones locales, ellos les hablaron de su experiencia de cómo incursionaron en la radio, les dieron tips y les pusieron algunos ejercicios. Miguel escribe décimas y estudia gestión cultural, él les habló de cómo se escribe la décima y cómo lleva a cabo



su labor de la gestión de proyectos culturales, Linda estuvo mucho años involucrada en la organización de la Feria del Libro Infantil y Juvenil de Xalapa y les platicó de su gusto por el fomento a la lectura desde su perspectiva y quehacer actual. Karla les contó cómo desde pequeña estuvo involucrada con la radio y cómo llegó a consolidarse como profesional en otros países.

### **3.3 Implementación de la estrategia**

Para realizar el círculo de lectura y ensayos del programa El Goce, cada grupo tuvo dos sesiones de lectura de poesía de treinta minutos con una organización básica de la siguiente manera. A estas sesiones también asistieron algunos amigos entusiastas de la literatura: Martín, Iveth y Naomi para ayudarles y animarlos a leer en voz alta.

La sesión iniciaba con un registro de los participantes, su nombre y edad. Por espacio de 5 minutos se les explicaba en qué consistía el tema a tratar, unos quince minutos de lectura y el resto de la media hora se aplicó las estrategias. La sesión duraba una hora, media hora por tema. En dos sesiones se cubrieron los cuatro temas comentarlos un poco de los poetas pero sin darles tanto énfasis. Las estrategias fueron variando por grupo, por las reacciones observadas, también les daba a escoger qué poema les gustaría leer, se leían unos 5 o 6 poemas, dependiendo de la duración, el gusto, requirió buena atención para receptivos sobre cómo ellos iban respondiendo.

El mediador tomaba la palabra pero se buscó fueran ellos quienes leyeran, sin prisa, en un ambiente de respeto, procurando aclarar palabras desconocidas. Por cada poema escribían sus reacciones en las tarjetas blancas o rayadas, según su elección. Se fomentó también que compartieran en voz alta su opinión, si les gustaba o no el poema y a qué les recordaba. Les llevé audios para complementar la experiencia y otras veces grabé sus propias voces. Al final se les invitó a seguir participando y unirse al grupo de Facebook para que estuvieran pendientes del taller de radio y de los ensayos del programa.



Figura 5. Ensayos en La K-zona

### **3.4 Seguimiento de la estrategia**

El grupo privado de Facebook fue abierto desde 5 de mayo y estuvo activo hasta el 21 de septiembre de 2015. De los 33 alumnos se unieron 20. Ocho, fueron los más participativos, finalmente ellos grabaron los programas en la cabina además de dos invitados externos. Aquí se publicaron los avisos de los ensayos, fotos, canciones, ligas electrónicas de los guiones que se iban haciendo en colaboración y les compartí algunas notas interesantes.

### **3.5 Resultados**

Al contrastar los objetivos planteados al principio del proyecto y los resultados obtenidos gracias a la observación e implementación de mecanismos de evaluación se pudo dar cuenta de los aciertos y desaciertos. Los ideales sirvieron para dar una guía de lo que quería lograrse y fueron de mucha ayuda aunque no todos fueron alcanzados. El primero y el más importante era el objetivo general: Propiciar en los estudiantes de la Universidad Veracruzana el descubrimiento del placer de la lectura de poesía utilizando como herramienta la radio universitaria, mediante la participación y la escucha de un programa distribuido a través de la radio convencional, la página oficial de la universidad y el podcasting.

De acuerdo con la RAE (2012), “propiciar” es favorecer que algo acontezca o se realice, no se pudo haber escogido mejor verbo para describir lo llevado a cabo. Se puso a disposición todo lo necesario: recursos, tiempo, personas, equipos que favorecieran el descubrimiento del placer de la lectura así como el explotar su potencial. Los participantes respondieron de buena manera para llegar a buen puerto el proyecto. Se puede decir que el descubrimiento del placer de la lectura de poesía es tal, en medida en la que se propicia de mejor manera para que los estudiantes respondan. Pudo lograrse parcialmente, como se verá en los objetivos específicos se lograron en parte algunos y en otros hay todavía trabajo por hacer.

Fue un proceso de filtrado, según se observó. Los que mejor respondían a los estímulos y estrategias planificadas fueron los que quedaron, qué pasaría si todos pudieran participar, debatía con ese pensar, idealmente hubiese querido que todo aquel que supiera del proyecto se interesara, pero eso no era realista. Los más aptos para grabar el programa vencieron miedos al qué dirán y a la inexperiencia, fueron realmente pocos. Si se mejoran los métodos de captación de estudiantes y si las estrategias de fomento a la lectura fueran mejor adecuadas quizás harían también una diferencia, por lo menos en el número. Los que completaron todo el proceso quedaron convencidos y con ganas de seguir participando.

Se logró el primer objetivo particular de dar un espacio al aire de poesía sin formalismos académicos, ni imposiciones sino un acercamiento a la poesía con la vida misma. Se superó la primera etapa del programa, en la cual se hacía más hincapié en la biografía de los autores y la relación con la audiencia joven era mínima o no explícita.

Noté que les era más fácil descubrir el goce de la lectura de poesía unas vez tuvieron más confianza en el grupo y conmigo. Fue posible con algunos pasar momentos muy gratos y también algunos amargos, puedo decir que todavía sigo conservando amistad con varios de ellos por haber estado cerca de momentos difíciles. Reunirse a leer y ensayar algún poema era el pretexto para toda la convivencia que se mantuvo. Al principio fueron encuentros circunstanciales, después se convirtieron en relaciones estrechas. Va de la mano con el objetivo de motivar a los universitarios a ver la lectura de poesía como medio de introspección, comunicación interpersonal y búsqueda de la empatía con la otredad.

Uno de los aciertos de este proyecto fue que los más tímidos poco a poco perdieron el miedo a hablar frente a sus compañeros y después ante el micrófono porque fortalecieron la

confianza. La intención fue que su expresión mejorara y así sucedió, se sintieron libres de tomar la palabra y decir su opinión sobre la lectura. Cabría decir que se alentó la creatividad y se habló mucho de todo y los poemas en ocasiones quedaron opacados por los comentarios o el tiempo dedicado a la música, habría que hacer un mejor balance.

Una participante me comentó, no fue tanto que le gustara la poesía, más bien le gustó ver cómo a mí me llegaba, eso hizo interesarse más por el proyecto y el género. Ella leía muchas novelas pero no le había interesado la poesía y gracias al proyecto complementó su experiencia en la lectura. El objetivo de vincular los intereses de los universitarios aún queda rezagado o insuficiente porque los temas fueron planteados desde mi visión, haría falta atender más a lo que ellos tienen que decir con respecto a otros temas. Los intereses fueron limitados y particulares a lo que conozco o supongo podría serles interesante.

Queda pendiente asegurar el cumplimiento del último objetivo específico porque se quiso facilitar el encuentro de los universitarios con grupos multidisciplinarios de trabajo y al final la mayoría de locutores fueron de una misma facultad. La percepción de la poesía después de la participación en el programa y el proceso completo de la intervención es positiva. Cuando los conocí estaban un poco apáticos al tema, pero ellos fueron quienes se quedaron hasta el final. Expresaron: la poesía les gusta, es enriquecedora, conlleva a experiencias inigualables, una manera de disfrutar, algo maravilloso, sentimientos, sueños, vivencias, provocación de emociones.

La mayoría observó un cambio de perspectiva con respecto a la lectura de poesía y uno no estaba seguro o consideró escaso el cambio. En general se perciben impactos significativos, para su vida personal, expandir sus horizontes, incrementó el gusto, cambió también el panorama de la radio, las facetas de la poesía y su accesibilidad. La utilidad vista a la experiencia fue no leer más pero sí leer mejor. Gracias a los ejercicios de dicción, modulación, les dio seguridad y mejor desenvolvimiento ante el público. A uno de ellos le volvió el gusto por la poesía y uno más lo vio como complemento a su vida cotidiana. Dos de ellos dijeron no generar un cambio, uno, sólo un poco y los otros cuatro sí, pues escribe con más dedicación, diversificaron el tipo de poesía leída y además del género de novela ahora lee poesía.

Están muy interesados en que graben más programas, les gustó el ambiente fomentado en el grupo de compañeros, el hecho de haberse adueñado del proyecto; todo eso es lo que hay

que seguir fomentado en un futuro. 5 de ellos mencionaron lo relacionado directamente con el proceso de la grabación y la preparación técnica del programa, en segundo lugar el ambiente y la convivencia y por último la interacción con la poesía. Lo menos, fueron los problemas en la organización, dos personas mencionaron no gustarles aspectos de sí mismos (voz y falta de tiempo), una con respecto al programa en sí, cambiar la duración y en vivo. Procurar que los ensayos sean más dinámicos, para no hacerles perder el interés, así como mejorar la organización.

Si se quiere repetir la experiencia es necesario cuidar de igual manera el aspecto de la organización, duración más larga del programa, en vivo y una de ellos se muestra muy complacida y con ganas de volver a participar, quiso salir del anonimato de la encuesta y dejó su inicial para ser reconocida. Se obtuvo información favorable para nuestros objetivos, la mayoría opinó que fue una experiencia agradable, un gusto, notaron cambios en sí mismos, por lo tanto la intervención generó un impacto en su cotidianidad. Se logró promover el gusto por la poesía, y finalmente la hipótesis quedó demostrada.

El estudio de los radioescuchas fue realizado durante tres días, cada grupo tuvo sus particularidades. No todos estaban avisados de que la encuesta se iba a llevar a cabo, por ello al principio se sintió un poco de tensión y resistencia. El primero fue un grupo de cursos extracurriculares en la FCAS a los que llegan alumnos de diversas carreras, fueron pocos y la aplicación se realizó de manera muy tranquila, a ellos les llevé como agradecimiento un pequeño aperitivo; el segundo grupo eran estudiantes de Pedagogía con quienes nos dieron permiso de realizar la encuesta, la mayoría se mostró complacido por escuchar el programa, incluso algunos querían participar si se hacía otra temporada, algunos se salieron de la clase. El último grupo fue el más grande, estudiantes de Publicidad, con ellos hubo más interacción al final, fueron los más críticos. Algunas alumnas me preguntaron acerca de ser publicista después de estudiar la licenciatura, cuestiones laborales y sobre estudios de posgrado.

El número total fueron setenta alumnos encuestados, se sumaron las respuestas de los tres grupos y se obtuvo en su mayoría estudiantes de quinto semestre de las carreras de Publicidad y Relaciones Públicas y en segundo lugar de Pedagogía. Con un promedio de 20 años, participaron veinticinco hombres y cuarenta y cinco mujeres. La mayoría no lectores de poesía. La frecuencia más alta es poca lectura, le siguen los no lectores y en menor medida quie-

nes leen mucho y la respuesta menos frecuente, los que dicen leer demasiado. Sobre la pregunta de si la poesía era su género favorito, la mayoría se encuentra en una posición neutral, ni en acuerdo ni en desacuerdo pero se observa una mayor tendencia a estar de acuerdo en comparación a los que están desacuerdo.

La mayoría no escucha Radio Universidad Veracruzana o no sabe de su existencia, catorce de setenta sí la han escuchado pocas veces, seis personas dicen a veces escuchar la estación y 2 muchas veces la han oído. Trece personas sí tenían un conocimiento previo a este programa, se enteraron por medio de amigos, algunos por Facebook, uno por spot de radio y la prensa no fue mencionada. 57 personas mencionan que no sabían de su existencia. Con respecto a la percepción general del programa, la respuesta más popular fue que les había parecido “bueno”, le sigue regular, después excelente y por último 2 personas les pareció malo. Hubo comentarios buenos y malos; dieron buenas observaciones acerca de la voz (claridad, tono, ritmo de lectura), elección de la música y temas interesantes. Uno de ellos hizo un comentario que resume la percepción general: “no es lo mío la poesía pero me pareció buen programa”.

Al 90% le pareció un tratamiento adecuado de los temas, al otro diez por ciento no le agradó. Dejaron saber sus impresiones con respecto a lo poco espontáneo, demasiado planeado, poco natural, problemas con la edición, temas delicados con poco tacto. El último grupo aportó muchas propuestas de mejora, los comentarios escritos sobre propuestas de temas pueden verse en la siguiente nube de palabras acerca de temas y recomendaciones finales.



Figura 6. Propuestas de temas: Amor, música, educación, vida y muerte, Neruda, Etc.

Muchos pidieron que sea más largo el programa y más natural, “no tan falso”, 9 de ellos dieron sus felicitaciones y quedaron satisfechos, 3 que se lleve una buena organización, 2 sugirieron se hable de temas actuales y 24 de ellos no opino nada. Las respuestas más repetidas en la pregunta abierta de por qué el tema no estuvo tratado de manera adecuada fueron sobre la locución poco natural, muy leída y demasiado apegada al guion, lo que sería un cambio sustancial en próximas temporadas.



Figura 6. Muestra las recomendaciones finales: un programa más natural y dinámico

En la página de Facebook de El Goce se observan los siguientes datos demográficos: el 56% son mujeres, contra un 44% de hombres. En las mujeres los grupos de edades de 18 a 24 y de 25 a 34 son la mayor audiencia con los mismos números. En los hombres el grupo de 25 a 34 años supera al de 18 a 24. Subimos los 4 programas hechos con los estudiantes y uno de la anterior temporada. El más escuchado fue el de erotismo con 55 reproducciones y el menor el de El futuro. La audiencia en su mayoría proviene de México, en mucho menor medida de Alemania, USA, Ecuador y España, el español es el idioma que impera (300 personas), le sigue el inglés (20), luego el alemán (3) y otros idiomas en mucho menor frecuencia.

Al principio de la intervención, habían 275 Me gusta en la página de Facebook, el número fue creciendo, hasta llegar a 393 al final de la intervención, obteniendo un incremento de de 118 me gusta. Los contenidos que mejor respuesta tuvieron, fueron los cuales se incluyeron imágenes o videos, en comparación a las publicaciones de sólo texto.

## 4. Discusión y recomendaciones

Leer es ver el universo de las palabras en todas sus formas, leer el mundo, leer emociones, leerse a sí mismo, a los otros, animarse a nombrar y renombrar, abrir el portal de la poesía para explorar el ancho y diverso mundo, entonces los promotores de lectura tenemos que voltear a ver esa diversidad de posibilidades, no sólo la lectura de libros como tradicionalmente se entienden, leer el universo de las palabras en su rica variedad de formas, medios, contenidos y búsquedas.

La radio es un medio maravilloso, regalo de las ondas hertzianas de las que hemos aprovechado sus bondades desde hace casi 150 años. Desde el principio, se utilizó la literatura, fue la mano derecha en la producción, hoy en día parece que ha sido relegada para dar paso a los gustos y movimientos de un mercado indiferente a la poesía. Gracias a las radiodifusoras resistentes a la imposición de agendas comunicativas, la radio cultural y universitaria siguen y seguirán dándole su lugar a la creación literaria y a poesía, pero habrá que expandir horizontes, escuchar, ser sensibles no sólo a las musas, sino a qué está pasando en la comunicación de masas, cómo son los nuevos comportamientos de las audiencias.

Los radioescuchas ya no se conforman con contenidos ofertados tradicionalmente, buscan a la carta, generan contenidos especializados a demanda, son fenómeno y contenidos que valen la pena seguir estudiando y compartiendo. La radio universitaria tiene aún una deuda con la sociedad, saber qué está escuchando y qué no, qué ofrecer y cómo hacerlo, con suerte servirá para plantear nuevas líneas de investigación de audiencias, accesos, usos y consumo. Esta experiencia, sólo es una pequeña parte de todo el monstruo del fenómeno comunicativo, una intersección de líneas del fomento a la lectura, la comunicación y la poesía. Fue apenas una diminuta realidad, que pretende poner sobre la mesa éste y otros temas interesantes a campos multidisciplinarios del saber.

Por cada sección según las necesidades de información, se mostró gráficos y una tabla de las respuestas más significativas y su interpretación, se perciben en su mayoría resultados favorables, puesto que la población, está de acuerdo con participar de nuevo el programa, hacer difusión en él, invitar a más amigos y poder tener más interacción con los temas así mismo decidir cuáles son de mayor interés. Después de la intervención el pequeño grupo quedó satis-



fecho y la audiencia en su mayoría calificó el programa como bueno, hicieron sus aportaciones de propuestas de temas y recomendaciones.

Siempre fui la más aterrada por no cumplir con los objetivos personales y la satisfacción de la primera idea con la que surgió el programa. Al proyecto le faltó tomar en cuenta cuáles eran realmente los temas interesantes para los universitarios, recibir propuestas de creación poética por parte de los estudiantes, llamar y permitir la inclusión de voces ya consolidadas en el mundo de las letras de la misma universidad, dejar más espacio a la palabra porque hubo momentos en los importó más la música que los poemas, naturalidad en la misma emisión del discurso, incluso para las mismas opiniones de los creadores del programa.

Se sugiere también una mejor planeación tanto de los talleres, sesiones de lectura y periodo de grabaciones. Lo hecho hasta ahora parte del ensayo y error y se espera en el futuro mejore y sea percibido entre los participantes. Hizo falta más estrategias de promoción de lectura mejor pensadas, diagnósticos, atención a la comunidad universitaria más allá de los estudiantes, vinculación y acercamiento con los maestros y bibliotecarios, mayor difusión y un mejor uso de las redes sociales porque también tienen su chiste, queda claro que hoy en día según las encuestas, son herramientas decisivas no sólo para los universitarios. La mayoría de ellos tiene acceso a internet ya sea en la escuela o en el hogar, cuenta con un Smartphone, tiene un apego sentimental con estos dispositivos, el podcast aún no es muy utilizado pero la penetración de este medio está a la alza.

Habrán jóvenes que por sus características individuales serán más propensos a querer involucrarse en proyectos de este tipo, pero qué hay de aquellos que simplemente se alejan de todo lo que tenga que ver con lectura o poesía. Por ejemplo, con los alumnos de ingeniería poco se hizo para sacarlos del espacio escolar, lo vieron como un momento aislado en sus vidas, prueba de ello, fue que ninguno al final le dio mayor seguimiento. No sorprende tanto, hay un halo de pedantería según los estereotipos asociados al lector, habrá que combatir esos mitos, no sólo estando conscientes de ellos sino buscándole la manera de derribar los muros de resistencia, aceptar en primer lugar que no todo es mito y en qué se contribuye o no a que se perpetúe.

Para que el proyecto no muera habrá que replantearlo hacia una evolución, es una iniciativa que gracias al contagio con otras personas se ha ido haciendo más grande. Empezó

desde una cocina y un celular y terminó como un proyecto de posgrado. Tal vez así empiezan los grandes sueños, ojalá no se quedará sólo ahí, para que más jóvenes universitarios tuvieran la oportunidad de vivirlo, de 33 jóvenes en 3 facultades se pudiera llegar a una convocatoria que abarque a las facultades de la región de Xalapa, en todas las regiones de la Universidad Veracruzana. Vinculación con otros medios, con otros programas, radios universitarios, productores independientes, esos y más propósitos a futuro se vislumbran.

## 5. Conclusiones

Al campo del fomento a la lectura le hace falta además del uso de nuevas herramientas que espero todos busquemos, respeto por todo lo que se está utilizando y más que buenas intenciones y cifras para llorar, le hace falta gente (llámense promotores de lectura, mediadores, maestros, escritores, animadores o gestores de proyectos culturales). Personas atrevidas, para hacer algo más allá de quejarse o peor, burlarse de los no lectores, jactándose de ser mejores personas por leer más que otros. Instituciones y personal que crea, reconozca y aprenda de los proyectos sustentables, para darles seguimiento a los mismos. Profesionales que interactúen, que se pongan en los zapatos de otros compañeros de oficio.

Porque cada uno desde su trinchera ha trabajado con bebés, niños, jóvenes, adultos, adolescentes, universitarios, en escuelas, bibliotecas, casas, salas de lectura, centros independientes, hospitales, asilos y demás lugares. Todos ponen su grano de arena en sectores específicos, con recursos tradicionales o nuevas tecnologías, fomentando la lectura de todo: narrativa, teatro, poesía, la literatura en general.

El objetivo general de esta investigación-intervención fue “propiciar en los estudiantes de la Universidad Veracruzana el descubrimiento del placer de la lectura de poesía utilizando como herramienta la radio universitaria, mediante la participación y la escucha de un programa distribuido a través de la radio convencional, la página oficial de la universidad y el podcasting”. Concluyo que el objetivo se cumplió parcialmente, porque si miramos desde la micro realidad de los involucrados con el programa y el grupo de radioescuchas, sí hubo un descubrimiento, en primer lugar de la existencia del programa y la estación, de que leer poesía es placentero, también se puede escuchar en AM aunque parezca de la prehistoria, que hay una página transmitiendo 24 horas y aunque tuvo poco impacto, que existe el podcast a su disposición.

Los objetivos específicos se cumplieron parcialmente, siempre se puede hacer más y mejor lo planteado. El proyecto fue cambiando y adaptándose según los requerimientos ya en la realidad. La hipótesis fue que si funcionaría producir un programa de radio con universitarios para propiciar el descubrimiento de la lectura de poesía por placer en los participantes del programa y en los radioescuchas. Se comprobó que es posible, pero tendrá

sus matices el grado de impacto según cómo se lleve a cabo la gestión del programa, los talleres, la vinculación con todos los actores y según se respeten las pautas planteadas, incorporar algunas y quitar otras limitantes. Sí sirvió hacerlos convivir con grupos multidisciplinares de trabajo, pero el orden de las sesiones fue poco controlado. Si evaluamos todo lo hecho al final, queda la experiencia y la intención de no volver a cometer los mismos errores, con la esperanza de que lo bueno y lo mejor se repita.

Con seguridad la especialización me enseñó y dejó muchas más cosas de las que pueda decir en estas últimas líneas. Desde el principio me caractericé por ser un libro abierto y no quisiera limitarme más de lo que la pena y el peso del rigor académico me restrinjan. 2015 fue el año en el que cambiaron muchas cosas: El Goce se replanteó, el posgrado me hizo preguntarme ¿por qué gozar? ¿Quién, para qué, con qué motivo, de qué manera hacerlo?

Puse a prueba el programa y a mí misma: Autocrítica y reflexión. Aprendí a investigar mejor, a ser más inclemente con mi forma de escribir, de organizarme, de dirigirme a las personas, de hablar, de pararme frente a un grupo. A no desmoronarme, a pasar el peor día de mi vida en el mejor año que he vivido. Estudié en la facultad de mi sueños, viajé, conocí al gremio de promotores de lectura, participé en una Feria del Libro Infantil y Juvenil, asistí al Seminario internacional de fomento a la lectura y vi lo que se hace en las grandes ligas, pero también me di cuenta que no estamos tan alejados de los consagrados, las leyendas vivientes, de los que sus nombres se escriben en letras membretadas.

Aprendí a ponerme objetivos semanales y realmente cumplirlos o en la medida de lo posible tratar verdaderamente de hacerlo no por reportarlo sino por ser necesario y de buscar más pero también a reconocer mis límites, darme descansos a reconciliarme conmigo misma y saber de qué y quiénes alejarme. Por supuesto, conocí a personas valiosas inmiscuidas en múltiples disciplinas, estreché lazos de amistad. Experimenté otros caminos y asimilé el trayecto recorrido: la música, la administración, la publicidad, la promoción de la lectura, la producción radiofónica, la poesía. Lloré, canté, reí, grité, me caí y me levanté, todo ese es parte de lo que hoy soy como persona.

## 6. Referencias

- Aguilar, E. (2013). Five Reasons Why We Need Poetry in Schools. Revisado el 7 de marzo de 2015. Disponible en <http://www.edutopia.org/blog/five-reasons-poetry-needed-schools-elena-aguilar>
- Argüelles, J. (2014). *Leer bajo su propio riesgo*. México: Ediciones B.
- Bean, T.; Dunkerly-Bean, J. y Harper, H. (2013). Short stories, poetry and humor. *Developing students as world citizens*. SAGE publications. Revisado el 12 de febrero. Disponible en: [www.sagepub.com/upm-data/54138\\_Chapter\\_8.pdf](http://www.sagepub.com/upm-data/54138_Chapter_8.pdf)
- Bevort, E. (1996). Lecturas con el medio radio en zonas de actuación prioritaria. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15800618>
- Borja, M. (2012). *Literatura y medios de comunicación masiva en la lectura para niños y Jóvenes*. Bogotá: Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
- Blanco, M. (2013). Evolución del conocimiento y consumo de podcasts en España e Iberoamérica. *Revista Trípodos, número 33 | Barcelona 2013 | 53-72*. Revisado el 2 de diciembre de 2015. Disponible en <file:///C:/Users/omx%20116/Downloads/97-281-1-SM.pdf>
- Cabero, J. (2011). La alfabetización y formación en medios de comunicación en la formación inicial del profesorado. *Revista Educación XXI 2011 14(1)* Revisado el 28 de octubre de 2015. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70618224004>
- Calvo, M. (2015). *Tomar la palabra. La poesía en la escuela*. México: FCE.
- Cargan, L. (1991). *Sociological Footprints: Introductory Readings in Sociology*. Boston: Wadsworth Publishing Company.
- Carr, N. (2011). El podcast de 1889, el primer podcast de la historia. Revisado el 31 de mayo de 2015. Disponible en <http://www.xatakaciencia.com/tecnologia/el-podcast-de-1889-el-primer-podcast-de-la-historia>
- CONACULTA (2006). *Encuesta Nacional de Lectura México*: CONACULTA. Revisado el 19 de Abril de 2015. Disponible en [http://www.oei.es/pdfs/encuesta\\_nacional\\_lectura\\_mexico.pdf](http://www.oei.es/pdfs/encuesta_nacional_lectura_mexico.pdf)
- Delgado, J. (2011). Analfabetos emocionales: ¿Un mal de la modernidad?, Rincón de la

Psicología. Revisado el 7 de marzo de 2015] Disponible en:  
<http://www.rinconpsicologia.com/2011/02/analfabetos-emocionales-un-mal-de-la.html>

Devetach, L. (2008). *La construcción del camino lector*. Buenos Aires: Comunicarte  
[Revisado el 14 de marzo de 2015] Disponible en:  
<https://docs.google.com/file/d/0B9z69KOoA1zIakZPXzJKWE05eUk/edit>

Derbez, A. (2004). La Radio Cultural. *La palabra y el Hombre. Julio-septiembre 2004*, No. 131, p. 101-104. Revisado el 10 de Febrero de 2015 Disponible en:  
<http://cdigital.uv.mx/handle/123456789/430>

El Economista. (2013) *México avanza en lectura y matemáticas: PISA*. Revisado el 2 de marzo de 2016. Disponible en  
<http://eleconomista.com.mx/sociedad/2013/12/03/mexico-avanza-lectura-matematicas-pisa>

Fernández-Morales, I. (2010). *Escuchar para leer. El fomento de la lectura a través del podcasting. Libro podcasting*. Disponible en:  
[http://biblioteca.cchs.csic.es/audio/cap\\_podcasting\\_animacion\\_lectura.pdf](http://biblioteca.cchs.csic.es/audio/cap_podcasting_animacion_lectura.pdf)

Gallego, J. (2010). *Podcasting: distribución de contenidos sonoros y nuevas formas de negocio en la empresa radiofónica española*. Memoria de Doctorado. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Revisado el 2 de diciembre de 2015. Disponible en  
<http://eprints.ucm.es/11205/1/T32070.pdf>

García, L. (1990). *Aspectos metodológicos de las encuestas por muestreo: un caso de estudio, "La audiencia de Radio Universidad Veracruzana"*. Tesis. Xalapa: Universidad Veracruzana.

García-Delgado, B & Revilla, A. (2013). Una experiencia disciplinar de incentivación a la lectura en la facultad de Comunicación de la Universidad Europea de Madrid. *REDU (Revista de Docencia Universitaria) Vol. II (2) Mayo-Agosto. P. 286-306*. Revisado el 19 de Marzo de 2015. Disponible en  
<http://redu.net/redu/index.php/REDU/article/view/451/pdf>

Geertz, C. (1994). Desde el punto de vista del nativo: sobre la naturaleza del conocimiento antropológico. *Conocimiento local. Ensayos sobre la interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.

Guber, R. (2005). El trabajo de campo etnográfico, trayectorias y perspectivas. *El Salvaje Metropolitano. Reconstrucción de conocimiento social en el trabajo*. México: Paidós.

Goleman, D. (1995). *Inteligencia Emocional*. Madrid: Javier Vergara Editor.

- Heard, G. (2009). Celestino. A tribute to the healing power of poetry. *Voices from the middle Vol. 16, 3*. New Mexico: NCTE
- Hernández, L. (2014). *Entre el saber y el hacer. La acción dialógica de la gestión cultural*. México: CONACULTA-IVEC.
- Hernández, P. (2012). *Programa de radio para difundir y promocionar la literatura a través del portal de la biblioteca José Vasconcelos*. TESINA. México: ENBA.
- IBBY (2015). *Primera encuesta Nacional sobre consumo de medios digitales y Lectura*. Revisado el 5 de noviembre de 2015. Disponible en: [http://www.ibbymexico.org.mx/images/ENCUESTA\\_DIGITAL\\_LECTURA.pdf](http://www.ibbymexico.org.mx/images/ENCUESTA_DIGITAL_LECTURA.pdf)
- Informador (2009). *El mar de poemas*. Revisado el 30 de mayo de 2015. Disponible: <http://www.informador.com.mx/cultura/2009/140934/6/el-mar-de-poemas.htm>
- Joseph, G. (2005). *El fomento de la alfabetización emocional: Rotular emociones*. Nashville: Centro sobre los Fundamentos Sociales y Emocionales del Aprendizaje Temprano. Revisado el 18 de abril de 2015. Disponible en <http://csefel.vanderbilt.edu/briefs/wwb21-sp.pdf>
- Kerlinger, F. (2002). *Investigación del comportamiento. Métodos de investigación en Ciencias Sociales*. México: McGraw-Hill.
- Krauze, E. (1992). *Cómo acercarse a la poesía*. México: CONACULTA / LIMUSA.
- Marcos, N. (2014). La literatura sigue viva en la radio. *El País*. Revisado el 28 de noviembre de 2015. Disponible en [http://cultura.elpais.com/cultura/2014/12/20/television/1419093909\\_522948.html](http://cultura.elpais.com/cultura/2014/12/20/television/1419093909_522948.html)
- Mardel, J. (2010). Poetas para Nadie ¿Por qué ya nadie lee poesía? *Revista Replicante*. Disponible en: <http://revistareplicante.com/poetas-paranadie/>
- McGarr, O. (2009). A review of podcasting in higher education: Its influence on the traditional lecture. *Australasian Journal of Educational Technology 2009*, 25(3), 309-321, Disponible en: <http://www.ascilite.org.au/ajet/ajet25/mcgarr.html>
- Mendoza, G. (2009). *Usos y desusos de la radio en Veracruz. Antropología y comunicación (1890 – 1930) Ensayo crónica*. Xalapa: Universidad Veracruzana.
- Miralles, F. (2015). La brújula emocional. *El País Semanal (Suplemento)* No. 2018. Madrid: Grupo Prisa.
- Montaño, A. (2011). Inteligencia emocional. Las 25 aptitudes y el conocimiento

- intrapersonal. Revisado el 2 de septiembre de 2015. Disponible en: <http://manuelgross.bligoo.com/20110916-inteligencia-emocional-las-25-aptitudes-y-el-conocimiento-intrapersonal>
- Montero, A. y Mandrillo, C. (2007). La radio como herramienta para la promoción de la lectura. Disponible en: [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1690-75152007000300005&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1690-75152007000300005&lng=es&nrm=iso)
- National Endowment for the Arts (2012) *How a nation engages with art highlights from the 2012 survey of public participation in the arts*. Revisado el 6 de marzo de 2016. Disponible en <https://www.arts.gov/sites/default/files/highlights-from-2012-sppa-revised-oct-2015.pdf>
- NORC (2006). Poetry in America. Review of findings. Chicago: National Opinion Research Center of the University of Chicago. Revisado el 21 de abril de 2015. Disponible en [http://www.poetryfoundation.org/foundation/PoetryinAmerican\\_FullReport.pdf](http://www.poetryfoundation.org/foundation/PoetryinAmerican_FullReport.pdf)
- Núñez, M. (1993). La lectura y la radio. Experiencia Chilena. *El libro en América latina y el caribe. No. 73, Junio*. Bogotá: CERLALC.
- Osorio, J (1999). RADIO Y LITERATURA: ¿UN ESPACIO PERDIDO? *Revista Literaria Rayentru N°16 – septiembre de 1999*. Revisado el 28 de noviembre de 2015. Disponible en <http://rayentruvirtual.es.tl/Radio-y-Literatura-...-...-.htm>
- Paz, O. (1956). *El Arco y la Lira*. México: FCE.
- Petit, M. (2001). *Lecturas: del espacio íntimo al espacio público*. México: FCE.
- Petit, M. (2003). *Nuevos acercamientos a los jóvenes y la lectura*. México: FCE.
- Peña, M. & Macía, T. (1991). Los medios de comunicación: cómo convertirlos en aliados de la lectura. Pautas y criterios para realizar una campaña de promoción de la lectura a través de los medios de comunicación. *El libro en América Latina y el Caribe. Número 66*. Bogotá: CERLALC.
- Pew Research Center (2010) *The typical American read five books in the last 12 months* Revisado el 6 de marzo de 2016. Disponible en: <http://www.pewinternet.org/2014/01/16/e-reading-rises-as-device-ownership-jumps/e-readers9/>
- Piñeiro-Otero, T. (S/F). *Los podcast, de la radio web hacia un paradigma de mobile learning*. Revisado el 11 de febrero de 2015. Disponible en [www.bocc.ubi.pt/pag/pineiro-otero-los-podcast-de-la-radio-web.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/pineiro-otero-los-podcast-de-la-radio-web.pdf)
- Real Academia Española. (2012). *Diccionario de la lengua española (22.a ed.)*. Revisado el 20 de abril de 2015. Disponible en <http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae>



- Rojas, C. (2002). José Mármol. Una filosofía poética. *Latinoamérica: cien años de Filosofía, Volumen 1*. República Dominicana: Isla Negra.
- Salvador, M. (2010). *Análisis transcultural de la inteligencia emocional*. Almería: Universidad de Almería. Revisado el 2 de septiembre de 2015. Disponible en <https://books.google.com.mx/books?isbn=8482409697>
- Sistema de Información Cultural (2010). *Encuesta Nacional de Lectura*. Disponible en: [http://sic.conaculta.gob.mx/publicaciones\\_sic.php](http://sic.conaculta.gob.mx/publicaciones_sic.php)
- Spaulding, J. (1999). Poetry and the Media: The Decline of Popular Poetry. *Journal of popular Culture Otoño 1999*, 33, 2. Revisado el 12 de Febrero de 2015. Disponible en: <http://fsem-poetry.wikispaces.com/file/view/Spaulding.pdf>
- The Guardian (2014) *Audible revolution* Disponible en: <http://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>.
- Toffler, A. (1980) *La tercera ola*. Bogotá: Edinal
- UNAM DGCS (2015). La radio el mejor vehículo de la poesía. Revisado el 30 De mayo de 2015. Disponible en: [http://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2015\\_160.html](http://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2015_160.html)
- Uribe, A.; Álvarez, D. y Jaramillo, J. (2008). De leer, serie radial sobre promoción de la lectura. *Revista Interamericana de Bibliotecología. Enero – Junio 2008. Vol. 31, no. 1, pp. 67 – 83*. Revisado el 11 de febrero de 2015. Disponible en [www.redalyc.org/articulo.oa?id=179014347004](http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179014347004)
- Vizcaíno, R. (1983). *Análisis de la radiodifusión cultural en la Universidad Veracruzana*. Tesis. Veracruz: Universidad Veracruzana: Facultad de Ciencias y Técnicas de la Comunicación.
- Zaid, G. (2010). *La poesía en la práctica*. México: Debolsillo.
- Zaid, G. (1972). *Leer poesía*. México: Debolsillo.