

# China por radio: la experiencia de “Costa Rica, Nihao!”

CAROLINA ARIAS NÚÑEZ

Instituto Confucio  
Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva  
Universidad de Costa Rica

## Resumen

Las primeras llegadas de chinos a Costa Rica datan de la segunda mitad del siglo XIX. Desde entonces, empezaron a integrarse a la sociedad local como trabajadores de fincas, del servicio doméstico y en la construcción del ferrocarril al Atlántico. Hasta hoy, la comunidad china ha contribuido a conformar la cultura costarricense moderna. A pesar de esto, la presencia de chinos, su cultura o su idioma en los medios de comunicación locales son prácticamente inexistentes, a excepción de algunas celebraciones o tradiciones. Además, los periodistas descendientes de chinos que trabajan en medios se pueden contar con los dedos de una mano. Por lo anterior, la revista “Costa Rica, Nihao!” es un programa pionero, no sólo por colocar la cultura y el idioma chinos en un medio radiofónico nacional, por primera vez, sino también por conjuntar esfuerzos de costarricenses, chinos y chino-costarricenses para dar voz y contenido a sus diversas secciones. En este artículo, queremos presentar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (análisis FODA) del programa “Costa Rica, Nihao!”, como base para definir planes de acción, de cara a su sobrevivencia y expansión como modelo mediático educativo, tanto en Costa Rica, como en otros países de Latinoamérica.

**Palabras claves:** Costa Rica, China, radio-revista, Instituto Confucio, Radio U

## Abstract

The first arrivals of Chinese people to Costa Rica dateback to second half of nineteenth century. Since then, they began to integrate into the local society as farm workers, domestic service, and construction of the railway to the Atlantic. To the present, the Chinese community has helped to shape Costa Rican modern culture. Despite this, the presence of Chinese culture or language in local media is virtually absent, except for certain celebrations and traditions. Furthermore, Chinese journalists working

in media can be counted on the fingers of one hand. Therefore, the magazine “Costa Rica, Nihao!” is a pioneering program, not only for broadcasting Chinese culture and language on national radio for the first time, but also for joint efforts of Ticos, Chinese and Tico-Chinese to give voice and content to its various sections. In this paper, we present the strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT analysis) of “Costa Rica, Nihao!” radioshow, as a basis for defining actions towards its survival and expansion as an educational media model in Costa Rica, as in other Latin American countries.

**Key words:** Costa Rica, China, radio magazine, Confucius Institute, Radio U

*Dar la palabra. O mejor dicho, devolverla. Porque en estos 500 años ha sido múltiple el saqueo: el oro, la plata, los bananos, el petróleo... y la palabra. Los colonizadores de antes y los de ahora nos han querido sugestionar de inferioridad y así reducimos a mudos receptores de sus discursos. (López Vigil, 2005, p. 319).*

**H**ablar de “devolverle la palabra” a alguien parece una gesta ambiciosa y, hasta cierto punto, arrogante y no podemos decir que lo hemos logrado; sin embargo, éste es uno de los objetivos fundamentales de la radio-revista “Costa Rica, Nihao!”. Por eso, nos atrevemos a arrancar este artículo con esa idea, planteada por López Vigil (2005) para la producción radiofónica de América Latina y El Caribe.

Desde enero de 2014, el Instituto Confucio (IC) de la Universidad de Costa Rica (UCR) se unió con la emisora juvenil de la institución, Radio U 101.9 FM, para producir la revista radiofónica “Costa Rica, Nihao!”, cuyo principal objetivo es “promover entre los estudiantes universitarios el aprendizaje y la difusión de la cultura china: el idioma, el arte y otros aspectos de la sociedad china contemporánea, a fin de ampliar sus perspectivas y acercarlos al IC-UCR”. (Instituto Confucio de la UCR, 2014).

Por las características propias de las emisoras del Sistema Radiofónico de la UCR, “Costa Rica, Nihao!” forma parte de una parrilla de programas educativos. De esta forma, se convierte en un heredero más de una tradición radiofónica que viene desde los años 50 del siglo XX y que ha formado generaciones completas de costarricenses, sobre todo en zonas rurales o con pocos recursos económicos.

Así, el programa pone a disposición de cualquier persona con acceso a la radio (o a Internet, pues también se graban *podcasts* que son subidos a la página *web* de Radio U) clases de mandarín y de cultura china, que incluyen tradiciones, historia, música, cocina, salud, filosofía, entre otros temas.

La radio-revista “Costa Rica, Nihao!”, bajo el impulso del Programa de Difusión de la Cultura China del Instituto Confucio de la UCR, así como de las Radios UCR, es un programa pionero, no sólo por colocar la cultura y el

idioma chinos en un medio radiofónico nacional por primera vez, sino también por conjuntar esfuerzos de ticos, chinos y tico-chinos para dar voz y contenido a sus diversas secciones.

En este artículo hablaremos, primero, del contexto de la producción radiofónica educativa en que se inserta “Costa Rica, Nihao!” y, luego, presentaremos un análisis FODA del programa, esto es: sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, de cara a su sobrevivencia y, por qué no, expansión como modelo educativo mediático, tanto en Costa Rica como en otros países de Latinoamérica.

## I. Pioneros de la radio educativa costarricense

Las radios educativas se pueden definir como aquéllas que usan el sonido con fines didácticos para alcanzar objetivos no comerciales y orientadas, especial y directamente, hacia una finalidad de carácter social (Merayo Pérez, 2000).

La primera radio educativa del continente latinoamericano empezó a transmitir en noviembre del 1947, en Veredas de Boyacá, Colombia. Su impulsor fue el padre José Joaquín Salcedo, quien aprovechó las ondas herztianas como vehículo para cumplir la doble misión de alfabetizar y evangelizar a los campesinos de su parroquia (López Vigil, 2005).

En cuanto a Costa Rica, no encontramos bibliografía impresa que recoja la historia ni los alcances de la radio propiamente educativa<sup>1</sup>; sin embargo, hay descripciones generales del trabajo realizado por pioneros en ese sentido, como Radio Universidad de Costa Rica, la Fundación Escuela para Todos y el

Instituto Costarricense de Educación Radiofónica (ICER).

Según Quesada González (2010), la radio educativa surgió en Costa Rica en los años 50, como complemento a la enseñanza y para sustituir clases presenciales. Luego, en los años 60, surgieron programas formativos y de denuncia, de modo que en los años 70 y 80, empezó a cumplir una función política y de apoyo a organizaciones sociales, hasta que en los 90 se expandió en búsqueda de mayores audiencias.

A continuación mencionaremos brevemente a tres pioneros de la radio educativa en el país, cuyo impacto llega hasta nuestros días.

### a. Radios UCR

**Radio Universidad de Costa Rica** salió al aire en noviembre de 1949, haciendo uso de un rudimentario transmisor construido por el Ing. Elliot Cohen París y dos estudiantes de ingeniería. Su primer director fue el escritor y profesor Carlos Salazar Herrera. Así, se convirtió en un medio de proyección cultural mediante la música y diversos programas de formación y difusión del nuevo pensamiento costarricense que se define como “un medio universitario de comunicación, información y expresión cultural, sin fines de lucro, dedicado a la producción y difusión de programas artísticos, educativos, informativos y de análisis de la realidad universitaria, local, nacional y mundial, que garantiza el respeto a la libre manifestación de las ideas y opiniones y una programación creativa y de calidad.” (Universidad de Costa Rica, 2014a).

Por su parte, **Radio U** salió al aire en abril de 1996, por la frecuencia 101.9 FM. Se define como “un medio

universitario de comunicación social y servicio público, sin fines de lucro, dirigido al público joven.” (Universidad de Costa Rica, 2014b). Promueve el respeto a los derechos humanos, la producción y la divulgación culturales, y apoya y acompaña los procesos de aprendizaje de los estudiantes. Además, busca ser un medio participativo para la comunidad estudiantil y jóvenes de la sociedad civil, en el sentido de tomar decisiones sobre su programación (Universidad de Costa Rica, 2014b).

Por último, bajo un concepto de “radio de servicio”, la **870 UCR** empezó a transmitir a principios de 2008. Su público meta son adultos y se define como “una radio educativa, participativa y de servicio, que busca contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los oyentes.” (Universidad de Costa Rica, 2014c). Promueve la vinculación con las comunidades y la regionalización de los procesos de producción radiofónica; además, difunde los programas de educación continua de la UCR entre públicos diversos, en especial entre aquellos sin acceso al sistema educativo formal (Universidad de Costa Rica, 2014c). La **870 UCR**, además, ha promovido la enseñanza radiofónica de segundas lenguas. Así, en conjunto con la Escuela de Lenguas Modernas de la Universidad de Costa Rica, en el 2014 arrancó con “Francés por Radio” e “Inglés por Radio”, en formato de series dramatizadas transmitidas dos o tres veces por semana, con una duración de 20 minutos.

En conclusión, las Radios UCR promueven sistemas alternativos de información con programas novedosos y únicos, como los mencionados y otros como: “Queremos Volar”, producido por pacientes del Hospital Psiquiátrico, y

“Costa Rica, Nihao!”. Esto también tiene que ver con la propiedad pública de estos medios y su administración por la UCR, sin fines comerciales.

### b. Escuela para Todos

El programa radiofónico **Escuela para Todos** nació en 1964 para brindar explicaciones sencillas a las preguntas que tenían quienes, por distintos motivos, no habían podido completar una educación formal.

Este fue creado por el Dr. Roderich Thun, filántropo austriaco, quien, al estar en contacto con campesinos centroamericanos, se dio cuenta de que tenían grandes preguntas sobre el mundo, los astros, la historia y la cultura en general, de modo que necesitaban encontrar respuestas en un lenguaje que pudieran comprender.

“A diferencia de la escuela formal, donde el profesor prepara la clase y el estudiante la recibe pasivamente, en el sistema Escuela Para Todos, se pretendía que el interesado planteara el tema de su interés y el encargado de responderle pudiera satisfacerlo con una respuesta clara en lenguaje sencillo.” (Fundación Escuela para Todos, 2014).

Luego, el Dr. Thun se dio cuenta de que, además del programa de radio, necesitaban material de lectura extra. Así, en 1966 se publicó el primer *Libro Almanaque Escuela para Todos*, que se ha venido publicando ininterrumpidamente desde entonces. Este llega a todos los países del Istmo centroamericano y ha alcanzado un tiraje que ronda el medio millón de ejemplares por edición.

El costo de la publicación ha sido accesible hasta para las personas de escasos recursos y, respetando el principio de que los temas deben ser

escogidos por los destinatarios, éstos se seleccionan a partir de las cartas que se reciben de toda Centroamérica (Fundación Escuela para Todos, 2014).

### **c. Instituto Costarricense de Educación Radiofónica (ICER)**

El Instituto Costarricense de Educación Radiofónica (ICER) fue fundado en 1973, bajo la inspiración del sacerdote jesuita Franz Tattenbach. Esta institución sin fines de lucro vela, promueve y atiende principalmente dos proyectos: “El maestro en casa” y las pequeñas emisoras culturales.

Su objetivo principal es “ofrecer educación a jóvenes y adultos que por razón económica, social, geográfica, cultural, etaria, de discapacidad o de género no han accedido a la educación formal o la han abandonado; asimismo se facilita la comunicación de comunidades rurales e indígenas, por medio de una red de quince emisoras culturales situadas a lo largo y ancho de nuestro país.” (ICER, s.f.).

Los programas de radio de “El maestro en casa” se emiten por la Red de Emisoras Culturales, compuesta por 15 estaciones ubicadas en todo Costa Rica. Más de 170 mil personas estudian actualmente con este programa, en los niveles de escuela, colegio y bachillerato.

En conclusión, ¿cuáles son los objetivos de la radio educativa? Según Quesada González (2 de noviembre, 2010) se pueden mencionar: motivar (o entretener), informar, enseñar y modificar la conducta.

Lo anterior permite clasificar como radio educativa algunos programas que se transmiten en la actualidad en el dial costarricense; no obstante, en cuanto a aquellos que se enfocan en la

enseñanza de un segundo idioma, son pocas las opciones por mencionar y, cuando se trata de mandarín, nuestro programa es el único hasta la fecha.

## **II. China por radio: la experiencia de “Costa Rica, Nihao!”**

### **a. Antecedentes**

No existe en Costa Rica una producción local similar a “Costa Rica, Nihao!”. Nuestro programa es el primero de su tipo, además de ser el primero producido en habla hispana por un Instituto Confucio<sup>2</sup>.

Existen, sin embargo, programas similares en otros continentes o idiomas. A continuación describimos brevemente algunos ejemplos, a los cuales se ha accedido mediante sus páginas *web*.

### **1. Sección española de Radio Taiwán Internacional (RTI)**

La emisora oficial de la República de China en Taiwán transmite al mundo entero en 13 lenguas, incluyendo la española. En sus programas incluye la enseñanza del chino mandarín y la cultura taiwanesa. Por ejemplo, en la sección Chinolandia, enseña frases útiles, pronunciación y entonación del idioma, mediante el “bopomofo” o “Zhùyīnfúhào”, alfabeto fonético chino que se enseña en Taiwán.

En Galería Cultural, informa a los oyentes sobre el colorido de la isla Formosa (Taiwán): sus aspectos culturales, históricos y sociales. A partir de conocer del origen y sentido de cuentos y proverbios chinos, se enseña sobre las costumbres, la mentalidad y el modo de razonar de su pueblo.

En La Esfera Mágica, explican mitos, leyendas y supersticiones para mejorar el ambiente, como la teoría de *feng shui* y el horóscopo chino.

Finalmente, en “Canta Conmigo”, se muestra la cultura oriental y el idioma chino mandarín por medio de canciones.

## 2. Languages: Chinese de la BBC

La radio oficial inglesa ofrece un sitio *web* en el que se pueden aprender frases esenciales en mandarín, además de ofrecer lecciones en video y audio, juegos, vocabulario, explicaciones gramaticales y ejercicios. También, hay enlaces para escritura de caracteres, chino para niños y mandarín para primaria.

## 3. Radio Internacional de China (CRI) en español

La radio oficial china ofrece “Everyday Chinese” que incluye 68 lecciones con diálogos, notas lingüísticas, conocimientos sobre China, ejercicios y escritura de caracteres. Además, en el programa “Onda China” da a conocer la música tradicional y popular china.

## 4. CRI English

La misma radio oficial china en inglés ofrece “Learn Chinese”, con expresiones de la vida diaria, chino en las noticias, cultura pop y estudio del chino. Este último incluye 73 lecciones con palabras clave y conversaciones en mp3.

Debemos destacar que, actualmente, el Canal 13 del Sistema Nacional de Radio y Televisión de Costa Rica (SINART) transmite un programa para aprender mandarín en español, producido por la Televisión Central de China (CCTV).

Sin embargo, en cuanto a éste y los programas mencionados arriba, debemos recalcar, primero, que no son producciones locales costarricenses y, segundo, que los diferentes temas se transmiten de manera independiente; es decir, en ningún caso se trata de una radio-revista que agrupa, en 30 minutos, variedad de temas lingüísticos y culturales como “Costa Rica, Nihao!”.

## b. ¿Por qué China por radio?

La radio es un medio con gran penetración en América Latina. A comienzos de los sesentas, había 14 millones de receptores de radio en el continente y, a mediados de los setentas, ya eran 58 millones. Para 1985, Latinoamérica tenía una radioemisora por cada 17 mil receptores, mientras que Estados Unidos la tenía por cada 82 200 receptores (CIESPAL, 1985).

Sin embargo, el 85% de nuestras emisoras de radio, el 67% de los canales de televisión y el 92% de los medios escritos pertenecen a la empresa privada. Las radios culturales y educativas apenas llegan al 7% y las televisoras instaladas con estos fines cubren el 10% del total de canales de la región (López Vigil, 2005). Lo anterior plantea un gran reto en cuanto a producir y difundir contenidos alternativos que realmente promuevan un mejoramiento de las comunidades.

Ya hemos mencionado que la comunidad china es una parte integrante de la cultura costarricense, pero, además, luego de que la República Popular China y Costa Rica establecieran relaciones diplomáticas en junio de 2007, se ha dado un interés creciente de costarricenses, sobre todo

jóvenes, por acercarse a esta cultura y aprender el idioma mandarín.

Así, en setiembre de 2007, salió para China el primer grupo de 15 estudiantes universitarios becados por el gobierno de ese país para estudiar durante un año, como mínimo, el idioma chino. Para 2013, ya fueron 75 los que partieron para estudiar el idioma allá.

En la Universidad de Costa Rica, el 7 de agosto de 2009 se inauguró el primer Instituto Confucio (IC) de Centroamérica que, hasta la fecha, ha albergado en sus aulas tanto a estudiantes universitarios, como a descendientes de familias chinas residentes en el país.

Además, las Escuelas de Lenguas Modernas de la UCR y la Universidad Nacional (UNA) imparten cursos cortos de mandarín y existen en la Gran Área Metropolitana escuelas de primaria y secundaria, así como institutos privados que reportan cada vez más estudiantes en sus aulas y una mayor demanda de clases no solo de idioma, sino también de cocina, *tai-chi*, medicina china, entre otros.

Todas estas razones influyeron en la idea de producir un programa radiofónico que colaborara con el aprendizaje del mandarín y, al mismo tiempo, diera a conocer elementos clave de la cultura china, todo lo cual podría ser profundizado mediante los cursos regulares brindados por el Instituto Confucio de la UCR.

Inicialmente, se planteó como público meta a jóvenes universitarios mayores de 17 años, de cualquier estrato socioeconómico y que vivieran en cualquier zona del país. Se seleccionó a este público tomando en cuenta que, en los últimos 6 años, los estudiantes universitarios han sido el grupo más becado por el gobierno chino para estu-

diar mandarín en ese país. Sin embargo, otros públicos bienvenidos, como estudiantes de colegio, profesores de mandarín y adultos mayores, podrían aprovechar los programas.

La primera temporada de la radio-revista arrancó el lunes 6 de enero de 2014, en horario de 3 de la tarde, por la emisora juvenil de la UCR, Radio U 101.9 FM, debido a que sus públicos meta coinciden. Se escogió un horario de la tarde, ya que, según Araya (2009), es el periodo del día en que las y los universitarios escuchan la radio con mayor frecuencia.

El programa se ha desarrollado en tres temporadas de 12 capítulos cada una. La primera fue del 6 de enero al 31 de marzo, la segunda del 29 de abril al 15 de julio y la tercera del 19 de agosto al 25 de noviembre de 2014; estas dos últimas, en horario de martes a las 4 de la tarde.

El programa tiene una duración de 30 minutos y es conducido por dos locutores en vivo, Eric Ostorga y Ximena Chacón<sup>3</sup>, ambos estudiantes de mandarín durante varios años, quienes introducen las diversas secciones de la revista. Algunas secciones son pregrabadas, otras transmitidas en vivo; en general, cada una dura entre 3 y 5 minutos.

El objetivo es que, cada semana, los estudiantes aprendan no solo materia lingüística y gramatical, sino también música china, arte, turismo, gastronomía, deportes, etc.

Al concebir “Costa Rica, Nihao!”, tomamos en cuenta los programas radiofónicos producidos por las cadenas internacionales mencionadas en el apartado anterior. Sin embargo, quisimos imprimirle originalidad y localismo, es decir, características propias que fueran atractivas para los oyentes

costarricenses. Por ejemplo, las dos primeras temporadas incluyen un dramatizado que cuenta la historia de Alejandro, un costarricense que obtuvo una beca para ir a estudiar a China, por lo que empieza clases en el Instituto Confucio. Ahí conoce a los profesores voluntarios y a otros compañeros que lo introducirán en el mundo de la cultura y el idioma chinos. Ya en la segunda temporada, Alejandro se va a Pekín, de modo que generamos diálogos dramatizados ambientados en esa gigantesca ciudad, resaltando sus costumbres, lugares de atracción y, por supuesto, el aprendizaje del idioma.

“Costa Rica, Nihao!” se ha convertido, así, en una “revista ómnibus” (López Vigil, 2005, p. 288), por la variedad de los temas y recursos usados en su producción, lo que le da dinamismo a su composición.

### c. Análisis FODA

El análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) es una herramienta clásica para evaluar la situación estratégica de una empresa y definir cursos de acción.

Creemos que la radio educativa también puede aprovechar las herramientas de la mercadotecnia moderna para autoevaluarse, de cara a su mejoramiento y expansión. Entonces, aplicaremos el análisis FODA a “Costa Rica, Nihao!”, pues nos parece que no solo resaltará sus elementos positivos y debilidades, de cara a satisfacer las necesidades de su audiencia, sino también factores externos e internos que influyen en su desarrollo.

El objetivo final del análisis FODA es determinar las ventajas competitivas del programa bajo análisis y la

estrategia genérica por emplear, en función de sus características y las del entorno en que se mueve. Los datos para el análisis provienen tanto de la experiencia de la autora, como productora general del programa, como de un grupo focal y encuesta por medio de la *fanpage* en Facebook, realizados en agosto de 2014.

### 1. Fortalezas

Las fortalezas se pueden definir como las capacidades especiales con que cuenta el programa y que le permiten tener una posición privilegiada frente a la competencia: recursos que controla, capacidades y habilidades que posee, actividades que desarrolla positivamente, etc. (Matriz FODA, 2011).

En este caso, resaltamos las siguientes fortalezas de “Costa Rica, Nihao!”:

- Ser el primer programa radiofónico de producción costarricense en colocar la cultura y el idioma chinos como tema central.
- Ser el primer programa radiofónico producido por un Instituto Confucio en América Latina: nuestro programa ha sido pionero y se puede ver como una prueba de la vigencia de la radio como medio educativo.
- Al ser parte del IC, cuenta con el respaldo de la Oficina General del Instituto Confucio en China, Han Ban, órgano de enseñanza oficial del idioma mandarín. Esto también nos permite contar con la ayuda de profesores voluntarios que vienen a enseñar chino al IC de la UCR. Asimismo, hemos obtenido recursos didácticos (libros, vídeos y audios) para producir nuestros guiones.
- Aprovechar ventajas de la radio como: llegar a una audiencia amplia



a un menor costo y poder oír el programa mientras se hacen otras actividades.

- Conjuntar esfuerzos de costarricenses, chinos y chino-costarricenses para dar voz y contenido a sus diversas secciones: estudiantes del Instituto Confucio y la UCR interesados en la cultura china y asiática en general, así como en la radio, ceden su tiempo para buscar información, elaborar guiones y grabar voces para el programa<sup>4</sup>.
- Servir de escuela de locución y producción radiofónica para todos los colaboradores.
- Ofrecer radio a la carta<sup>5</sup>(López Vigil, pág. 340) por la página *web* de Radio U 101.9 FM, además de promoverse por medio del sitio del Instituto Confucio, afiches, desplegables, etc. Según grupo focal realizado en agosto de 2014, todos los participantes habían oído el programa por Internet, mientras que 66% lo había oído en vivo por la radio. Sin embargo, según encuesta por Facebook (2014), el mismo porcentaje lo oye por la radio o mediante los *podcasts*. Otra persona opinó: “el *podcast* en la *web* es muy importante porque amigos míos que están en el extranjero pueden escuchar el programa a diferentes horas.” (Facebook, 2014).
- Ser un programa didáctico, al reforzar conocimientos de mandarín y cultura china. También es escuchado para motivarse o porque “les gusta mucho la cultura china” (comunicación personal y Facebook, 2014). Con esto, podemos concluir que el programa está cumpliendo con las funciones básicas del medio radiofónico educativo: motivar (o entretener), informar y educar. Tendríamos que ampliar la investigación para determinar si logra modificar conductas.
- Tomar en consideración las observaciones hechas por la audiencia (tanto por redes sociales como mediante la encuesta y el *focus group* realizados). Así, nos abocamos a desarrollar guiones más cortos, grabados a dos voces, para darles vitalidad. Además, procuramos relacionar el idioma con la historia, por ejemplo, en secciones como Cultura China y Dichos y Proverbios, así como enseñar frases comunes en el Diálogo de Hoy.
- Música de las caretas atractiva y adecuada (comunicación personal, 2014). Hemos introducido ritmos chinos que van desde la ópera y el jazz asiático, hasta el cantopop (pop en cantonés) y mandopop (pop en mandarín).
- Preferencia por secciones como: China en la Historia (46,7%) y Cocina China (40%). (Facebook, 2014).
- Utilidad de secciones relacionadas con el idioma como: Nota Lingüística (80%) y Diálogo de Hoy (53,3%). (Facebook, 2014).
- Colocar en Facebook material extra con el vocabulario aprendido cada semana, como complemento a la sección del Diálogo de Hoy.
- Realizar concursos en vivo, como La Trivia, que permiten conocer a la audiencia qué tipo de temas y libros le interesa.
- Aprovechar la *fanpage* en Facebook para difundir el programa y acercarse no solo al público oyente, sino a otro que no necesariamente escucha los programas, pero que se interesa por la información difundida.

Según estadísticas de Facebook a noviembre de 2014, cuenta con 1304 “me gusta”.

- Las herramientas mercadológicas de Facebook han permitido confirmar que el público meta establecido en el plan de producción es el que efectivamente ha seguido el programa hasta la fecha: 58% de mujeres y 41% de hombres. De ellas, el 46% tiene 18-34 años, con énfasis en el rango de 18-24 años (30%). De ellos, el 30% está en el rango de 18-34 años. En tercer lugar está el rango de 35-44 años con 6% para ambos sexos. Además, la gran mayoría de seguidores vive en Costa Rica (San José, Heredia y Cartago), seguida por México (34), China (33) y Estados Unidos (21).
- Aprovechar la experiencia en producción radiofónica, durante 18 años, de Radio U y sus técnicos para grabar y editar las secciones de “Costa Rica, Nihao!”. Esto nos permite producir cápsulas claras, amenas y de calidad.
- Lograr la participación en el programa de figuras reconocidas, relacionadas con China o su cultura, como el entrenador de fútbol Alexandre Guimaraes, el ex embajador de Costa Rica en China Marco Vinicio Ruiz, y el pintor guanacasteco Otto Apuy.

En resumen, “Costa Rica, Nihao!” es un programa pionero en la radio costarricense, que cuenta con el respaldo de Radio U, la Oficina General del Instituto Confucio en China, Han Ban, y el Instituto Confucio de la UCR, lo cual aporta mucho a la calidad de su producción.

Asimismo, es un programa que aprovecha las ventajas de la radio como medio educativo para llegar a

una audiencia amplia a bajo costo. Al mismo tiempo, ha servido de escuela de locución y producción radiofónica para todos sus colaboradores.

No podemos dejar de mencionar el papel que juegan actualmente los nuevos medios (redes sociales) en la comunicación masiva y, en “Costa Rica, Nihao!”, la red de redes nos ha permitido ofrecer radio a la carta (*podcasts*), es decir, los oyentes pueden escuchar los programas una y otra vez cuando quieran y aprovechar los afiches con el vocabulario estudiado en cada programa. Estos son publicados cada semana en nuestras redes sociales.

## 2. Oportunidades

Las oportunidades son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa el programa y que permiten obtener ventajas competitivas. (Matriz FODA, 2011).

En este caso, podemos mencionar:

- Competencia débil en Costa Rica en cuanto a programas sobre cultura e idioma chinos<sup>6</sup>. Esto, a pesar de haber un interés creciente de los medios mundiales por China, su desarrollo, cultura, idioma, etc.
- Tendencias favorables en el entorno: más estudiantes interesados en aprender mandarín y en viajar a China; más escuelas primarias y secundarias privadas que incluyen este idioma en su currículo.
- Hay diversos temas de interés para la audiencia que podríamos incluir en nuestras secciones: impacto de la migración china en Costa Rica; otras minorías étnicas chinas que viven en Costa Rica, como los cantoneses; extranjeros

en China; posibilidades de becas y más experiencias de estudiantes que viven en China (Facebook, 2014).

- Repetir el programa en un horario nocturno o fin de semana, pues en la tarde los oyentes no lo pueden oír, por estar en clases o trabajando (Comunicación personal y Facebook, 2014). Al ampliar el horario del programa al fin de semana, llegaremos a una mayor audiencia que tendrá más tiempo libre para escucharlo con más calma.
- Poner un narrador en chino y otro en español (comunicación personal, 2014) nos convertiría en pioneros, de nuevo, al convertirnos en el primer programa nacional emitido en un idioma asiático.
- Relacionar más a China con Costa Rica en nuestras secciones (comunicación personal, 2014): los oyentes nos han sugerido poner más en evidencia la relación que tienen China y Costa Rica desde hace más un siglo. Esto cimentará aún más la producción del programa.
- Añadir más música (Facebook, 2014), ya que la música es el ingrediente principal de la radio y permite conocer a China desde otra perspectiva.
- Conocer más y mejor a la audiencia que se ha acercado al programa por medio de Facebook: mujeres, de 18 a 25 años, estudiantes que viven en San José, Heredia y, en menor medida, Cartago. Esto, para satisfacer sus necesidades educativas y de entretenimiento con mayor exactitud y atraer a más audiencia de su tipo.
- Desarrollar más las redes sociales, como un canal en Youtube, con videos educativos y otros propios de la producción radiofónica, y un *blog* con el contenido de algunas seccio-

nes, como el Diálogo de Hoy y Cocina, más datos de cultura y experiencias de costarricenses en China.

- Hacer miniencuestas en Facebook sobre las preferencias de la audiencia: ¿Qué le gustaría escuchar en la sección de Cocina?, entre otros, con el fin de integrarla en la producción del programa y generar más identificación.

En cuanto a las oportunidades para “Costa Rica, Nihao!”, recalcamos que el mercado radiofónico costarricense es muy limitado en cuanto a ofertas educativas, sobre todo de idiomas extranjeros.

El mandarín no es una lengua sencilla de aprender, por lo que llevar su enseñanza a la radio ha sido un gran reto que hemos asumido con seriedad y responsabilidad.

En Costa Rica, más y más estudiantes aprenden mandarín en escuelas, colegios e institutos, es decir, este mercado educativo está en expansión. Nuestro programa es un acompañamiento ideal en el aprendizaje que, sin duda, podemos mejorar, reforzar y expandir, al diversificar su oferta y horarios de emisión. Lo anterior, aprovechando las herramientas que brindan los nuevos medios de comunicación para conocer a la audiencia y ofrecer materiales “a la medida”.

### 3. Debilidades

Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, entre otros (Matriz FODA, 2011).

Algunas debilidades que afectan el programa “Costa Rica, Nihao!”, según opinión de la audiencia, son:

- La locución de algunas secciones es muy rápida o poco clara, por lo que se pierde la atención. Asimismo, algunos guiones resultan largos y tediosos (comunicación personal, 2014). A partir de estos comentarios, implementamos cambios en la tercera y cuarta temporadas.
- La locución principal debería ser más fluida y espontánea, menos “leída” (Facebook, 2014).
- Las secciones menos preferidas son: Sonidos del Chino y Venga a cantar con nosotros (20%), Cine Chino y Vox Populi (13%), por ser guiones muy largos o con información de poco interés (Facebook, 2014).
- Dar demasiada información en 30 minutos no resulta adecuado en la radio, pues se podría volver tedioso (Facebook, 2014).
- *Twitter* ha resultado una red social poco efectiva para comunicarse con el público actual del programa, es más bien una plataforma para darse a conocer entre otros medios interesados en o relacionados con China.
- La falta de conocimientos en producción y edición de audio nos ha hecho depender de Radio U para grabar y editar secciones. Sin embargo, esta dependencia ha disminuido poco a poco, gracias a la formación independiente de los productores involucrados.
- No contamos con el recurso material y humano necesario: nos faltan colaboradores para cumplir con las labores requeridas, tanto en producción radiofónica como en mantenimiento de redes sociales.
- Hay limitación de recursos económicos para producir más secciones o con mayor regularidad, así como para producir eventos o imprimir material publicitario del programa.

Hemos reconocido debilidades en nuestra producción radiofónica, pero seguimos aprendiendo y trabajando para mejorar y producir cápsulas entretenidas que apelen a los intereses y gustos de la audiencia joven.

A pesar de los recursos limitados, trabajamos con la buena voluntad de guionistas y productores para sacar adelante el programa.

#### 4. Amenazas

Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar, incluso, contra la permanencia del programa (Matriz FODA, 2011).

En este caso, podemos mencionar:

- Desconocer a la audiencia real del programa, sus intereses y necesidades, por falta de medición de audiencias, tanto en Radio U como en el programa propiamente (con la excepción de una encuesta vía Facebook y un grupo focal realizados en 2014).
- A pesar de la alta penetración de la radio en Costa Rica, hay una pérdida de interés de los jóvenes por oír la radio, sobre todo para educarse. Internet ha sido una herramienta muy útil para enfrentar esta amenaza, por medio de la “radio a la carta” (ver Fortalezas), al considerar que los contenidos del programa sí son de interés para la audiencia.
- Desventajas del medio radiofónico: unisensorialidad y fugacidad, las cuales dificultan que la audiencia retenga guiones muy largos o con mucha información.
- Falta de conocimiento de la Oficina General del Instituto Confucio en China sobre la potencialidad de la radio y su importancia en Costa Rica y América Latina en general;

es decir, hay cierto desconocimiento del contexto mediático latinoamericano y costarricense, en particular.

- Posible pérdida de apoyo financiero para seguir produciendo el programa, en caso de no ser considerado útil o necesario por las autoridades involucradas.

La información es una herramienta valiosa, pues nos permite conocer el contexto en que nos desenvolvemos y adaptar nuestras acciones a éste y sus actores.

En el caso de las amenazas que podría enfrentar “Costa Rica, Nihao!”, éstas tienen que ver, precisamente, con falta de información: por un lado, sobre su audiencia real, sus gustos e intereses y, por otro, sobre las potencialidades de la radio que aún se pueden explotar y complementar con los nuevos medios.

Si llenamos estos baches de información, podremos construir un programa con bases más fuertes y obtener, así, más recursos para ampliar su proyección.

#### d. Estrategias de mejora

Luego de realizar el diagnóstico de la situación actual de “Costa Rica, Nihao!” e identificar sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, proponemos algunas estrategias para optimizar o mejorar su situación actual:

- Seguir aprovechando su condición de pionero y sus características únicas en el dial costarricense, así como la débil competencia que hay en el país en cuanto a su género.
- Frente al gran reto de atraer a la audiencia juvenil hacia la radio educativa, dar a conocer el programa a partir de actividades del IC-UCR o, incluso, patrocinadas por el mismo programa; también por

medio de las Radios UCR y las redes sociales propias, resaltando así el respaldo que tienen del IC-UCR y la Oficina General del Instituto Confucio en China, Han Ban.

- La radio a la carta ha sido una herramienta muy útil para transmitir el programa, incluso a lugares muy lejanos, por lo que seguiremos sacándole provecho. Además, nos interesa desarrollar otras redes sociales, como un canal en Youtube, con videos educativos y otros sobre la producción radiofónica del programa, y un *blog* con el contenido de algunas secciones, como el Diálogo de Hoy y Cocina, así como más datos de cultura y experiencias de ticos en China.
- Una muy buena oportunidad es repetir los programas los fines de semana, incluso en la emisora hermana de Radio U: Radio 870 UCR.
- Seguir aprovechando el aporte de profesores y estudiantes de la UCR y el IC-UCR para producir el programa. Esto les permite a los estudiantes aprender no solo sobre China, sino también sobre producción de radio, lo cual podría aumentar su interés.
- Dar mayor capacitación sobre producción radiofónica a locutores y colaboradores del programa, a fin de mejorar la calidad de las secciones, tanto en escritura de guiones como en locución.
- Balancear los contenidos del programa y añadir más dramatizados, pues son mucho más entretenidos que una simple lectura del guión radiofónico.
- Seguir tomando en cuenta las observaciones hechas por la audiencia a través de redes sociales. En ese sentido, planeamos realizar un grupo focal con estudiantes del

IC-UCR al finalizar cada semestre de la UCR (julio y diciembre), ya que ellos podrán determinar si el programa es atractivo o no, didáctico o no para ellos como estudiantes de mandarín.

- El IC-UCR planea desarrollar un libro de texto que complemente el programa de radio, de modo que amplíe su función educativa para aquellos que quieran dar continuidad a su aprendizaje del mandarín y la cultura china.
- Seguir buscando a personalidades ligadas a la cultura china en Costa Rica, para que nos den su visión actual y novedosa de China. Además, nos gustaría contar con más chinocostarricenses en la producción del programa, a fin de que nos hablen de cómo se desarrolla el diario vivir de los chinos en Costa Rica.
- Eventualmente, contar con un locutor en mandarín y, por qué no, en cantonés, ya que la mayoría de inmigrantes chinos en Costa Rica provienen de Cantón.

Dice López Vigil (2005) que “la mejor radio se hace afuera de la radio. (...) Porque la vida ocurre en el mercado y en la comisaría, en la plaza y en el estadio, en la huelga de los petroleros y en el festival de artistas barriales. La vida es la movida. Y hay que estar con nuestros micrófonos ahí, donde las papas queman. Y hay que estar ahora, cuando están ocurriendo los hechos.” (p. 208).

Así, anhelamos que “Costa Rica, Nihao!” no solo ayude a los ticos a aprender mandarín, sino que la comunidad china también participe en el programa y lo vea como una plataforma para darse a conocer al resto de la comunidad nacional.

Estamos de acuerdo con López Vigil (2005) en que el primer desafío de una emisora, y un programa con responsabilidad social es amplificar la voz de la ciudadanía y, de esta manera, legitimarla socialmente.

## Notas

- 1 En 2009 se presentó en la UCR el libro *La radio: entre la comunicación y el poder*, editado por los periodistas José Zepeda Vargas, Jefe del Departamento Latinoamericano de Radio Netherland, y el paraguayo Benjamín Fernández Bogado. Sin embargo, su tema es básicamente la democratización de los medios de comunicación latinoamericanos y su lucha contra los grupos de poder.
- 2 El Instituto Confucio de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, en Colombia, ofrece desde el año 2014 un espacio radial *on-line* llamado *¡Óyeme Confucio!* Tiene una duración semanal de una hora y expone temas como: música, política, tips del idioma y actualidad de China, entre otros (<http://www.utadeo.edu.co/es/link/instituto-confucio/1476/radio-oyeme-confucio>).
- 3 La estudiante de Producción Audiovisual, Elisa López, fue la locutora durante la segunda temporada.
- 4 Los estudiantes regulares del IC-UCR reciben un porcentaje de su nota final por colaborar en el programa.
- 5 Poner la programación radiofónica en Internet, lo cual permite oírla en cualquier momento, además de descargarla mientras se oye (*streaming*) u oírla después de bajarla (teledescarga).
- 6 Como mencionamos, el Canal 13 del Sistema Nacional de Radio y Televisión de Costa Rica (SINART) transmite

un programa para aprender mandarín en español, producido por la Televisión Central de China (CCTV). Hasta la fecha, éste es el único programa de su tipo en la televisión nacional.

## Bibliografía

- Araya Rivera, C. (2004). Cómo planear un programa de radio. *Revista Educación 28(1)*: 191-200.
- Araya Rivera, C. (2009). Radio estudiantil: programas, audiencias y desafíos. *Revista Reflexiones 88 (2)*: 37-44.
- BBC (2013). *LanguagesChinese*. Recuperado de: <http://www.bbc.co.uk/languages/chinese/>
- China Radio International. (s.f.). *Everyday Chinese*. Recuperado de: <http://espanol.cri.cn/everydaychinese/Lessons/1/1.html>
- CIESPAL. (abril-junio 1985). La radio educativa en América Latina. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación No. 14*, págs. 2-3. 16-17. Recuperado de: [http://tyce.ilce.edu.mx/tyce/2/TecyComEduNo02\\_A07.pdf](http://tyce.ilce.edu.mx/tyce/2/TecyComEduNo02_A07.pdf)
- CRI English (2013). *Learn Chinese*. Recuperado de: <http://english.cri.cn/08chinese/index.htm>
- CRI Online Español. (s.f.). Onda China Nuestra Música. Recuperado de: <http://espanol.cri.cn/webradio/ondachina.htm>
- Blanco Castilla, E., Gómez Calderón, B. y Paniagua Rojano, F.J. (2007). La utilización de la radio como herramienta didáctica. Una propuesta de aplicación. *FISEC-Estrategias*, Año III, Número 6, Mesa III, pp. 35- 50.
- Encyclopedia of World Cultures (1996). *Chinese of Costa Rica*. Recuperado de: <http://www.encyclopedia.com/doc/1G2-3458001332.html>
- Escuela de Lenguas Modernas UCR y emisora La 870 UCR (2014). *Francés por Radio*. Recuperado de: [ftp://163.178.101.227//Radio870/2014/FrancesporRadio/2%C2%BA\\_Temporada-Programa\\_01.MP3](ftp://163.178.101.227//Radio870/2014/FrancesporRadio/2%C2%BA_Temporada-Programa_01.MP3)
- Escuela de Lenguas Modernas UCR y emisora La 870 UCR (2014). *Inglés por Radio*. Recuperado de: [ftp://163.178.101.227//Radio870/2014/InglesporRadio/2%C2%B0\\_Temporada-Programa\\_19.MP3](ftp://163.178.101.227//Radio870/2014/InglesporRadio/2%C2%B0_Temporada-Programa_19.MP3)
- Fundación Escuela para Todos (2014). Fundación Escuela para Todos. Recuperado de: <http://www.almanaquept.org/index.php/fundacion>
- ICER (s.f.). *El ICER*. Recuperado de: <http://www.costarica.elmaestroencasa.com/index.php?page=el-icer>
- ICER (s.f.). *Zona PEC. Blog de intercambio de materiales de las emisoras culturales*. Recuperado de: <http://zonapec.blogspot.com/>
- Instituto Confucio de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. *Radio: Oyeme Confucio*. Recuperado de: <http://www.utadeo.edu.co/es/link/instituto-confucio/1476/radio-oyeme-confucio>
- López Vigil, J.I. (2005). *Manual Urgente para Radialistas Apasionados*. Quito, Ecuador. Recuperado de: [http://radioteca.net/media/uploads/manuales/2013\\_10/ManualUrgenteRadialistas.pdf](http://radioteca.net/media/uploads/manuales/2013_10/ManualUrgenteRadialistas.pdf)
- Matriz FODA (2011). *¿Qué es la matriz FODA?* Recuperado de: <http://www.matrizfoda.com/>
- Merayo Pérez, A. (2000). *Identidad, sentido y uso de la radio educativa*. Salamanca: Ediciones Universidad Pontificia de Salamanca, pp. 387-404. Recuperado de: <http://www.>

- bocc.ubi.pt/pag/merayo-arturo-radio-educativa.html
- Oficina Nacional para la Enseñanza del Chino como Lengua Extranjera de la República Popular China (2008, 2001). *El Nuevo Libro de Chino Práctico (1)*. Pekín: Beijing Language and Culture University Press.
- Onda Brava Radio (5 de agosto, 2013). *La historia de la radio en Costa Rica*. Recuperado de: <https://www.facebook.com/radioondabrava/posts/528134530573056>
- Quesada González, C. (2 de noviembre, 2010). *La radio educativa*. Recuperado de: <http://es.slideshare.net/CiroQ/la-radio-educativa>
- Radio Taiwan International (s.f.). Recuperado de: <http://spanish.rti.org.tw>
- Tovar, E. (2014). Cronología de la radiodifusión en Costa Rica. *Primera Plana*. Recuperado de: [http://www.primeraplana.or.cr/es/Historico/Cronolog%C3%ADa\\_de\\_la\\_radio\\_fifusi%C3%B3n\\_de\\_Costa\\_Rica/](http://www.primeraplana.or.cr/es/Historico/Cronolog%C3%ADa_de_la_radio_fifusi%C3%B3n_de_Costa_Rica/)
- Universidad de Costa Rica (2014). *Radio Universidad de Costa Rica: ¿Quiénes somos?* Recuperado de: <http://163.178.101.227/radio-universidad/la-radio.html>
- Universidad de Costa Rica (2014). *Radio U: ¿Quiénes somos?* Recuperado de: <http://radios.ucr.ac.cr/radio-ula-radio.html>
- Universidad de Costa Rica (2014). *Radio 870 UCR: ¿Quiénes somos?* Recuperado de: <http://radios.ucr.ac.cr/radio-870/la-radio.html>