11

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES

CAMPUS ACATLAN

"PROPUESTA DE RADIO INFANTIL INTERACTIVA"

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADA EN PERIODISMO Y COMUNICACION COLECTIVA

P R E S E N T A :

CLAUDIA CEREZO RIVERA

ASESOR: MTRO. RAFAEL DE JESUS HERNANDEZ RODRIGUEZ

MAYO DEL 2000

Universidad Nacional Autónoma de México
UNAM
Biblioteca Central
Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

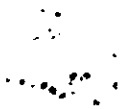
UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Mamá:



Hay personas cuya satisfacción es compartir sus bienes con amor, que se preocupan por el bienestar de los demás y se sacrifican y luchan por salir adelante. Eres un ser sabio y maravilloso que ha entregado su vida al amor y al cuidado. Por ser una parte de mí misma sin la cual no me siento completa. A tí, mamá.

Papá:

Existen seres sensibles que tratan de compartir, aunque les cueste trabajo, lo mejor que tienen; que apoyan a sus hijos en silencio -y con amor. Gracias es una palabra que quiero repetirte durante toda mi vida. Gracias por tu apoyo.

Mamá Tilita:

Tener la posibilidad de invitar a un ser especial -aunque esté ausente- a ser parte de mi existencia, es un regalo de Dios. A tí Mamá Tila, en donde quiera que te encuentres.

Papá Mel:

Una persona verdadera, sabia, sencilla, que me ha regalado sus lecciones, su ejemplo. Te agradezco que me hayas ayudado a crecer y a sentir tu compañía. Gracias por permitirme quererte y ayudarte cuando lo necesitas. Te admiro profundamente.

Mequi y Mónica:

Por su ejemplo y motivación constantes para alcanzar esta meta. Por apoyarme, escucharme y regalarme pedacitos de su propia esencia.

César:

Dejarse llevar en la vida como un barco a la deriva es un error. Debes ser tú el timón de tu existencia, saber hacia dónde vas. Recuerda que las metas se logran trabajando en ellas y no esperando a que sucedan.

Rafa:

Los sabios son una mezcla de todo aquello que han aprendido y comprendido; no usan sólo su intelecto, más bien se guían por su sensibilidad y su desarrollo espiritual. Gracias Rafa, tu motivación y ejemplo convirtieron este sueño en realidad.

A la UNAM, mi casa, por ser el árbol que con sus raíces se alimenta y se sostiene para crecer dignamente con libertad. Con mi cabeza en alto caminaré mirando de frente, portando mi escudo de ética, honestidad, verdad y justicia.

A mi familia y amigos, quienes han caminado conmigo por el sendero de la vida.

Gracias a Dios por permitirme comenzar esta nueva etapa de mi vida. Por la oportunidad que me ofrece para seguir adelante, superándome, aprendiendo diariamente. Gracias por todo lo que me ha brindado.

Claudia

A las vitaminas que todos necesitamos para revitalizar nuestras vidas: los niños.

Índice

Índice

Introducción 6

1. El niño de 4 a 5 años. 18

1.1. ¿Cómo es el niño de 4 a 5 años? 20
1.2. Medio ambiente. 23
1.3. Pensamiento. 25
1.3.1. Lenguaje 30
1.3.2. ¿Cómo aprende? 34
1.4. El juego. 38
1.4.1. Juego dramático: personificaciones e imitaciones. 41
1.4.2. Juego simbólico. 42
1.5. La imaginación infantil. 43
1.6. Narraciones para los pequeños. 47
1.7. Panorama general del desarrollo del niño de 4 a 5 años. 50

2. La radio como medio de comunicación. 53

2.1. Los medios de comunicación social. 54
2.2. ¿Qué es la radio? 60
2.3. La transmisión por radio. 61
2.3.1. Proceso de la señal radiofónica. 61
2.3.2. Proceso del signo. 62
2.4. Características de la radio como medio de comunicación. 64
2.4.1. Desde el punto de vista auditivo. 65
2.4.2. Desde el punto de vista sociológico. 66
2.4.3. Desde el punto de vista psicológico. 67
2.4.4. Desde el punto de vista de la forma de producción. 69

2.5. Funciones de la radio. 69
2.5.1. Función informativa. 69
2.5.2. Función educativa. 72
2.5.2.1. Posibilidades de la radio como instrumento educativo. 75
2.5.2.2. Limitaciones de la radio como instrumento educativo. 79
2.5.3. Función de entretenimiento. 82
2.6. La radio como medio importante para la expresión de la vida social. 84

3. El lenguaje radiofónico. 87

3.1. La codificación. 88
3.1.1. Código verbal. 89
3.1.2. Código experencial. 90
3.2. La decodificación. 91
3.3. El código radiofónico. 92
3.3.1. La voz. 92
3.3.2. La música. 97
3.3.3. Los efectos sonoros. 100
3.4. Los formatos radiofónicos. 101

4. Una propuesta radiofónica para niños. 109

4.1. El triste panorama de la radio infantil. 110
4.1.1. Los niños no son importantes para los radiodifusores. 110
4.1.2. Un enemigo de la radio: la televisión. 113
4.2. La voz de los expertos. 115
4.2.1. En los zapatos del niño. 121
4.2.2. Interesarnos en el niño. 123
4.3. El proyecto. 123
4.3.1. Los emisores. 124
4.3.2. Los perceptores. 124
4.3.3. Las actividades. 126
4.3.3.1. Explorando el medio radiofónico. 132
4.3.3.2. La música en los niños. 133
4.3.3.3. Educación auditiva. 135

4.3.4. Elaboración de los programas. 137
4.3.4.1. Contenido. 137
4.3.4.2. Duración. 143
4.3.4.3. Comienza el trabajo radiofónico. 144
4.3.4.3.1. Conociendo el medio. 144
4.3.4.3.2. Comprendiendo la naturaleza del sonido y el lenguaje de la radio. 145
4.3.4.3.3. Identificando a nuestro perceptor. 146
4.3.4.4. El guión y la producción radiofónica. 146
4.3.5. Presentación de los programas a los niños. 150

Conclusiones 165

Apéndice 176

Bibliografía 188

Introducción

Introducción

¿Por qué niños?

Un niño es alegría, color, bullicio, movimiento, energía... Todas estas palabras, de alguna u otra manera, definen la interminable vitalidad del niño que corre velozmente tras su pelota, de aquél que amorosamente alimenta a su mascota, o de aquél que plasma sobre papel a los seres más extraordinarios.

> "Basta mirar en cualquier calle, a nuestro alrededor, hasta asomarnos por la ventana, acercarnos a un parque o a una esquina: en todas partes hay niños; algunos sobreviviendo en las calles, luchando por su comida y un lugar para dormir, mientras a otros los cubren suavemente los brazos protectores de sus padres, asisten a la escuela y aprenden. Por todos lados están los niños y, sin embargo, tal parece que no son importantes ya que nuestro país es de los que menos dinero destina para la educación y la salud infantil en el mundo, según indica la UNESCO"[1].

Lo anterior tristemente nos demuestra que el derecho que tienen nuestros niños mexicanos a disfrutar del más alto nivel posible de salud, así como su derecho a la educación, con el fin de eliminar la ignorancia y el analfabetismo en México, no son importantes para nuestros gobernantes.

> "Aunque la infancia debería ser la etapa más plena y hermosa del desarrollo humano, lo cierto es que muchos niños en el mundo padecen carencias económicas y afectivas que les marcan en su vida adulta. Nadie puede dejar de desear que todos los niños tengan una infancia feliz y que estén garantizados su bienestar físico, mental y material; que todos los niños disfruten de un hogar, una familia, y la educación y alimentación necesarias para hacerlos crecer sanos y fuertes, para hacer de ellos hombres o mujeres de bien, ciudadanos útiles y productivos, padres de familia amantes y responsables, seres humanos completos.

---

[1] Elvira García, "Martha Romo un sí a la vida, a la radio y a los niños", **Revista Mexicana de Comunicación**, p 35

> Como en tantas otras ciudades del mundo, en la de México ya es un hecho cotidiano ver a muchos niños trabajando en actividades que nos conmueven y avergüenzan, porque indican nuestra incapacidad para brindarles el bienestar a que tienen derecho. Así, todos los días podemos ver niños limpiando parabrisas, vendiendo chicles o haciendo de magos o payasos en el crucero de una avenida. Se emplean de esa manera porque buscan sobrevivir.
>
> Vivimos tan deprisa que no nos da tiempo de percatarnos que muchos niños buscan, en la oscuridad de las aceras y rincones, el refugio y la protección de la familia que no tienen. Buscan la compañía de sus amigos de la calle o de un perro, a cambio del cariño de los padres de los que huyeron o que los abandonaron; buscan en un miserable sueldo la esperanza de abrir la puerta del futuro, a la que, como mexicanos y como seres humanos, tienen derecho"[2].

Por si fueran pocas las reflexiones anteriores, extraídas de la presentación de la Convención sobre los Derechos del Niño y escritas por el doctor Luis de la Barreda Solórzano, presidente de la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal, citaremos algunas más.

"Se dice que los niños son la esperanza del mundo, los depositarios de todos los sueños y anhelos que nosotros, los adultos, no hemos podido hacer realidad. En ellos recae la enorme responsabilidad de convertir este mundo en algo mejor para todos"[3].

México es un país de jóvenes; el futuro de nuestra nación depende de la infancia y juventud mexicans. Por eso es necesario trabajar por los niños, reconocerles su dignidad como personas nuevas y darles los elementos necesarios para que puedan construir un México diferente, acorde a sus necesidades.

Todos, como sociedad, estamos obligados moralmente a velar con firmeza por los derechos de nuestros niños; sin embargo, no basta con tener presentes sus problemas y conocer sus derechos. Es necesario aportar soluciones para hacer realidad la esperanza del mundo, que son los niños.

---

[2] **Convención sobre los derechos del niño**, p. 3-4.
[3] *Ibid*, p 3

Por eso surge la idea de realizar una propuesta de programas radiofónicos infantiles apoyada en tres derechos del niño: el derecho a la información, el derecho a acceder a los medios de comunicación y el derecho a la educación. Estos derechos, los cuales se señalan a continuación, fueron extraídos de la Convención sobre los Derechos del Niño, aprobada por la Organización de las Naciones Unidas a fines de 1989.

> **Artículo 13:** El niño tendrá derecho a la libertad de expresión; ese derecho incluirá la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o impresas, en forma artística o por cualquier otro medio elegido por el niño. El ejercicio de tal derecho podrá estar sujeto a ciertas restricciones, que serán únicamente las que la ley prevea y sean necesarias:
>
> a) Para el respeto de los derechos o la reputación de los demás; o
> b) Para la protección de la seguridad nacional o el orden público o para proteger la salud o la moral públicas.

> **Artículo 17:** Los Estados Partes reconocen la importante función que desempeñan los medios de comunicación y velarán porque el niño tenga acceso a información y material procedentes de diversas fuentes nacionales e internacionales, en especial la información y el material que tengan por finalidad promover su bienestar social, espiritual y moral y su salud física y mental. Con tal objeto, los Estados Partes:
>
> a) Alentarán a los medios de comunicación a difundir información y materiales de interés social y cultural para el niño, de conformidad con el espíritu del artículo 29;
> b) Promoverán la cooperación internacional en la producción, el intercambio y la difusión de esa información y esos materiales procedentes de diversas fuentes culturales, nacionales e internacionales;
> c) Alentarán la producción y difusión de libros para niños;
> d) Alentarán a los medios de comunicación a que tengan particularmente en cuenta las necesidades lingüísticas del niño perteneciente a un grupo minoritario o que sea indígena;
> e) Promoverán la elaboración de directrices apropiadas para proteger al niño contra toda información y material perjudicial para su bienestar.

> **Artículo 29:** Los Estados Partes convienen en que la educación del niño deberá estar encaminada a:
>
> a) Desarrollar la personalidad, las aptitudes y la capacidad mental del niño hasta el máximo de sus posibilidades;
> b) Inculcar al niño el respeto de los Derechos Humanos y las libertades fundamentales y de los principios consagrados en la Carta de las Naciones Unidas;
> c) Inculcar al niño el respeto de sus padres, de su propia identidad cultural, de su idioma y sus valores, de los valores nacionales del país en que vive, del país de que sea originario y de las civilizaciones distintas de la suya;
> d) Preparar al niño para asumir una vida responsable en una sociedad libre, con espíritu de comprensión, paz, tolerancia, igualdad de los sexos y amistad entre todos los pueblos, grupos étnicos, nacionales y religiosos y personas de origen indígena;
> e) Inculcar al niño el respeto del medio ambiente natural.

Aunque el artículo 17 señala que todos los niños tienen derecho a acceder a información y materiales que tengan por finalidad promover su bienestar, este artículo sólo le otorga al niño un papel de espectador, de simple receptor de información, sin la oportunidad de producir sus propios contenidos ni de intervenir en el proceso de creación y producción de programas.

Además, desgraciadamente en nuestro país los medios se ocupan poco o nada del público infantil. Quienes hacen radio, por ejemplo, piensan poco en los niños. La programación infantil no le deja dinero a las emisoras comerciales, de ahí que esté casi ausente la preocupación por dedicarles parte de su tiempo y por formarlos.

"Las radioemisoras, en general, se conciben a sí mismas sólo como empresas mercantiles y dejan a un lado la posibilidad formativa que podrían adquirir"[4]. Además, el gobierno mexicano pasa por alto que una gran parte de su población es de niños y cancela la única estación (Radio Rin) que, aunque con grandes defectos y carencias -no se dirigía a la gran masa de la población infantil,

---

[4] Rosalba Cruz Soto, "Los niños y la radio", **Connotaciones**, p 11

tenía bajo potencial y alcance-, cubría las necesidades de algunos niños en el cuadrante[5].

Al mismo tiempo, tristemente podemos ver cómo los productores de televisión han hecho programas infantiles llenos de sandeces, consumismo, transculturación (proceso de difusión e influencia de los rasgos culturales de una sociedad cuando entra en contacto con otra que se encuentra menos evolucionada), racismo y belicismo.

Algunos ejemplos de lo anterior los encontramos en dibujos animados como *Dragon Ball Z*, caricatura llena de extrema violencia; y *El espacio de Tatiana*, programa musical y de concursos que promueve el espíritu consumista del niño y sólo se dirige a la clase media y alta, estratos que no forman la mayoría de la población infantil en nuestro país.

Sin embargo, cabe señalar que también existen buenos programas de televisión para niños como *Plaza Sésamo* y *Bizbirije*, pero estos sólo representan un porcentaje muy pequeño de la programación infantil, la cual está llena de dibujos animados extranjeros: *Bugs Bunny*, *Mickey y Donald*, *Jumanji*, *La Vaca y el Pollito*, *Aventuras en Pañales*, *Pockemon*, entre otros.

Por estas razones, creemos que existe dentro de nuestra sociedad la necesidad de contar con medios de comunicación que apoyen de manera sana, amena y divertida las necesidades infantiles. Y es una necesidad porque la población infantil, como mencionamos anteriormente, representa una alta proporción de la total.

Es preciso entonces, atender a la niñez mexicana, la cual requiere de una oferta amplia, diversificada y creativa que satisfaga sus necesidades educativas, culturales, artísticas, recreativas y concientizadoras de su realidad; y creemos que la radio es un medio ideal para cubrir estas necesidades.

---

[5] Ver Apéndice

¿Por qué radio?

La radio es un medio relativamente barato. Cuesta menos dinero comprar un aparato receptor de radio que una televisión. Además, la transmisión de programas radiofónicos es inmediata y no requiere los grandes costos de producción que necesita la televisión. Asimismo, la radiodifusión puede lograr un amplio alcance de personas, lugares y horas.

La radio no necesita un gran esfuerzo por parte del auditorio para ser escuchada, ni tampoco requiere de él una preparación previa. Además, aunque el medio más popular y penetrante entre el público infantil es la televisión, ésta se ha vuelto nociva y peligrosa debido a los intereses que la manejan ideológica y comercialmente.

Cuántas veces no hemos visto, en el televisor que tenemos en la sala, el comedor o la recámara, escenas de violencia desenfrenada -tanto física como verbal- y degeneración de nuestro idioma, moral y costumbres. Y este peligro se encuentra más latente en los niños, a quienes podemos considerar viciosos de ver televisión, pues lo hacen durante horas.

De manera inexplicable, se ha autorizado transmitir por televisión series y telenovelas sexualmente truculentas y morbosas en horarios vespertinos. También muchas de las caricaturas que se transmiten actualmente se han convertido en la florescencia de la violencia porque en ellas hay peleas y muertos a destajo, tanto en la tierra como en las galaxias.

Además, por sus características -las cuales revisaremos en el capítulo 2 de la presente investigación-, la radio podría ser un excelente instrumento de educación y, por lo tanto, cumpliría con una importante función social: servir a la sociedad.

A este respecto, Martha Romo señala: "Creo que nuestro país podría cambiar sustancialmente si dedicásemos más tiempo a la educación de los infantes, acuérdate que una persona está formada ya a los siete años de edad. Es bien conocido que el bagaje principal de lo que va a ser este ser humano se

adquiere en los primeros años. Entonces, ¿por qué no dedicarles más atención, más recursos, amarlos más?"[6]

Bajo esta perspectiva, la radio podría ser una excelente colaboradora para cubrir algunas de las deficiencias de la educación y convertirse en un valioso auxiliar dentro de la formación de los niños mexicanos.

Asimismo, "la radio es un medio que incita la imaginación infantil, cosa que la televisión no hace. Cuando se escucha un relato, ya sea en forma personal o en la voz de un locutor, la imaginación se esfuerza por visualizar los hechos, probablemente de acuerdo a la manera en que uno los viviría y según la experiencia propia; en cambio, las imágenes televisivas transmiten las aventuras tal y como las concibe el guionista. De ahí que también esta última forma conlleve mayor poder ideológico"[7].

Por otra parte, existen en las radiodifusoras no comerciales -por ejemplo, en las radios universitarias- algunos espacios que podrían aprovecharse para difundir programas que apoyen las necesidades infantiles que ya hemos mencionado.

Para reforzar estos espacios es necesario montar proyectos creativos que cumplan con la función social del medio de manera permanente y que incluyan programas inteligentes, participativos, orientadores y creativos. De esta manera se retomaría una de las responsabilidades más altas y delicadas que la radio debería tener: su compromiso y servicio con el pueblo. Se rechazaría también la idea de que "la niñez mexicana se forme en patrones de consumo de medios uniformizantes y comercializados y en los que no están consideradas sino muy parcialmente sus necesidades específicas"[8].

No es posible que la función educativa de la radio se vea aplastada por el lucro de la radio comercial. No es posible que cuestiones como el fortalecimiento

---

[6] Elvira García, *op. cit* , p 37
[7] Rosalba Cruz Soto, *op. cit.*, p. 10
[8] José Luis Gutiérrez Espíndola, "Comunicación Social en 1991 una retrospectiva crítica", **Revista Mexicana de Comunicación**, p. 26

de nuestro patrimonio cultural y nuestra integridad nacional, pasen a segundo término y dejen en primer lugar a la captación de ingresos rápidos por venta de tiempo publicitario.

Los comunicadores de radio deberían asumir el quehacer radiofónico como un servicio, y por lo tanto, sensibilizarse ante la problemática y los intereses de su público, en este caso, del público infantil.

Por eso veo la urgencia de replantear los contenidos y modificar los formatos de producción de programas infantiles, buscar nuevos caminos para ampliar los niveles de audiencia en este tipo de programas y lograr que los niños participen de forma activa en los programas que se transmiten.

El problema radica en buscar nuevas formas de comunicación con los niños y crear proyectos de programas infantiles atractivos, que logren inducir a los niños a la radio. Esto es un reto, porque es más difícil hacer programas para niños que para adultos, sin embargo, puede lograrse, ya que los niños, sobre todo los más pequeños, están ávidos de conocer lo que les rodea.

Conocer a nuestros perceptores

Para realizar una propuesta de programas infantiles, debemos tener en cuenta que todo proyecto comunicativo necesita siempre de un conocimiento atento sobre sus destinatarios. Sólo mediante el estudio del auditorio al que pretendemos llegar será posible definir el contenido de los programas.

Por esta razón es necesario conocer la naturaleza y las necesidades de los niños, ya que la mayoría de las personas que trabajan para el público infantil en los medios, carecen de los conocimientos acerca de las formas en que el niño crece y aprende.

Para saber qué necesita el niño hay que conocer cómo se está desarrollando. A veces los adultos creemos -erróneamente- que un niño es un adulto en miniatura, pero no sabemos lo suficiente acerca de los rasgos que lo diferencian del adulto.

Además, no sólo existen diferencias entre un infante y un adulto; entre los mismos niños existen características que los distinguen. Así, aunque la Convención sobre los Derechos del Niño define al niño como "todo ser humano menor de dieciocho años de edad, salvo que, en virtud de la ley que le sea aplicable, haya alcanzado antes la mayoría de edad", los rasgos, habilidades y necesidades de los niños varían según diferentes factores como su condición social, el lugar en donde viven y su edad.

Partiendo de este último diferenciador, dentro del amplio universo infantil nos evocaremos al niño en edad preescolar. En primer lugar, porque no existe una época de la vida en que el mundo sea tan fresco y maravilloso como el que se le presenta al niño durante esta etapa de su crecimiento. Es aquí donde el infante explora todo lo que le rodea con amplitud. Citando a uno de los más grandes poetas italianos, Leopardi, esta idea se manifiesta así:

"Conocido el mundo no cesa,
más bien se empequeñece,
y mucho más grandes el cielo sonoro,
la animada tierra y el mar
al niño, que no al sabio le parecen".

Además, los niños en edad preescolar son gente muy viva, muy alegre, con mucha energía, son sinceros, claros y no se andan con rodeos. Como señala Martha Romo: "Tienen sentimientos íntegros, todavía no aprender a ocultar, a no comunicarse. Cuando uno está cerca de ellos no aprende, sino desaprende; es decir, se quita toda esa bola de prejuicios y cartabones que nos fuimos echando encima a lo largo de los años"[9].

El infante de este período no tiene los patrones tan rígidos de niños más grandes o de los adultos. Como es un ser que apenas comienza a formarse, acepta el mundo tal cual es, y aprende con todo su ser sobre las cosas que son nuevas para él.

[9] Elvira García, *op. cit.*, p 37

Asimismo, los años preescolares son fundamentales y los primeros en el ciclo de la vida de una persona. El aprendizaje que se realiza durante estos años probablemente sea mayor al que se realiza en cualquier otro periodo de la vida de un niño.

Por último, y para destacar la importancia de nuestro auditorio (infantes en edad preescolar), cabe señalar que el número total de niños de 0 a 4 años, según datos registrados en la Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica 1997, publicada por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), es de 10,709,888; es decir, el 11.42% del total de la población mexicana. Asimismo, el número de alumnos en preescolar al inicio del ciclo escolar 1997-1998 era de 3,312,200; es decir, el 11.8% de la población estudiantil total[10].

Por su parte, el número de escuelas que impartían educación preescolar, al inicio del ciclo escolar 1994-1995 era de 58, 868, cifra únicamente superada por el número de escuelas primarias, lo que nos demuestra que este sector de la población es considerable[11].

Por las consideraciones anteriores, nuestro primer capítulo ofrecerá un panorama general sobre la personalidad del niño de 4 a 5 años, con el fin de conocer quién es y cómo es quien nos escucha.

Conocer el medio y su código

En segundo lugar, debemos tener en cuenta que el mensaje que deseamos transmitir y el lenguaje que debemos utilizar están en función de la necesidad de la comunicación, el objetivo de la comunicación, el medio de comunicación y el destinatario de la comunicación.

Para comunicar algo y tener la certeza de ser escuchados, es preciso conocer, además del público al que pensamos dirigirnos, las características del

---

[10] Ver Apéndice.

[11] Para ampliar la información sobre las instituciones preescolares en nuestro país, se recomienda revisar el Apéndice.

medio a través del cual vamos a comunicarnos, así produciremos un mensaje claro, en un lenguaje correcto y apropiado a nuestro medio de comunicación y a nuestro destinatario. De ahí la necesidad de conocer el medio y adaptarnos a sus condiciones y características, con la finalidad de elaborar un mensaje eficaz que nuestro destinatario pueda comprender sin grandes complicaciones. Por eso los capítulos 2 y 3 de la presente tesis abordarán la naturaleza del medio radiofónico: sus características, funciones y elementos. Elegir el mensaje y el lenguaje adecuados debe ser resultado del conocimiento, el estudio y la investigación.

Si no conocemos quién es nuestro público y cuál es nuestro medio de comunicación, es probable que nos ocurra lo siguiente: "Yo dije una cosa, entendiste otra y finalmente escribiste una distinta". La carencia de conocimientos en el campo comunicativo, que es el campo más amplio de la actividad humana, plantea la necesidad de la investigación para comunicar más y con mejores resultados.

La propuesta

Al conocer quiénes son y cómo son nuestros perceptores, y las características del medio a través del cual pensamos dirigirnos con el fin de transmitir mensajes apropiados, podremos elaborar nuestro proyecto comunicativo: Propuesta de radio infantil interactiva dirigida a niños en edad preescolar (de 4 a 5 años), el cual será presentado en el capítulo 4 de esta tesis.

En síntesis, este estudio se orienta a proporcionar conocimientos sobre la radio y a reflejar una experiencia que tal vez pueda enriquecer el ejercicio de un medio de comunicación (la radio) con la finalidad de cumplir cada vez más y mejor el papel que le corresponde desde su ámbito de acción.

Capítulo uno

El niño de 4 a 5 años

"El niño no es un jarro que se llena,
sino un fuego que se enciende".
Rabelais

El pequeño de 4 a 5 años se ubica en la etapa preescolar, la cual comprende a niños de entre 4 y 6 años y antecede a la etapa escolar. Cabe señalar que la etapa escolar se inicia a los 6 años cumplidos en la escuela primaria, primer organismo escolar para la niñez en nuestro país.

La Dirección General de Educación Preescolar define al niño preescolar como:

> "Un ser en desarrollo que presenta características físicas, psicológicas y sociales propias. Su personalidad se encuentra en proceso de construcción y posee una historia individual y social, producto de las relaciones que establece con su familia y con los miembros de la comunidad en que vive.

Los niños en edad preescolar tienen formas propias de aprender y expresarse, piensan y sienten en forma particular, y gustan de conocer y descubrir el mundo que les rodea"[12].

1.1 ¿Cómo es el niño de 4 a 5 años?

El niño de 4 a 5 años es muy inquieto en todos los aspectos. La actividad y dominio que ha logrado sobre su cuerpo lo impulsan a ejercitar el movimiento sin límite: patea, cacha, lanza piedras, arma y desarma cosas. Asocia sus movimientos, más precisos cada día, a tareas determinadas.

El control de sus manos y dedos le permite realizar actividades de costura, deshilar, ensartar pequeños objetos en orificios, cortar con tijeras, clavar con martillo, dibujar y modelar. También puede representar la figura humana -aunque de manera incompleta- y bastarse a sí mismo en actividades de la vida diaria. Por ejemplo, el niño de 4 años es capaz de ayudar en las tareas del hogar que se le encomiendan, como el acomodo de trastes y el arreglo de la casa. También puede guardar sus juguetes y su ropa.

Esta afinación de los movimientos le proporciona mayor seguridad, ya que es ahora cuando el niño hace recorridos, sube y baja escaleras, trepa y escala desniveles. Todos estos movimientos de su cuerpo le permiten conocer el mundo que le rodea.

A los 4 años el niño ya conoce el nombre de las partes de su cuerpo y comienza a conocer algunas de sus funciones. Puede vestirse, desvestirse, calzarse solo y realizar hábitos de limpieza como lavarse los dientes o bañarse. Todas estas acciones le van dando seguridad e independencia.

Esta edad se caracteriza también por el dominio y manejo del lenguaje y el ajuste a las exigencias sociales. El niño adopta las normas sociales y morales que copia de los adultos que le rodean, e imita las actitudes y forma de vivir de su familia.

---

[12] **Bloque de juegos y actividades en el desarrollo de los proyectos en el Jardín de Niños**, p 11

Su lenguaje va ampliándose y haciéndose cada vez más variado y claro. Ahora el niño piensa antes de hablar, reflexiona. Pregunta infatigablemente ¿por qué?. ¿cómo? y ¿para qué?. Nada de lo que compone su mundo circundante escapa a su observación y curiosidad, por eso le agrada que la gente responda a sus preguntas, a través de las cuales manifiesta su deseo de saber. Es importante para él que los adultos contestemos sus inquietudes y le enseñemos nuevas palabras, ya que a esta edad aprende, comprende y aplica los términos con facilidad.

El niño de 4 años es un gran "platicador": le agrada ejercitar las palabras. Mientras más las repite en una frase, más pronto aumenta su vocabulario. Al intentar ampliar su vocabulario debemos tener en cuenta que los niños son, por lo general, extremadamente susceptibles, y se resisten si les corregimos o les hacemos burla, o si nos reímos de ellos cuando pronuncian mal una palabra.

También puede asociar las palabras para describir las características de las personas y cosas que le rodean, para narrar historias fantásticas y relatos o para expresar sus deseos y pensamientos. Asimismo, es capaz de recordar y narrar eventos de la vida familiar, intentando un orden, que algunas veces logra utilizando los verbos en presente, pasado y futuro.

Los niños de 4 años inventan historias porque le satisface imaginar y expresar sus fantasías. A veces terminan por creer sus propias historias, ya que a esta edad aún no es clara la diferencia entre fantasía y realidad. Por ejemplo, algunos niños pueden tener un amigo imaginario al que le cuentan lo que les sucede, aún cuando tengan amigos reales.

A menudo puede resultanos tedioso a los adultos lo que un niño cuenta, pero para él, que carece de las palabras apropiadas para hacer resaltar el valor dramático de lo que cuenta, es importante y emocionante, y es justo que le escuchemos atentamente.

Sus expresiones pueden ser defectuosas, pero el momento de corregirle no es mientras nos cuenta su historia, sino al concluirla. Puede equivocarse en lo que diga, pero en vez de interrumpirle, podemos corregirle más tarde de manera

indirecta, cuando su relato haya terminado y lo hayamos apreciado. Además, debemos hablarle con términos claros y sencillos que él comprenda.

También es un gran "alegador": afirma con seguridad y discute mucho. Defiende sus opiniones y explica las cosas con sus propios argumentos, que pueden ser débiles para el adulto pero importantes para él.

Cuando escucha hablar a otros niños, mantiene la atención siempre y cuando la conversación sea de su interés. Además, participa en pláticas con otros infantes, hablando sin tomar en cuenta sus opiniones.

Su pensamiento es de tipo práctico: define las cosas por la utilidad que tienen para él. Por ejemplo, al preguntarle ¿qué es la noche?, el niño puede respondernos: para dormir.

Todo lo que el niño ve y hace, así como lo que ve hacer a los demás, le está permitiendo conocer y aprender. Si tiene la oportunidad de ver, conocer y manipular las cosas y los seres que le rodean, se forman en su pensamiento ideas básicas que le permitirán adquirir conocimientos nuevos.

A esta edad la figura del padre va adquiriendo mayor importancia pero la madre sigue siendo el centro de su mundo. Sus padres son importantes para él y los toma como modelo en sus juegos e imitaciones.

El niño de 4 años necesita, igual que antes, sentirse amado. El amor que recibe de los adultos que le rodean lo hace sentirse aceptado. Esto lo convierte en un niño seguro, con facilidad para relacionarse con los demás y opinar sobre lo que le gusta, lo que no le gusta y hacer preguntas sobre lo que quiere saber. Este sentimiento de confianza y seguridad le permite desarrollarse, así como prepararse para nuevos aprendizajes.

El niño, aún cuando sólo acepta algunas de las normas más importantes del medio ambiente, tiene deseos de ser aceptado. Por eso es necesario que las personas que lo rodean, lo comprendan, lo atiendan y le proporcionen cariño para que se desarrolle sanamente.

A continuación estudiaremos los aspectos más importantes que conforman la personalidad del niño de 4 años, con el fin de conocer detalladamente a nuestros perceptores.

1. 2 Medio ambiente

Todo lo que existe alrededor del niño constituye su medio ambiente. Su medio es su familia y cada uno de sus miembros -las opiniones, los sentimientos y el comportamiento que entre sí y hacia él observan-, la casa y colonia donde habita, los amigos que frecuenta, los hechos que presencia. Todos estos elementos influyen sobre él de muchas maneras y ejercen acción sobre su actividad, la corriente de sus ideas, la formación de sus sentimientos y su carácter.

Los elementos básicos universales del medio ambiente infantil son, en orden de importancia: los miembros de la familia -padres, hermanos, abuelos y familiares allegados-, el hogar, la colonia, la escuela, los vínculos y actividades escolares y sociales extrafamiliares.

Así, desde el momento en que el niño nace se encuentra rodeado de otros seres humanos y pronto empieza a reaccionar ante ellos. Su personalidad emerge de entre todas las influencias de su medio ambiente, y siendo el hogar el sitio donde el niño está más frecuente y profundamente sometido a los impactos y estímulos de las personas y de las cosas que lo forman, resulta el terreno más apropiado para que el niño desarrolle su personalidad.

La familia constituye el primer ambiente en que el niño se desenvuelve. Todo lo que se encuentra más allá de su hogar es para él un mundo fuera de la realidad.

En la familia el niño forma sus primeros lazos afectivos con las personas que le rodean: padres, hermanos y hermanas. La calidad de los cuidados de la madre y de los otros miembros de la familia tiene una gran influencia sobre el niño pequeño.

Asimismo, en el seno familiar el niño se impregna del lenguaje y se inicia, poco a poco, en la comprensión y utilización de este medio natural de expresión. A través del lenguaje le llegan al niño toda clase de nociones, ideas y hechos que constituyen un fondo de conocimientos cuyo valor depende del nivel sociocultural de la familia.

En este primer ambiente el niño adquiere hábitos primordiales, por lo que comienza a apreciar y experimentar ciertos tipos de conducta. Para él, su familia constituye un mundo en miniatura del que extrae mucha práctica y experiencia. Es importante tener en cuenta que la mayor parte de la educación decisiva de un individuo se forja precisamente en el hogar. Por muy pronto que un niño vaya a la escuela, ha llevado a cabo un aprendizaje considerable en su hogar.

A pesar de que en la familia el niño establece sus primeros contactos sociales, desde muy temprana edad inicia otro tipo de relaciones. Así, aún antes de entrar al Jardín de Niños, el pequeño ya puede manifestar su deseo de tomar parte en los juegos con otros infantes.

Al asociarse con chiquillos de su edad, el niño aprende a trabajar, jugar y comportarse de acuerdo a sus capacidades físicas y mentales. Aprende también a pedir las cosas en vez de pelear por obtenerlas y a respetar a los otros niños. Comienza a tratar asuntos con sus compañeros de juego e intercambia conocimientos con ellos. De esta forma, los pequeños aprenden a cooperar.

La vida es también más distraída y alegre para el niño que tiene amigos de su misma edad. El desarrollo del sentimiento de la amistad en los niños es un tema de capital importancia por la influencia que ejercen los compañeros sobre su personalidad. La amistad con otros niños le es tan necesaria para su desenvolvimiento como la satisfacción de sus necesidades físicas.

A pesar de que la familia es la institución en donde el niño inicia su proceso de adaptación a la sociedad, la primera oportunidad para el niño de adaptarse en gran escala, se presenta cuando entra a la escuela (Preescolar, Kindergarden o Jardín de Niños). Después de haber sido miembro de un pequeño

grupo (su propia familia), se encuentra siendo uno de tantos, en un grupo numéricamente mayor.

En el nuevo ambiente los niños tratan de poner en práctica los procedimientos sociales aprendidos en el hogar. Si notan que se producen resultados efectivos, persisten; en caso contrario, tenderán a desarrollar nuevos métodos de acercamiento social.

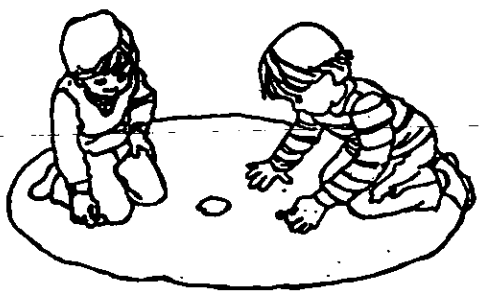
1.3 Pensamiento

Piaget encontró que existen patrones en las respuestas infantiles a tareas intelectuales por él propuestas: niños de una misma edad reaccionan de manera similar; niños de diferentes edades tienen su propia forma característica de responder.

Basándose en los patrones que había observado repetidamente en diferentes situaciones, Piaget clasificó los niveles del pensamiento infantil en cuatro periodos principales:

En la última parte del período preoperacional, los niños participan cada vez más en juegos socializados con compañía real. Estos surgen de aquellos juegos paralelos (jugar al lado de otra persona sin interactuar con ella) en los que reaccionan juntos ocasionalmente. Eventualmente escogen papeles y los actúan con cierto reconocimiento de unos y otros. Este tipo de juego proporciona una forma de adaptarse a las reglas sociales.

Juegos como el de las canicas y el "avión" tienen reglas que se pasan de niño a niño. El pequeño del período preoperacional puede conocer algunas reglas, pero no les hace caso. Cada niño juega al lado del otro, apuntando y tirando de forma independiente. Como cada niño juega por sí mismo, siempre gana. En este período su participación en los juegos sociales está limitada a su incapacidad de aceptar el punto de vista de otro.



FUENTE: Ed Labinowicz, *Introducción a Piaget*, p. 69.

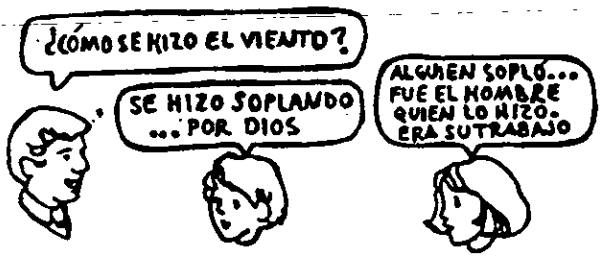
Para los niños del período preoperacional, el juego es una realidad. Un niño que afirma haber visto un león entre los arbustos, informa de su propia realidad. Cuando los niños entran en el período de las operaciones concretas (7 a 11 años) distinguen el juego de la realidad. Los juegos sociodramáticos, de imitación y representaciones de personajes, son importantes actividades en la continua adaptación del niño a su medio.

Como mencionamos anteriormente, los niños del período preoperacional muestran ineptitud para aceptar un punto de vista ajeno al suyo. En lugar de hablar con otros, los niños pequeños tienden a hablar en presencia de otros, pero sin intercambiar información. Como son incapaces de aceptar otro punto de vista,

son insensibles a lo que los demás necesitan escuchar. Sin embargo, la cantidad de habla egocéntrica disminuye gradualmente en la parte final de este período.

FUENTE: Ed Labinowicz, *Introducción a Piaget*, p. 78.

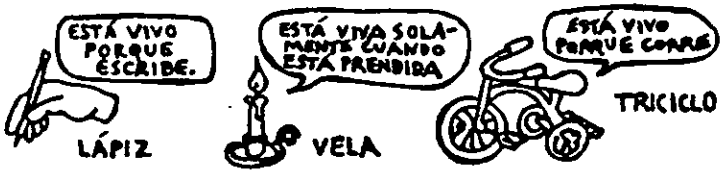
El incesante preguntar del niño pequeño refleja su visión del universo. Para él las cosas no suceden por accidente. Todo está hecho por el hombre o por Dios, para el hombre y para los niños. Como cada efecto debe tener una causa, las normas infantiles para conexiones lógicas son, por necesidad, bastante débiles. Generalmente sus explicaciones están compuestas por hechos sin relación alguna, enlazados como si unos aclararan los otros.



FUENTE: Ed Labinowicz, *Introducción a Piaget*, p. 80.

FUENTE: Ed Labinowicz, *Introducción a Piaget*, p. 80.

El niño de este período ve el mundo con él mismo como modelo, por eso considera que todo lo que se mueve, está vivo.



FUENTE: Ed Labinowicz, *Introducción a Piaget*, p. 80.

1.3.1 Lenguaje

Aunque los niños aprenden a hablar a diferentes edades, el período preoperacional se caracteriza por el surgimiento y el rápido desarrollo del lenguaje. La mayoría de los pequeños dominan un buen número de palabras y frases a los dos años. Gladys Gardner señala en su libro Este es su hijo preescolar, que la mayoría de los niños agregan a su vocabulario 500 ó 600 palabras anuales entre los dos y los cinco años, y es probable que entiendan muchas más.

El lenguaje oral es una función y una destreza que se aprende naturalmente, por una serie de intercambios con el entorno social, sin que en dicho entorno exista un programa conscientemente premeditado para su enseñanza sistemática. En otras palabras, el niño aprende a hablar con su madre y demás adultos, éstos enseñan a hablar al niño, pero nadie sigue un método preestablecido conscientemente para hablar con su hijo.

Los niños de 4 años ya se expresan con claridad. No sólo manejan bien el idioma sino que parecen fascinados por las palabras. Su lengua se va desarrollando por las experiencias que tienen con lo que les rodea; es decir, el significado de las palabras que aprenden a pronunciar se basa en imágenes mentales de experiencias táctiles, visuales o auditivas. "Algodón" es algo que él ha tocado; "tren", algo que ha visto, oído y en el que ha viajado.

El medio sociocultural del niño influye también en el desarrollo de su lengua. En casi el cien por ciento de los casos, podemos determinar la extracción

social de un niño a partir de una simple grabación de su conversación, puesto que las informaciones exteriores que percibe y que constituirán poco a poco su cultura, le llegan principal o exclusivamente a través de la lengua hablada. Sin embargo, la información no familiar (escuela, radio, televisión, libros) le llega a través de un determinado tipo de lengua, característica del ambiente social de las personas que detentan estos medios de producción.

El niño que por carencia de un ambiente familiar posee pocas informaciones culturales, se ve además en dificultad para aprovechar las estimulaciones de los medios de comunicación, por no haber sido familiarizado con el tipo de lengua que éstos emplean.

Ahora bien, la característica principal de los intercambios niño-adulto durante los primeros años es la interacción que deriva en una adaptación recíproca de ambos interlocutores a las capacidades y necesidades comunicativas del otro.

Mucho más que las palabras que el adulto le repetirá todo el día, el niño aprenderá, en primer lugar, aquéllas que le ayuden a resolver sus problemas y a satisfacer sus necesidades, o que le proporcionen un elemento lúdico. Esto equivale a decir que, en gran parte, el niño es quien elige lo que va a aprender.

Estudios realizados sobre las 50 primeras palabras de niños de 18 meses, en varios idiomas, indican que las palabras que se refieren a los pañales nunca habían sido asimiladas, a pesar de que todos los niños los llevan y se los cambian 5 ó 6 veces al día. Sin embargo, palabras referentes a calcetas, zapatos, etcétera, aparecían con frecuencia, sin duda porque es una prenda que los mismos niños habían intentado quitarse o, incluso, ponerse varias veces.

La organización semántica se realiza a través de una serie de adaptaciones entre el niño y el mundo que le rodea, desde el punto de vista de la representación que el niño va haciendo de este mundo y de la comunicación que establece con él. La unión entre referente-significado y significante, establecida por la convención social, hace que la lengua llegue después de un primer contacto con el referente

(la realidad), a través de una experiencia senso-motriz ("agua" viene después del acto de beber, "pantalón" después de habérselo puesto centenares de veces).

Conforme va creciendo, el niño atraviesa una serie de etapas por las cuales su percepción de la realidad se va transformando gracias a su desarrollo cognitivo, sus experiencias y los modelos transmitidos por su ambiente social, principalmente por el lenguaje, la lengua y el idioma concreto.

Hasta aquí hemos visto cómo se desarrolla la capacidad lingüística en los niños. Ahora vamos a ocuparnos del contenido y las motivaciones del lenguaje de los pequeños de esta edad, según Piaget.

El vocabulario a esta edad se va haciendo cada vez más preciso. Entre los 3 y 6 años, el vocabulario presenta un aumento muy importante (entre 2000 y 2200 palabras a los cinco años). Las estructuras sintácticas se acercan, poco a poco, a las normas adultas, pero la función de intercambio de información queda todavía muy reducida. Según Piaget, el lenguaje del niño de 3 a 6 años es, ante todo, egocéntrico, como lo es su pensamiento: el mejor ejemplo de ello se encuentra en el monólogo.

De acuerdo con Piaget, si dividimos la producción total de un niño en lenguaje egocéntrico (monólogo y monólogo colectivo, en el cual el interlocutor sirve solamente de pretexto, pero no participa en la conversación) y lenguaje socializado (información adaptada, crítica, órdenes y pedidos, preguntas, contestaciones), se observa que el monólogo conserva gran importancia, incluso entre los 6 y 7 años y que, entre los 4 y 7 años, el porcentaje de lenguaje egocéntrico alcanza más o menos el 40 ó 45 por ciento. El hablar no sirve, en tales casos, para comunicar un pensamiento sino para acompañar, reforzar o suplantar la acción.

Y cuando hablamos de lenguaje socializado hay que tener en cuenta que el niño, al principio, no se comunica para intercambiar ideas, sino para satisfacer impulsos o necesidades, o para jugar. Estamos otra vez delante de una actitud egocéntrica.

Esto no quiere decir que el niño guarde sus ideas para él solo; al mismo tiempo presenta una gran incontinencia verbal: dice todo lo que piensa, pero no tanto para socializar su pensamiento, sino para reforzarlo.

Un punto particular del lenguaje de los niños de tres a seis años son las preguntas, y principalmente el ¿por qué?. Gran parte de los ¿por qué? piden explicación de hechos que suceden por casualidad: ¿por qué es roja esa flor?, ¿por qué está ahí el árbol?

Esta obsesión de los ¿por qué? no corresponde exactamente a una necesidad de información, se trata con frecuencia de una variedad de ese juego verbal que caracteriza el lenguaje de los niños de esa edad. Sobre todo, lo que el niño espera es una explicación, una causa organizando la realidad; le importa poco la contestación que a veces ni siquiera escucha, lo que le interesa es saber que hay una respuesta a su ¿por qué?

En síntesis, la influencia del medio, sobre todo el familiar, pero él mismo condicionado por su ambiente sociocultural, va a ser determinante en la evolución general del niño y en su evolución lingüística.

Los adultos no debemos adoptar la difundida costumbre de hablarle al niño en su media lengua, de amoldar nuestro lenguaje al de él. Debemos articular con claridad y corrección las palabras; procurar que el niño aprenda a llamar a cada cosa por su nombre. Nunca burlarnos de sus posibles defectos de dicción en ningún momento, sino corregirlos, simplemente, con paciencia, amor y pertinencia.

En el esquema del desarrollo del lenguaje en el niño, el cual se presenta a continuación, podemos observar que continúa el aprendizaje de palabras nuevas y sonidos en el niño de 4 a 5 años. Asimismo, continúa la organización de las palabras en enunciados y comienza a hablar con otras personas, alcanzando así cierta independencia de su madre. Después de los 6 años, cuando comienza la enseñanza formal en el primer año de primaria, la mayoría de los sonidos son adquiridos por el infante, y comienza el contacto con nuevos modelos verbales.

ESQUEMA DEL DESARROLLO DEL LENGUAJE
(Wyatt, Pediatrics, 1965)

	Desarrollo del lenguaje del niño	Papel de la madre
0-12 meses	Estadio pre-simbólico, comunicación pre-verbal con la madre a través de gritos, sonrisas y sonidos ligados a la sensación de placer o disconformidad, balbuceo	Relación verbal dual; la madre es el objeto libidinal y el modelo verbal primario; la madre comunica de forma preverbal por el tacto, el tono de voz, la expresión de la cara, los cuidados, los juegos, etc
1-2 años	Principio del estadio simbólico de denominación; aprendizaje de fonemas; principio de la discriminación entre los sonidos.	Adaptación e imitaciones mutuas, adecuación de palabras, desarrollo de la identificación recíproca. La madre procura el <feed-back> verbal al niño
2-3 años	Principio del estadio relacional; principios de gramática en palabras y estructuras de sonidos.	Sigue la imitación mutua y el <feed-back> recíproco; relaciones sintácticas entre frases y entre palabras.
3-6 años	Continuación de los principios del estadio relacional. Aprendizaje de palabras nuevas; experimentación de la significación de las palabras: continuación del aprendizaje de las estructuras de sonidos, sintaxis y organización del discurso.	Las estructuras primitivas del habla están progresivamente interiorizadas. El niño se vuelve poco a poco independiente de su madre y puede aprender a hablar con otros modelos verbales (personas familiares).
6-7 años	Principios de la enseñanza formal. Las estructuras de sonidos están adquiridas por la mayoría.	Los profesores, amigos, radio, televisión y, finalmente, los libros empiezan a ser partícipes de la comunicación y constituyen modelos verbales.

FUENTE. Marc Monfort, *El niño que habla*, p. 67.

1.3.2 ¿Cómo aprende?

Además de la conducta heredada con la que nace, el niño preescolar va aumentando sus conocimientos. Cada adquisición en su conducta contribuye a formar su personalidad. Si las cosas que aprende le ayudan a adaptarse con facilidad, sin gran esfuerzo o molestia, su felicidad, así como la comodidad de aquéllos que le rodean, se beneficiarán enormemente.

Para su aprendizaje básico, el niño depende en gran medida de la experiencia sensorial, de lo que puede escuchar, ver, tocar y manipular. Salvo cuando duerme, el niño se encuentra en constante actividad: piernas, brazos, manos, dedos y cabeza están moviéndose sin cesar; sus ojos y oídos están recibiendo constantemente estímulos; todo ello se traduce en un importante

aprendizaje. Sobre estas bases de influencia y contacto con el medio que le rodea, el niño va articulando sus reacciones de conducta a través de la experiencia.

Aparte de estos movimientos -incesantes, azarosos y espontáneos-, el niño realiza eventualmente otros, consecuencia de los primeros, que le ponen en contacto con el medio que le rodea. El niño debe tener la oportunidad de intentar las cosas por sí mismo y aprender a través de su propia experiencia.

Un segundo e importante principio en la formación de un hábito o en el aprendizaje de una habilidad, radica en el estímulo para el niño. El infante interesado aprende con más facilidad que el que carece de interés. Los adultos, por lo tanto, debemos alentar a los niños presentándoles ejemplos adecuados para ellos, así como valernos de sus inquietudes para crearles hábitos, habilidades, actitudes y destrezas.

El entusiasmo e interés de los adultos, ayudan al niño; en tanto que las expresiones de aversión, brusquedad y falta de reconocimiento ante sus esfuerzos le hacen perder interés en el aprendizaje por falta de estímulo. Sobre todo en las primeras etapas del aprendizaje, el estímulo debe mantenerse en alto grado, ya que una vez que el niño se encuentra bien proyectado en una actividad o hábito, tiende a conservarse en él por propia inclinación. Cualquier cosa que produzca placer se adopta con mucha más rapidez que aquéllo que va seguido de una sensación de desagrado.

La formación de hábitos debe empezar a edad temprana y de manera sencilla. La correcta formación de hábitos requiere menos tiempo en la edad en que el niño es mucho más moldeable y está más dispuesto; por lo tanto, su aprendizaje debe darse a edad temprana.

Uno de los errores más comunes en el trato con niños pequeños es esperar demasiado de ellos y exigirles cosas que están más allá de sus posibilidades. Al niño le toma tiempo formar sus habilidades y sus hábitos. A medida que se hace mayor, los adquiere con más rapidez y facilidad que en sus primeros años.

Las investigaciones sobre cómo tratar a niños muy pequeños han demostrado que un medio ambiente seguro en el que los adultos (padres y maestros) sienten entusiasmo por su misión y alientan al niño a aprender, despierta en él un interés natural y encuentra satisfacción en adquirir nuevas destrezas y nuevos hábitos; en cambio, en un ambiente de inseguridad, en el que predomina el descuido, el adulto requerirá más tiempo para estimular el aprendizaje.

El ambiente que le circunda y especialmente las personas con quienes tiene estrecha relación, ejercen marcada influencia en el aprendizaje del niño. Esta relación tan íntima y estrecha con los adultos hace que el infante imite sus acciones, su manera de hablar, sus actitudes, de tal forma que se ha denominado a este fenómeno "identificación".

La identificación se hace mucho más fácil con el adulto que se muestra más cariñoso y con mayores deseos de ayudar al niño, y será éste quien

desempeñará un papel mayor en ayudar al niño a adquirir habilidades y forjar actitudes de gran importancia en su futuro.

El aprendizaje mediante juegos es lo más importante. En los primeros 5 años, la mente del niño ha estado ocupada en aprender acerca de sí mismo, de la gente que le rodea y de sus relaciones con ellas. Ha aprendido formas aceptables de expresar y controlar sus sentimientos y deseos.

Durante la mayor parte de las horas en que está despierto, el niño necesita ser corporalmente activo. Debe continuar empleando su atención en el mundo externo, del que todavía tiene mucho que aprender, a través de la observación directa y jugando con otros niños.

Los menores de 6 años aprenden todo lo relacionado con el mundo mediante dos procesos principales. El primero es la exploración: observar, experimentar y preguntar. El segundo es la revalidación de todo lo que han descubierto, para lo que utilizan el juego dramático y los materiales creativos que tienen a la mano. En este juego ellos combinan, de maneras nuevas, el conocimiento que han adquirido.

En el trato de los niños, un cierto número de órdenes son necesarias. La mayor parte de ellas pueden expresarse en forma de pedido, que será alegremente cumplido por el niño, sin sentir el resentimiento que a menudo origina el tener que cumplir una orden. Es bueno tener en cuenta, además, que la memoria de un niño es extremadamente escasa y que no puede cumplir fácilmente más que una orden a la vez. Consideración hacia el niño es el primer paso para enseñarle consideración a los demás.

Algunas actividades que puede realizar un niño de esta edad, de acuerdo al Programa Regional de Estimulación Temprana del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), son las siguientes:

-Saltar con los pies juntos y con un pie después del otro, saltar la cuerda, llevar un vaso con agua, cambiar de posición, caminar sobre una línea, lanzar y recibir la pelota.

-Contar objetos y reconocer colores.
-Conocer los animales, con sus características y ruidos, así como las frutas, alimentos y árboles.
-Cantar y repetir canciones de juego.
-Responder preguntas simples.
-Seleccionar objetos por su forma, tamaño y color.
-Tocar instrumentos simples de música.

1.4 El juego

El juego es la actividad espontánea más característica de la segunda infancia (de los 3 a los 7 años) y constituye una necesidad biológica a través de la cual tiene lugar el crecimiento y el desarrollo del niño. Por medio de un juego sano y activo el infante desarrolla su organismo y crea la vitalidad que habrá de constituir la base de su personalidad.

"El juego en el niño es el trabajo, el bien, el deber, el ideal de vida, la única atmósfera en que su ser psicológico puede insertarse y, en consecuencia, puede actuar. El niño es un ser que juega y nada más"[13].

Jugar es para el niño la cosa más seria del mundo. Para el adulto, el juego o diversión constituye una compensación del trabajo; para el niño, jugar es una actividad importante que ocupa el lugar del trabajo en el adulto.

El juego es el medio privilegiado a través del cual el niño interactúa voluntaria y espontáneamente con el mundo que le rodea, descargando su energía y expresando sus deseos y conflictos. Es una actividad cuyo objetivo es producir una sensación de placer y bienestar que el niño busca constantemente en su actuar espontáneo.

---

[13] Madeleine Abbadie, *et. al.*, **La Educación Preescolar. Teoría y práctica**, p. 179

"En el niño, la importancia del juego radica en el hecho de que a través de él reproduce las acciones que vive diariamente, por lo cual constituye una de sus actividades primordiales. Ocupar largos periodos en el juego le permite al niño elaborar internamente las emociones y experiencias que despierta su interacción con el medio exterior"[14].

El niño juega hasta agotarse. Mediante el juego, el infante se forja percepciones y destrezas que más tarde le permitirán tomar su lugar en el mundo. Asimismo, pone en el juego toda su potencialidad, todo su poder de absorción y dedicación, por eso el juego está lleno de significado para él.

Para llenar mejor las necesidades lúdicas del niño, hay que conocer lo que está sucediendo en su desarrollo. La actividad física de los niños de 4 a 5 años se acentúa en los juegos. Ahora, jugar a la casita o a la tienda constituye una absorbente ocupación. Vestir y acostar a las muñecas, jugar al trenecito o al lechero, tomar pedidos para la tienda a través de un teléfono de juguete, curar a

[14] **Bloques de juegos y actividades en el desarrollo de los proyectos en el Jardín de Niños**, *op.cit.*, p 22.

una muñeca enferma o jugar a ser un conejo o un pájaro, constituyen en realidad un reflejo de la vida que rodea al niño.

"El juego es una especie de escuela de relaciones sociales, ya que disciplina a aquéllos que lo comparten, los hace aprender a tomar acuerdos, a interrelacionarse, a integrarse al grupo, a compartir sentimientos, ideas; es decir, forma el sentido social"[15].

El juego es la principal actividad del niño preescolar. No sólo es un entretenimiento sino también una forma de expresión mediante la cual el niño desarrolla sus potencialidades. Por eso, el juego es un medio fundamental para el aprendizaje durante la edad preescolar, ya que el niño aumenta sus conocimientos con las experiencias que se derivan del jugar.

Un niño de entre 2 y 6 años aprende con todo su ser. Sus sentidos y sus músculos, así como su mente, se aplican totalmente al objeto o acción que ha atraído su atención y curiosidad.

Con el juego el niño se interesa más y se involucra tanto física como emocionalmente. Cuando un niño desea aprender el nombre y los usos de cierto objeto, el pequeño siempre prefiere que se le muestre prácticamente la forma de utilizar el objeto, mediante el juego, pues le resulta difícil comprender las explicaciones verbales.

El niño también aprende con facilidad cuando obtiene satisfacción de cierta actividad, de ahí el valor educativo de ésta si se realiza por propia iniciativa, espontáneamente, produciendo satisfacción en sí misma. Los niños aprenden mejor cuando hacen las cosas que les agradan y sienten necesidad de hacer, que cuando se les obliga a hacer otras. Por lo tanto, el juego tiene que ser lo más espontáneo posible. Decirle cómo jugar y a qué jugar tienden a destruir su iniciativa y su imaginación, así como también a disminuir el valor del juego como situación de aprendizaje.

---

15 *Ibidem.*

Los niños aprenden mucho a través de sus sentidos, aún antes de que puedan formular preguntas. Es por ello que se les debe proporcionar materiales que los estimulen. Las experiencias con los colores, sonidos y tacto a través de la percepción y manipulación, constituyen una parte importante en la educación del niño.

Al niño preescolar le encanta participar en las actividades de los que le rodean, por lo que debe dejársele ayudar en tantas ocasiones como sea posible, pues el niño obtiene un gran placer al realizar la actividad, aparte del sentimiento de responsabilidad e importancia que eso le da.

Al utilizar el juego como medio de aprendizaje, hay que tener en cuenta que los niños pequeños se cansan de cualquier actividad prolongada. Su atención e interés van rápidamente de una cosa a otra y, por lo general, les disgusta repetir el mismo procedimiento muchas veces. Por lo tanto, es aconsejable variar las actividades lúdicas del niño.

1.4.1 Juego dramático: personificaciones e imitaciones

Todos los niños saben cómo hacer creer o figurarse las cosas, y estas cualidades son de capital importancia en el aprendizaje. Saben cómo personificar e imitar a la gente y, utilizando la varita mágica de su imaginación, asignan a un objeto o material las condiciones particulares que necesitan reconocerles en ese momento.

Para el niño, las cosas no son percibidas ni utilizadas como lo son para los adultos; para nosotros las cosas son lo que son. El niño mágico las ve como las desea: la caja de cartón se transforma, a gusto suyo, en cama para la muñeca. De aquí nace el juego dramático y creador.

Por lo general, el juego dramático del niño tiene como centro las actividades de quienes les rodean. Sus padres son sus primeros modelos. Así, él juega a lavar y a cocinar, y también a manejar el coche. Pero a medida que su experiencia crece y aumenta su poder de observación, sus papeles se hacen más numerosos. Imitan las acciones del cartero, del basurero, del conductor del

camión, del médico, porque estas personas tienen funciones reales, activas y dramáticas para ellos. A los 4 años el niño refleja en su juego cada vez más las actividades de las personas que le rodean y los objetos que usan.

Todo este juego dramático implica mucha actividad física. El niño continúa desarrollando sus habilidades corporales. Ya no corre más por el simple hecho de practicar la carrera sino porque es un caballo que galopa, y cuando trepa en algún sitio lo hace porque es un mono.

Mediante sus variadas actividades en el juego dramático-creativo, el niño incorpora gradualmente el conocimiento que adquiere diariamente en sus observaciones del mundo que le rodea. Así, el niño puede ser pato, conejo, lobo, policía, ladrón, panadero, bombero o mecánico, pero también tren, avión o carro.

Cuanto más activo y enérgico es el niño, más dramáticas le resultan las personas, animales y objetos que implican mucho movimiento y ruido, por lo tanto, más los imitará en sus juegos.

El mundo en miniatura que el niño crea, está basado en sus observaciones del mundo real. Esta clase de juego puede observarse diariamente, en cualquier grupo de niños de 4 ó 5 años de edad, en su hogar o en el Jardín de Niños.

1.4.2 Juego simbólico

En la etapa preescolar, el juego es esencialmente simbólico, lo cual es importante para el desarrollo psíquico, físico y social del niño, ya que a través de éste el infante desarrolla la capacidad de sustituir un objeto por otro.

En situaciones aburridas o desagradables, la fantasía es un recurso interno que el niño tiene para adaptarse a lo que el medio le demanda. Así, una almohada o una botella pueden convertirse en una linda muñeca para una niña de 4 años que carece de una.

En el centro del juego simbólico está el símbolo. La razón por la cual ciertos juegos simbólicos se gozan y se juegan tanto, debe ser por la riqueza de los símbolos que contienen.

El juego simbólico constituye una adquisición que asegura en el futuro el dominio de los significantes sociales y la posibilidad de establecer relaciones afectivas más ampliamente.

1.5 La imaginación infantil

La época de más potente imaginación en la vida del niño es la que comprende la edad preescolar. La imaginación es un don sin el cual el mundo del niño sería pobre y frío. Constituye una de las más grandes fuentes de alegría y deleite humanos; es como un resorte que hace surgir las habilidades de inventiva y creatividad.

La fuerza de imaginación en un niño se encuentra con frecuencia estrechamente ligada a su felicidad y a su modo de actuar, puesto que el niño, con su penetrante sentido del mundo de la fantasía, encuentra en ella mucho que pensar y llevar a cabo.

La imaginación es un caudal inapreciable en la vida de los adultos. Sólo la persona que tiene imaginación es capaz de participar de las alegrías y tristezas de los demás. Una persona imaginativa es un compañero simpático y comprensible. Si la imaginación no es cultivada durante la infancia, puede marchitarse y desaparecer.

Cuando hablamos de la imaginación infantil, nos referimos a la fantasía que los niños despliegan tan fácil y frecuentemente en sus juegos. En esta clase de actividad el niño toma sus contenidos de lo que ha oído, de los cuentos que le han contado y de los programas de televisión que ha visto.

La mezcla de vaqueros, indios, ladrones, hombres espaciales, brujas y hadas; la vida en la jungla; la transformación en animales y las aventuras en el

mar, contienen información proveniente de lo que sabe de la realidad y de los cuentos creados a partir de ella.

El estimulo de la imaginación es algo que deseamos para todos los niños, no solamente por el placer que esa clase de actividad les proporciona, sino también por el tipo de pensamiento que les permite desarrollar.

A todos los niños les agrada el juego imaginativo que no exige otra cosa que los ruidos adecuados y los movimientos característicos de los personajes que representan.

Los adultos podemos facilitar el desarrollo de la imaginación permitiéndole a los pequeños experimentar, hacer cosas en nuevas y diferentes formas, si así lo desean; en vez de imitar servilmente a otros y ceñirse a las limitadas formas convencionales. Cuando un niño está pintando, hay que dejarlo reproducir lo que desee y no algún modelo que para él sea de escasa o ninguna significación. De la misma manera, en música, dibujo y relato de cuentos deben ser estimuladas las expresiones que son propias, espontáneas del niño y no dirigidas.

Como las mentes de los niños no se hallan limitadas por muchos hechos que conciernen a sus ambientes, los vuelos de su fantasía son a veces asombrosos. Así, un niño puede crear un universo que le pertenece, donde todas las cosas están de acuerdo con su gusto, donde puede hacer cuanto le plazca. En este universo, todos los árboles pueden ser árboles de Navidad, la luna puede ser una pelota, los dulces su único alimento. Aquí el niño también puede crear personajes imaginarios que ejecutan sus órdenes, y otros que, como proyecciones de sí mismo, hacen las cosas que él quisiera hacer, en la manera en que él querría hacerlas.

Para ayudarle a desarrollar su imaginación, los adultos debemos facilitarle oportunidades de tomar parte directa en actividades reales, apropiadas a su edad y habilidades (como dibujar y pintar cuadros acerca de personas y lugares maravillosos); así como procurarle una vida social en la que pueda sentirse contento, ya que el niño que tiene muchas experiencias reales, es mucho más

capaz de utilizar sus recursos para la formación de una vida imaginativa plena y rica.

Además, el conocimiento del niño incesantemente se ve aumentado por la imaginación. Al incitarlo a que haga observaciones cuidadosas, a que cuente exactamente lo que ha visto, se le está induciendo a analizar las cosas y a apreciar finos detalles. Por ejemplo, un contacto precoz con los detalles íntimos de la naturaleza, a través del conocimiento de la vida de los insectos, peces y aves, constituye una manera sencilla de ir interesando al niño en los temas de las ciencias naturales.

Cada nueva revelación de la naturaleza hace que se vaya adentrando más en la valoración de las normas que rigen la vida. En todos sus juegos dramatiza la vida que le rodea, está aprendiendo algo de sus realidades, aunque sólo por imitación. Al imaginarse que está obligado a comer galleta dura porque está abandonado en una isla desierta, está poniendo a prueba su paciencia y autodominio.

Para que los niños obtengan beneficio al aprender por medio de su imaginación, es preciso que se sientan rodeados de un ambiente de plena libertad. No necesitan perfección ni refinamiento en su ambiente para sentirse felices; los niños adornan con la magia de su imaginación las cosas más ordinarias y comunes. Por ejemplo, sentados en la banqueta con un cordón, harán esfuerzos por pescar un pedazo de madera que en nada se parece a un pez.

El niño preescolar también atribuye a los objetos naturales los mismos pensamientos y sentimientos que lo impulsan a él. Por ejemplo, el viento que aúlla en las ventanas, es una persona real para él.

Los infantes usan de manera insospechada todo cuanto ven o tocan; así, juntan piedritas para hacer un castillo tan fantástico como un sueño, pero real y concreto para ellos. Excediéndose a toda incongruencia, forjarán un relato con los elementos más absurdos, como los que nos contaron Angel y Alejandra, de 4 años:

CONVERSACIÓN CON ANGEL

-Platicame de tus hermanos, Angel

-"Es que mi hermana yo le rompí la cabeza de su muñeca, y después, mi hermana me pellizcó y me pega y también me rompe mis muñecos y también este . me le rompe botones de mi chamarra y yo le rompo su cabeza de todas las muñecas y ella me rompe las manos y las piernas y las cabezas porque yo no quería que las rompara... y también tengo muchos hermanos que ya los encarcelaron y los mataron y que le salieron sangre".

-¿Y por que los mataron?

-"Es que fueron asesinos... Y a la muñeca de Fer le puse la cabeza de mostro".

CONVERSACIÓN CON ALEJANDRA

-¿Cuántos hermanos tienes Alejandra?

-"Cien".

-¿Y cómo se llaman?

-"Ya no me acuerdo porque no me dicen su ombe".

-¿Y tus hermanos son grandes o chiquitos?

-"Chiquitos como yo. Hay una niña que se llama Yena y que se muere solita y me echa la culpa y que me acusa para que me acusen y yo no la muero, ella dice mentiras, se muere ella. Primero se esconde y luego se muere para que me echen la culpa a mí, y para que me regañen y me sienten en una sillita".[16]

Debemos tratar de seguir la corriente de fantasía del niño, escucharlo atentamente, ya que cortarlo bruscamente, reírse, ridiculizarlo o disgustarse con él, es correr el riesgo de perder su confianza.

Las preguntas que formulan los niños deben ser tratadas con franqueza, si es que se quiere mantener la confianza del niño. Cuando al niño nos lo quitamos de encima diciéndole verdades a medias, cada vez será menos probable que recurra a nosotros en busca de información.

[16] Los relatos de Angel y Alejandra, así como conversaciones con otros pequeños del Jardín de Niños Pavón, fueron registradas en audiocasetes.

1.6 Narraciones para los pequeños

Desde la primera infancia (del nacimiento a los 3 años) los niños disfrutan de sensaciones tales como verse mecido o arrullado. Este placer por el ritmo es aprovechado por la madres para aquietar y apaciguar a sus hijos, o para hacerlos reír y cantar, como cuando una mamá baila con su bebé en brazos. Arrullos y juegos con los dedos, a base de cuentos cortos y rítmicos, gustan a los pequeños de la primera infancia. Inicia así el contacto del niño con sonidos, cantos y narraciones.

Conforme el niño crece, los cuentos y las narraciones van adquiriendo mayor importancia. Durante la etapa preescolar los relatos adquieren un gran valor, ya que introducen al niño en el mundo de la imaginación y la fantasía. Por ejemplo, si se le cuenta una narración acerca de perros que vuelan o de nieve que arde, el niño la considerará sumamente divertida y añadirá detalles de su propia fantasía.

Los cuentos también estimulan su memoria, sobre todo cuando son narrados por partes, pidiendo al niño un pequeño resumen o haciéndole algunas preguntas antes de seguir.

Los primeros cuentos que atraen la atención de un niño preescolar son los que se refieren a ellos mismos. Todas las mamás saben del intenso interés con que los niños escuchan los cuentos sobre lo que ellos hicieron cuando eran bebés o las fantásticas narraciones en las cuales el héroe o heroína llevan el nombre del niño.

Los niños gustan de narraciones en las que reconocen las experiencias que se relatan: narraciones sobre un niño que toma un baño, que fabrica un hombre de nieve, que realiza un paseo en automóvil. Tanto con las imágenes plasmadas en los cuentos como con las narraciones, el niño está reforzando su propio conocimiento, recientemente adquirido. Por eso le gusta oír la repetición de ciertos pasajes de un relato, una y otra vez.

A medida que el niño avanza en sus conocimientos, se amplía el horizonte de sus inquietudes. Primero progresa del interés en sí mismo al de las cosas

Asimismo, las estaciones y las fiestas proporcionan una infinita variedad de materiales para incoporar al conocimiento del niño. Cuanto mayor variedad de conocimientos acumule, más tendrá que añadir a los cuentos que invente.

Se puede incrementar el poder de expresión del niño proporcionándole material para manifestarse y mostrándose interesados y conformes con sus intentos de expresarse. Como ya mencionamos, no debemos burlarnos de las palabras raras, los tonos de voz o los cuentos que el niño invente, ya que tienen una significación especial para él que debe ser respetada por las personas mayores.

Para los niños de 4 años deben elegirse libros escritos en términos sencillos, que traten asuntos relacionados con sus experiencias personales y con elementos con los que esté familiarizado. Por ejemplo, para una niña de cuatro años que nunca ha visto un desierto, un camello o un árabe, no es adecuado leerle una narración acerca de una expedición al desierto, porque tal narración provocará muchas preguntas. A esa edad es mucho más apropiado leerle una narración acerca de una casa o de una granja. Esto reforzará y ampliará su conocimiento sobre las cosas más cercanas al hogar. El propio interés del niño es una buena guía en las narraciones apropiadas para él.

Al narrar un cuento para niños debemos hacerlo con palabras claras y sencillas, utilizando los términos que el pequeño conoce y dando a éstos la entonación y expresividad debidas. De acuerdo a la opinión de las educadoras del Jardín de Niños Pavón, institución educativa en la que realizamos esta investigación, algunas actividades que pueden acoplarse al cuento para dar participación activa a los niños son las siguientes:

-Parar de vez en cuando para que los niños completen la frases o digan la frase que sigue.
-Pedirles que repitan en eco ciertas expresiones o gritos.
-Jugar con distintas inflexiones de voz en los diálogos.
-Hacer los ruidos de fondo (animales, viento, lluvia, vehículos...).
-Narrar historias que se equivocan (donde es la abuela la que se come al lobo, donde Pulgarcito es muy grande...) y pedir a los niños que griten a cada

equivocación. A partir de una equivocación inicial, que continúen lógicamente el cuento[17].
-Pedirles que narren un cuento equivocándose.

Al igual que las narraciones, debemos seleccionar muy bien los programas de cine, radio y televisión para los niños pequeños con el fin de evitar que se asusten, pues aún en las películas infantiles se incluyen algunas veces escenas que les provocan miedo.

1.7 Panorama general del desarrollo del niño de 4 a 5 años

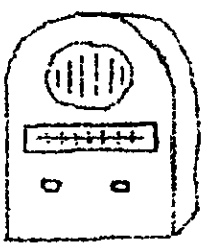
A continuación presentamos una tabla con los niveles de madurez alcanzados por los niños de 4 años en los siguientes aspectos: motricidad, intelecto, noción corporal (conocimiento que el niño tiene de su cuerpo), contacto social y lenguaje, para dar un panorama general de su grado de desarrollo. Los datos utilizados para la realización de esta tabla fueron recabados del libro: Estudio de la evolución del niño de 3 a 6 años y niveles de madurez que corresponden a su desarrollo.

[17] *E.g.*:
-Erase una vez una niña que se llamaba Caperucita Azul...
-¡No! ¡Roja!
-Si, Roja..., bueno, entonces viene su tía y le dice..
-No es su tía, ¡es su mamá!
-Es verdad, viene su mamá y le dice: llévale esta cesta a la abuela porque está muy malo...
-¡Mala!, si es la abuela, ¡está muy mala!

MOTRICIDAD	INTELECTO	NOCIÓN CORPORAL	CONTACTO SOCIAL	LENGUAJE
-Es muy activo	-Puede contar historias mezclando realidad e irrealidad	-Pregunta sobre la procedencia de los niños.		-Se interesa por palabras nuevas y su significado.
-Es capaz de saltar corriendo o parado, con los pies juntos sobre sus puntas, así como de cojito.	-Pide explicaciones detalladas A menudo pregunta tantas veces que el adulto no sabe qué contestar			-Juega con las palabras, pregunta infatigablemente para mantener la conversación y como medio de información.
-Puede transportar un vaso de agua sin derramar una gota.	-Nombra algunas funciones de las partes de su cuerpo.			
-Toca la punta de la nariz con el índice, si así se le pide	-Sabe el origen de algunas cosas y para qué sirven.			-Habla mucho sobre cualquier cosa , manteniendo largas conversaciones.
-Imita ritmos y le gusta disfrazarse.	-Conoce el día de la semana y las características y acontecimientos del día y de la noche.			-Relata, cuenta experiencias, informa sobre acontecimientos.
-Manifiesta seguridad en si mismo.	-Puede prever cambios de clima pero no llega a tener verdadera noción de las estaciones. Asimila el invierno y el verano con el frío y el calor.			-Describe. Usa lenguaje elaborado para dar información especifica o particular Su conversación es amplia.
	-Mantiene su atención en una actividad por más tiempo.			-Al describir un dibujo enumera las cosas que ve y agrega algún comentario descriptivo.
	-Hace preguntas con respecto a él y a todo lo que le rodea.			-Conversa con compañeros imaginarios y habla de ellos (soliloquio)
	-Si se le pregunta cómo llegar a determinado lugar, puede intentar describir el camino.			-Hay monólogo colectivo
	-Escucha cuentos y lecturas con interés. Conoce algunos sonidos onomatopéyicos			

Capítulo dos

La radio como medio de comunicación



emisores y perceptores; o unilateralmente, o sea sin intercambio de papeles, de tal modo que una parte continuamente emite y la otra continuamente percibe los mensajes.

Es posible identificar cuatro combinaciones entre las dimensiones "recíproca-unilateral" y "directa-indirecta". Recíproca-directa es la comunicación en la conversación personal, cara a cara. Una comunicación recíproca-indirecta existe al hablar por teléfono. Unilateral-directa es la comunicación en una conferencia. Unilateral-indirecta es la comunicación mediante la palabra escrita e impresa (carta, telegrama, periódico) o el cine, la radio y la televisión. **Toda comunicación social transcurre de modo unilateral.**

Los actores, en una comunicación social, están unidos siempre sólo por un medio técnico; y este medio está siempre construido de tal forma que los mensajes son transmitidos en una sola dirección; es decir, que los papeles de los actores no pueden cambiar a voluntad sino que están preestablecidos por las características del medio.

c) Comunicación privada y pública. Si lo expresado se dirige exclusivamente a una persona determinada o a un número limitado de personas definidas de manera inequívoca, calificamos a esta comunicación de privada. Por el contrario, si la intención del informante es de que el mensaje llegue a cualquiera que está en posición de obtener acceso a él y con el deseo de dirigirse a lo expresado; es decir, si el círculo de los perceptores no está estrechamente delimitado ni claramente definido por el informante, la comunicación tiene el carácter de social o pública. **La comunicación social es fundamentalmente siempre pública**"[18].

Veamos ahora lo que significa el término 'social'. La palabra 'social' (o 'masa') designa a todos los hombres que se dirigen hacia los medios de comunicación social, ya sea cine, radio, prensa y televisión. Esta multitud constituye el público. Maletzke distingue dos clases de público:

El "público presente" es el número de personas reunidas en cierto lugar a una hora precisa, el cual permite que se dirija hacia ellas un mensaje, por ejemplo, una obra de teatro, una conferencia o un concierto. Por su parte, el "público disperso" o "colectividades" es el grupo de personas que se dirige hacia

[18] *Cfr.* Gerhard Maletzke, **Psicología de la comunicación social**, p 27-31

mensajes transmitidos por los medios de comunicación social. La comunicación social se refiere a este tipo de público, y sus caracteristicas son las siguientes:

> "a) El público disperso o colectividades no son cuerpos sociales duraderos. Se generan de vez en cuando gracias a que un cierto número de personas torna hacia un mensaje de comunicación social.
>
> b) Los mensajes hacia los que torna el público disperso son transmitidos por los medios de comunicación social y no por la comunicación personal directa.
>
> c) Los componentes de una colectividad representan en su totalidad un agregado de individuos separados entre si en el espacio.
>
> d) Una colectividad, dentro del marco de la comunicación social, se compone por regla general de un número relativamente grande de personas.
>
> e) Entre los miembros de una colectividad no existen normalmente contactos humanos directos; por regla general, no se hallan en comunicación inmediata. Debido a la separación espacial y a las pocas motivaciones para tales comunicaciones, los que reciben los mensajes permanecen recíprocamente anónimos, no se conocen entre ellos, y saben tan sólo que además de ellos hay numerosas personas que reciben el mismo mensaje.
>
> f) El público disperso comprende muchas veces personas que vienen de diferentes capas sociales, que viven bajo diversas condiciones y que difieren considerablemente en sus intereses, opiniones y actitudes, en su nivel de vida, en sus hábitos y experiencias.
>
> g) La colectividad no es estructurada ni organizada, no presenta ninguna especialización y no tiene tradición, ni costumbres, ni reglas de comportamiento y ritos, ni instituciones"[19].

Por lo anterior, Maletzke concluye que la comunicación social es la forma de comunicación en la cual los mensajes son transmitidos de manera indirecta, unilateral y públicamente por medios técnicos de comunicación, a una colectividad.

---

[19] *Ibidem.*

Ahora bien, debido a que la radio pertenece a los medios de comunicación social, revisaremos la Teoría sobre los medios de comunicación social (Teoría democrático-participativa), que Denis McQuail sintetiza en los siguientes postulados:

*Los ciudadanos individuales y las minorías tienen derecho a acceder a los medios de comunicación (derecho a la información) y derecho a que los medios de comunicación sirvan a sus necesidades tal como ellos las decidan.

*La organización y el contenido de los medios de comunicación no deben someterse al control político centralizado ni a la burocracia del Estado.

*Los medios de comunicación existen ante todo para sus audiencias.

*Los grupos, las organizaciones y las comunidades locales deben tener sus propios medios de comunicación.

*Los medios de comunicación en pequeña escala, interactivos y participativos son mejores que los medios de comunicación en gran escala, unidireccionales y profesionalizados.

*Determinadas necesidades sociales relativas a los medios de comunicación no se ponen debidamente de manifiesto a través de las demandas del cosumidor individual, ni a través del Estado y sus principales instituciones.

En resumen, Mc Quail señala que "el punto central de la teoría democrático-participativa radica en las necesidades, los intereses y las aspiraciones del perceptor dentro de una sociedad política. Se interesa por el derecho a una información relevante, el derecho de réplica, el derecho a utilizar los medios de comunicación para mantener relaciones entre los asentamientos comunitarios a pequeña escala, los distintos grupos de interés y la subcultura..."

Aunque esta teoría reconoce la importante función que deberían desempeñar los medios de comunicación, en la actualidad podemos apreciar que estos postulados no se cumplen. Por ejemplo, los niños no pueden acceder

libremente a los medios de comunicación. Además, el público infantil es considerado por los radiodifusores como un grupo minoritario, y lo que a ellos les preocupa es atender a la gran masa que escucha programas como *La Z*.

Asimismo, los medios de comunicación no existen para sus audiencias, puesto que a los productores no les interesa lo que queremos ver u oír. Cuántas veces no hemos escuchado por radio o televisión sólo lo que el gobierno y los dueños de los medios de comunicación quieren que escuchemos, y no lo que nosotros deseamos.

Por otra parte, el mismo autor asigna a los medios masivos siete características comunes:

> "a) *Necesidad de una organización formal compleja.* La publicación de un periódico o la producción de un programa de radio o de televisión exigen el uso de recursos de capital y, por consiguiente, control financiero; demandan gran cantidad de personal y cuerpo directivo altamente especializado, y suponen la aceptación y aplicación de controles normativos y de un mecanismo de rendición de cuentas. Debe haber una estructura jerárquica interna que asegure continuidad y cooperación. Estos requerimientos sólo pueden cumplirse si existe una organización formal; en consecuencia, las comunicaciones masivas deben distinguirse de la comunicación informal, no estructurada e interpersonal.
>
> b) *Dirigida a públicos amplios.* La audiencia de los medios masivos de comunicación se compone de un número relativamente grande de personas.
>
> c) *Contenidos públicos abiertos a todos.* Puesto que la comunicación humana se basa en la posibilidad de compartir significados y expectativas, la comunicación abierta implica la existencia de normas y valores comunes a emisores y público.
>
> d) *Públicos heterogéneos.* Según Wirth (1948): "La masa está integrada por miembros heterogéneos pues incluye personas que viven en condiciones muy diferentes, que provienen de diversos estratos sociales, tienen distintas ocupaciones y, por lo tanto, poseen intereses, modos de vida y grados de prestigio, poder e influencia que difieren entre sí". Lazarsfeld (1948) realizó un estudio acerca de la audiencia radiofónica en los Estados Unidos y extrajo la conclusión de que la

radio, más que cualquier otro medio, llega a todos los grupos de la población de modo uniforme. Una paradoja relacionada con la aparente heterogeneidad del público de los medios masivos de comunicación consiste en que cualquier agrupamiento de audiencia debe compartir un cierto interés por esos medios, por determinados temas y aspectos, y poseer un bagaje común de valores y convenciones culturales.

e) *Alcance simultáneo a una gran cantidad de personas que están distantes de la fuente y que, a la vez, se hallan lejos una de otras.* Esta característica hace posible una mayor velocidad en la difusión y en la respuesta; además, la simultaneidad permite una mayor uniformidad en la selección e interpretación de los mensajes. En ausencia de comunicaciones masivas, sólo los mensajes muy simples se transmitirán sin alteración de una persona a otra, y de esa manera aumenta considerablemente la posibilidad de una reinterpretación y una percepción y evocación selectiva. Los medios masivos no eliminan la selección y la interpretación de los mensajes en el proceso de comunicación, pero tales actividades quedan relegadas casi exclusivamente a la fase de "codificación", cuando los emisores los elaboran y transmiten.

f) *La relación entre emisor y público es impersonal.* Las personas a las que sólo se conoce en su función pública de emisores se dirigen a una audiencia anónima. El carácter impersonal surge en cierta medida de la tecnología de la divulgación masiva y de algunas exigencias de la función de emisor público. Entre estas exigencias podemos mencionar, por ejemplo, la necesidad de ser objetivo y de no estar personalmente comprometido en la selección de las noticias ni en el manejo de los contenidos que tienen significación normativa.

g) *El público es un conglomerado de individuos a los que une un foco común de interés, pero no se conocen entre sí.* La colectividad representa un grupo de individuos separados entre sí en el espacio que se dirige hacia los mismos mensajes transmitidos por los medios de comunicación social"[20].

---

[20] Dennis McQuail, "Caracteristicas de los medios de comunicación masiva". *Inclu.* en Goded, Jaime; **Los medios de la comunicación colectiva**, p 126-129

2.2 ¿Qué es la radio?

Tecnológicamente la radio es un medio inalámbrico que pone en contacto a por lo menos dos sujetos: emisor y perceptor, gracias al envío de señales sonoras a distancia en forma dispersa y unidireccional.

La relación que debería existir entre el oyente y la radio, es señalada por Bertolt Brecht de la siguiente manera:

> *"La radio no posee más que un aspecto, mientras que debería tener dos. La radio es un simple aparato de distribución; no hace más que transmitir. Para hablar ahora en forma positiva; es decir, para seguir la pista de lo que la radio tiene de positivo, he aquí una propuesta tendiente a transformar su función: hay que transformarla de aparato de distribución en aparato de comunicación. La radio podría ser el más formidable aparato de comunicación que pueda imaginarse para la vida pública, un enorme sistema de canalización o, más bien, podría serlo si supiese no sólo emitir, sino también recibir; no sólo hacer escuchar al oyente, sino hacerlo hablar; no aislarlo, sino ponerlo en relación con los demás. Sería necesario entonces que la radio abandonase su actividad como proveedor y organizara este abastecimiento a partir de los mismos oyentes".*[21]

Por lo anterior, podemos decir que la radio es un medio de difusión colectiva en donde el perceptor es una masa no uniforme. Es más bien, un medio de distribución de información que no establece necesariamente un proceso de comunicación.

"Si la radio es un medio de comunicación masiva, de difusión, de comunicación social o solamente de comunicación tecnificada, dependerá siempre del criterio con que se utilice, de la adecuación del mensaje al proceso y sobre todo del papel que juegue el auditorio de la radio. Si el destinatario del proceso, el auditorio, es considerado como elemento importante, tanto más podrá considerarse a la radio como un medio de comunicación"[22].

---

[21] Bertolt Brecht, "Teoría de la radio", *ibid.*, p. 297

[22] Ma. Cristina Romo Gil, **Introducción al conocimiento y práctica de la radio**, p. 14

2.3 La transmisión por radio

La radiodifusión es un sistema de transmisión de señales, pero también es un sistema de comunicación de signos y significados; por lo tanto, incluye estos dos procesos que veremos por separado para un mejor entendimiento.

2.3.1 Proceso de la señal radiofónica

La radio es un sistema porque tiene objetos definidos que son sus componentes o sus partes, con atribuciones o funciones específicas que se relacionan entre sí manteniendo unido al sistema. Basándonos en el modelo comunicativo propuesto por Shannon y Weaver, la transmisión de señales por radio tiene los siguientes elementos:

a) *Fuente*: es la propia estación radiofónica. Ésta genera una corriente alterna a una frecuencia determinada.

b) La fuente alimenta al *transmisor* de radio, el cual modifica algunas características del mensaje transformándolo en señales. Materialmente, el transmisor de radio es la antena de la estación radiofónica que emite al espacio las ondas moduladas.

c) *Canal*: es el aire por donde se desplaza la información en forma de ondas.

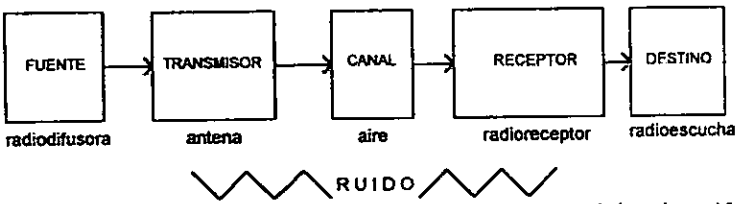
d) El canal sirve de transporte a la información. El *receptor* de radio la recibe; capta, detecta, amplifica, decodifica y transforma la onda en el mensaje original que dio lugar a la señal. Aquí se inicia otro sistema de comunicación entre el aparato receptor de radio y el destino.

e) El *destino* es el radioescucha y el punto final del proceso.

f) Otro elemento es el *ruido,* el cual invade a todo el sistema, distorsionándolo y provocando que el mensaje no sea tan fiel como fue emitido. El ruido puede afectar a la transmisión con una baja calidad de la señal; en el aire

puede aparecer como estática o interferencia; y también puede darse en el receptor de radio. Asimismo, las fuentes de energía y el medio ambiente provocan ruido.

Este modelo representa un sistema general de comunicación, por lo que excluye cualquier referencia a contenidos; sólo se refiere al fenómeno que cualquier sistema de comunicación supone: la transmisión de señales. De manera gráfica, el esquema de la transmisión de señales por radio, según el modelo de Shannon y Weaver, quedaría de la siguiente manera:



FUENTE: Ma. Cristina Romo, *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*, p. 15.

2.3.2 Proceso del signo

El objeto comunicativo de la radio es transmitir un mensaje, el cual puede tener diversas intenciones: informar, educar, entretener, vender productos o servicios, servir de ambiente o de fondo musical.

En el proceso del signo, en el cual sí se hace referencia al contenido de los mensajes, la fuente es el comunicador, locutor, comentarista o actor que quiere enviar un mensaje con un contenido específico. Este contenido debe tener relación directa con el auditorio, de lo contrario no se emite. Cuando se inicia este proceso de comunicación se supone que ya se han realizado otros procesos en los cuales el emisor ha elegido un contenido, un formato y un horario para transmitir su mensaje.

Posteriormente el emisor hace una primera codificación; es decir, utiliza un lenguaje, presentación y estilo acordes con el contenido y que sean comunes al receptor; de esta manera se asegura que el destinatario entenderá el mensaje.

"Maletzke habla de dos presiones que pesan sobre el comunicador y son la presión del mensaje y la presión del medio sobre sí mismo. Ya no es el mensaje que la fuente quiere enviar, sino el mensaje que debe enviar tomando en cuenta al destinatario y en el código adecuado al medio"[23]. Por lo tanto, el comunicador debe realizar una investigación para averiguar las necesidades, deseos y expectativas de su auditorio.

Del comunicador el mensaje pasa al transmisor para realizar una segunda codificación. El mensaje se transforma en una señal capaz de pasar a través del aire (canal) para que pueda llegar al receptor. Entonces tenemos la señal con un contenido; es una señal/signo que significa y contiene el mensaje. Esta señal es captada por el receptor de radio, el cual la recibe y decodifica para transformarla en el mensaje que el radioescucha va a percibir.

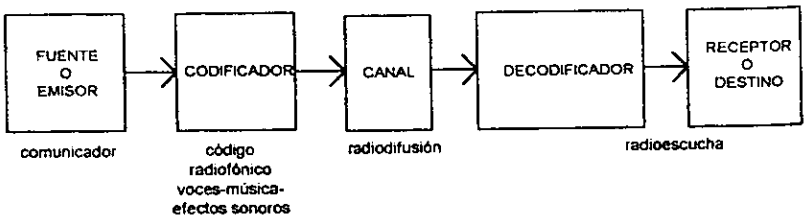
Entonces se inicia nuevamente el proceso de comunicación. En este nuevo sistema el problema principal reside en la decodificación del mensaje que hace el público. Esta decodificación se verá afectada especialmente por lo que Maletzke llama el efecto del medio sobre el receptor, la presión del medio sobre el emisor y la imagen que tiene el receptor del medio.

Estas presiones representan el ruido que entorpece el proceso comunicativo. No estamos en presencia de un ruido físico que se puede detectar y localizar fácilmente, sino que nos enfrentamos a la personalidad de los radioescuchas, y en la que influyen factores biológicos, psíquicos, sociales y culturales.

El proceso del signo se muestra en el siguiente esquema:

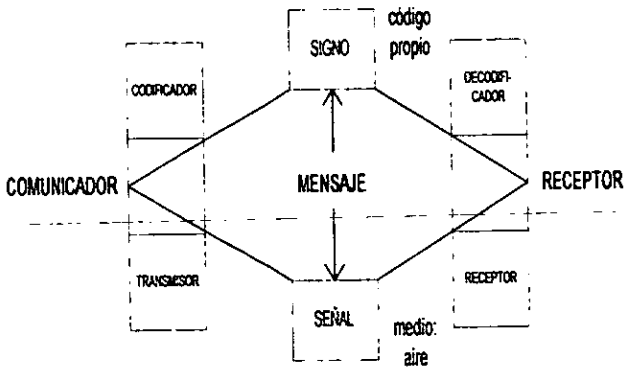
---

[23] *Ibid.*, p 16



FUENTE: Ma. Cristina Romo, *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*, p. 17.

Al unir el proceso de la señal radiofónica y el proceso del signo, tendremos el siguiente esquema:



FUENTE: Ma. Cristina Romo, *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*, p. 18.

2.4 Características de la radio como medio de comunicación

Todos los medios de comunicación a distancia, incluyendo a la radio, producen significaciones de una manera distinta a la comunicación interpersonal, en la que emisores y perceptores comparten el mismo espacio físico y una comunicación en tiempo real. Además, en todo medio de comunicación masiva los mensajes son afectados por las características del medio transmisor. Estas observaciones son importantes para entender las características del medio radiofónico.

2.4.1 Desde el punto de vista auditivo

La radio es un medio unisensorial: sólo emite sonidos; por lo tanto, todas las implicaciones sonoras pueden aplicarse a la radio. El sonido no tiene límites: se esparce naturalmente y puede ser percibido tanto voluntaria como involuntariamente, a diferencia de lo que ocurre con la visión, que está sujeta a voluntad. Un estímulo auditivo se escucha necesariamente. Sin embargo, una imagen auditiva es más imprecisa que una imagen visual.

Tomando en cuenta esta naturaleza del sonido, la emisión radiofónica es única y esto puede ofrecer algunos problemas en cuanto a su receptividad. Mario Kaplún señala los siguientes:

> "1. Peligro de fatiga: al estar centrada en un solo sentido y contar con una única fuente de estímulos (el sonido), la emisión radiofónica puede provocar monotonía. Ya que carece de elementos visuales, un programa radial puede cansar más fácil y más rápidamente que uno de televisión.
>
> 2. Peligro de distracción: los oyentes de radio deben concentrarse más para prestar atención a ese mensaje que sólo les llega por el oído. La ceguera que la radio somete al auditorio puede producir en él distracción sensorial, sobre todo visual. Si la emisión no resulta interesante y no logra captar rápidamente su atención, el oyente puede fácilmente distraerse y dejar de atender"[24].

Por lo anterior, el auditorio necesita estar atento en el momento en que se lleva a cabo una emisión radiofónica, de lo contrario no hay posibilidad de recibir el mensaje. Sin embargo, "por sus características puramente auditivas, la radio puede ser un vínculo de comunicación con todo tipo de personas, de cualquier condición social y educativa y sin exigir demasiado esfuerzo. Por esta razón puede ser el medio de comunicación más idóneo para ciertos estratos de la sociedad. Además, es el medio que mejor se adapta a los pueblos que basan su cultura en la transmisión oral"[25].

---

[24] *Cfr* Mario Kaplún, **Producción de programas de radio**, p. 52
[25] *Cfr* Ma. Cristina Romo Gil, *op. cit*., p. 19

2.4.2 Desde el punto de vista sociológico

La radio es un medio unidireccional, no sólo en el sentido de la transmisión de la señal, en donde no hay ningún tipo de relación interpersonal directa ni de retroalimentación debido a la ausencia del interlocutor. La unidireccionalidad se da también en la comunicación de mensajes. Esta característica de unidireccionalidad es común en todos los medios masivos de comunicación.

El punto de vista del emisor es lo que se transmite. Esto crea una situación de dependencia: el perceptor depende únicamente del emisor. En su libro Introducción al conocimiento y práctica de la radio, María Cristina Romo asegura que le corresponde al emisor, cuando pretende realizar un proceso más comunicativo, establecer mecanismos de retroalimentación a través de otros canales, de manera que el perceptor pueda también manifestarse aunque físicamente esté ausente.

La radio también es un medio de recepción móvil y personal, ya que se ha orientado hacia las necesidades individuales de las personas a distintas horas del día (actualmente hay aparatos de radio en los hogares, autos y lugares de trabajo de millones de personas); además, se emiten diferentes programas para personas que se dedican a diversas actividades.

Asimismo, la radio llega a un público muy amplio al mismo tiempo. Puede llegar a cualquier tipo de persona y de cualquier condición, sin exigirle demasiado esfuerzo. Por estas razones, la radio es un medio de amplia difusión popular.

En cuanto a su forma de transmisión, la radio puede llegar a cualquier localidad geográfica, accesando directamente a los hogares de los destinatarios, sin que el usuario tenga que desplazarse para recibirla.

La radio es también un medio de información instantáneo. En el momento en que ocurre algún hecho, puede darse a conocer. Los mensajes radiofónicos son recibidos en el mismo momento en que se emiten y al mismo tiempo en que se realiza otra actividad. Sin embargo, estos mensajes están siempre a disposición

del radioescucha, ya que él es quien enciende o apaga el aparato de radio cuando lo desea.

2.4.3 Desde el punto de vista psicológico

La radio sólo emite sonidos, por lo tanto sólo tiene acceso a un sentido: el oído. Además, los mensajes radiofónicos son instantáneos y efímeros. Esto impone la necesidad de ser muy reiterativos por radio: repetir e insistir. Si no repetimos bastante, difícilmente los mensajes serán captados y retenidos. Esta necesidad de repetir puede provocar también monotonía, y por lo tanto aburrimiento y distracción.

Otro inconveniente de la radio es que sólo podemos expresar pocos conceptos a la vez, porque a través de un mensaje efímero no es posible desarrollar muchas ideas: el oyente no puede retenerlas. La rapidez de los mensajes y la ceguera involuntaria a la que somete al auditorio, pueden producir distracción sensorial, sobre todo visual.

Por otra parte, la radio es sugestión: el emisor lanza su mensaje y el radioescucha echa a volar su imaginación de acuerdo a las circunstancias, a su formación o al medio ambiente. Por lo tanto, interpreta personalmente ese mensaje y de acuerdo a su fantasía le da forma. La radio se dirige personalmente al individuo: el radioescucha así lo siente.

En radio también disponemos de una rica y amplia gama de imágenes auditivas que deben sustituir a los demás sentidos. Si se despierta la imaginación del oyente mediante estas imágenes, éste atenderá el mensaje, lo retendrá y lo asimilará.

Además, el público no necesita de un entrenamiento especial para recibir los mensajes radiofónicos; no necesita saber leer y escribir. Por eso es un medio ideal para las personas analfabetas y los niños pequeños.

Las características anteriormente descritas pueden verse modificadas según la actitud del radioescucha frente a la radio. Abraham Moles distingue cuatro formas distintas de escuchar mensajes radiofónicos:

> "a) La *radio ambiente*, en la que el oyente solicita al medio que le proporcione un fondo musical o de palabras.
>
> b) La *radio que se escucha*, y a la que se le presta atención marginal interrumpida por el desarrollo de una actividad paralela.
>
> c) *Atención concentrada*, que supone el aumento de potencia del perceptor, rechazando el entorno sonoro y concentrando la atención en el mensaje.
>
> d) La *radio-selección*, que es la selección de un programa concreto por parte del oyente"[26].

Cuando encendemos un aparato de radio, estamos más acostumbrados a oír que a escuchar. Oímos radio para distraernos, para entretenernos, por placer; no para pensar y captar mensajes. Esto significa que el nivel de atención y concentración ante un mensaje radiofónico es bajo. Oímos radio de forma distraída, sin atender.

"*Oír* es un acto pasivo, automático, mientras que *escuchar* implica una atención despierta, activa, que formula preguntas y sugiere respuestas, que se anticipa a la acción futura que tal vez va a desplegar la audición. Oír no pone en juego más que a los conductos del oído. Escuchar engloba todo el circuito del pensamiento"[27].

Este aspecto es importante para el presente estudio, ya que pretendemos crear en el perceptor una actitud más activa; que el radioescucha no se limite a oír, a percibir simplemente, sino que atienda los mensajes, los cuales llevarán implícitos una intención, y que asimile la información enviada como resultado de dos actividades fundamentales: escuchar y atender.

---

[26] *Ibid*., p. 22.
[27] *Ibidem*.

2.4.4 Desde el punto de vista de la forma de producción

La radio es un medio relativamente barato en su producción y en su recepción. Su costo per cápita es más bajo que el de otros medios de difusión colectiva como la televisión. Asimismo, es rápido, poco elaborado y muy amplio en cuanto al tratamiento de temas.

Para la radio el tiempo y el espacio no son problema: los perceptores pueden transportarse de un sitio a otro, de una época a otra. Ningún otro medio permite tan fácilmente esta libertad tiempo-espacial. Además, como ya lo mencionamos anteriormente, cualquier persona en cualquier lugar, puede estar acompañada de una radio, a cualquier hora.

Por último, para concluir este apartado, es importante señalar que para la producción radiofónica, el principal elemento, desde el punto de vista del comunicador, es la utilización del lenguaje y la traducción del código radiofónico, los cuales revisaremos en el capítulo siguiente.

2.5. Funciones de la radio

Tradicionalmente se considera que los medios de comunicación social tienen tres funciones: informar, educar y entretener; por lo tanto la radio debe cumplir con ellas.

2.5.1 Función informativa

Informar significa dar a conocer, enterar, comunicar, instruir. La radio tiene la obligación de informarnos sobre acontecimientos de carácter educativo, cultural, social, político, económico, deportivo, tecnológico y otros asuntos de interés general, nacionales e internacionales, garantizándose así, el derecho a la información que tenemos todos los individuos según los artículos sexto y séptimo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y el artículo 58 de la Ley Federal de Radio y Televisión.

> **Artículo 6o.** La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito o perturbe el orden público. El derecho a la información será garantizado por el Estado.

Aquí queda claramentemente señalado que cualquier persona puede expresar libremente sus opiniones sobre todos los asuntos, sin infringir, por supuesto, lo apuntado en el artículo anterior. Además, el Estado debe velar porque la sociedad tenga acceso a la información; por lo tanto, es obligación del Estado reconocer la importante función que desempeñan los medios masivos de comunicación y alentarlos a que difundan información de interés social.

> **Artículo 7o.** Es inviolable la libertad de escribir y publicar artículos sobre cualquier materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límite que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública.
>
> En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento de delito. Las leyes orgánicas dictarán cuantas disposiciones sean necesarias para evitar que so pretexto de las denuncias por delito de prensa, sean encarcelados los expendedores "papeleros", operarios y demás empleados del establecimiento donde haya salido el escrito denunciado, a menos que se demuestre previamente la responsabilidad de aquéllos.

> **Artículo 58.** El derecho de información, expresión y de recepción, mediante la radio y la televisión, es libre y consecuentemente no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa ni de limitación alguna ni censura previa, y se ejercerá en los términos de la Constitución y de las leyes.

Así, la función informativa como actividad específica de la radio, tenderá a "orientar a la comunidad en forma veraz y oportuna, dentro del respeto a la vida privada y a la moral, sin afectar los derechos de terceros, ni perturbar el orden y la

paz pública"[28]. Además, esta función informativa se basa en las siguientes características:

Simultaneidad: la información llega a muchas personas al mismo tiempo.

Inmediatez: la información llega al oyente instantáneamente; es decir, en el mismo momento en que se emite.

Desplazamiento rápido: la información llega de manera rápida y directa al lugar en que se encuentran los perceptores, sin que tengan que trasladarse a otro sitio para recibir la información.

Alcance: la información llega a muchas personas y lugares.

La radio es un medio de distribución de mensajes amplio, ágil y económico; tiene la posibilidad de llegar a un enorme número de personas al mismo tiempo de manera inmediata, precisa e instantánea, por lo que es un medio eficaz para difundir hechos y noticias.

Por lo anterior, podemos decir que la radio es el medio informativo por excelencia: si la actualidad y la rapidez de la difusión son los aspectos más importantes en el manejo de la información, es evidente que la simultaneidad e inmediatez de la radio prestan un gran servicio a las labores de la información.

La parte informativa de las emisoras es algo que hay que cuidar; no sólo para prestar el servicio oportuno, sino para dar credibilidad, seriedad y responsabilidad en la información.

---

[28] *Cfr.* "Reglamento relativo al contenido de las emisiones, expedido por la Secretaría de Gobernación". *Inclu.* en Cremoux, Raul, **La Legislación Mexicana en Radio y Televisión**, p 97

2.5.2 Función educativa

Como mencionamos en este capítulo, la radio es un medio de comunicación social que puede transmitir contenidos variados y con distintos fines, entre ellos los de carácter educativo.

Entenderemos por educación "todos los procesos por los cuales una persona aprende a desarrollar sus potencialidades para lograr su integración consciente, responsable y libre en la sociedad"[29].

Procesos que se pueden dar en todos los medios, fuentes o situaciones que son capaces de provocar en una persona una situación de aprendizaje. Pueden provenir de otras peronas o de uno mismo y pueden ser intencionados o no intencionados.

Persona, entendida como un ser integral, único e irrepetible. Partícipe de uno y muchos grupos con los que interacciona.

Potencialidades, en el sentido de que el ser humano se hace constantemente, que es inacabado, que tiende a desarrollarse. Que tiene en sí mismo características en potencia que pueden desarrollarse, producto del aprender.

Integración, que no significa conformidad, acomodo, sino participación y transformación.

Consciente, en tanto que se conoce a sí mismo; sabe de lo que es capaz y de lo que no. Conoce sus limitaciones y puede relacionarse con los demás.

Responsable, en tanto que no es un ser aislado y tiene que responder por y ante los demás.

---

[29] Ma. Cristina Romo Gil, *op. cit.*, p 97

Libre, crítico, porque es consciente, porque es responsable y se compromete.

El individuo no sólo se educa en la escuela durante la infancia y la adolescencia, sino que se está educando siempre, durante toda su vida y en todo lugar; por lo tanto, la educación es un proceso permanente.

El pequeño recibe conocimientos formales y sistemáticos en la escuela, pero también en el hogar, en la calle, jugando con sus amigos, oyendo radio, mirando televisión, leyendo un libro. Y una vez terminados sus estudios formales, cuando ya es un adulto, sigue recibiendo estímulos educativos y aprendizajes en la calle, en el trabajo, en su contacto con los medios masivos de comunicación, en el club deportivo, en su colonia, en los centros de reunión a los que asiste con amigos y compañeros, en la Iglesia.

De acuerdo con María Cristina Romo, la radio educativa es "la utilización del medio electrónico sonoro para objetivos concretos de educación"[30]. Por lo tanto, para que una radio sea educativa, debe tener un objetivo de aprendizaje; y el emisor debe contar con una clara filosofía pedagógica y una idea muy precisa del tipo de educación que quiere ofrecer.

Para Mario Kaplún, "la educación radiofónica será entendida en un sentido amplio: no sólo las emisiones especializadas que imparten alfabetización y difusión de conocimientos elementales -cometidos cuya utilidad y necesidad no se cuestionan-, sino también todas aquéllas que procuran la transmisión de valores, la promoción humana, el desarrollo integral del hombre y de la comunidad; las que se proponen elevar el nivel de conciencia, estimular la reflexión y convertir a cada hombre en agente activo de la transformación de su medio natural, económico y social"[31].

En nuestro país, la radio educativa ha sido muy limitada y no ha dado los resultados esperados debido a la escasez de recursos, a la falta de una planeación

---

[30] *Ibid*, p. 96.
[31] Mario Kaplún, *op. cit*, p. 22

de programas adecuada y al escaso o nulo interés de las autoridades y el gobierno. A esto se le agrega el prejuicio de que la escasa educación que se da a través de la radio no es educación en el estricto sentido de la palabra.

A pesar de lo anterior, la utilización de la radio para la educación sigue siendo una posibilidad que se tiene a la mano para solucionar algunos de los problemas educativos de los países subdesarrollados, como el nuestro. Con esto no queremos decir que su utilización supla la enseñanza formal y sistemática que le corresponde a la escuela, sino que trate de cubrir sus deficiencias educativas y fortalezca los conocimientos adquiridos en las aulas. Sugerimos entonces una educación complementaria a través de la radio.

En este sentido, los productores radiofónicos deberán construir programas educativos que sean respuestas legítimas a las diversas necesidades de los sectores a los que se dirigen. Al respecto, Schramm afirma que los estudiantes motivados aprenden de cualquier medio, si está competentemente utilizado y adaptado a sus necesidades. Dentro de sus límites físicos, cualquier medio puede acometer una tarea educativa.

Asimismo, los programas deben ser realizados de forma amena, para capturar a las mayorías que están acostumbradas a encontrar en la radio un medio sencillo de entretenimiento.

A continuación mencionaremos algunas características que deben tener los programas educativos, según señala Mario Kaplún:

1. Serán programas que tiendan a estimular un proceso en los oyentes, más que a inculcarles conocimientos o a perseguir resultados prácticos inmediatos;

2. Ayudarán al oyente a tomar conciencia de la realidad que lo rodea, tanto física como social; se integrarán en esa realidad, partirán de su propia problemática concreta, de su situación vivencial;

3. Facilitarán al oyente los elementos para comprender y problematizar esa realidad. Serán programas problematizadores;

4. Estimularán la inteligencia: ejercitarán el raciocinio, harán pensar, llevarán a una reflexión;

5. Se identificarán con las necesidades y los intereses de la comunidad popular a la que se dirigen. Procurarán que ella descubra esas necesidades e intereses;

6. Estimularán el diálogo y la participación. En algunos casos tomarán la forma de programas directamente participativos; y, en todo caso, crearán las condiciones pedagógicas para el desarrollo de una práctica de participación. Acentuarán los valores comunitarios y solidarios, llevarán a la unión y a la cooperación;

7. Estimularán el desarrollo de la conciencia crítica y la toma de decisiones autónoma, madura y responsable;

8. Colaborarán a que el oyente tome conciencia de su propia dignidad, de su propio valor como persona.

En síntesis, al hablar de radio educativa debemos referirnos a aquella experiencia en donde la audiencia es más importante que el emisor, en donde los programas responden a las necesidades, intereses, problemas y expectativas de su auditorio y se elaboran a partir de ellos, al tiempo que permiten su participación.

2.5.2.1 Posibilidades de la radio como instrumento educativo

La radiodifusión es el medio de información más accesible de todos. Podemos escuchar programas en las situaciones más diversas: en casa, en el autobús y en lugares públicos, durante el tiempo libre o en las horas de trabajo, solos o acompañados.

La radio puede llegar a cualquier lugar. Es prácticamente el único medio que -aún de manera insuficiente y no total- llega a las zonas rurales, donde se concentra la mayoría de los analfabetos y donde las carencias educativas son mayores. Como lo expresa el Centro Internacional de Estudios Superiores de

Periodismo para América Latina (CIESPAL): "la radio es la principal y frecuentemente la única fuente de información y entretenimiento de los habitantes de América Latina"[32].

En las regiones en vías de desarrollo, tal vez la radiodifusión es la única fuente de información y de orientación para las personas, sobre todo para quienes no saben leer ni escribir. Para ellos, la radio tiene la ventaja de que para recibir sus mensajes, no es necesario saber leer. La radio también podría ser la única fuente de educación posible para quienes viven en zonas lejanas y están muy apartados de los centros educativos.

Por las características anteriores, Mario Kaplún afirma que la radio es "el medio de mayor penetración en nuestros países, y aparece como la solución más idónea para impulsar la educación y la cultura populares"[33]. Como lo señala un estudio de la UNESCO: "la radio, única técnica de comunicación avanzada que se ha incorporado realmente al Tercer Mundo, se ha expandido y culturizado ampliamente (...)"[34].

Por otra parte, los aparatos de radio son más baratos que una televisión o una computadora, por lo que están al alcance de las personas de escasos recursos. Además, la radio tiene un alto grado de aceptación entre la audiencia de todas las edades y es el medio más sintonizado por los habitantes de los niveles sociales medio y bajo.

Además, la radio ofrece bajo costo de producción y largo alcance. La radio -señala Braun- es "el medio de comunicación que puede abarcar a la mayor cantidad de personas al mismo tiempo. Otra de sus cualidades es que puede llegar a todos los rincones del país, y su relación costo-beneficio es más ventajosa que la de cualquier otro medio"[35].

---

[32] Mario Kaplun, *op. cit.*, p. 24
[33] *Ibid.*, p. 23
[34] *Ibidem*
[35] *Ibid.*, p. 25

En cuanto a la relación del público con el medio, el auditorio no necesita tener un entrenamiento especial para escuchar radio ni le implica mucho esfuerzo recibir los mensajes radiofónicos. Además, el sonido por sí mismo puede ser percibido involuntariamente, despierta la imaginación, estimula la introversión e impresiona por medio de la sugestión.

La radio ofrece también la posibilidad de crear y desarrollar el gusto por aprender, ya que le permite al radioescucha participar de experiencias que no son las propias, provocando así un enriquecimiento cultural. Además, funciona como un medio de educación permanente, dado que constantemente muestra diferentes patrones de conducta y modelos de vida.

En cuanto al proceso enseñanza/aprendizaje, la radio ofrece las siguientes ventajas:

"Por el mismo hecho de comunicar, está educando; el público de cualquier manera está aprendiendo algo dentro de su misma realidad. Propicia la participación personal, ya que presenta modelos que provocan más proyección y consecuentemente se establece un proceso de comunicación/educación. Los estudiantes aprenden a través de la radio. Es cierto que el oído humano asimila más lentamente, pero en forma más duradera porque la retención es producto de la reflexión"[36].

La radio también puede dar gran flexibilidad a la enseñanza. Podemos presentar un mensaje educativo recurriendo a todas las formas de la palabra escrita (narración, diálogo, conferencia, debate, entrevista, comentario o cualquier otra forma literaria), introducir sonidos de la vida contemporánea o evocar acontecimientos pasados. Asimismo, podemos emplear los métodos técnicos necesarios para presentar el mundo de una manera comprensible.

Los programas de radio pueden desempeñar un papel importante en la enseñanza ya que hacen llegar al público una formación creada por la gran variedad de medios que tienen a su disposición: medios para abordar un tema,

---

[36] Ma Cristina Romo Gil, *op.cit.*, p 94

para despertar y mantener el interés, para estimular el afán de aprender, para incitar la curiosidad y el entendimiento, para influir en los sentimientos y en las actitudes.

En cuanto a las instituciones radiofónicas, en México existen estaciones culturales que pueden ser utilizadas para la educación. Por ejemplo, Radio Educación, la cual, en su carácter de radiodifusora cultural, tiene como objetivos:

> "1.- Apoyar la enseñanza y difundir programas de interés cultural y científico.
> 2.- Transmitir programas que tiendan al mejoramiento del nivel cultural de la población y que fomenten la propiedad del idioma nacional.
>
> Para tales efectos, su barra programática se divide en:
>
> - Programas educativos y culturales, que expresan la pluralidad étnica, regional y cultural de nuestro país.
> - Informativos, periodísticos y de orientación social, en los que se debate el acontecer social, nacional e internacional.
> - Musicales y recreativos, destinados a la difusión de conciertos en vivo y a las expresiones actuales de nuestra cultura musical"[37].

Por su parte, la Ley Federal de Radio y Televisión no obtaculiza la labor educativa y aunque no la define con claridad, la recomienda:

> **Artículo 2.** En el cumplimiento de las funciones que la Ley de la materia y este Reglamento establecen, la radio y la televisión deben constituir vehículos de integración nacional y de enaltecimiento de la vida en común, a través de sus actividades culturales, de recreación y de fomento económico[38].
>
> **Artículo 3.** La radio y la televisión orientarán preferentemente sus actividades a la aplicación de la educación popular; la difusión de la cultura, la extensión de los conocimientos, la propagación de las ideas que fortalezcan nuestros principios y tradiciones; el estímulo a

---

[37] Ma del Rocio Cruz García, **La ventana del Rubí. Elementos para una propuesta de recepción crítica por radio para niños de 5 a 10 años de edad en la Zona Metropolitana**, p 46
[38] Raúl Cremoux, *op. cit.*, p. 96

> nuestra capacidad para el progreso, la facultad creadora del mexicano para las artes, y el análisis de los asuntos del pais desde un punto de vista objetivo, a través de orientaciones adecuadas que afirmen la unidad nacional[39].

Además, dicha ley señala que el Poder Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías y Departamentos de Estado, los Gobiernos de los Estados, los Ayuntamientos y los organismos públicos, debe promover la transmisión de programas de divulgación con fines de orientación social, cultural y cívica[40].

Todas las estaciones de radio están obligadas, por ley, a otorgar al Estado una determinada cantidad de tiempo cada día; por lo tanto, cualquier iniciativa oficial en materia de educación tiene cabida en la radio comercial. Asimismo, la Secretaría de Educación Pública, de acuerdo al artículo undécimo de la Ley Federal de Radio y Televisión, tiene la atribución de promover y organizar la enseñanza a través de la radio y la televisión[41].

"La Ley de Educación, por su parte, considera como elemento educativo a la radio y además prevé la revalidación de los estudios hechos a través de este medio"[42].

Por lo anterior, podemos afirmar que la radio es un medio que reúne características que la hacen propicia para la educación; sin embargo, no debemos olvidar que también presenta algunas limitaciones o desventajas, las cuales serán expuestas en el apartado siguiente.

2.5.2.2 Limitaciones de la radio como instrumento educativo

El medio radiofónico se dirige a un solo sentido: el oído, por lo que el escucha se expone a la distracción de otros sentidos, sobre todo el visual. Además, la recepción únicamente auditiva tiene una enorme capacidad de olvido.

---

39 *Ibid.*, p. 96-97
40 *Cfr.* "Ley Federal de Radio y Televisión". *Inchi.* en Raúl Cremoux, *op. cit.*, p 20
41 *Ibid.*, p 24
42 Ma Cristina Romo Gil, *op. cit.*, p 94

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

Sin embargo, según el cuadro siguiente, se puede decir que el 10% que se retiene es un conocimiento profundamente duradero, porque es producto de la reflexión.

Fuente	Órgano de recepción	Inmediatamente o después de 3 horas (%)	Porcentaje de retención de los sentidos después de 3 días (%)
Verbal	Oídos	60	10
Visual	Ojos	72	20
Audio visual	Ojos y oídos	85	65

FUENTE: Ma. Cristina Romo, *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*, p. 23.

Por lo anterior, María Cristina Romo señala que no es conveniente usar sola a la radio; es necesario utilizar material visual y práctico como auxiliar. Sin embargo, esto no quiere decir que deba usarse al mismo tiempo que otros medios masivos.

Otra limitación de la radio es la imprecisión del sonido. El escucha debe situarse dentro del área de recepción de la radio y sujetarse a los horarios de los programas que desee escuchar. El mensaje radiofónico también tiene ciertas limitaciones: sólo se transmite una vez -es único- y no se puede repetir fácilmente, ni conservar, ni volver a consultar -a menos que se realice una grabación.

"En cuanto al proceso enseñanza/aprendizaje, el mensaje radiofónico no puede sustituir a la enseñanza realizada dentro del marco de las relaciones personales entre el maestro y los alumnos. El mensaje enviado a través de la radio

depende del punto de vista del comunicador/educador"[43].

La radio tampoco puede atender las necesidades individuales y diferentes de sus alumnos. Como se dirige a un público muy amplio, el ritmo de la enseñanza y la cantidad de material presentado en cada emisión, deben fijarse tomando en consideración la capacidad de un estudiante promedio.

El emisor tampoco puede percibir la reacción de los oyentes. Si no dispone de sistemas especialmente concebidos para descubrir las reacciones del público, el emisor no podrá saber quién es su público o cómo reaccionan ante él. A su vez, los oyentes no pueden hacerle ninguna pregunta ni pedirle que repita algo que no entendieron bien.

La unidireccionalidad de la radio -como la de todos los medios masivos de comunicación- deja al perceptor sin posibilidades de reciprocidad. Éste está reducido a recibir pasivamente la información que le llega del comunicador/educador, sin poder intervenir.

Roger Clausse dice que la radio jamás sustituirá al educador y a la escuela, "ya que no debe ofrecer materias que se encuentren normalmente en la escuela y las que no se pueden traducir al lenguaje radiofónico"[44].

Como podemos apreciar, la radio no ofrece muchos obstáculos para la educación; sin embargo, las instituciones y emisoras radiofónicas tienen otro tipo de intereses (comerciales) y no toman en cuenta las ventajas que ofrece la radio educativa, u olvidan esta función.

Las radiodifusoras comerciales ofrecen grandes problemas para conciliar la educación y el negocio, por lo que su programación va dirigida a la mayoría que consume. El material que difunden es el comercial y el que fomenta el consumismo.

---

[43] *Ibid.*, p. 95.
[44] *Ibidem*

Por su parte, la mayoría de las estaciones culturales tienen los mismos problemas: falta de personal, presupuestos reducidos, objetivos imprecisos e improvisación.

Como señala María Cristina Romo: "La Ley Federal de Radio y Televisión no es clara en el manejo de los términos 'educación', 'cultura', 'orientación social, cultural y cívica'. No ordena claramente a las radiodifusoras respecto a la educación, sólo exige que se le otorgue tiempo al Estado para que disponga de él, pero sin especificar el uso a que lo destinará" [45]. En este punto es necesario recalcar la importancia de definir los términos señalados anteriormente para poder exigirle al Estado la utilización del medio con fines educativos en beneficio de los perceptores.

En síntesis, la radio es un instrumento que exige, a los involucrados en ella, su conocimiento, saber manejar el medio, adaptarse a sus limitaciones y posibilidades para explotar su potencialidad como instrumento de educación.

2.5.3 Función de entretenimiento

Generalmente todos asociamos el entretenimiento con el tiempo libre durante el cual realizamos alguna actividad que no sólo nos permite descansar, sino también desarrollar otros aspectos de nuestra personalidad.

En radio, la función de entretenimiento ha sido y es muy explotada en todas las emisoras comerciales y en muchas culturales. El artículo quinto del Reglamento relativo al contenido de las emisiones radiofónicas y televisivas, expedido por la Secretaría de Gobernación, señala que "los programas recreativos procurarán un sano entretenimiento, que afirme los valores nacionales, no sean contrarios a las buenas costumbres, eviten la corrupción del lenguaje, la vulgaridad, las palabras e imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido y atiendan al propósito de ennoblecer los gustos del auditorio"[46].

---

45 *Ibid.*, p. 95-96.
46 "Reglamento relativo al contenido de las emisiones". *Inclu.* en Raúl Cremoux, *op. cit.*, p 97

Algunas veces, los productores no se preocupan de los contenidos de los programas de entretenimiento, pues creen que son realizados y escuchados únicamente como pasatiempos, y están ajenos a todo efecto educativo. Piensan erróneamente que la función educativa de la radio tiene que realizarse por separado, aislada de la información y del entretenimiento, y desligan totalmente a los programas educativos de la necesidad de ser amenos y atractivos. Esto, además de mostrar una posición autoritaria, refuerza en el público la creencia de que lo educativo debe ser independiente de la diversión y el entretenimiento.

Ya sea que escuchemos radio con un propósito educativo formal o por placer, todo programa educa de alguna manera, ya que todos influyen en la formación de valores y en las pautas de nuestro comportamiento. Por ello, debemos equilibrar la función de entretenimiento de la radio con las otras dos funciones.

A este respecto, Kaplún señala: "Es cierto que la radio tiene esas tres funciones; no es tan cierto que de ellas deban derivar tres tipos de programas totalmente independientes y diferenciables"[47]. Por lo tanto, Kaplún postula programas educativos y culturales que no estén reñidos con el entretenimiento y programas de entretenimiento que no estén ajenos a la educación y la cultura. Así, los programas de entretenimiento no tienen que ser triviales y vacíos; pueden ser excelentes estímulos educativos y culturales.

En síntesis, las funciones de la radio deben estar en línea con la información, que debe ser oportuna, fresca, veraz, concreta; con la educación, que sea de fácil asimilación y demuestre su importancia y los beneficios que se obtienen de ella; y con el entretenimiento.

Una radio que realmente responda a las necesidades de los perceptores, deberá integrar las tres funciones, vinculándolas con una toma de conciencia por parte del auditorio respecto a su realidad social.

---

[47] Mario Kaplún, *op. cit.*, p 19.

2.6 La radio como medio importante para la expresión de la vida social

En un mundo cada vez más interdependiente, los medios de comunicación deben desempeñar un papel muy importante en la sociedad: tienen la obligación de transmitir acontecimientos -nacionales e internacionales- de carácter político, educativo, cultural, social y deportivo, y otros asuntos de interés general, así como programas de desarrollo social. De esta manera garantizarían su función de beneficio social.

Asimismo, la sociedad mexicana debe tener en la radiodifusión un instrumento de promoción y defensa de su integridad nacional y de su identidad cultural. Para tal efecto procurará, de acuerdo al artículo quinto de la Ley Federal de Radio y Televisión:

I. Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares.

II. Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud.

III. Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo o a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.

IV. Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales.

Por lo antrerior, la radio debería ser un medio de comunicación social indispensable para el logro de nuestra identidad e integración nacionales, pues presenta gran cobertura y penetración, en comparación con otros medio de comunicación masiva. De hecho, cubre gran parte del territorio nacional, incluyendo zonas urbanas, rurales y hasta marginadas.

Nuestra cultura, sensibilidad y expresiones artísticas, deberían alcanzar a través de la radiodifusión mexicana resonancia internacional, acreditando nuestra nacionalidad y manifestaciones culturales.

La radio es la voz del mundo a nuestro lado: nos informa cuando algo importante ocurre. Al recoger el acontecer cotidiano, su diaria tarea se integra a nuestra historia en construcción. Así, la importancia de la radio debería ser decisiva como vehículo noticioso, de extensión cultural, de información política, económica y social, y de esparcimiento.

Además, la radio es formativa. Los locutores, periodistas y comentaristas forman a su público, lo orientan, le entregan elementos de juicio para que cada día se unifique más el lenguaje entre el emisor y el receptor. Sus mensajes son la traducción de un sentimiento que todos hemos vivido, que nos transporta a mundos conocidos y sus palabras forman parte de nuestras ilusiones y sueños. Nos describen experiencias vividas, sitios y momentos que nos son familiares. Hablan nuestro lenguaje. Quienes actúan en los micrófonos tienen una gran responsabilidad: la de ser, en forma directa, maestros, guías y orientadores y, a la vez, representantes y voceros de la cultura propia de nuestro país.

El impacto social de la función informativa de la radio es innegable. Cotidianamente, ante los micrófonos, encontramos confirmaciones de ello: primero, cuando le informa al escucha lo que sucede en el mundo mediante los servicios noticiosos, proporcionando de esta manera un servicio público, y también cuando lleva al auditorio el pensamiento de personalidades relevantes o la opinión del ciudadano común sobre determinadas situaciones e, incluso, para ofrecer servicios de tipo social.

La radio debería ser una tribuna abierta a todos. En la actualidad, el auditorio desea manifiestar su forma de pensar, y aunque hace falta mucho por hacer en este sentido, el teléfono se ha abierto para que el público se exprese, personalmente, a través de los medios.

La radio también es una magnífica compañía para el auditorio. Muchos oyentes estamos ansiosos de que alguien nos brinde una explicación del mundo

que nos rodea y claves para entenderlo y desenvolvernos en él. La radio es un medio que podría ubicarnos ante el mundo y la realidad. Los mensajes radiofónicos serían oídos con interés y con atención en la medida en que supieran responder a las preguntas vitales que los oyentes nos estamos haciendo.

A pesar de la expansión de otros medios de comunicación colectiva, y de la aparición de muchos otros como el Internet, la radio aún resulta importante en la estructura comunicacional de nuestra sociedad. Sin embargo, su desarrollo tiene que seguir el curso de los avances tecnológicos con el fin de integrar todos aquellos aspectos que le permiten llegar más y mejor a sus emisores.

Sus avances también deben manifestarse en el orden cualitativo, con el propósito de reflejar las inquietudes, los problemas y el diario acontecer de las sociedades a las que sirve, y contribuir al mejoramiento de las formas de convivencia humana. De esta manera desarrollaría un papel activo en el desarrollo económico, político, social y cultural de nuestro pueblo.

El gobierno, los dueños del medio, productores, locutores, comentaristas y la sociedad en general, deberíamos ver a la radio como un servicio que puede hacer posible la interacción entre las personas y su realidad, permitiendo que la sociedad desarrolle su capacidad intelectual y su conciencia social. La radiodifusión así concebida, permitiría la realización integral del hombre y habilitaría hombres pensantes, capaces de participar activamente en su sociedad.

Capítulo tres

El lenguaje radiofónico

"La noticia a través de la palabra hablada, la música, el teatro invisible, la novela, la crítica, la prensa no impresa: ésta es la radio".

En radio, como en todo medio de comunicación colectiva, no basta con tener un mensaje; tenemos que saber cómo decirlo para ser escuchados, atendidos y entendidos.

> "Toda comunicación, por simple que sea el mensaje que deseamos transmitir, implica:
>
> a) Una codificación; es decir, ponemos nuestra idea en palabras, la expresamos con signos audibles, la codificamos. Elegimos del conjunto de signos de que disponemos (el idioma español), una serie de signos (palabras) que expresan nuestra idea y agrupamos y ordenamos esos signos de acuerdo con una determinada estructura convencional establecida: la gramática (un sujeto, un verbo y un predicado). En resumen, codificamos nuestro mensaje.
>
> b) Una decodificación: El destinatario percibe -oye o lee esos signos-, los entiende e interpreta, les da un sentido y registra la información; capta la idea que le hemos querido comunicar; es decir, decodifica el mensaje si hemos logrado transmitírselo en un código coincidente con el suyo. En caso contrario sólo logra percibir -oír o leer- dichos signos, pero como le son extraños, no consigue interpretar su significado; no logra decodificarlos"[48].

Por lo anterior, podemos establecer que la codificación y decodificación son decisivos para que se efectúe un proceso comunicativo. No puede haber comunicación sin un código común. Si las palabras que utilizamos no están en el código de nuestro oyente, éste no podrá decodificar el mensaje, y por lo tanto, no nos entenderá.

3.1 La codificación

El código es un elemento principal en el proceso comunicativo. Para David K. Berlo, el término código puede definirse como "todo grupo de símbolos que

---

[48] Mario Kaplún, *op. cit.*, p 84.

puede ser estructurado de manera que tenga algún significado para alguien"[49]. Así, cada uno de los idiomas que conocemos son códigos; cada uno de ellos contiene elementos (sonidos, letras y palabras) que se colocan en determinado orden para expresar algo. La música también es un código: las notas se colocan de tal manera que le dan un sentido a quien escucha.

Todo aquéllo que posee un grupo de elementos e involucra ciertos procedimientos para combinarlos de forma tal que signifiquen algo, es un código. En otras palabras, un código es un conjunto de reglas que sirve para generar mensajes. Estas reglas establecen una correspondencia entre los elementos expresivos propios de un medio determinado y el significado que estos elementos, adecuadamente combinados, pueden transmitir.

3.1.1 Código verbal

Nuestro código lingüístico o verbal está constituido por las experiencias que hemos conocido a lo largo de nuestra vida y cuyo nombre hemos aprendido. Logramos entender un mensaje si asociamos los signos -las palabras- a esas experiencias; en caso contrario, esas palabras no significarán nada para nosotros, no podremos decodificarlas y por lo tanto, no estableceremos un proceso de comunicación.

La comunicación exige una identidad de códigos entre el emisor y el perceptor. Al enviar un mensaje, debemos conocer y emplear el código de la comunidad destinataria con el fin de que ésta pueda descifrarlo de manera correcta. A este respecto, Schramm señala: "A fin de que pueda transmitir el significado correcto, el mensaje debe elaborarse mediante el uso de signos que sean comunes a las experiencias del emisor y el perceptor"[50].

Esto no quiere decir que al enviar un mensaje no debamos introducir palabras nuevas para el escucha. De acuedo a Mario Kaplún, la comunicación educativa debe ampliar el código verbal del educando, incorporando nuevos

---

[49] David K. Berlo, **El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica**, p 45
[50] Cit post por Mario Kaplún, *op. cit.*, p 87.

conceptos y enriqueciendo su vocabulario. Esto debe hacerse de manera moderada y sólo cuando sea realmente necesario. Además, debe explicarse al destinatario el significado de la palabra nueva o integarla en un contexto transparente que le permita captar su significado.

Cuando un programa de radio está lleno de palabras desconocidas, contiene mucha información, presenta un mensaje en forma desorganizada o es demasiado largo, lo más seguro es que no lo atendamos puesto que nos exige demasiado esfuerzo.

Schramm señala que "el éxito o eficacia de una comunicación está en proporción inversa al esfuerzo que demanda"[51]. Cuanto mayor esfuerzo demandemos del perceptor, menor será la posibilidad de que la comunicación sea recibida correctamente. A menor esfuerzo, mayor éxito. Por eso, al escribir para radio es necesario hacerlo de manera que el oyente pueda captar el mensaje mediante un mínimo esfuerzo.

3.1.2 Código experencial

Para establecer una comunicación efectiva es necesario que además de tener códigos verbales afines, logremos identificarnos con nuestros destinatarios mediante códigos experenciales también afines.

"Los científicos de la educación señalan que el hombre sólo es capaz de aprender por suma de experiencias; es decir, que no puede aprender nada nuevo si no es sobre la base de algo más o menos conocido o afín con lo que ya aprendió antes"[52].

Aprendemos nuevos conocimientos cuando éstos se conectan con experiencias previas. "Aprendemos por empalme de experiencias" (Beltrán, 1975). Sin una afinidad de códigos experenciales, la comunicación no puede establecerse. "Sin experiencias comunes no hay comunicación"[53].

---

[51] Cfr *ibid.*, p. 88
[52] *Ibid.*, p. 90.
[53] *Ibidem.*

Por lo tanto, antes de intentar comunicar un mensaje, debemos averiguar cuál es la experiencia previa de nuestros radioescuchas en relación con ese mensaje y partir siempre de ejemplos que sean conocidos por ellos. Para tener éxito como comunicadores, debemos lograr una identidad de códigos experenciales e insertar nuestro mensaje en las experiencias del oyente.

3.2 La decodificación

En todo mensaje hay dos códigos. El primero es el perceptivo o semántico y se relaciona generalmente con las palabras. Basta con que el perceptor oiga y entienda las palabras e inmediatamente comprenderá el mensaje; es decir, lo decodificará fácilmente. Pero no basta con percibir y entender las palabras para decodificar el mensaje.

Además del código perceptivo, hay otro más complejo en el que ya no sólo entran en juego las palabras y su significado, sino la captación global del mensaje estructurado. Este código se denomina significativo, interpretativo o asociativo y se refiere a la significación total, a la intención del mensaje. No se requiere solamente entender las palabras, sino establecer relaciones entre ellas.

Cuando el mensaje es muy obvio, muy evidente, ambos códigos se funden en uno solo. Sin embargo, en mensajes más complejos el oyente tiene que hacer una decodificación significativa: asociar, relacionar, interpretar y sacar conclusiones.

"A nivel significativo, es conveniente estimular el trabajo de decodificación por parte del destinatario. No es aconsejable darle las cosas ya interpretadas, ya dichas y 'masticadas'. Debemos codificar nuestro mensaje de tal modo que él tenga que poner algo de su parte, que tenga que participar para decodificarlo (asociar situaciones, interpretarlas, vivirlas intelectual y emocionalmente, extraer conclusiones)"[54].

---

[54] *Ibid.*, p. 96.

En el código perceptivo debemos facilitar al máximo la decodificación, utilizando un lenguaje sencillo y accesible. Pero en el nivel significativo ya no debemos ser tan obvios ni eliminarle al oyente su trabajo de decodificación, porque entonces no habrá participación del destinatario y estaríamos reduciendo a éste al papel de receptor pasivo de información, generando en él una actitud de dependencia o de rechazo a nuestro mensaje.

El código perceptivo debe ser sencillo y fácil de entender, pero el significativo debe ser un poco más complejo -no al grado que el oyente común no pueda captar el mensaje, pero sí lo suficiente como para que tenga que esforzarse y participar en su captación. Mario Kaplún afirma que aprender es "ser capaz de decodificar"[55], estimulando el ejercicio de la inteligencia y el raciocinio.

3.3 El código radiofónico

Debido a su naturaleza tecnológica, los elementos expresivos que pueden ser utilizados en la radio son exclusivamente de carácter auditivo: voz, música y efectos sonoros. Por lo tanto, el código radiofónico se compone de estos tres elementos y sus reglas de uso, las cuales son utilizadas por el emisor y el perceptor para la producción y la interpretación de los mensajes radiofónicos.

El código radiofónico establece la manera en que la voz, la música y los efectos pueden ser utilizados y articulados para la transmisión de significados. A continuación describiremos en qué consiste cada uno de los elementos del código radial.

3.3.1 La voz

La voz es el principal elemento del código radiofónico. A través de la voz codificamos -con palabras- las ideas que deseamos transmitir a otros. María Cristina Romo Gil asigna cuatro cualidades a la voz:

---

[55] *Ibid.*, p 97

> "*Tono.* Es la mayor o menor elevación del sonido producido por la rapidez de la vibración de las cuerdas vocales. Entre más rápida es la vibración, el sonido es más agudo. El tono nos lleva al manejo de registros e inflexiones.
>
> *Timbre.* Es la personalidad de la voz. Aún cuando las personas tengan un tono de voz igual a otras, las voces se diferencian por el timbre, que es la calidad diferenciadora de la voz.
>
> *Intensidad.* Depende del volumen y de la cantidad de aire que se utiliza para difundir la voz.
>
> *Cantidad.* Es la duración de un sonido emitido que propicia la calidad del mismo"[56].

De acuerdo a la misma autora, las cualidades anteriores, además de las inflexiones y la intención, permiten hacer una clasificación de voces:

Voz estentórea o de trueno: es una voz gruesa, fuerte y dura que se utiliza para hombres de tipo brutal, es decir, necios, groseros, salvajes, crueles o violentos.

Voz campanuda: es una voz severa, imponente y enérgica que indica absoluta seguridad en sí mismo. Se usa para aventureros, hombres de mundo y mujeres enérgicas y maduras.

Voz argentina: es clara, sonora, agradable. Se usa para héroes y heroínas, galanes y primeras damas.

Voz cálida: es una voz llena de melodía, agradable al oído, armoniosa y dulce. Se utiliza para mujeres frívolas y sensuales, y para hombres conquistadores y seductores.

---

[56] Ma Cristina Romo Gil, *op. cit.*, p 50

Voz dulce: es una voz que transmite ingenuidad, inocencia, blancura, timidez; es suave, implorante, suplicante. Se usa para hombres tímidos o para mujeres candorosas.

Voz cascada: es una voz que carece de fuerza y sonoridad. Se usa para los ancianos.

Voz aguardentosa: es una voz bronca, nada armoniosa. Se utiliza para degenerados, borrachos o viciosos.

Voz atiplada: es una voz aguda, chillona, estridente, chocante, de afeminado o chismosa.

Voz blanca: es la voz infantil.

El locutor y el actor radiofónicos son los principales ejecutores de la voz, por lo que deben poseer una voz clara y fuerte, y una buena vocalización. Su voz debe ser capaz de comunicar sentimientos, emociones y estados de ánimo, y transformarse según sea la intención de lo que desean transmitir. Ambos deben manejar perfectamente su voz, saber utilizar las partes del cuerpo que controlan los sonidos vocales y mantener sus músculos relajados.

De acuerdo a Mario Kaplún, un adecuado manejo de la voz incluye varios aspectos:

Respiración. Para hablar frente a un micrófono, lo más importante es saber respirar por la nariz, no por la boca. La respiración tiene que ser silenciosa para que el micrófono no amplifique el sonido de una respiración ruidosa y desagradable. Los locutores y actores radiofónicos deben aprender la técnica para respirar con el abdomen y con el diafragma, ya que este músculo controla en gran parte el proceso de una buena respiración.

Asimismo, deben realizar una respiración profunda y completa, llenando totalmente los pulmones de aire mediante la compresión del diafragma y la dilatación del abdomen y las costillas. De esta manera podrán almacenar una

cantidad mayor de aire en cada inhalación. También deben aprender a administrar su respiración: aprovechar todas las pausas de su texto para tomar suave y rápidamente un poco de aire y mantener siempre una reserva en los pulmones.

Vocalización. El locutor y actor radiofónicos deben pronunciar claramente todas las sílabas y todas las letras de tal manera que podamos entender el mensaje que desean transmitir. Para ello, es importante que realicen técnicas de vocalización (articulación y dicción).

La vocalización debe realizarse con cuidado: las vocales y consonantes deben ser emitidas claramente y con movimientos sueltos de los labios y de los músculos bucales. Las palabras deben oírse nítidas, completas, sobre todo las últimas sílabas (no debe dejarse "caer" la voz al final de las frases). Locutores y actores deben practicar hasta conseguir una articulación nítida, en la que cada letra se oiga claramente.

Énfasis. Consiste en marcar correctamente las palabras y frases. Hacer énfasis en las palabras significa hacer inflexiones ascendentes y descendentes en las sílabas para contrarrestar la monotonía, marcando las sílabas acentuadas.

El énfasis también incluye las pausas, la importancia que se va dando a las palabras y los matices emocionales naturales que se expresan, dándole vida y expresividad a la lectura, y haciéndola agradable y comunicativa para el que escucha. De esta manera se evitan mensajes monótonos y aburridos, provocados por un tono parejo y uniforme.

Naturalidad. Al hablar por radio se tiene que hacer de una manera natural, amigable, de conversación; de tal manera que si cometemos un error de dicción, lo podamos corregir con tranquilidad. Además, debemos hablar siempre como si nos dirigiéramos a una sola persona. Expresivo, sencillo y natural son características que definen a un buen locutor de radio.

Volumen. El volumen de la voz debe ser modulado de tal manera que no resulte muy fuerte ni demasiado baja. Por radio no se debe hablar gritando. Se

recomienda colocarse más o menos a 25 centímetros del micrófono y tratar de mantener la misma distancia.

Velocidad. En radio tenemos que hablar un poco más despacio que lo normal, de tal manera que el auditorio asimile fácilmente al escuchar.

Posición ante el micrófono. Es preferible utilizar el micrófono de pie, ya que así se emite mejor la voz, se respira mejor y se imprime mayor expresividad al texto. Sentados ante una mesa podemos ser más íntimos y coloquiales y estamos más cómodos para manejar notas, libros y papeles, pero la voz no se emite adecuadamente.

Es muy importante que el locutor se encuentre relajado, en una posición erecta pero no rígida, como si estuviera conversando tranquilamente. Cuando su voz es grave debe acercarse un poco más al micrófono. Si la voz es chillante o muy fuerte debe colocarse ligeramente de lado. Cuando se quiere dar la impresión de cordialidad o intimidad, hay que colocarse más cerca. Cuando la voz es violenta, más lejos. Cuando hay ruido externo no debe abrirse demasiado el micrófono y se habla más cerca.

Improvisación. Aunque lo más conveniente es tener por escrito todo lo que va a decirse por radio, un locutor no debe tener sólo una buena voz, debe saber improvisar y ser capaz de estructurar frases correctas. Para no cometer errores, la improvisación debe ser simple y breve, evitando las frases hechas.

Lectura. La clave de la locución radiofónica es leer bien; es decir, que no se note que se está leyendo. Si descubrimos que un locutor está leyendo por radio, nos causa una sensación desagradable. Una buena técnica de lectura es marcar el texto con señales hechas por el mismo locutor -por ejemplo, separar en sílabas las palabras difíciles de pronunciar o subrayar las palabras a enfatizar.

3.3.2 La música

El segundo elemento del código radiofónico es la música, uno de los lenguajes más ricos que existen y el de mayor intensidad expresiva y emocional. La música se compone por el ritmo, la melodía, la armonía y el timbre.

El *ritmo* es la organización artística del movimiento musical y nace de la percusión, la cual nos marca el tiempo musical. Cuando a una de esas percusiones se le acentúa una de sus notas, tenemos la posibilidad de medir el ritmo físicamente, puesto que lo sentimos y respondemos a él con el movimiento del cuerpo.

La *melodía* es el segundo elemento de la música; es la línea musical que guía nuestro oído a través de la composición; es el argumento, el tema de la obra musical, el hilo de la historia que se cuenta. Puede ser rápida o lenta; fuerte o suave.

La melodía no funciona, dentro de la música, independientemente; va unida implícitamente a la armonía, y cada una influye constantemente sobre la otra. La *armonía* es la estructura de la música; es la organización total y ordenada de tonos, para brindar unidad. La armonía estudia los acordes (la producción simultánea de sonidos, formado por tres o más sonidos diferentes) y sus relaciones mutuas.

El último elemento de la música es el *timbre*, por medio del cual podemos reconocer al emisor del sonido. Nos permite diferenciar la voz humana de los instrumentos musicales y a los mismos hombres.

La música constituye un lenguaje: cobra valor de signo expresivo, como la palabra. La usamos para sugerir y significar lugares, tiempos, estados de ánimo, emociones. También se utiliza para intensificar las acciones, para ambientar y para hacer cambios de escena. Mario Kaplún asigna a la música varias funciones:

Función gramatical (como signo de puntuación). La música sirve para separar secciones o bloques de texto, para dar un pequeño descanso o respiro al oyente, advirtiéndole que se prepare mentalmente para hacer un cambio de tema. Una frase musical puede cumplir la función de un punto y aparte: separará dos párrafos de un mismo bloque o sección. En los radiodramas, igualmente, la música separa las escenas, marca los traslados de lugar y/o las transiciones de tiempo. La música se intercala para marcar las diferentes fracciones que componen la emisión y para distinguir unas fracciones de las otras.

Función expresiva. La música sirve para comentar lo escuchado, suscitando un clima emocional. Esta es la función principal de la música en los programas hablados: crear una atmósfera sonora. Por ejemplo, la cortina que da fin a una escena puede ser alegre o triste. La música ayuda a crear el ambiente peculiar requerido para provocar en el oyente una determinada emoción. La función expresiva de la música también se aplica al carácter de los personajes. Por ejemplo, una escena con un personaje bondadoso, necesitará música que evoque nobleza.

Función descriptiva. La música puede describirnos un lugar o una época. Si queremos ubicar la escena en un país determinado, podemos utilizar un tema musical típico de ese país; si nos trasladamos a una época pasada, música de esa época creará el ambiente adecuado.

Función reflexiva. Las pausas musicales que introducimos como signos de puntuación (función gramatical) sirven también para que el oyente tenga tiempo de reflexionar sobre lo que acaba de escuchar, antes de seguir escuchando el programa.

Función ambiental. La música sirve para crear en una escena el ambiente adecuado. Por ejemplo, si los personajes se encuentran en una fiesta y están bailando, debemos oír la música que utilizan para bailar.

Después de haber revisado las funciones de la música, podemos distinguir los diferentes tipos de inserciones musicales:

Identificación: es el tema musical que identifica al programa. Va al comienzo y al final de todas las emisiones. Podemos decir que es la portada y la contraportada del programa.

Rúbrica: Después de la presentación del programa, podemos abrir la emisión con un tema musical, como si se "levantara el telón". La rúbrica comunica la atmósfera de la emisión o la de su escena inicial.

Cortina: es un fragmento musical que sirve para separar dos escenas o bloques de información, acentuando el clima emocional. Por lo general no debe pasar de diez segundos de duración y se elige según el tipo de programa.

Puente: Se emplea para sugerir un transcurso largo de tiempo entre una escena y otra o para insinuar que la acción se transporta a un sitio diferente del anterior. El puente musical dura generalmente veinte segundos.

Ráfaga: es un fragmento de música corto, fuerte, dramático y ágil cuya duración es de unos cuantos segundos. Se utiliza para reforzar un diálogo, para acentuar actos, actitudes y hechos, o para llamar dinámicamente la atención del auditorio.

Golpe: es un acento musical, generalmente una percusión.

Fanfarria: es un trozo de música de instrumentos de percusión utilizado en escenas heroicas o situaciones festivas.

Fondo musical: es la música que se escucha en segundo plano, de fondo a las palabras. Según Mario Kaplún, se utiliza música de fondo:

a) en un relato extenso que se desea destacar. El fondo musical sirve para poner ese pasaje "en negritas". Separa ese pasaje del resto del relato.

b) para dar emoción a una situación dramática que se desea acentuar especialmente: un fondo musical alegre puede subrayar el clima de felicidad que prevalece en una escena.

c) como música incidental, para dar ambiente a una situación: la música en un baile.

Al planear la utilización de la música e incorporarla al guión, debemos tener en cuenta que resulta contraproducente abusar de ella. Su demasiada continuidad podría hacer pesado el ambiente. La música puede arruinar una emisión si no está acoplada a la idea del programa.

3.3.3 Los efectos sonoros

Los efectos sonoros o efectos de sonido son el tercer elemento del código radiofónico y nos ofrecen amplias posibilidades como medio de expresión. Tienen como finalidad ambientar situaciones, completarlas e ilustrarlas. En los programas dramáticos como las radionovelas, son elementos indispensables. Si no existieran, el público no podría desarrollar bien su imaginación ni visualizar las imágenes sonoras. Su fuerza surge de la asociación visual que hacemos cuando escuchamos un sonido.

Al igual que la música, los efectos tienen diferentes funciones, según señala Mario Kaplún:

Función ambiental, descriptiva. Los efectos sonoros son utilizados como fondo de una escena, acompañando al diálogo; por ejemplo, una noche en el campo adquiere realismo si escuchamos el canto de los grillos.

Función expresiva. Aquí los efectos cobran valor comunicativo, nos dicen algo; crean una atmósfera emocional como la música. Por ejemplo, en medio de una noche silenciosa, unas pisadas que se acercan y se detienen bruscamente, pueden contar por sí solas un hecho, aún sin palabras. Los efectos que cumplen con esta función, a la vez que retratan la realidad, nos transmiten un estado de ánimo.

Función narrativa. Los efectos de sonido también sirven para ligar una escena con otra. Por ejemplo, un galope que se aleja, la llegada de un caballo, un

relincho y un golpear de cascos, nos dan la idea de un personaje que partió a caballo y llegó a algún lugar.

Función ornamental. Los efectos de sonido funcionan como accesorios para dar color. No son sonidos imprescindibles, pero dan vida y sabor a la escena.

Los efectos sonoros pueden establecer el lugar, el escenario, el tiempo y el ambiente psicológico. Se seleccionan y se incorporan al programa de radio para dar realismo. Sin embargo, no es recomendable utilizar todos los sonidos que hay en una escena, sino los necesarios para ambientar y hacer que el auditorio se dé cuenta de lo que sucede y en dónde sucede. Hay que saber usar los efectos: seleccionarlos y manejarlos adecuadamente para que sean identificados por el auditorio.

Como hemos visto, los tres elementos que componen el código radiofónico deben ser manejados adecuadamente para lograr el efecto deseado. Es importante destacar que algunas veces el silencio -ausencia de sonido-, también juega un papel importante en la radio.

3. 4 Los formatos radiofónicos

Como hemos señalado con anterioridad, la radio es un medio eficaz para informar, transmitir conocimientos y promover inquietudes; además, puede hacernos reflexionar, estimular el raciocinio y favorecer la formación de una conciencia crítica.

Sin embargo, por ser un medio no-audiovisual, la radio no se presta para enseñar técnicas, métodos y procedimientos. Los números, dosis, fechas, medidas y operaciones no se captan bien, no se recuerdan ni se retienen.

La radio tampoco sirve para difundir largas conferencias, pues nadie está dispuesto a seguir por radio un largo monólogo; nos distraeríamos y cansaríamos con facilidad.

Por lo anterior, en radio funcionan sólo ciertos géneros y formatos. Mario Kaplún distingue doce modelos clásicos y usuales en la radio:

1.- La charla:
   a) expositiva
   b) creativa
   c) testimonial

2.- El noticiario

3.- La nota o crónica

4.- El comentario

5.- El diálogo:
   a) el diálogo didáctico
   b) el radio-consultorio

6.- La entrevista informativa

7.- La entrevista indagatoria

8.- El radioperiódico

9.- La radio-revista (programas misceláneos)

10.- La mesa redonda:
   a) mesas redondas propiamente dichas
   b) el debate o discusión

11.- El radio-reportaje:
   a) con base en documentos vivos
   b) con base en reconstrucciones (relato con montaje)

12.- La dramatización:

a) unitaria

b) seriada

c) novelada

1.- La charla: es un discurso o monólogo, generalmente breve.

a) Charla expositiva. El locutor radiofónico difunde un conocimiento, da un consejo, explica un tema o un hecho. La charla es el formato que se emplea más comúnmente porque es el más sencillo y económico. Sin embargo, es la manera más aburrida y menos pedagógica y radiofónica para transmitir un mensaje, puesto que el locutor se limita a hablar; es decir, simplemente expone.

La charla puede ser a una o a dos voces. Ésta consiste en repartir el texto entre dos locutores que se van alternando en su lectura. No hay intercambio entre los dos lectores: ambos son locutores, pero no interlocutores.

b) Charla creativa. Su propósito es motivar al oyente, llamar su atención sobre algún tema y despertarle una inquietud. Este tipo de charla difiere de la anterior porque el guionista se propone elaborarla y construirla radiofónicamente, tratando de atraer la atención del auditorio. Por su parte, el locutor expone el tema como una verdadera creación radiofónica, imprimiéndole un carácter personal, directo, coloquial, como si se tratara de una plática amable e íntima.

c) Charla testimonial. El locutor habla en primera pesona y transmite su propia experiencia, su propia historia. Esta charla es auténtica, vivida, real.

2.- El noticiario: es un servicio que se ofrece a una determinada hora y de manera permanente por una emisora. Está formado por un conjunto de noticias que transmiten la información sintética y escueta de varios hechos o sucesos.

3.- La nota o crónica: es la información amplia de un hecho. No incluye comentarios u opiniones personales, pero si ofrece los pormenores y antecedentes del hecho. También puede incluir opiniones que otros han dado acerca del suceso.

4.- El comentario. El locutor analiza y opina sobre un hecho. Da información y orienta al auditorio; influye sobre él y lo inclina a favor de una determinada interpretación del hecho.

5.- El diálogo: implica la intervención de dos o más voces. Ofrece mayor atractivo e interés por la variedad de voces y más posibilidades educativas por el intercambio de distintas posiciones y opiniones.

a) El diálogo didáctico: es una conversación viva, amistosa, ágil, eficaz, natural y sencilla en la cual se puede dar información, conocimientos y consejos sobre uno o varios temas. Para fines educativos, este formato es más interesante, dinámico y eficaz que la charla expositiva.

b) El radio-consultorio: es un programa realizado con base en las consultas del auditorio, formuladas por carta o por teléfono. Puede ser de carácter general o especializado.

6.- La entrevista informativa: es una conversación entre dos personas basada en preguntas y respuestas. El entrevistador es el locutor de radio; el entrevistado es alguien ajeno al medio (un político, un actor, un futbolista, un sacerdote, etcétera) que aporta información, opiniones o testimonios que interesan al auditorio.

La entrevista puede realizarse a una o varias personas de manera simultánea y generalmente se graba antes de ser transmitida, aunque también puede hacerse "en vivo".

7.- La entrevista indagatoria. El locutor invita al programa a una personalidad para someterlo a una entrevista sobre un tema de actualidad con el cual esa persona tiene relación directa. Este tipo de entrevista se realiza "en vivo".

8.- El radioperiódico: contiene y desarrolla, igual que un periódico escrito, distintas secciones: noticias nacionales, noticias internacionales, política, economía y finanzas, cultura, ciencia y tecnología, espectáculos, deportes, humor. Proporciona información, comentarios, análisis, crónicas y reportajes sobre cada

una de estas secciones. Incluso contiene un comentario editorial. También ofrece entrevistas sobre diversos temas y aspectos de la actualidad cotidiana.

Este tipo de programa se transmite diariamente y siempre en el mismo horario. Algunas de sus secciones son diarias, otras se alternan y se incluyen una o dos veces por semana. Suele durar hasta una hora, y no resulta largo debido a la variedad de sus secciones, a su agilidad y dinamismo.

9.- Programas misceláneos (la radio-revista). Se trata de un programa hablado que contiene temas y secciones variados. La presencia de un conductor (o una pareja de conductores) le brinda unidad al programa.

La radio-revista de actualidad alterna diferentes temas del momento -sin limitarse a las noticias del día, como el radioperiódico- y utiliza en sus secciones diversos formatos: entrevistas, crónicas, encuestas, charlas testimoniales, comentarios y consultorios. El conductor lleva el programa y enlaza las distintas secciones.

10.- La mesa redonda: es un programa que se basa en la participación de dos o más invitados con el fin de ofrecer al auditorio el análisis de un problema o de un asunto determinado. Por lo general, los invitados son especialistas en el tema que se aborda, pero también puede participar en la mesa redonda cualquier persona relacionada con el problema.

Un conductor o moderador coordina el programa, formula las preguntas dirigidas a los invitados y les concede la palabra, administra el tiempo y regula la duración de la intervención de cada uno, hace un resumen de las exposiciones y expone las conclusiones a las que se haya podido llegar al término de la mesa redonda.

a) La mesa redonda propiamente dicha. El moderador invita a diferentes personas para que cada una aporte su información y su punto de vista, desde la perspectiva de su respectiva especialidad. Este género trata de aclarar un problema, analizándolo desde diversos ángulos.

b) El debate. A diferencia de la mesa redonda, el programa de debate busca la discusión, la controversia; su propósito es confrontar posiciones encontradas. Si hay un conflicto, el moderador invita a las dos partes en pugna para que expongan el problema desde su propia posición y lo discutan.

11.- El radio-reportaje: El reportaje es una presentación completa de un tema. Puede desplegar una variada gama de recursos y formatos, que cumplirán a lo largo de la exposición el mismo papel que cumplen las fotografías, esquemas y dibujos en un reportaje impreso.

a) El reportaje con base en documentos vivos. Este tipo de reportaje utiliza sonidos reales grabados en el escenario donde ocurre el hecho, entrevistas significativas y testimonios, pasajes dramatizados con actores y música; es decir, utiliza todos los recursos documentales posibles para ilustrar el tema. El conductor lleva el hilo de la exposición, relaciona los distintos documentos, los comenta y extrae conclusiones.

b) Con base en reconstrucciones (relato con montaje): En este tipo de reportaje no se dispone de documentos "vivos" porque se trata de presentar un hecho histórico que sucedió hace tiempo, o una situación contemporánea que ocurrió en otro país.

Se utiliza un narrador o pareja de narradores quienes conducirán la exposición del tema e irán intercalando distintos documentos, pero no grabados en vivo, sino actuados.

Algunas escenas pueden presentarse a manera de diálogo, dramatizadas e interpretadas por actores. Las escenas pueden reconstruirse con efectos sonoros y música. Como podemos ver, el relato montado utiliza algunos recursos del radiodrama, pero no desarrolla una acción dramática sino que se centra en un enfoque periodístico, basándose en un relato como eje.

12.- El radiodrama. Es el formato más activo y el que más se acerca a la vida real. El radiodrama cuenta una historia en la que los personajes se animan y hablan por sí mismos, cobran vida en las voces de los actores que los interpretan.

La historia expuesta en un radiodrama puede ser real o imaginaria, pero en ambos casos el auditorio se involucrará en ella, identificándose con el problema que se desarrolla y con los personajes que lo viven.

Si el radiodrama logra parecer real; si las situaciones, ambientes y hechos que presenta le son familiares al escucha, mantener su atención resultará más fácil que hacerlo con otro formato. Con el radiodrama también resulta más sencillo lograr la participación intelectual y emocional del auditorio.

En el radiodrama, el mensaje que se desea transmitir debe ser sugerido, insinuado, estar implícito en la acción dramática. El escucha debe extraer el mensaje sobre el que deseamos que reflexione.

Kaplún distingue tres tipos de programas realizados con radiodramas:

a) Unitario. La acción comienza y termina en una única emisión, como el radiocuento.

b) Seriado. Cada capítulo presenta una trama independiente, la cual puede seguirse y comprenderse sin necesidad de haber escuchado los capítulos anteriores. Tiene un personaje central o un grupo de personajes fijos y permanentes que dan continuidad a la serie.

c) Radionovela. Tiene una trama continuada y se compone de muchos capítulos.

Para fines educativos, el más recomendable de los tres tipos de radiodramas es el seriado, ya que no es necesario escuchar todos los capítulos para entender la trama. Al mismo tiempo presenta personajes o elementos permanentes que dan unidad al conjunto, y motivan al auditorio para seguir escuchando el programa, haciendo que se identifique más con él.

Hasta aquí hemos revisado los formatos radiofónicos, pero cabe ahora preguntarnos ¿qué formato debemos elegir para los programas que proponemos? Debemos elegir el que mejor se adecue a las necesidades de nuestro público en el

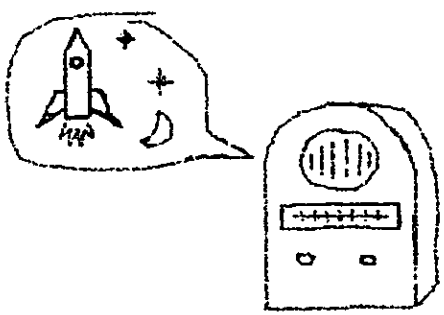
momento de la transmisión y a la temática que pretendemos tratar: es decir, debemos recurrir al formato que más aporte para un programa determinado. Lo importante es que siempre demos variedad, que utilicemos y explotemos los recursos radiofónicos, que pongamos inquietud y creatividad para logar una emisión dinámica e interesante.

"Cuanto más humano sea un texto radiofónico, tantas más posibilidades tendrá de interesar a un gran público"[57]. Por eso, los programas dramatizados pueden considerados los más atractivos en virtud de su estructura real y dinámica.

[57] Mario Kaplún, *op.cit.*, p. 80

Capítulo cuatro

Una propuesta radiofónica para niños



"Un fino oído y un alma fresca son necesarios para hablarles a los niños sin parecer un padre severo, un maestro regañón, un cura moralista. O peor aún, sin convertirlos en retrasados mentales".
Florence Toussaint[58]

4.1 El triste panorama de la radio infantil

Aunque desde los inicios de la radiodifusión en México han existido programas dedicados a los niños (recordemos *Los cuentos del tío Polito* y el programa de Cri-Cri, transmitidos por la XEW), estos han ocupado un espacio mínimo en el cuadrante comparado con el número total de horas de transmisión que producen todas las emisoras del país. ¿Por qué marginar radiofónicamente a los niños?

4.1.1 Los niños no son importantes para los radiodifusores

La situación actual de la radio infantil en México, según señala Jesús Estrada, productor del programa infantil *Circo, maroma y libros*[59], el cual se transmite por Radio Educación, es la misma que siempre ha tenido; es decir, "los radiodifusores -no sólo en el Distrito Federal, sino en todo el país- observan al niño como un mero ente de consumo, como alguien propicio para venderle "gansitos", juguetes, tenis, etcétera, pero nunca se le ha visto como radioescucha; es decir, como una persona a quien se le puede transmitir cosas útiles"[60].

Según Jesús Estrada, en la Ciudad de México existen más de 50 estaciones radiofónicas de AM y FM, las cuales destinan el 75% de su programación al género musical (promoción de grupos y canciones), mientras que el 25% restante se compone de programas hablados, comentarios, noticias, etcétera. "Dentro de este 25% entran un poco los programas para niños. Pero, ¿a qué se reducen los programas para niños? A programas de concursos, programas que transmiten

---

58 Florence Toussaint, "Radio Infantil", **Revista Proceso**, p. 63.
59 Ver Apéndice.
60 Entrevista realizada el viernes 11 de octubre de 1996 en las instalaciones de Radio Educación.

canciones de Cri-Cri, programas que no los hacen pensar sino que los ven como entes de consumo. Es muy triste ver que los radiodifusores no ven al niño como alguien a quien se le puede ofrecer una programación inteligente".

Jesús Estrada menciona una parte importante de la realidad social de los niños: su papel como consumidores. "La televisión ejerce una evidente influencia sobre ellos como consumidores en países como los Estados Unidos, donde la TV es casi puramente comercial y los anuncios constituyen parte importante de la exposición al medio por parte de los niños"[61].

Gran parte del contenido de los anuncios televisivos puede ejercer un efecto negativo sobre las actitudes infantiles. Este tipo de publicidad utiliza técnicas persuasivas, sobre todo visuales, para manipular a los niños televidentes y hacerles desear determinados productos. Por ser la radio un medio puramente auditivo y poco atractivo para el público infantil, los anunciantes prefieren la televisión. Por eso en radio no hay un espacio considerable dedicado al público infantil, mucho menos una estación radiofónica, como sucede en el caso de la televisión, en donde existe un canal de caricaturas que dedica la mañana y tarde a los niños (Canal 5), así como otros espacios que transmiten programas de concurso, como *En Familia con Chabelo*.

Los programas infantiles de televisión están llenos de anuncios que alientan el espíritu consumista del niño. Los infantes prestan atención a estos anuncios, por lo que aprenden sus contenidos, recuerdan sus frases y algunas marcas comerciales, y sobre todo, retienen las imágenes visuales de los productos.

Sin embargo, aunque con frecuencia los pequeños intentan influir en sus padres para que compren los productos anunciados, los niños, al igual que los ancianos, no tienen decisión de compra. Edgar Cruz, productor en Radio Educación y en el IMER, asegura: "Para la radio comercial, los niños no son objeto de venta, no consumen: es un público que no interesa a los concesionarios,

---

61 Patricia Marks Greenfield, **El niño y los medios de comunicación. Los efectos de la televisión, video-juegos y ordenadores**, p 81.

quienes necesitan vestir sus programas de spots publicitarios, los cuales son finalmente los que aportan dinero a la emisora"[62].

Por eso a los productores radiofónicos no les interesa producir programas infantiles. En cambio, los productores de televisión saben que el niño pasa varias horas contemplando las imágenes transmitidas a través de la caja mágica, por lo que dedican amplios espacios a la programación infantil. De hecho, para muchos niños es un castigo no ver televisión cuando no han terminado sus tareas escolares a tiempo. Por estas razones, los programas televisivos sí interesan a los anunciantes.

Vistos bajo esta perspectiva, los niños son seres atractivos desde el punto de vista publicitario, pero no desde el punto de vista del contenido programático. Por eso los contenidos -tanto en radio como en televisión- se dirigen a otros públicos, principalmente a los jóvenes y adultos.

Algunas estaciones de radio que dedican un pequeño espacio de su programación al público infantil son: Radio Educación, Radio Universidad, La XEW, Radio 710 y ABC Radio. Sin embargo, son muy pocas si tenemos en cuenta que existen 56 estaciones de radio sólo en el D. F., según la Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal.

Sin embargo, a pesar de la existencia mínima de programas para niños, la mayoría de ellos, sobre todo los de la radio comercial, son unidireccionales; es decir, los emisores se dirigen a su público sin dejarles la posibilidad de reciprocidad. La XEW, por ejemplo, transmite 3 horas de música infantil intercalando algunas llamadas telefónicas que hacen los niños para enviar saludos o felicitaciones de cumpleaños. Esta comunicación vertical, "desde arriba", le impide al niño intervenir en cuestiones importantes y necesarias para él.

---

62 Ma del Rocío Cruz García, *op. cit.*, p. 55.

4.1.2 Un enemigo de la radio: la televisión

Aunque el niño preescolar vive la edad de la inocencia, lo cierto es que, al igual que nosotros los adultos, está expuesto a un aparato que actualmente se ha vuelto tan indispensable como la estufa de gas: la televisión. Y es en este punto donde creemos conveniente hacer una reflexión.

> "Hoy, cuando hay poco menos de quinientos millones de aparatos de televisión en el planeta; cuando el promedio de horas frente al televisor de la población del Distrito Federal es de cuatro horas diarias, la televisión se ha convertido en la compañía más impersonal y constante, sustituyendo la conversación. Es el informador más indigesto, el portador de mensajes indiferenciados.
>
> La televisión cuida a los niños, los pacifica, los entretiene, los informa, plasma una realidad hecha de imágenes y valores en millones de ellos. El desarrollo del mercado de imágenes ha provocado un flujo planetario de series televisivas, eventos deportivos y políticos. Casi todo puede verse: la versión "disneyesca" de la prehistoria o la computarizada del futuro; los ojos en blanco de Valenzuela al serpentear una pelota y las porras mudas, pero luminosas, en el gran tablero del Astrodome, y también en vivo el irónico fin de un desfile militar en la capital egipcia. Todo, casi todo puede verse.
>
> Vivimos en una cultura de intensa visualización en donde hay una devaluación de la experiencia, de lo vivido, una ineptitud para la aventura, un olvido de la tradición oral, un alejamiento de la palabra escrita. Lo visual tiene una invasora primacía que opaca los otros sentidos del cuerpo: el hecho de ver va sustituyendo experiencias de lo real y a tal visualización se canalizan energías que podrían dirigirse a otros procesos más activos, más totalizadores, y son los niños quienes están más expuestos a este fenómeno"[63].

Se ha afirmado que la televisión deprime, efectivamente, la actividad imaginativa. Así por ejemplo, Dorothy y Jerome Singer han hallado, en un estudio realizado con niños en edad preescolar, que cuanta más televisión ve un

---

[63] Martha Acevedo, *et. al.*, "La producción social de sentido y la comunicación educativa. una serie de radio para niños", **Cuadernos del Ticom**, p 6

niño, menos probable es que tengan un compañero de juego imaginario (lo cual consideran dichos autores como un índice de imaginación)[64].

Asimismo, Patricia Marks en su libro El niño y los medios de comunicación, afirma que un experimento natural realizado en Canadá demostró que la creatividad de los niños, medida por su capacidad para imaginar usos múltiples de objetos corrientes, disminuía después de haber sido introducida la televisión en su ciudad[65].

Al trabajar en un proyecto de investigación y producción radiofónicas fue necesario tomar en cuenta lo anterior. ¿Qué interés puede despertar en el niño un producto comunicativo que sólo utiliza sonidos, en un ambiente donde predomina lo visual? ¿Qué personajes pueden atraerle? ¿Es posible plasmar temas que le llamen mucho la atención en un medio como la radio? ¿Qué tipo de apoyos educativos pueden darse explotando las posibilidades del medio radiofónico? ¿De qué manera responderán a él? ¿Cómo podemos acercar a los niños a la radio? Jesús Estrada nos responde esta última pregunta: "Con programas inteligentes, con programas que puedan hacer que los niños se separen de la tele; es decir, no dándoles consumo ni violencia, sino despertándoles algunas de las inquietudes que tienen".

Asimismo, el productor de *Circo, maroma y libros* considera que hay un factor importante para que el niño escuche radio: "Si el papá oye radio, el niño oye radio. Si los papás no oyen radio, los niños nunca van a oir radio. En mi programa estamos conscientes de que nuestros niños radioescuchas existen porque el papá prende la radio y pone al niño a escuchar".

Ningún adulto que haya empezado a practicar de mayor, adquiere tanta eficiencia en tocar el piano, en la natación o en cualquier actividad, como el que desde la infancia comienza una agradable y constante práctica. Por eso, desde

---

64 *Cfr.* Patricia Marks Greenfield, *op. cit.*, p 124
65 *Ibid.*, p 125

temprana edad, padres y maestros deberían proporcionarle al niño la experiencia de lo que es la radio, con el fin de que tenga una noción clara de su valor.

Un niño puede acercarse a la radio a cualquier edad. El ser humano es, por naturaleza, capaz de oir. Desde que está en el vientre materno, lo primero que un bebé oye es el corazón de su mamá y la música del exterior. El primer sentido que desarrollamos con gran capacidad es la audición; por lo tanto, es fácil experimentar una experiencia radiofónica.

"Desde que el feto adquiere sensibilidad, alrededor del tercer mes de gestación, es capaz de distinguir las sensaciones placenteras de las desagradables. Vive en un mundo submarino en el que recibe, a través del cordón umbilical, la placenta y el sistema sensorio, el sustento y una serie de informaciones; es decir, se nutre, se mueve y se informa. Aprender no empieza en la escuela, sino desde bebés, y aún estando en el vientre materno, el conocimiento se obtiene a través de los sentidos"[66].

El órgano sensorial físico que responde a los estímulos sonoros es el oído, y por medio de él podemos percibir sonidos, ruidos, palabras articuladas, música. Así, desde la propia voz, las onomatopeyas, los instrumentos musicales, el caer del agua y todo lo que produzca sonido, puede y debe ser utilizado para educar el oído del niño, y así competir con el medio audiovisual más importante hoy en día, y el cual ha ido transformando a la radio en sinfonolas radiofónicas: la televisión. Recordemos que la manera más sencilla y provechosa de desviar la atención de un niño de objetos y acciones perjudiciales para él (como algunas caricaturas que actualmente incluyen una violencia excesiva), es proponerle otras actividades más interesantes.

4.2 La voz de los expertos

Como vimos en el capítulo 2, la radio se considera un medio unidireccional; es decir, en una sola dirección, en una única vía. El emisor se

---

66 Francesca Gargallo, "Un proyecto de educación alternativa debe sustentar los anhelos de libertad en la realidad Martha Pardo, **Unomásuno**, domingo 10 de diciembre de 1995, sección cultura, p 22

dirige al escucha sin dejarle posibilidad de reciprocidad. Éste está reducido a recibir pasivamente esa comunicación que le llega verticalmente, "desde arriba", y en la cual no puede intervenir. Es una situación de dependencia: el perceptor depende únicamente del emisor.

En la actualidad, hemos consolidado una manera de escuchar radio totalmente pasiva. Hemos convertido a la radio en un medio cuyos contenidos, por lo general musicales, sirven de fondo a nuestras más diversas actividades. Desde este punto de vista, la radio comercial exige menor atención y concentración al auditorio.

Es relativamente poca la gente que sintoniza la radio con el objeto expreso de escuchar, y es generalizada la tendencia de la gente a cambiar de estación en busca de música cuando inicia, por ejemplo, un programa hablado como un noticiario.

Por eso deben surgir nuevas formas de hacer radio en las cuales el oyente no esté ausente y reducido al silencio y la pasividad. Debe pensarse en una radio más cotidiana y horizontal, que se preocupe por sus contenidos y propicie una comunicación participativa en la cual el perceptor se exprese directamente, dejando de ser oyente para hacer oír su propia voz. Una radio que facilite el diálogo, la participación y la cooperación, y tome en cuenta las necesidades e intereses de la comunidad a la cual se dirige para que ésta se identifique con ella.

¿Cómo hacer una buena radio infantil? Jesús Estrada nos responde:

> "Ya existió una buena radio infantil: XERIN: la estación de los niños, una estación única en Latinoamérica. Era una estación dedicada 100% a los niños: había música, concursos, programas de comentarios, programas en los cuales los niños manifestaban sus inquietudes y sus críticas. Pero, ¿qué sucedió? Que el gobierno se dio cuenta de que los niños empezaban a ser críticos, empezaban a utilizar estos espacios para cuestionarse, y eso no les gustó.
>
> Una buena radio despierta la imaginación, despierta la creatividad, permite que los niños puedan decir lo que realmente sienten. No les damos oportunidad a los niños de que digan lo que sienten. Tiene que ser una radio muy inteligente, en la que lo mismo oigan un tipo de

música que otra, en la que haya programas de análisis, de noticias. Los niños también quieren oír noticias y nunca les decimos nada. Faltan programas para niños y la temática es bastísima: todo aquéllo que a los niños les interesa. ¿Y quién determina lo que a los niños les interesa? Pues los mismos niños.

Los buenos programas observan al niño como un ciudadano propio de ser explotado radiofónicamente. La radio tiene una naturaleza psicológica: despierta la imaginación, despierta la creatividad. Puede despertar en el niño eso que tiene guardado y que no saca, más que a veces en la escuela. Los buenos programas ponen al niño a pensar, a idear cosas.

Otra naturaleza de la radio es su sencillez técnica. Por ejemplo, la radio permite participar a los niños por medio de controles remotos La clave primordial es que veamos al niño como radioescucha, y que le preguntemos qué es lo que quiere oír. Si a los grandes no nos preguntan qué es lo que queremos oir, mucho menos a los niños".

Lourdes Muggenburg, locutora de Radio Educación, señala que los programas deben buscar que el niño se interese, participe, reflexione, que el infante se sienta tomado en cuenta. Asimismo, deben establecer empatía con el niño y motivar el espíritu del juego como un vehículo para el aprendizaje. "Hacer radio para niños es jugar"[67].

Además, al niño le interesa conocer todo lo que le rodea: su casa, su colonia, su ciudad, su país. Sin embargo, es muy importante explicarles las cosas a su nivel y con su lenguaje.

Por su parte, Edgar Cruz asegura que "a los niños no necesariamente se les tiene que ofrecer siempre cosas nuevas, lo que sí debe hacerse es motivarles su creatividad, la representación, el análisis; que no todo esté resuelto, que continuamente se les dé una chispa para que piensen, para que reflexionen, aprovechando los distintos géneros radiofónicos"[68].

---

[67] Cfr. Ma. del Rocío Cruz García, *op.cit.*, p. 57.
[68] *Ibidem.*

Por su parte, Martha Romo, exdirectora de Radio Rin, en una entrevista realizada por Guillermina Baena Paz, afirma que:

> "Los niños deben tener acceso a una radio que les proporcione autoestima, independencia, imaginación y gusto por el trabajo y la vida. Todo esto lo entendemos como parte de un proceso en el que se generan, recuperan y proyectan valores, tradiciones y raíces culturales.
>
> En Radio Rin entendemos a la radio como un espacio lúcido, íntimo, coloquial, cotidiano, generador de imágenes, fantasías y acciones. Partimos de que los niños constituyen grupos heterogéneos con necesidades específicas y maneras diferentes de percibir los contenidos radiofónicos. Consideramos entre nuestro público, desde los no natos hasta el niño que todos llevamos dentro.
>
> Nuestra sociedad padece de lo que en Radio Rin conocemos como el síndrome de Herodes:
>
> 1. Considerar que todos los niños son tontos.
> 2. Ubicarlos cronológicamente en los tres años.
> 3. Olvidar que en nuestro país más del 50% de la población son niños menores de 14 años.
> 4. Negar credibilidad y valor a las opiniones y testimonios de los niños.
> 5. No aceptar científicos, artistas, que pueden compartir y divulgar sus conocimientos y experiencias con los niños"[69].

Tomando en cuenta las opiniones anteriores, podemos señalar que una radio para niños, debe ser producida de manera inteligente para que no les permita ser pasivos. Los niños deben sentirse reflejados, tomados en cuenta, y permitirles entrar al mundo de la música y los sonidos.

En una radio interactiva, los niños pueden participar en la elaboración de los programas, hacer locución, participar y promover lo que ellos quieran. Permitir a los niños actuar como productores ayuda a superar las limitaciones de los medios electrónicos como formas de comunicación pasivas y unidireccionales.

---

69 *Ibid.*, p 38-42

"En el medio de la letra impresa, los niños son desde el principio tanto consumidores como productores. Aprenden a escribir, así como a leer. Sin embargo, cuando surgieron la radio y más tarde la televisión, este papel de productor no se produjo. Hasta hace poco, los costos y la complejidad de la tecnología situaban la producción de materiales de video y audio fuera del alcance de la inmensa mayoría de los niños"[70].

Sin embargo, es tiempo de considerar al niño como productor respecto a estos medios, ya que la tecnología de la producción es actualmente mucho más asequible. Ejemplo de ello es el acercamiento de los jóvenes hacia los medios de comunicación que pretende brindar Televisa con su evento anual llamado *Espacio.*

"Respecto a los medios auditivos, los registros con cinta magnetofónica podrían ser ampliamente utilizados en la actualidad para proporcionar a los niños experiencia como productores. Podrían registrar y editar sus propios programas de radio. De esta manera, los medios auditivos podrían utilizarse con fines documentales y también artísticos. Serían así un valioso complemento de la instrucción en todas las materias sociales"[71].

Y como la producción implica siempre más conocimiento que la simple percepción, es probable que cuando los niños tengan experiencia como productores, se convertirían en consumidores más especializados.

Jesús Estrada también promueve la libertad para combatir la pasividad: "Hay que dejarlos que pinten las paredes, que tomen el micrófono, que vean que no es magia, que ellos sean parte del proceso radiofónico, así los vuelves interactivos, activos. Que ellos hagan su programa, que participen, que se involucren, que se enojen, que hagan berrinches, que no te hablen, o que te digan lo que piensan".

---

70 Patricia Marks Greenfield, *op.cit.*, p 225
71 *Ibid.*, p 227

Entonces, por qué no pensar en hacer una radio más cotidiana, horizontal, y participativa, con programas en los cuales el pequeño actúe y se exprese, y no sólo se dedique a oír cuentos, recomendaciones y canciones. Una nueva forma de radio infantil, en donde exista una relación mancomunada entre quienes participan en ella; una radio en donde emisores y perceptores se identifiquen e interactúen, una radio que provoque la participación y respuesta del auditorio; es decir, que el escucha entre en acción, participe y aprenda: una radio interactiva.

El reto para lograr una radio de esta naturaleza, se encuentra en mejorar los contenidos de la comunicación radiofónica y crear productos comunicativos que el perceptor realmente desee.

Bajo esta perspectiva, y enumerando las características definidas por Mario Kaplún, un mensaje radiofónico deberá:

-ser interesante y captar la atención del oyente, sin exigirle un esfuerzo de concentración excesivo;

-aprovechar el poder de sugestión del medio, estimulando la imaginación del perceptor y suscitando imágenes auditivas;

-desplegar una variada gama de recursos expresivos, valiéndose no sólo de la palabra, sino también de la música y el sonido;

-crear una comunicación afectiva que no sólo hable al intelecto del oyente, sino que convoque también su sensibilidad y su participación emotiva;

-desarrollar la capacidad de empatía, haciendo que el radioescucha se sienta presente en el programa y reflejado en él;

-partir de las necesidades culturales de los destinatarios;

-ofrecer al oyente elementos de identificación;

-limitarse a presentar pocas ideas y conceptos en cada emisión; saber reiterarlos y ser redundante sin caer en la monotonía;

-estar hecho con creatividad.

4.2.1 En los zapatos del niño

La situación de receptores pasivos, es decir, la unidireccionalidad de la comunicación, puede atenuarse con un factor potencial del mensaje radiofónico: la empatía. Mario Kaplún afirma que así como la radio es sugestión -lanzamos un mensaje al aire y el radioescucha echa a volar su imaginación-, la radio también es empatía. "La auténtica comunicación popular reside, en gran medida, en la capacidad empática del comunicador"[72].

Empatía es la capacidad de proyectarnos nosotros mismos en la personalidad de los demás, la facultad de anticipar sus respuestas a nuestros estímulos. Empatía es situarnos, al intentar comunicarnos, en el punto de vista, en la situación de nuestro destinatario. "La empatía es algo tan importante en la comunicación humana, que no es riesgoso afirmar que la mayor parte de las fallas de comunicación como la desinteligencia, la falta de entendimiento, la incomunicación, provienen de que la fuente emisora no ha sabido ponerse en el papel de su destinatario" (Luis Ramiro Beltrán, 1975).

"(...) cuando encontramos a alguien con el que nos entendemos bien, decimos que ambos sintonizamos; también decimos que, para poder ser bien comprendidos, debemos ponernos en la misma onda del otro"[73].

Es posible imaginar, visualizar a nuestro interlocutor. "(...) necesitamos desarrollar en nosotros esa capacidad de prever las posibles reacciones y respuestas de nuestro auditorio al mensaje que le estamos dirigiendo"[74].

---

[72] Mario Kaplún, *op. cit.*, p. 66.
[73] *Ibidem.*
[74] *Ibid.*, p. 67

Con base en la empatía; es decir, con base en nuestra capacidad de asumir la situación y el universo mental de nuestro destinatario, es como éste, sintiéndose reflejado y comprendido, podrá superar la sensación negativa de verticalidad y unidireccionalidad. Si logramos esta comunicación empática, ya no se sentirá como ausente, como excluido de la emisión, enfrentándose a contenidos impuestos, sino por el contrario, se sentirá presente en cierto modo en el programa, viviéndolo, participando en él. En una comunicación hotizontal, como la que aquí se pretende, ninguna de las entidades tiene o ejerce autoridad sobre la otra.

La empatía "se adquiere a base de una identificación profunda con el oyente -una identificación que supone observarlo y conocerlo- y, a la vez, aprender a quererlo tal como es, con sus virtudes y con sus carencias"[75].

El público de cualquier medio de comunicación, especialmente de la radio y la televisión, puede identificarse con determinados locutores y programas, estableciendo con ellos una relación de afecto especial. Esta afectividad se logra cuando el emisor se sitúa, al intentar comunicarse, en el punto de vista del perceptor.

Cuando esa relación de identificación se produce, el público puede concentrar su atención en el programa; y aunque los medios comerciales la exploten con fines de manipulación, esa relación responde a una necesidad afectiva del ser humano.

Para ponernos en los zapatos de nuestro destinatario -el niño de 4 a 5 años- debemos ser capaces de percibir el mundo como él lo percibe, sintonizarnos con su vida, con su universo, sentir como él, captar las cosas que pueden interesarle, hablar su propio lenguaje, volvernos niños otra vez.

---

[75] *Ibid.*, p 68.

4.2.2 Interesarnos en el niño

Nuestros mensajes radiofónicos también tendrán la posibilidad de ser escuchados con interés y atención en la medida en que sepan responder a las preguntas vitales que los oyentes se están haciendo.

La mayoría de las emisiones para niños se ajustan rígidamente a programas prefijados, cuyos contenidos están preestablecidos y que no tienen en cuenta los intereses e inquietudes de la audiencia y las preguntas que se está haciendo. Pero si un programa infantil sabe partir de lo que el niño necesita y siente, de los problemas a los que está buscando explicación y respuesta, es probable que pueda crear una audiencia concentrada, atenta y entusiasta.

4.3 El proyecto

Además de la investigación sobre las características y posibilidades de la radio, las cuales deben explorarse y explotarse con el fin de integrar el discurso de nuestros programas, la definición de los objetivos de los mismos se obtiene respondiendo a las siguientes preguntas: ¿Cuál es el principal propósito por el que deseamos transmitir un programa? ¿Cómo intentamos lograr ese propósito? ¿Quién es el sujeto emisor; es decir, cómo nos ubicamos frente al auditorio que deseamos obtener? ¿Quiénes son los perceptores? ¿Cuáles son las necesidades, características e intereses culturales del público al que vamos a dirigirnos?

En primer lugar, existen varias causas por las que pretendemos transmitir un programa para niños, y a todas ellas nos hemos referido en la introducción del presente trabajo. Sin embargo, el propósito principal es satisfacer las necesidades informativas, recreativas y educativas del niño de 4 a 5 años, ya que, como mencionamos en la introducción de este trabajo, la radiodifusión podría ser una excelente colaboradora de la educación de los niños y convertirse en un valioso auxiliar del desarrollo de los pequeños que se encuentran en su etapa de formación (edad preescolar).

Podemos alcanzar este propósito si creamos programas que cubran las expectativas de los niños de esta edad y que respondan a sus necesidades;

programas participativos en los que se incluya obligatoriamente un aspecto lúdico. Recordemos que el juego es la principal actividad del niño preescolar.

4.3.1 Los emisores

¿Cómo debemos ubircarnos los emisores respecto al tipo de auditorio que pretendemos obtener? En primer término, partimos del hecho de que la persona que comprende mejor los deseos y sentimientos de los demás, está en mejores condiciones de convivir con ellos: el afecto de un niño se inclina en favor de las personas que con sus cuidados y dedicación atraen sus impulsos afectivos.

En segundo lugar, los emisores tendremos que desarrollar al máximo nuestra capacidad de asumir la situación de nuestro destinatario, tomando en cuenta sus intereses e inquietudes. Esta identificación sólo puede ser posible mediante la observación y el conocimiento de nuestros perceptores, lo que supone aceptarlos tal y como son, con sus carencias y virtudes.

Los emisores debemos ser comprensivos y estar dedicados a nuestro auditorio; interesarnos en atender sus necesidades culturales, artísticas, recreativas y educativas.

4.3.2 Los perceptores

En el primer capítulo de esta tesis plasmamos las características más importantes que componen la personalidad de nuestro radioescucha -el niño de 4 a 5 años que habita en zonas urbanas- y algunas de las actividades que ellos pueden realizar para su recreación, entretenimiento, educación y desarrollo (contexto cultural). Sin embargo, esto no significa que los programas de esta propuesta no puedan interesarles a niños más grandes o más pequeños.

Asimismo, el trabajo directo mediante la observación y la interacción con los niños en su vida diaria en el aula de clases, resulta ser una parte esencial en la presente investigación. La decisión de trabajar en una institución educativa se debe a que ahí están concentrados un número mayor de niños en un solo espacio.

Es importante señalar que nos dirigimos a niños que habitan en zonas urbanas puesto que son los más cercanos a quienes planearían, escribirían, dirigirían y actuarían los programas, así como por nuestra falta de conocimiento sobre la vida y las necesidades de información y formación de los niños que habitan en zonas rurales, debido a que no teníamos la posibilidad de visitarlos. Creemos que la realidad que vive el niño de zonas urbanas está muy alejada a la realidad del niño rural.

Metodológicamente nuestra tesis puede dividirse en tres etapas:

a) Investigación bibliográfica. Esta fase contempla la obtención de información sobre las características del medio radiofónico y nuestro auditorio mediante la investigación bibliográfica.

b) Investigación de campo. Esta segunda fase es muy importante debido a que la recopilación directa de información (necesidades, gustos, actitudes, motivaciones y preferencias de los niños) será necesaria para el diseño de nuestros programas. Para obtener esta información no se aplicaron cuestionarios, puesto que el niño de esta edad (de 4 a 5 años) todavía no es capaz de leer correctamente; por lo tanto, utilizamos la observación directa de las constantes interacciones que tuvimos con los niños durante un año escolar. La información obtenida de esta manera fue vaciada en el capítulo 1 de la presente investigación.

c) Producción de los programas y presentación de los mismos a los niños con el propósito de llegar a conclusiones generales en la investigación.

La investigación de campo requiere, antes que nada, la selección de una muestra representativa del grupo que deseamos estudiar. Al comienzo de nuestra tesis decidimos elegir dos grupos de investigación: un kinder particular y un Jardín de Niños oficial para asegurarnos que la muestra sería objetivamente representativa del universo de nuestro interés (niños de 4 a 5 años que habitan en zonas urbanas). Sin embargo, nos encontramos con diversos problemas.

El primero fue que, por tratarse de un trabajo directo con los niños durante un periodo largo de tiempo (un año escolar), las autoridades de algunas

instituciones educativas que visitamos, sentían desconfianza en depositar a los pequeños en manos de una persona extraña, por lo que en varias escuelas nos fue negado el permiso.

Otras escuelas nos otorgaban el permiso siempre y cuando las educadoras permanecieran con los niños mientras trabajábamos con ellos. Ante la presencia de sus maestras, creímos que los niños ya no actuarían de manera natural, por lo que los resultados se verían afectados parcialmente.

Además, las escuelas oficiales nos pedían muchos requisitos para acercarnos a los niños: presentar un documento avalado por la ENEP Acatlán en el cual se estableciera el objetivo de la investigación y los detalles de las actividades que se pretendían realizar con los niños. Una vez presentado éste, era necesario el permiso de la Dirección General de Educación Preescolar y de los padres de familia.

La situación anterior retrasaba el inicio de nuestra labor con los niños, por lo que decidimos trabajar únicamente con el Jardín de Niños Pavón, institución privada que nos brindó todas las facilidades para la realización de nuestra investigación.

4.3.3 Las actividades

Una vez obtenido el permiso para trabajar en el Jardín de Niños Pavón, ubicado en la calle Belén de los Padres núm. 2, Colonia Santa Mónica, realizamos la agenda de trabajo que se muestra en la siguiente página.

Es importante señalar que decidimos trabajar un año escolar con los pequeños, debido a que sólo se nos permitió visitar a los niños dos días por semana (martes y jueves) para no entorpecer sus actividades escolares. Además, pretendíamos establecer un ambiente cálido y de confianza con los pequeños, y conocer ampliamente a nuestro perceptores, lo que no puede lograrse con sólo 5 días de visita.

MES	ACTIVIDADES
Septiembre	*Presentación con los niños durante el recreo. Preguntarles sus nombres y edades. *Realizar un juego dentro del salón para conocerlos *Platicar sobre sus gustos e intereses. Hablarles sobre los míos si me lo piden. *Realizar juegos durante su recreo: teléfono descompuesto, esconder sus zapatos, lobo, encantados.
Octubre	*Platicar sobre lo que hacen en casa. *Platicar sobre su familia. *Pedirles que realicen un dibujo. El tema es libre. *Festejar el día de muertos.
Noviembre	*Hablar sobre los medios de comunicación para introducirlos a la radio. Llevarles "un radio" para que lo vean, lo toquen, lo escuchen y lo perciban. *Llevarles el dibujo de una radio y pedirles que lo iluminen. *Platicar sobre un tema que ellos propongan.
Diciembre	*Hablar sobre los festejos navideños. *Realización de juegos durante su recreo: teléfono descompuesto y los que ellos propongan.
Enero	*Escuchar música mientras realizan un dibujo. *Cantar una canción que ellos propongan. *Escuchar la música que ellos propongan mientras realizan un dibujo. *Bailar, ejercitando todo su cuerpo.
Febrero	*Realización de juegos que incluyan ritmo y movimientos del cuerpo. *Festejar el día de la amistad. *Bailar diferentes ritmos.

MES	ACTIVIDAD
Marzo	*Detección de sonidos del hogar *Detección de sonidos de animales *Detección de otros ruidos. *Escuchar melodías. *Bailar diferentes ritmos.
Abril	*Realizar grabaciones de sus pláticas. *Platicar sobre sus vacaciones. *Platicar sobre lo que hacen en sus ratos libres.
Mayo	*Realizar actividades manuales. *Realizar juegos en el recreo. *Asistir a los ensayos de los bailables para fin de cursos.
Junio	*Presentación de programas radiofónicos
Julio	*Fin de cursos.

Nuestro primer acercamiento con los niños pretendió establecer un ambiente de simpatía y respeto mutuos, por lo que nuestra visita transcurrió durante su recreo. Cabe señalar que únicamente observamos las actividades de los niños: algunos niños corrían uno detrás del otro, las niñas jugaban "a la mamá", y otros trepaban en los juegos del patio escolar. Poco a poco, los pequeños fueron acercándose para establecer el primer contacto comunicativo de ellos hacia nosotros: ¡Hola! ¿Cómo te llamas? ¿Quién eres? ¿Eres una miss? ¿Quieres jugar?

En ese momento comenzamos a interactuar con los pequeños, respondiendo a sus preguntas y cuestionándoles también. El objetivo de esperar a

que ellos se acercaran a nosotros fue no parecer severos, imponentes o irrespetuosos al interrumpir sus actividades e imponer las nuestras, por lo que la presentación se realizó de manera informal: no nos presentamos en el salón de clases como una "maestra regañona", sino como un amigo más dentro de un entorno propiciado por el mismo niño.

La manera en que se realizó este primer contacto con los pequeños fue muy importante porque marcó la pauta de la manera en que se llevarían a cabo nuestras siguientes visitas: bajo un ambiente de confianza, amabilidad, respeto y simpatía. Asimismo, pudimos observar que los niños de esta edad están llenos de vida, puesto que son muy activos.

La siguiente lista muestra los nombres y edades de nuestros pequeños perceptores al inicio del período escolar 96-97:

NOMBRE	EDAD
Sofía	4 años
Fernanda	4 años
Alejandra	4 años
Josuhel	4 años
Rogelio	4 años
Eduardo	4 años
Angel	4 años
Laura	5 años
Fabiola	5 años
Erick	5 años
Johnatan	5 años
Alvaro	5 años

A continuación se muestra una fotografía de nuestra audiencia:

Una vez que conocimos a nuestro auditorio, realizamos las actividades programadas en la agenda con el fin de conocer sus gustos, intereses, aspectos de su vida familiar, pasatiempos, sueños y necesidades. Recordemos que el primer paso es averiguar lo que realmente necesitan los niños de ahora.

Nuestra actitud frente al niño en las diversas actividades, se caracterizó de la siguiente manera:

a) Comprensiva y de afecto: Entender al niño y ayudarlo a conocer lo que le rodea. Para lograrlo, estuvimos pendientes de las necesidades y gustos del niño, satisfaciéndolas con cariño. Recordemos que la confianza se establece mediante la interrelación entre el infante y quienes cuidan de él. Para que la confianza surja, es necesario que el niño sienta que están satisfechas sus necesidades fundamentales como hambre, sed, cariño y calor. Asimismo, le hicimos ver al niño que confiamos en él.

La persona que comprende mejor los deseos y sentimientos de los demás está en mejores condiciones de convivir con ellos. Nuestro trato hacia los niños se hizo con cariño y comprensión, lo más objetivamente posible.

b) De aceptación y reconocimiento: El niño necesita que nos interesemos por lo que hace, reconociendo sus aciertos; que lo aceptemos escuchándolo, atendiéndolo, tratándolo con cariño y guiando sus acciones. Fue necesario conversar mucho con los niños y ganarnos su confianza con el fin de conocer sus intereses y gustos.

c) De colaboración y entusiasmo: Le facilitamos objetos a los niños con los que pudieran jugar y los animamos con palabras y actitudes de afecto. De esta manera les preguntamos sobre sus actividaes y participamos con ellos en lo que estaban haciendo.

d) Cuando dimos instrucciones a los niños, en todas nuestras explicaciones tuvimos que estar bien seguros de que ellos comprendían lo que deseábamos. El niño al que se le da una explicación clara y pausada de lo que de él se quiere, está menos expuesto a confundir lo correcto con lo equivocado.

Con las actividades programadas en la agenda, las charlas y constantes interacciones, pudimos percatarnos de que el niño de esta edad es un ser que gusta de conocer todo lo que le rodea a través de sus constantes preguntas. Además, es muy creativo y participativo: siempre le gusta realizar tareas y cooperar. Por ejemplo, todos los niños querían borrar el pizarrón, repartir las crayolas, pegar las "estrellitas", o vigilar a sus compañeros en el salón de clases.

Asimismo, los pequeños de 4 años gustan de la naturaleza: los animales, las flores, el campo, el sol y los planetas. Además, su imaginación no tiene límites: hablan lo mismo de aventuras espaciales que de amigos imaginarios; dibujan sirenas, animales, niños, casas y corazones[76], y cantan canciones con palabras inexistentes.

---

[76] Ver Apéndice.

4.3.3.1 Explorando el medio radiofónico

El aprendizaje que se realiza durante la edad preescolar no es el aprendizaje formal que asociamos con la edad escolar, sino más bien la acumulación, por medio de la experiencia, de los primeros conocimientos del niño acerca del mundo que le rodea. Este es el momento de aprender mediante todos los sentidos -tocar, ver, oír, oler y gustar-, un momento de continua observación, de hacer preguntas y de explorar.

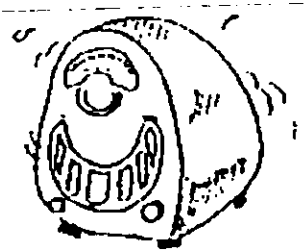
El niño necesita tiempo para mirar todo lo que le interesa, pues en esta edad absorbe todo lo que ve y oye. Antes de que el niño pueda desarrollar conceptos o ideas, debe aprender a conocer los objetos que lo rodean al tocarlos, mirarlos y oírlos realmente.

Primero aprende por medio de sus sentidos; de manera gradual amplía sus experiencias y a través de ellas comienza a organizar sus impresiones sobre lo que ve, oye y toca, y empieza a formarse ideas o conceptos. Sin embargo, un niño no puede aprender a usar los simbolos que constituyen las palabras hasta no haber

adquirido cierta experiencia con los objetos. Bajo este contexto, la palabra "radio" no signfica nada para un niño hasta el momento en que la siente, la toca y juega con ella.

Una de las principales actividades realizadas para la presente investigación, fue la presentación del medio radiofónico a los niños. Para la realización de esta actividad llevamos una radiograbadora al salón de clases para que los niños conocieran el medio.

Después de explicar de manera breve y sencilla qué es la radio, para qué sirve y cómo funciona, los niños vieron y tocaron el aparato, sintonizaron diferentes estaciones, escucharon varios tipos de programas. Recordemos que ver o hacer algo es el mejor método de explicar una pregunta, pues los niños aprenden mucho de las experiencias simples. Después, los infantes iluminaron el siguiente dibujo de una radio (el cual quisieron llevar a casa para mostrarlo a sus padres):



4.3.3.2 La música en los niños

Desde los primeros meses de vida comienza en el niño el sentimiento artístico, pues le agrada que lo arrullen y lo mezan suavemente; le gustan las canciones que mamá le canta y más si se acompañan de movimientos sencillos.

El niño se arrulla a él mismo emitiendo sonidos monótonos y suaves, a la vez que se mueve en la cuna. El pequeño siente el ritmo y a través de él se

aproxima al mundo sonoro: el niño repite o reproduce un golpe, asocia un movimiento al ritmo que le es dado, inventa una danza para traducir la emoción que no sabe formular: un niño tiene su propia música corporal.

Una actividad relevante que se realizó con los infantes del Jardín de Niños Pavón, fue la referente a escuchar diferentes ritmos musicales, desde rock and roll y música clásica, hasta canciones de Tatiana y el Rey León. Con esta actividad pudimos darnos cuenta que a los niños les gustan las cumbias, el cha-cha-chá, el mambo; es decir, los ritmos que nos gustan a los adultos y que sin embargo, nunca les damos, pues los encasillamos y les damos lo que nosotros creemos que ellos quieren oír.

No existe para el niño música clásica o música contemporánea. La música para niños no sólo engloba lo considerado tradicionalmente como "géneros infantiles", a ellos les gusta todo tipo de música y de sonidos. A este respecto, Martha Romo afirma que los niños no tienen patrones tan rígidos como los adultos sobre los géneros musicales; tampoco le tienen miedo a los clásicos: la idea está en saber acercarlos. Por ser el niño preescolar un ser en plena formación, todo tipo de música es nueva para él.

"En lo que se refiere a la educación artística, los programas escolares son tan rígidos y anticuados que, lejos de acercarlos al arte, los alejan. La música, al igual que las matemáticas, se vuelve engorrosa y sin encanto. Impartidas sin imaginación, ambas disciplinas pocas veces se integran a la vida de un individuo. Entre las innumerables ventajas de la radio, sobresale su posibilidad de llegar a todos los rincones del país. Sin embargo, esta ventaja ha sido desperdiciada en lo que se refiere a la atención de los niños"[77].

La esfera musical tiene profundas resonancias significativas, por ejemplo, el potencial emotivo que tiene la voz de la madre y el placer que el bebé experimenta en sus primeros balbuceos. Por eso los bailes, las rondas y los juegos que incluyen canciones, ritmo y movimientos, son muy gustados por los niños en edad preescolar, pues constantemente nuestros perceptores nos pedían música o

---

[77] Elvira Garcia, *op. cit.*, p. 35.

canciones para realizar sus actividades: canciones de marcha, canciones infantiles, para correr, para brincar, para mecer.

4.3.3.3 Educación auditiva

El recién nacido se relaciona con el mundo externo y lo conoce a través de sus sentidos, y la única forma que tiene para responder a ese mundo externo es con base en la información recibida y operada por sus sistemas sensoriales.

"Desde que el feto adquiere sensibilidad, alrededor del tercer mes de gestación, es capaz de distinguir las sensaciones placenteras de las desagradables. Vive en un mundo submarino en el que recibe, a través del cordón umbilical, la placenta y el sistema sensorio, el sustento y una serie de informaciones; es decir, se nutre, se mueve y se informa"[78].

Martha Pardo, directora general de la escuela Areté, ubicada en Sinaloa 236 en la Colonia Roma, asegura que aprender no empieza en la escuela. Desde bebés, y aún estando en el vientre materno, el conocimiento se obtiene a través de los sentidos.

La educación del oído, como toda la educación funcional de los sentidos en general, es una de las materias didácticas más polivalentes del preescolar, por lo tanto, es necesario preparar al niño para la audición a través del entrenamiento de una percepción diferenciada, ya sea que se trate de sonidos de la naturaleza (agua, viento, animales), ruidos del entorno (desplazamientos de objetos o de personas, ruidos estrepitosos, máquinas), palabras (onomatopeyas, palabras aisladas u organizadas, canciones infantiles), o música (animales de naturaleza melódica como los pájaros, percusiones, cuerdas, etcétera).

La actividad referente a escuchar ruidos diversos como sonidos de animales, del hogar y de la escuela, ruidos de algunos medios de transporte, entre otros, nos arrojó una hipótesis desalentadora: el oído de los niños no está educado. Esta actividad consistió en la reproducción de una grabación de

---

[78] Francesca Gargallo, *op. cit.*, p 22.

diferentes sonidos, entre los que se incluían: el cacareo de gallinas, el ladrar de un perro, el canto de pajaritos, el maullar de un gato, el llanto de un bebé, el motor de un coche, la sirena de una ambulancia, el despegue de un avión, el timbre de una casa, el toc-toc de una puerta, el repique de unas campanas, los gritos y risas de algunos niños en un parque, el tic-tac de un reloj, una caja musical, el galope de un caballo, el mugido de una vaca, el disparo de una pistola, el correr del agua, entre otros.

En el aula, se le dio a cada uno de los niños un antifaz para que cubrieran sus ojos, mientras escuchaban cada uno de los sonidos y los identificaban. Aunque la mayoría de los sonidos eran fáciles de reconocer, los pequeños difícilmente identificaron todos ellos. Otros, como los ladridos de un perro, sí fueron rápidamente reconocidos.

Por lo anterior, tristemente podemos afirmar que el niño de nuestra época, especialmente el de las ciudades, conoce el ruido y la invasión incontrolada de la música emitida por la radio de los padres, de los almacenes, de la publicidad, en fin, de lo que puede llamarse "agresión musical". Conocen el ruido generado por el claxon de un coche, el paso de un camión, la sirena de una ambulancia, el disparo de una pistola, pero no reconocen el caer del agua en una fuente.

El oído es un sentido poco educado y desarrollado. El mundo del niño es más visual que auditivo, por lo que hace falta que padres y maestros eduquen el oído del niño -principalmente durante la etapa preescolar-, y despierten en él el mundo de la imaginación, el cual puede explorarse a través de los sonidos. Las maestras tienen el deber de salvaguardar las capacidades de los niños, de preservarlas y de mantener en ellos la posibilidad de saber escuchar.

Así, desde la propia voz, las onomatopeyas, los instrumentos musicales, el llanto de un bebé, el volar de un ave, el caer del agua, y todo lo que produzca sonido, puede y debe ser utilizado para educar el oído del niño preescolar.

4.3.4 Elaboración de los programas

Nuestra tesis propone la producción de emisiones radiofónicas agrupadas en un mismo programa: "Orejas despiertas", el cual podría ser transmitido dentro del horario matutino para que pudiera ser sintonizado en las escuelas que imparten educación preescolar, o bien, en los hogares.

Con el fin de explotar el potencial educativo del medio, una de las tareas más importantes que nos propusimos realizar fue transformar la radio de un medio pasivo a un medio activo. Por eso lo más importante fue contar con ideas positivas que nos ayudaran a convertir a la radio en una fuerza constructiva dentro de la vida infantil.

Nuestras producciones tendrían como objetivo apoyar la educación preescolar y atender las necesidades del sector infantil comprendido entres los 4 y 5 años. Una vez establecido el objetivo de nuestras emisiones, podríamos definir su contenido y duración, y posteriormente, realizar su producción.

4.3.4.1 Contenido

Al integrar la información obtenida mediante la investigación documental y de campo, procedimos al planteamiento del perfil programático que respondiera tanto a los objetivos de la radiodifusión como a las necesidades de nuestra población en estudio.

La planeación de los programas tenía que contemplar varios aspectos. Por un lado, las propias exigencias que presenta un programa para niños en el que la trama, el contenido, los personajes y el lenguaje mismo deberían ir en concordancia con la edad e intereses vitales del público y, por otro lado, la necesidad de incluir contenidos didácticos.

El Programa de Educación Preescolar 1992, distingue cuatro dimensiones en el desarrollo del niño: afectiva, social, intelectual y física, por lo tanto, nuestros programas tratarían de contemplar los siguientes ejes: recreación, socioafectividad, información y educación.

-Recreación (entretenimiento): El niño debe disfrutar plenamente de juegos y actividades recreativas que estén orientadas hacia los fines perseguidos por la educación. Mediante el juego creativo, el niño incorpora gradualmente el conocimiento que adquiere diariamente de sus observaciones del mundo que le rodea. Asimismo, involucra sus experiencias en el juego imaginativo. .

-Socioafectividad: El afecto es una de las necesidades fundamentales del niño; él necesita querer y ser querido. Necesita un ambiente afectivo donde sea reconocida la existencia de su propia personalidad, donde su desarrollo sea cuidado y respetado, y donde le rodee una atmósfera de afecto en la que él se sienta necesario para los demás.

Este eje contempla dos aspectos: la afectividad y la socialización del niño. El primero se refiere a las relaciones de afecto que se dan entre el niño, sus padres, hermanos y demás familiares, con quienes establece sus primeras formas de relación, así como a sus interacciones con otros niños, docentes y adultos de su comunidad.

La afectividad en el niño preescolar implica emociones, sensaciones y sentimientos. Su autoconcepto y autoestima están determinados por la calidad de las relaciones que establece con las personas que constituyen su medio social.

La socialización del niño se refiere a la transmisión, adquisición y acrecentamiento de la cultura del grupo al que pertenece, a través de las interrelaciones con sus distintos integrantes.

En las interrelaciones con las personas, se produce el aprendizaje de valores y prácticas aprobadas por la sociedad, así como la adquisición y consolidación de hábitos. Estos aprendizajes se obtienen al obsevar el comportamiento ajeno y al participar e interactuar con los otros en los diversos encuentros sociales.

Durante el proceso de socialización, el niño aprende normas, hábitos, habilidades y actitudes para convivir y formar parte del grupo al que pertenece. Después de que el niño adquiere su identidad personal, al estar inmerso en la

cultura de su localidad, región y país, va construyendo su identidad cultural gracias al conocimiento y apropiación de las costumbres y tradiciones de la comunidad a la que pertenece.

-Información: De acuerdo a los artículos 13 y 17 de la Convención sobre los Derechos del Niño -página 9 de la presente tesis-, los infantes son libres de recibir y difundir información, y en especial, aquélla que promueva su bienestar social y moral, y su salud física y mental.

-Educación: El niño tiene derecho a recibir una educación que favorezca su cultura general y le permita, en condiciones de igualdad de oportunidades, desarrollar sus facultades, su juicio personal y su sentido de las responsabilidades morales y sociales, así como llegar a ser un miembro de la sociedad. El interés del niño debe ser el principio rector de quienes tienen la responsabilidad de su educación y orientación.

Como vimos anteriormente, la construcción de conocimiento en el niño se da a través del contacto que tiene con los objetos, personas, fenómenos y situaciones de su entorno. El conocimiento parte siempre de aprendizajes anteriores, de las experiencias previas que ha tenido el niño, y de su competencia para asimilar nuevas informaciones.

Una vez que determinamos los aspectos que deberían incluirse en nuestros programas, procedimos a buscar los temas de los mismos, por lo que consultamos el Programa de Educación Preescolar, en donde se señala que los aspectos básicos de la educación preescolar descansan en temas como el hogar, la naturaleza, la comunidad y la patria. Sin embargo, al observar y convivir con los niños, nos dimos cuenta de que no hay límite en cuanto a los temas que pueden abordarse en un programa infantil.

Los niños están ávidos de conocimiento, por eso podemos transmitirles todo lo que nuestra imaginación nos dé: relatos y leyendas de nuestros abuelos, consejos para cuidar la naturaleza y el medio ambiente, descripciones de los medios de transporte que se utilizan en su comunidad, características de los alimentos que deben comer para estar sanos, explicaciones de los fenómenos de la

naturaleza, de la manera en que se cuida un bebé, el mundo de los animales, etcétera. Otros temas que incluye el programa oficial son:

-Conmemoraciones cívicas
-Hechos históricos
-Fiestas y ferias tradicionales
-Cantos, danzas y bailes regionales
-Música vernácula
-Leyendas, historias, rimas, adivinanzas, cuentos y poesía
-Artesanías de la región
-Comida típica de su comunidad y de la región
-Zonas arqueológicas
-Juegos y juguetes tradicionales

Asimismo, la crisis ambiental que afecta a los recursos naturales y al medio, hace necesario que desde la etapa preescolar se incluya el conocimiento, aprecio, respeto y conservación de la naturaleza, considerando al niño como parte de ésta, ya que del tipo de relación que establezca con ella dependerá el uso racional de los recursos que le brinda su medio natural, así como la prevención y colaboración en problemas ambientales.

Para la preservación de la salud, también es necesario acercar al niño preescolar a la adquisición de hábitos de alimentación, de autocuidado, de higiene personal, de su hogar y de su comunidad. Orientar a los niños sobre la necesidad de ingerir alimentos nutritivos, que permitan su sano crecimiento, aprovechando las fuentes de alimentación que su región le ofrece.

Con relación a la higiene personal, el lavado de las manos antes de comer y después de ir al baño, el lavado de dientes después de tomar los alimentos, y el uso correcto del jabón, toalla, agua, cepillo, pañuelo, así como la higiene de su ropa, son actividades que se deben promover.

Por lo anterior, otros temas que pueden abordarse en los programas infantiles son:

-Orientación alimenticia
-Higiene personal
-Higiene comunitaria
-Prevención de accidentes y de enfermedades
-Racionalización de los recursos naturales
-Educación ambiental
-Condiciones geográficas: hidrografía (manantiales, ríos, lagos, mares), orografía (valles, montañas, llanuras), recursos naturales (flora, fauna y minerales).
-Formas de producción: agrícola, industrial y artesanal.
-Centros de recreación y cultura: parques, centros deportivos, centros de reunión social, museos, bibliotecas y hemerotecas.

En cuanto a las características que deberían reunir los programas planteados en esta tesis, podemos citar las siguientes:

1.- Que tomen en cuenta las características físicas, intelectuales y psicológicas del niño al que pretendemos dirigirnos[79].

2.- Que se fundamenten en la experiencia de los niños; es decir, que partan siempre de lo que los niños ya saben. Al niño preescolar le cuesta trabajo decodificar a partir de abstracciones: eso sería exigirle un esfuerzo excesivo y fuera de su alcance. En cambio, le es posible la decodificación a partir de situaciones concretas, que él puede reconocer, que se inscriben en el marco de su propia experiencia y con las que puede sentirse identificado.

"Un programa de radio puede hacer mucho y constituirse en un elemento muy útil y muy válido de comunicación popular si parte de la realidad social concreta del grupo humano al que se dirige, ayuda a ese grupo a asumir y tomar conciencia de esa realidad, y se identifica en su acción educativa con los intereses sociales del grupo"[80].

---

[79] *Cfr.* capítulo 1 de la presente investigación
[80] Mario Kaplún, *op. cit.*, p 35

3.- Que sean interesantes para los niños; es decir, que tomen en cuenta sus necesidades: lo que el niño quiere aprender y escuchar, lo que siente como necesidad y por lo que pregunta. Tomar en cuenta sus intereses con relación a su cultura y medio natural.

4.- Que favorezcan la autonomía del niño; es decir, que los niños tengan la libertad de expresar sus propios intereses e ideas, sin que se les imponga una norma determinada.

5.- Que propicien la expresión y comunicación entre niño-niño, niño-adulto, adulto-niño.

6.- Que desarrollen la participación y la creatividad.

7.- Que amplíen y fortalezcan conocimientos, experiencias, actitudes y hábitos.

8.- Que propongan actividades que requieran de una variedad de respuestas.

9.- Que reconozcan y promuevan el juego y la creatividad como expresiones del niño.

Asimismo, los programas deberían respetar los siguientes reglamentos de la Ley Federal de Radio y Televisión:

> **Artículo 63**: Quedan prohibidas todas las transmisiones que causen la corrupción del lenguaje y las contrarias a las buenas costumbres, mediante expresiones maliciosas, palabras procaces, frases de doble sentido, apología de la violencia o del crimen; se prohibe, también, todo aquello que sea denigrante u ofensivo para el culto cívico de los héroes y para las creencias religiosas, o discriminatorias de las razas; queda asimismo prohibido el empleo de recursos de baja comicidad y sonidos ofensivos.
>
> **Artículo 75:** En sus transmisiones, las estaciones difusoras deberán hacer uso del idioma nacional.

También se tomaría en cuenta el reglamento relativo al contenido de las emisiones, expedido por la Secretaría de Gobernación:

> **Artículo 36:** Queda prohibido presentar escenas o sonidos que introduzcan al alcoholismo, tabaquismo, uso de estupefacientes o de sustancias psicotrópicas, y transmitir información que cause alarma o pánico en el público.
>
> **Artículo 37:** Se hace apología de la violencia, el crimen o los vicios cuando se excite el desorden, se aconseje o se incite el robo, el crimen, la destrucción de bienes; cuando se defiendan, disculpen o aconsejen los vicios, y cuando se enseñe o muestre la forma de realizar delitos o de practicar vicios, sin demostrar durante la transmisión las consecuencias sociales adversas de esos hechos.
>
> **Artículo 38:** Se corrompe el lenguaje cuando se deformen las frases o palabras o se utilicen vocablos extranjeros.

4.3.4.2 Duración

Kaplún afirma que hasta hace algunos años, se creía que la importancia de un programa de radio se medía por su longitud. "En los comienzos de la radio, las charlas instructivas eran verdaderas disertaciones que duraban hasta treinta minutos. Posteriormente se comprobó que un programa de este tipo era mejor cuanto más conciso; que cinco minutos eran suficientes" [81].

Sin embargo, los programas demasiado breves podrían dar información superficial e incompleta sobre los temas que pretenden abordar. Debido a su corta duración, estas emisiones pueden resultar poco atractivas.

La duración de una emisión, de acuerdo con Mario Kaplún, debe estar en relación directa a su interés y calidad. Asimismo, debe tenerse en cuenta la idiosincracia del público destinatario.

La actividad propia de los niños marca un ritmo de escucha y percepción diferente a la de los adultos. Mientras más pequeños son los niños, pasan de un

---

[81] *Ibid*, p 274

foco de interés a otro en periodos más cortos de tiempo; además, se cansan de cualquier actividad prolongada. Cuando un programa de radio contiene mucha información o es demasiado largo, lo más seguro es que el niño no lo atienda, pues le exige demasiado esfuerzo.

Por estas razones, creímos conveniente que la duración de los programas podría oscilar entre 8 y 12 minutos (incluyendo la rúbrica). Un programa mayor a este período de tiempo cansaría al niño; un programa de menor duración no permitiría desarrollar las ideas y actividades contempladas dentro de él.

4.3.4.3 Comienza el trabajo radiofónico

Una vez definidas las características que guiarían el rumbo de nuestros programas, proseguimos a la producción de los mismos. Este proceso fue la etapa más difícil de la presente tesis, y la que representaba el mayor reto: producir programas interesantes para los niños.

La primera preocupación que surgió en esta etapa de la investigación fue la carencia de equipo tanto técnico como humano para llevar a cabo la producción de los programas. Al comentar esta situación con el Maestro Rafael de Jesús Hernández Rodríguez, asesor de esta tesis, nos propuso trabajar con los alumnos del Colegio de Ciencias y Humanidades (CCH) Naucalpan, en donde él impartía la materia de Ciencias de la Comunicación.

Tomando en cuenta esta invitación y el hecho de que los estudiantes del CCH que cursan esta materia deberían poseer los conocimientos generales sobre el proceso de la comunicación, aunque no necesariamente radiofónico, comenzamos a trabajar en la producción de los programas.

4.3.4.3.1 Conociendo el medio

Una vez establecido el objetivo principal de la presente investigación: elaborar programas radiofónicos interesantes para niños de 4 a 5 años, el primer paso fue introducir al equipo humano (alumnos del sexto semestre del CCH) al proceso de la producción radiofónica. Junto con los alumnos exploramos las

características, posibilidades y limitaciones del medio radiofónico. Estos temas están incluidos en el capítulo 2 de la presente investigación, capítulo que fue leído y analizado por el equipo humano.

Para explorar el medio radiofónico, cada semana reuníamos al equipo humano, el cual fue dividido en dos grupos debido a que trabajamos con alumnos de diferentes turnos. Sólo el conocimiento del medio nos permitiría elaborar nuevas realidades radiofónicas sin repetir viejos esquemas, puesto que la producción y la emisión radiofónica deben ser un crear permanente.

4.3.4.3.2 Comprendiendo la naturaleza del sonido y el lenguaje de la radio

El proceso de la producción radiofónica se inicia con el conocimiento y manejo de su materia prima: el sonido. Vivimos rodeados de una nebulosa de sonido, inmensa y constante, un universo de significación. La vida responde sin reposo a la infinita serie de estímulos sonoros que nos rodean, puesto que cada uno de esos estímulos significa algo.

El manejo del sonido es fundamental en la radio, pues éste es su elemento. Es necesario reconocer a la voz como opción creativa, y a la música y a los ruidos como elementos indispensables en la recreación de la realidad.

La producción de audio -por radio, televisión, cine o cualquier otro medio audiovisual- debe entenderse como un largo proceso en el que los individuos buscamos la recreación de realidades a partir de nuestra propia concepción, nuestra interpretación y nuestras intenciones.

El sonido como sensación, es el registro -en el cerebro del ser humano- de un fenómeno o un hecho que ocurre en el mundo que rodea al oyente. El sonido es un aspecto físico, la vibración de los cuerpos que produce ondas, las cuales viajan en el espacio. Estas ondas son las que oímos como sonido.

El efecto de cualquier sonido o de sus vibraciones, depende de la capacidad para recibirlo, pues las ondas no son nada hasta que llegan a ese maravilloso instrumento receptor del ser humano, el oído.

Al llegar al oído, el sonido se nos representa en tres opciones o actos: el sonido voz, el sonido música y el sonido efecto, los cuales, en una interrelación directa y absoluta nos presentan un nuevo lenguaje: el radiofónico. Debido a esto, el equipo humano también se dio a la tarea de comprender el código y el lenguaje radiofónicos mediante el estudio del capítulo 3 de la presente investigación.

4.3.4.3.3 Identificando a nuestro perceptor

La comprensión y valoración que tengamos los emisores de nuestro perceptor (el niño en edad preescolar) tendrá un efecto determinante sobre la forma del producto (programa radiofónico) finalmente creado para él. Debido a esto, el equipo humano también se dio a la tarea de comprender las características de los niños de 4 a 5 años mediante el estudio del capítulo 1 de la presente tesis, con el propósito de realizar una propuesta dirigida a este público.

Al realizar cualquier estudio sobre contenido y posibilidades de una programación determinada en radio, es interesante la opinión del público al que va dirigido.

Lo que construimos con un criterio de adultos, aunque utilicemos la mayor sencillez del lenguaje, podrá interesar a los adultos, pero ¿interesará igualmente al niño? Sólo podremos saberlo si preguntamos directamente, o mejor aún, si observamos al niño. Esto es absolutamente necesario. El estudio del niño es indispensable.

4.3.4.4 El guión y la producción radiofónica

Una vez estudiados los tres aspectos señalados anteriormente, los equipos elaboraron dos propuestas diferentes. Las características que deberían cubrir los programas fueron señaladas a lo largo de este capítulo, incluyendo la duración de los programas y la interactividad.

La interactividad se podría definir como la acción bidireccional que se genera cuando dos sujetos inciden el uno en el otro generando un procesamiento

de la información ante el problema planteado que desemboca en una o varias respuestas.

La interactividad supone que el auditorio deja de ser receptor pasivo de información unidireccional y lineal, asumiendo un rol activo; es decir, seleccionando aquella información que desea recibir y pudiendo, a la vez, emitir una respuesta. Esta variación posicional implica un enorme cambio comunicacional: el perceptor prestará particular atención a la información que él mismo ha seleccionado.

Un programa interactivo se caracteriza por el establecimiento de un proceso de comunicación bidireccional, de tal manera que el perceptor sea visto como una parte funcional del proceso, puesto que es él quien con su interacción devela el contenido del programa.

Para fines de la presente investigación, un programa interactivo será aquel capaz de crear en el perceptor una actitud activa; es decir, que el niño no se limite simplemente a oír, sino que atienda a los mensajes, los cuales llevarán implícitos una intencionalidad. Y para demostrar que la información enviada ha sido asimilada, los programas deberán establecer mecanismos de retroalimentación.

Por su parte, el tema y su tratamiento, el tipo de formato radiofónico, el nombre del programa, el número de locutores a intervenir y el tipo de música a utilizar (si se empleaba) quedaron totalmente abiertos para que el equipo humano plasmara sus ideas libremente.

Una vez señaladas las características de nuestros programas, las ideas contempladas por el equipo humano quedaron establecidas en el guión técnico; es decir, la organización de los elementos que integran el código radiofónico, de forma en que pudieran ser leídos o decodificados correctamente por los integrantes del equipo de realización.

A pesar de que no hay una sola diagramación o formato único para la elaboración de guiones radiofónicos, en la presente investigación utilizamos la descrita por María de Lourdes López[82]:

- De la hoja dividida imaginariamente en tres columnas, se utiliza la primera de la izquierda para el nombre de los personajes (subrayados o con mayúsculas) y las indicaciones de música y efectos también con subrayado continuo o mayúsculas.

- Las dos columnas restantes se utilizan para los parlamentos.

- Dentro del *corpus* del parlamento se escriben entre paréntesis las acotaciones más importantes de actuación (de preferencia con letras mayúsculas) y también las indicaciones técnicas más relevantes.

- Todas y cada una de las líneas en cada hoja -tanto de los parlamentos como de las especificaciones de música y efectos-, se numeran en el extremo izquierdo para que su rápida localización facilite la producción.

- Se debe evitar cortar un parlamento al cambio de hoja, tanto en lo que concierne al personaje, como a la palabra con la que termine su intervención.

Ahora bien, las convenciones más utilizadas en la producción radifónica, de acuerdo a la misma autora, se muestran a continuación:

FADE IN: Indica el principio de la acción al subir el volumen sonoro. El guión principia con esa indicación para expresar la "apertura" de acción.

FADE ON: Indica, contrariamente lo anterior, el final de la acción o baja total de volumen sonoro.

VOZ EN OFF O REVER: Sirve para determinar el monólogo interior y también la voz a través del teléfono. (Se logra por la acción de los filtros que maneja el operador).

---

[82] María de Lourdes López, **El guión. Su lenguaje literario**, p. 71.

PRIMER PLANO: Indica el "foco" de la acción. Plantea el espacio de la acción más importante. Se logra por su ubicación ante el micrófono o se controla en cabina.

MEDIO PLANO: Indica un alejamiento respecto del anterior. Permite definir la acción en un espacio diferente del anterior para ubicar distintos personajes y la interacción de cercanías.

FONDO: Es la disposición que se tiene a través del lenguaje radiofónico para implicar la lejanía; interiores o exteriores; lo menos importante; ambientación, etcétera. Es el espacio más alejado del "foco" principal.

Asimismo, al elaborar los guiones tomamos en cuenta que nuestro mensaje debería tener su propio código, un contenido y un tratamiento definidos en cuanto al lenguaje y en función a nuestro perceptor. En el guión contemplamos los objetivos de nuestro programa, a quién nos dirigiríamos y de qué hablaríamos, el tipo de lenguaje que se utilizaría, y el tono y el estilo que adoptaríamos.

Una vez establecido el guión técnico, se llevó a cabo la realización de los programas mediante la interrelación de los elementos humanos y técnicos. En lo que se refiere al equipo técnico (mezcladora, tornamesas, grabadoras-reproductoras, decks, micrófonos y área de grabación y estudio), cabe apuntar que uno de los programas se realizó en el estudio de radio de la ENEP Acatlán, y el otro se produjo en un pequeño estudio "casero", el cual contó con un tornamesas, una mezcladora, dos decks, tres micrófonos y dos grabadoras-reproductoras de cinta abierta. La grabación se realizó en cinta de carrete abierto de 1/4, y después se transfirió a un audiocasete.

Después de realizados los programas, pasamos a la posproducción para corregir los errores que pudieran existir en los mismos. Por último, escuchamos los programas completos para saber si respondían a nuestras expectativas. Es importante señalar que los programas resultantes son perfectibles y modificables.

4.3.5 Presentación de los programas a los niños

La presentación de los dos programas a los niños, dentro de su salón de clases, se realizó en diferentes días con el propósito de que los pequeños comprendieran el mensaje que cada uno intentaba enviar, sin confundirlos, ya que las dos emisiones abordan diferentes temas.

Antes de presentar los programas a los pequeños, se les pidió de manera respetuosa que escucharan el programa atentamente; asimismo, se les dijo que ellos tenían toda la libertad de hacer lo que quisieran durante la transmisión del programa, pidiéndoles únicamente guardar silencio.

Los niños accedieron a las indicaciones y se sentaron en sus sillitas a escuchar. Es importante señalar que decidimos no prohibir nada a los niños mientras escuchaban los programas, así como tampoco les impondríamos alguna idea o acción mientras escuchaban; esto con el fin de no influir en su desenvolvimiento ni atentar contra su libertad de expresión.

Primer programa

Serie: Orejas despiertas

Programa 1: Me lavo las manos

Tipo de programa: Educativo interactivo

Público al que se dirige: Niños de 4 a 5 años

Formato: Radiodrama (se desarrolla una anécdota con personajes dramáticos reales).

Objetivo: Fomentar en los niños hábitos de higiene como el lavado de las manos antes de comer y después de ir al baño. con el fin de evitar enfermedades.

Justificación: El niño de 4 años ya conoce las partes de su cuerpo y puede realizar hábitos de limpieza.

Mecanismo de retroalimentación: Serie de preguntas y respuestas y una breve plática con los niños al término de la emisión.

Es importante apuntar que en este programa, el personaje de Rosy lo realizó una niña de 5 años, debido a que ello enriquece y da frescura al programa, a la vez que posibilita un mayor acercamiento con los niños radioescuchas.

SERIE. Orejas despiertas
PROGRAMA. Me lavo las manos
DURACIÓN 8' 15"
PRODUCCIÓN. Claudia Cerezo
LOCUCIÓN. Abigail Domínguez, Iliana Cruz, Rosy Mata, Arturo González y Alejandra Camacho
EFECTOS: Areli Lugo y Liseth Arce
CONTROLES TÉCNICOS: Mario

FADE IN
LOCUTOR: Hoy 13 de mayo de 1997 se graba "Orejas despiertas" con el programa Me lavo las manos, 5, 4, 3 ...

OP. ENTRA RÚBRICA, BAJA Y FONDEA

PRESENTADOR: Esto es..."Orejas despiertas"

OP. SUBE RÚBRICA, BAJA Y DESAPARECE

NARRADOR: Pss pss, oigan. Sí, ustedes amiguitos, acérquense. Les voy a contar un secreto que sólo lo pueden saber los niños como ustedes. Sshh. Guarden silencio, pongan mucha atención y paren muy bien la oreja. Tengo en mis manos una bola de cristal brillaaaante, y desde aquí los estoy viendo

OP. FX DE TOQUE MÁGICO

NARRADOR: ¡Ah!, ¿no me creen? Sé que ustedes son unos niños de 4 y 5 años y que están muy atentos escuchándome.

OP. FX TOQUE MÁGICO

NARRADOR: Puedo ver en mi bola de cristal que a alguno de ustedes le puede pasar lo que le pasó a Rosy... ¿Quieren saber qué le pasó? (PAUSA) No los oigo. (PAUSA) Así está mejor. Muy bien, ¡comencemos!

OP. PUENTE MUSICAL

NARRADOR: Era un día de escuela cuando Rosy y sus compañeritos salieron al recreo.

OP. FX DE NIÑOS JUGANDO, BAJA Y FONDEA

NARRADOR: Después de jugar mucho tiempo, la maestra llamó a los niños a almorzar

OP. FX DE NIÑOS JUGANDO BAJA Y DESAPARECE

MAESTRA -A ver niños (APLAUDIENDO), vamos a lavarnos las manos para tomar nuestro almuerzo.

OP. FX DE NIÑOS CORRIENDO A LAVARSE LAS MANOS

NARRADOR. Todos corrieron a lavarse las manos menos Rosy, porque cuando se vio sus manos pensó que no las tenía sucias. Después, los niños entraron al salón y todos comieron muy contentos.

ESTUDIO FX DE CAMPANA EN SEGUNDO PLANO

NARRADOR: Por fin llegó la hora de la salida y Rosy se fue a casa. De pronto, Rosy comenzó a sentir un dolor muy fuerte. ¿Adivinen en dónde? (PAUSA) Exactamente, en el estómago. Y Rosy lloró y lloró

ROSY -(LLORANDO) Buu, buuu

NARRADOR: Entonces, la mamá de Rosy se preocupó tanto que llamó al doctor

OP. FX TELÉFONO SONANDO

ESTUDIO FX DESCOLGAR TELÉFONO

DOCTOR: -Bueno.

MAMÁ: -(VOZ TELEFÓNICA) Doctor, mi hija Rosy se siente mal. ¿Puede venir a verla?

DOCTOR: -Claro que si. Voy para allá.

ESTUDIO FX COLGAR EL TELÉFONO

NARRADOR: Y después de un rato...

OP. FX TIMBRE EN SEGUNDO PLANO

ESTUDIO FX PUERTA ABRIÉNDOSE EN SEGUNDO PLANO

MAMÁ: -Pase doctor. Ahi está Rosy.

ESTUDIO FX PASOS DE HOMBRE ACERCÁNDOSE

DOCTOR -(PREOCUPADO) ¿Qué tienes Rosy?

ROSY -Me duele mi pancita.

82 DOCTOR -Vamos a ver ¿Te lavaste las manos antes de comer en la escuela, Rosy?
83
84 ROSY. -No porque mis manos no estaban sucias.
85
86 DOCTOR -Ay, Rosy. Mira, hay unos seres pequeñitos, pequeñitos, que se llaman
87 bacterias y no los podemos ver.
88
89 ROSY. -¿Y dónde están?
90
91 DOCTOR -En todos lados, Rosy: en tus manos, en el baño, en la basura, en la
92 tierra, y hasta en tus juguetes. Y si no te lavas las manos antes de
93 comer, o si te chupas los dedos sucios, las bacterias se meten a tu boca
94 y se van caminando hasta tu pancita, y ahí hacen una gran fiesta: bailan,
95 brincan y se divierten mucho porque han entrado a tu cuerpo. Por eso te
96 duele tu pancita.
97
98 ROSY: -Pero ya no quiero que me duela.
99
100 DOCTOR: -Bueno Rosy, pues para evitar que te duela tu pancita, (FROTÁNDOSE
101 LAS MANOS) debes lavarte muy bien las manos con agua y jabón antes de
102 comer y después de ir al baño, ¡ah!, y también después de jugar.
103
104 ROSY: -Pero mis manos no se ven sucias.
105
106 DOCTOR: -No porque las bacterias son tan pequeñitas, que no las puedes ver con
107 tus ojos, pero ahí están.
108
109 ROSY: -¿Y el agua y el jabón matan a las bacterias?
110
111 DOCTOR: -Claro, Rosy. Así es que debes lavarte las manos aunque parezcan
112 limpias porque las bacterias están ahí. ¿Entendiste?
113
114 ROSY: -Si.
115
116 DOCTOR: -¡Muy bien, Rosy!
117
118 OP. PUENTE MUSICAL

119	NARRADOR	Y esta fue la historia de Rosy, quien no se lavaba las manos. ¿Verdad
120		que no les gustaría que les pasara lo que a Rosy? (PAUSA). Entonces
121		véanse su mano derecha; ésa con la que escriben. (PAUSA)
122		Muy bien. Ahora su mano izquierda. (PAUSA) ¿Cómo se ven,
123		limpias o sucias? (PAUSA) Aunque se vean limpias, sus manos están
124		sucias, así es que deben seguir el consejo del doctor: lavarse las manos
125		con agua y jabón
126		
127		Ah! Y recuerden que yo tengo una bola mágica para ver quién no se
128	OP. FX TOQUE	lava las manos, como Rosy. Ahora, repitan conmigo: Lavarse las manos
129	MÁGICO EN	con agua y jabón
130	SEGUNDO PLANO	
131		
132	TODOS:	Lavarse las manos con agua y jabón, lavarse las manos con agua y
133		jabón.
134		
135	ROSY:	Lavarse las manos con agua y jabón.
136		
137	OP. FX TOQUE MÁGICO CORTO	
138		
139	OP. ENTRA RÚBRICA, BAJA Y FONDEA	
140		
141	LOCUTOR:	Esto fue..."Orejas despiertas".
142		
143	OP. SUBE RÚBRICA Y DESAPARECE	
144		
145	FADE OUT	

Comportamiento de los niños durante el programa:

Los niños escucharon atentamente el programa y respondieron a las preguntas que el narrador o los personajes les iban haciendo a lo largo de la historia. Por ejemplo, en la parte en donde el narrador pregunta: "¿Quieren saber lo que le pasó (a Rosy)?", algunos niños gritaron: "Síii", mientras que otros permanecieron callados. Sin embargo, después de que el narrador dijo "No los oigo", todos los niños respondieron.

En la última parte, en donde el narrador, quien es una especie de hada buena, les pide a los niños repetir la frase: "Lavarse las manos con agua y jabón", todos los niños imitaron al narrador y repitieron la frase varias veces en coro, hasta que entró la rúbrica de salida.

Después de escuchar el programa, platicamos con los niños sobre el contenido de éste, para ver si habían entendido el mensaje, y les hicimos las siguientes preguntas:

1.- ¿De qué trató la historia?
2.- ¿Cómo se llamaba la niña de la historia?
3.- ¿Por qué lloró Rosy?
4.- ¿Qué le dijo el doctor a Rosy?
5.- ¿Cómo se llaman los bichitos que tenía Rosy en sus manos?
6.- ¿En dónde se pueden encontrar estos bichos?
7.- ¿Qué deben hacer los niños para no enfermarse del estómago?
8.- ¿Qué aprendieron de esta historia?

Todas las preguntas fueron contestadas por alguno de los niños y después les pedimos que contaran sus experiencias cuando ellos se enfermaban "de la panza" y las recomendaciones que les hacía el doctor. Aquí es importate señalar que para esta actividad se pensó en llevar un microscopio, así los niños podrían conocer las bacterias depositadas en sus manos; sin embargo, el aparato no pudo conseguirse. A pesar de esto, la actividad llegó a tal grado que los niños pidieron

salir al baño a lavarse las manos, para "matar a los bichos malos"[83] que habitan en sus manos.

Este programa creó en los niños una actitud activa y participativa, puesto que atendieron a los mensajes enviados. Asimismo, la serie de preguntas y respuestas y la pequeña charla que sostuvimos con ellos al término de la emisión, demostraron que la información fue asimilada por la mayoría de los pequeños.

Segundo programa

Serie: Orejas despiertas

Programa 2: Viaje fantástico

Tipo de programa: Recreativo interactivo

Público al que se dirige: Niños de 4 a 5 años

Formato: Radiodrama (se desarrolla una anécdota con personajes dramáticos imaginarios)

Objetivos: Impulsar el desarrollo de la imaginación y la creatividad del niño.
Estimular el poder de expresión del niño a través del dibujo.

Justificación: La expresión artística es una forma de comunicación fundamental para el desarrollo de las capacidades del niño. A través del dibujo el niño refleja su creatividad, su desarrollo intelectual y emocional, así como la percepción que tiene del mundo circundante.

Mecanismo de retroalimentación: Realización de un dibujo.

---

83 Frase expresada por Erik, de 5 años, durante la realización de la actividad

SERIE: Orejas despiertas
PROGRAMA: Viaje fantástico
DURACIÓN: 10' 45"
PRODUCCIÓN: Claudia Cerezo
GUIÓN: Mariana Hernández y Miriam Olivares
LOCUCIÓN: Kenia Galán, Irving Herrera, Erick Martínez, Xochiquetzal García, Berenice Romo
EFECTOS: Irving Herrera
CONTROLES TÉCNICOS: Jesús González

1 FADE IN
2 LOCUTOR: Hoy 25 de mayo de 1997 se graba "Orejas despiertas" con el programa Viaje
3 fantástico, 5, 4, 3 ...
4
5 OP. ENTRA RÚBRICA, BAJA Y FONDEA
6
7 PRESENTADOR: Esto es..."Orejas despiertas"
8
9 OP. SUBE RÚBRICA, BAJA Y DESAPARECE
10
11 NARRADOR: ¡Oye, oye! Pss, pss...amiguito... Sí, tú. ¿Quieres jugar conmigo? (PAUSA)
12 Pues entonces agarra tus cosas y súbete a mi tren, que en este
13 momento nos vamos. Déjame echarle un grito al maquinista. (GRITANDO)
14 ¡Señor maquinista, vaaaamonos!
15
16 OP. FX DE LOCOMOTORA, BAJA Y FONDEA
17
18 NARRADOR: Oh, oh. ¿Qué está pasando? ¡Asómate por la ventana! ¡Mira, el tren tiene
19 alas! Siii. ¡Estamos volando! ¿Ya viste esa nube? Nos está diciendo
20 adiós. Despídete de ella. Adiós nube, adiós. Mira, ahí está el sol.
21 Pobrecito, qué calor tiene.
22
23
24 NARRADOR: -Oiga, señor sol, ¿quiere ir a nadar con nosotros?
25
26 SOL: -Claro que si. Un baño me caería muy bien.
27
28 NARRADOR: -Entonces suba al tren rápido, porque estamos a punto de aterrizar
29
30 OP. DESAPARECE FX DE LOCOMOTORA
31
32 NARRADOR: -¡Agárrense fuerte que ahí vamos!
33
34 OP. FX DE AVIÓN ATERRIZANDO
35

NARRADOR (PAUSA): -Upss, por fin llegamos ¡Vamos, apurense que el río se está yendo!

-¡Señor río, señor río! No me oye Amiguito, ayúdame a gritarle pero fuerte Señor río, señor río, ¡espérenos!

RÍO: -¿Eh? ¿Qué pasa? ¿Quién grita tan fuerte?

NARRADOR: -Somos nosotros, acá, atrás de usted. Espérenos por favor

RÍO: -¿Por qué tanta prisa por alcanzarme?

DOCTOR: -Es que tenemos mucha sed ¿Nos regala tantita agua?

RÍO: -Claro, tomen toda la que quieran.

NARRADOR: -(TOMANDO AGUA) ¡Qué rico! Gracias

RÍO: -Bueno amiguitos, tengo que irme, ya ven que yo siempre voy corriendo. Hasta pronto.

OP. FX. DE RÍO. SUBE Y DESAPARECE

NARRADOR Y SOL: -Adiós señor río, adiós.

SOL: -Yo también tengo que irme. ¡Oh! Ya es muy tarde, casi es hora de que me esconda. Ya mero sale la luna y no quiero que me regañe si me ve todo mojado Tengo que apurarme. (ALEJÁNDOSE) Mañana los veo

NARRADOR: -(GRITANDO) Me despiertas temprano.

SOL: -(A LO LEJOS) Sí, hasta mañana.

OP. FX. DE DESTELLOS DE SOL

NARRADOR: -Otra vez estamos solos. Bueno amiguito, y ahora, ¿a dónde quieres ir? (PAUSA) Ya sé, ¡vamos a comer dulces! Mmm, no Tengo una idea mejor Vamos a brincar alto, alto, hasta llegar a la luna, ¿sí? Pero rápido, ven, empieza a brincar.

OP. FX DE BRINCOS: Más fuerte todavía. Así, un poco más..Ya casi la alcanzamos Ahora, cierra tus ojos y da el brinco más alto que puedas.

OP. FX DE BRINCOS

LUNA: -¡Ay! ¿Quién está brincando en mi cabeza?

NARRADOR: -Upss. Perdón, hermana luna, somos nosotros, y venimos a ver cómo se encuentra usted. Por cierto, la veo más gorda que nunca, ¿verdad amiguitos? (PAUSA)

81 LUNA -(RÍE) Es que hoy si he comido mucho queso, pero por comelona, me
82 está doliendo mi barriguita.
83
84 NARRADOR -Ay, hermana luna, ya ve lo que le pasa por estar comiendo de más.
85 ¿Quiere que le sobe su pancita?
86
87 LUNA: -Sí, sí, por favor.
88
89 NARRADOR. -¿Me ayudas a sobarle la pancita a la luna, amiguito? (PAUSA) Así, con tu
90 mano derecha.
91
92 ESTUDIO FX DE SOBAR
93
94 LUNA. -Au... ah... ¡Qué bien se siente! ¡Esto si es vida!
95
96 NARRADOR -¿Ya se siente mejor, hermana luna?
97
98 LUNA: -Sí. Ya no me duele nada, pero ya me está dando hambre. (BOSTEZO)
99 Mejor me voy a dormir, ya mañana comeré. (BOSTEZO). Hasta mañana,
100 amigos.
101
102 NARRADOR. -Hasta mañana, hermana luna. Vamos, hay que dejarla descansar.
103
104 OP. FX DE NAVE ACERCÁNDOSE
105
106 NARRADOR: -Mira allá atrás. Se acerca una bola roja... Parece una nave. ¡Siii! ¡Es una
107 nave espacial, y viene hacia nosotros!
108
109 OP. FX DE NAVE ESPACIAL ATERRIZANDO
110
111 OP. FX DE PUERTA DE NAVE QUE SE ABRE
112
113 OP. VARIOS EFECTOS ELECTRÓNICOS DE FONDO
114
115 NAVE ESPACIAL: -¡Hola! ¿Los llevo a algún lugar?
116
117 NARRADOR: -Sí, gracias nave.
118
119 NAVE ESPACIAL -Me llamo Simpo. ¿A dónde quieren que los lleve?
120
121 NARRADOR -A casa, Simpo.
122
123 NAVE ESPACIAL -Muy bien. Suban rápido, siéntense y abróchense los cinturones que a la
124 cuenta de tres despegamos. ¡Uno, dos tres!

OP. FX DE ENCENDER NAVE Y APAGARSE

NARRADOR: -Oh, oh. No despega. Vamos a ayudarle a Simpo a contar otra vez, pero fuerte, muy fuerte. (GRITANDO) ¡Una, dos, tres!

OP. FX DE DESPEGUE

NAVE ESPACIAL: -En un momento llegamos. Agárrense fuerte de las manos y cierren los ojos.

OP. PUENTE MUSICAL ESPACIAL

NAVE ESPACIAL: -Estamos a punto de aterrizar.

OP. FX DE NAVE ESPACIAL ATERRIZANDO

NAVE ESPACIAL: -Abran los ojos. ¡Llegamos!

NARRADOR: -Qué rápido llegamos, Simpo... ¿Simpo? ¿A dónde se fue la nave? ¿Tú viste, amiguito? (PAUSA) No me despedí de Simpo, ¿tú sí? (PAUSA) Bueno, ni modo.

OP. FX DE METEOROS

NARRADOR: -(PREOCUPADO) Oh, oh, ¿en dónde estamos? (PAUSA) Amiguito, ¿tú sabes en dónde estamos? (PAUSA) ¿No? (PAUSA) Creo que llegamos a un planeta desconocido, pero... qué te parece si mejor tú me dices cómo es el lugar en donde estamos y lo dibujas, ¿sí? Entonces, ¡manos a la obra! Toma una hoja de papel y lápices de colores, y dibuja el lugar donde nos llevó Simpo. ¡Ah! y mientras dibujas, despierta a tus orejas con esta canción.

OP. CANCIÓN ESPACIAL

OP. MEZCLA CON RÚBRICA, BAJA Y FONDEA

LOCUTOR: Esto fue..."Orejas despiertas"

OP. SUBE RÚBRICA Y DESAPARECE

FADE OUT

Comportamiento de los niños durante el programa:

Los niños sonreían y se movían al ritmo de la música utilizada como rúbrica. Uno de ellos, Lalo, se tocó las orejas cuando en la rúbrica se escuchaba la frase: "Orejas despiertas". Por otra parte, cuando el narrador los invitó a subirse a su tren, algunos niños comenzaron a pedirle al maquinista que los llevara a ciertos lugares: *"Quiero ir a Hawaii"*, *"Yo quiero ir a Acapulco"*.

En la parte en la cual el narrador les pide a los niños que se asomen a la ventana y se despidan de una nube, Sofía y Fabiola decían adiós, con su mano, hacia la ventana. Otro de los niños se paró, mirando hacia la ventana y dijo: *"Sí estamos volando"*.

Después, los niños volvieron a sentarse en sus lugares y continuaron escuchando la historia, hasta que en la frase "Agárrense fuerte que ahí vamos", dicha por el narrador, todos los niños se sostuvieron fuertemente de sus mesas. Notamos que fue "fuertemente" porque algunos fruncían el ceño, apretaban la boca y las manos, o cerraban sus ojos.

En la parte en donde se le pidió a los niños que le gritaran fuertemente al río, ninguno de los niños gritó. Sin embargo, cuando el río "tragaba agua", los niños se reían e imitaban el sonido. Por otro lado, cuando el narrador comienza a brincar y se escucha el efecto de los brincos (toing, toing, toing), algunos niños se pararon de sus lugares y comezaron a brincar, siendo imitados poco a poco por los demás pequeños.

Asimismo, cuando el narrador le pide a los niños que le ayuden a "sobarle su pancita a la luna, para que ya no le duela", algunos niños comenzaron a hacer círculos imaginarios en el aire con su mano, lo que interpretamos como "sobar la panza". Los niños que no habían realizado esta acción, imitaron a los otros, y así, todo el salón estaba atendiendo a la luna. Uno de los niños, Johnatan, se sobó el estómago a sí mismo. Después, los niños continuaron escuchando la historia, aunque algunos -los más inquietos- ya no permanecían sentados, sino de pie, junto a otros de sus compañeros.

En la parte en donde el narrador les pide a los niños abrocharse los cinturones, algunos de ellos, utilizando su imaginación, se los abrocharon; mientras que cuando se les pidió que contaran "Uno, dos, tres", algunos pequeños también lo hicieron. Otros se sostuvieron fuertemente de sus mesas. Por otra parte, cuando se les pidió que cerraran sus ojos, pues ya iban a aterrizar, todo el grupo atendió esta petición. Lo mismo ocurrió cuando se les pidió abrirlos.

En la parte final, en donde el narrador les pide a los niños que dibujen el lugar en donde se encuentran, para lo cual deben tomar papel y lápices de colores, los niños comenzaron a pedirnos hojas y a tomar sus botes con crayolas, sin que les diéramos alguna indicación.

Mientras los niños dibujaban, escuchaban una canción, y algunos de ellos se movían con la música. Es importante destacar que en esta última parte del programa, los niños interactuaban unos con otros, comparaban sus dibujos y hacían comentarios sobre la historia.

Algunos de los dibujos obtenidos con la realización de esta actividad, pueden observarse en el Apéndice.

Por último, cabe señalar que este segundo programa se presentó a dos niñitos de 4 y 3 años de edad, ya no en un Jardín de Niños, sino en su casa. Estos pequeños reaccionaron de la misma manera que los niños del Kinder, en algunas partes del programa. Con esto queremos decir que los programas de radio realizados no necesariamente tienen que ser escuchados dentro de un salón de clases.

Conclusiones

Conclusiones

La experiencia obtenida durante la realización de la presente tesis, nos permite presentar la siguiente propuesta para la creación de programas infantiles interactivos:

DEL CONTENIDO

1.- Guiarse por las características del pensamiento del niño, su edad y nivel sociocultural en el que está inmerso, así como por sus necesidades, intereses, curiosidades naturales, posibilidades y limitaciones. De esta forma se evita imponerle un conocimiento para cuya comprensión todavía no está preparado.

2.- Partir siempre de ejemplos de cosas y situaciones que sean conocidas o experimentadas por los niños; ejemplos adecuados que ilustren los procesos diarios de la vida. Utilizar relatos que traten asuntos relacionados con sus experiencias personales y con elementos con los que esté familiarizado.

3.- Reflejar la realidad del mundo en que viven.

4.- Dar un lugar de primera importancia al juego, la creatividad y la expresión libre del niño como fuentes de experiencias diversas para su aprendizaje y desarrollo.

5.- Crear emisiones interesantes que capten rápidamente la atención del niño para que éste no se distraiga o deje de atender.

6.- Considerar a la imaginación como un elemento esencial que permite crear un mundo de fantasía alrededor del niño.

7.- Estimular el diálogo y el aprendizaje. Posibilitar las diversas formas de participación de los niños: búsqueda, exploración, observación, confrontación.

8.- El contenido ha de ser esencialmente educativo, ya que estos espacios van dirigidos a aquéllos que se encuentran en la fase más importante de su formación.

Sin embargo, también pueden ser recreativos: que su amenidad, su enfoque, el modo de tratar y desarrollar los temas, la variedad de los mismos, su personalidad y simpatía, y la realización sugestiva de cada programa, les haga sumamente atractivos.

9.- Crear programas de primera calidad, no de segunda clase. Todos aquéllos que hacen programas para niños deben luchar por obtener personal, dinero y medios que se comparen con la producción del resto de los programas.

DE LA FORMA

1.- La presentación y contenido de los programas deben ser estimulantes.

2.- Los programas no deben ser cansados ni demasiado largos.

3.- No utilizar frases extensas o mensajes desorganizados que exijan demasiado esfuerzo.

4.- Valernos de las inquietudes de los niños para crearles hábitos, habilidades, actitudes y destrezas, y no exigirles cosas que estén más allá de sus posibilidades.

5.- Tener en cuenta que la memoria del niño es escasa y que no puede cumplir fácilmente más que una orden a la vez.

6.- Expresar pocas ideas o conceptos en cada emisión porque el niño no puede retener muchas ideas.

7.- Ser reiterativos: repetir e insistir. Repetir bastante para que el mensaje sea captado y retenido por el niño, sin caer en la monotonía, el aburrimiento o la distracción.

8.- Dejar que los niños interpreten personalmente los mensajes, y de acuerdo a su fantasía le den forma a los mismos.

9.- Crear en el niño una actitud activa, que no se limite a oír, a percibir simplemente, sino que atienda a los mensajes, los cuales llevarán implícitos una intencionalidad: es decir, que asimile la información enviada.

10.- Lograr una atención despierta, activa, que formule preguntas y sugiera respuestas con programas que estimulen el diálogo y la participación.

11.- Hacer participar al niño: que interprete las situaciones y extraiga conclusiones. No convertirlo en un receptor pasivo.

12.- Crear programas que ayuden al niño a descubrir y desarrollar su personalidad y a concientizarse de sus responsabilidades como miembro de la sociedad.

13.- Realizar programas amenos que inciten la curiosidad del niño.

14.- Utilizar preferentemente el radiodrama por ser el formato más activo y el que más se acerca a la vida real, pues le permite al niño involucrarse en la historia e identificarse con el problema que se desarrolla y con los personajes que lo viven. Si la historia suena a vida real y se relaciona con situaciones, ambientes y hechos que le son familiares al niño, es más fácil mantener su atención, a la vez que se logra su participación intelectual y emocional.

Aunque los formatos dramatizados son considerados los más atractivos por su estructura dinámica, también podemos utilizar otros modelos o hacer una combinación de ellos. Lo importante es que utilicemos todos los recursos que la radio pone a nuestra disposición para crear programas variados, creativos e interesantes.

15.- Utilizar material visual como auxiliar cuando sea necesario.

DEL LENGUAJE

1.- Respetar los sentimientos y sensibilidades del niño. Mostrar consideración y respeto hacia él, especialmente cuando se le habla. Si nosotros los adultos esperamos que los niños sean corteses y respetusos, lo primero que debemos

hacer es tratarlos con cortesía, consideración y respeto. Recordemos que se puede ganar más pronto la cooperación de los niños si les tratamos con la misma amabilidad que a nuestros amigos adultos.

2.- No usar nunca un lenguaje aniñado, porque esto puede retardar el hablar correcto del niño y su adaptación social. El lenguaje empleado debe ser sencillo, claro, comprensible y natural, sin palabras rebuscadas, desconocidas o poco familiares, sino fácilmente reconocibles y comprensibles por el público a que están dedicadas. De este modo se evitarán los errores y se logrará el entendimiento que se desea.

3.- Hacer hincapié en el tono afable y cariñoso que debe emplearse cuando se dirige a los niños, con el fin de crear en ellos la confianza necesaria y despertar en ellos cariño e interés. Recordemos que un concepto o una idea pueden vehicularse mejor por radio si se enmarcan en una dinámica afectiva, cálida, vivencial, que establezca una comunicación personal en el oyente y le haga sentir la emisión y no sólo percibirla intelectualmente. La comunicación radiofónica debe tener un componente afectivo además del componente intelectual; debe movilizar no sólo el estrato pensante del perceptor sino también su estrato emocional.

4.- Expresar las órdenes en forma de pedido, sin que el niño sienta que tiene que acatar una orden.

5.- Utilizar los tonos de voz y expresividad apropiados para dar vida a los programas.

Las consideraciones anteriores pueden aplicarse a los programas radiofónicos infantiles en general; sin embargo, aquí hay algunas recomendaciones específicas para la creación de programas dirigidos a niños en edad preescolar:

El niño preescolar es alegre y manifiesta un profundo interés y curiosidad por saber, conocer, indagar y explorar, tanto con el cuerpo como a través de la lengua que habla. Es capaz de absorber mucha más información de lo que creen los adultos, si la recibe de manera comprensible y en un momento en que su

propio interés se ha despertado, y está preparado y ansioso para recibirla. Por eso, para los niños en edad preescolar pueden producirse programas referentes a un sinnúmero de temas.

Asimismo, la actividad psicomotriz tiene una función preponderante en el desarrollo del niño, especialmente durante los primeros años de su vida, en los que descubre sus habilidades físicas y adquiere un control corporal que le permite relacionarse con el mundo de los objetos y las personas hasta llegar a interiorizar una imagen de sí mismo. La expresión corporal gestual y afectiva del preescolar refleja su vida interior, sus ideas, pensamientos, emociones e inquietudes.

Por lo anterior, es importante incluir actividades que impliquen un movimiento o desplazamiento dentro de los programas dirigidos a preescolares. Recordemos que algunas actividades incluidas en los programas realizados, promovían el movimiento corporal del niño: "Dile adiós a la nube", "Asómate por la ventana", "Mira tu mano derecha", etcétera.

Por ser su actividad primordial, el juego debe incluirse en los programas para niños pequeños. Mediante el juego creativo, el niño incorpora gradualmente el conocimiento que adquiere diariamente de sus observaciones del mundo que le rodea.

Debemos orientar los intereses lúdicos del niño hacia el camino por donde se pretende llevarlo (recordemos que el juego es su principal motivación), y actuar sobre su facultad creadora para modelar las actividades dentro del molde de la educación.

Los movimientos y actividades lúdicas de los programas estarán siempre en relación con la edad del niño (pedirle que cumpla actividades interesantes y sencillas). Es un error forzar al niño a trabajos impropios de su edad y de su capacidad física y mental.

El niño en esta etapa es creativo: hace y representa, en forma original, aquello que tiene un sentido personal. De ahí que una creación pueda ser cualquier cosa que un niño produzca y que tenga que ver con su modo personal

de ver la vida y la realidad que lo rodea. Por eso, el niño necesita una variedad de medios creativos: pintura, crayones, lápices, plastilina, instrumentos rítmicos, disfraces, que puedan servir de apoyo a los programas.

Cuando demos instrucciones a un niño por radio, hay que estar bien seguros de que él comprende lo que deseamos. El niño al que se le ha dado una explicación clara y pausada de lo que de él se quiere, está menos expuesto a confundir lo correcto con lo equivocado.

Las consideraciones aquí expuestas intentan cubrir un poco la necesidad de contar con medios de comunicación que apoyen de manera sana, amena y divertida las necesidades infantiles, con una programación inteligente, participativa y orientadora.

Recordemos que la accesibilidad y sencillez tecnológica de la radio, sus bajos costos de producción -comparada con otros medios como la televisión-, su capacidad de accionar la maquinaria imaginativa del auditorio, su flexibilidad para el desarrollo de géneros programáticos, etcétera, son algunas de las bondades inherentes de la radio que la han convertido en un medio popular en nuestro país.

Además, por ser la radio una fuente de información y orientación para los niños, esta propuesta intenta promover el uso educativo de la tecnología con el propósito de acceder a ciertos aprendizajes.

Por su parte, el niño se pone en contacto con el mundo que le rodea, lo descubre y aprende de él, a través de sus sentidos, sus movimientos y sus órganos. La música habla a su oído y los colores a sus ojos. El mundo de los sonidos y el de los colores hablan a su espíritu y lo interesan por la belleza que expresan. Por eso ama la charanga retumbante y el caballo en carrera, y no la música en sí o un caballo cualquiera; por eso no se detiene a contemplar una puesta de sol maravillosa, ama el espectáculo de las luchas y ríe con el payaso del circo.

El niño está continuamente ocupado con las imágenes que las sensaciones visuales y auditivas suscitan en él. Sin embargo, con la televisión hemos olvidado

que el descubrimiento del universo sonoro es tan importante para el niño como el mundo de las formas y de los colores. El placer en el ritmo de las palabras con sonido y color, innato en los niños, puede cultivarse como base para la iniciación a la radio.

Desde temprana edad, padres, maestros y comunicadores deberíamos proporcionarle al niño la experiencia de lo que es la radio y cómo funciona, con el fin de que tenga una noción clara de su valor. En este sentido, creemos que el Jardín de Niños, la institución educativa por excelencia que atiende a la segunda infancia en nuestro país, podría desarrollar el interés de los niños hacia la radio de manera armónica e integral.

En el Jardín de Niños podrían ponerse en práctica actividades relacionadas con programas radiofónicos, no de corte escolástico o académico, sino más cotidianos y horizontales, que despierten la imaginación en el niño sin tener que recurrir a mecanismos rígidos y tediosos; programas radiofónicos perfectamente estudiados, balanceados y con finalidades precisas, que se ajusten a los intereses y necesidades del pequeño en apoyo a su desenvolvimiento físico, mental y emocional.

Programas como los que aquí se proponen podrían contribuir al reforzamiento de la educación preescolar a través de la transmisión por radio de lecciones elaboradas bajo la técnica interactiva, a la vez que apoyarían la labor de los maestros de manera complementaria, sin suplir la enseñanza que le corresponde a la escuela.

Asimismo, este tipo de programas podrían servir para formar en los pequeños hábitos e inquietudes y proporcionar educación inicial (proceso educativo dirigido a niños de 45 días a cinco años 11 meses de edad, con el fin de favorecer su desarrollo integral en los aspectos físico, afectivo-social y cognoscitivo) a los niños y niñas que desafortunadamente no tienen acceso a instituciones preescolares formales. De esta manera, rescataríamos la importancia de la comunicación en los procesos educativos.

La introducción de los medios electrónicos en las escuelas podría servir para aprovechar las intensas cualidades motivacionales que estos medios tienen para los alumnos. "Muchos niños que fracasan en la escuela, no se desalientan ante uno u otro de los medios electrónicos, sino muy al contrario. Un sistema que aproveche esta motivación tendría una probabilidad mucho mayor de éxito"[84].

Bajo este esquema, la finalidad de nuestra investigación fue la producción de programas radiofónicos educativos que puedan utilizarse en el ámbito escolar y extraescolar. Aunque la comunicación social hace referencia al público disperso o colectividades, esta propuesta sirve también al público presente en un salón de clases a una hora determinada.

Los comunicadores debemos sentir la comunicación como un compromiso con la sociedad, como un medio para ayudar al ser humano a ser tal; es decir, ser humanamente útiles. No concebimos a un comunicador que no tenga una proyección social de su trabajo. Sintiendo nuestra labor de esta manera, estaríamos poniendo a la comunicación -y a la radiodifusión- al servicio de la educación, estaríamos rescatando el significado fundamental del medio y prestando un auténtico servicio social.

Creemos que la gente de radio debería proporcionar un mayor número de espacios infantiles, pues la falta de producción radiofónica para niños es algo que se está haciendo notar de forma evidente. No ocultamos los complicados problemas económicos que plantea este aumento de programas infantiles que se propone; sin embargo, y a pesar de ello, hay que intentar resolver el problema. Quizá la coproducción podría ser un camino.

Aunque esto podría parecernos una quimera, puesto que la radio comercial poco o nada se preocupa por las necesidades e intereses de este auditorio, la radio estatal puede brindarnos una esperanza:

"La prioridad de los medios estatales es hacer accesible a los diferentes sectores sociales una oferta cultural amplia, diversificada y creativa, que satisfaga

---

[84] Patricia Marks Greenfield, *op.cit.*, p. 227-228.

sus necesidades recreativas, culturales e informativas. Esto resulta tanto más imperioso dada la peculiar conformación de nuestra estructura comunicacional, ampliamente dominada por emisoras comerciales. Ante ello, los medios del Estado deben representar una alternativa efectiva por la calidad de su oferta, por su sensibilidad ante la problemática y los intereses de sus públicos, por su carácter participativo, por su preocupación formadora y orientadora"[85].

A este respecto, el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), creado en marzo de 1983 como un organismo descentralizado de la Secretaría de Gobernación, tiene como objetivo operar, de manera integrada, las entidades del Gobierno Federal relacionadas con la actividad radiofónica, y contribuir al proceso de integración nacional y la difusión de la cultura a través de la radio. Nuestra propuesta radiofónica podría tener cabida en este tipo de radio estatal.

Hoy en día, el IMER cuenta con cuatro emisoras concesionadas, las cuales pueden comercializar legalmente sus espacios, y dos permisionadas, que no pueden comercializarlos. Las radiodifusoras concesionadas son: La Candela (XEDTL), Radio 710 (XEMP), La B Grande (XEB) y La Hora Exacta (XEQK). En este tipo de emisoras se podrían buscar patrocinadores que apoyaran nuestra labor radiofónica. Por su parte, las estaciones permisionadas son: Opus 94 (XHIMER) y Orbita (XHOF).

En cuanto a la radio comercial, nuestra propuesta podría incluirse dentro del 12.5 por ciento del tiempo diario de su transmisión que las emisoras concesionarias admiten como pago de impuestos en especie. El Estado podría hacer uso de este tiempo para realizar programas educativos, de acuerdo a las atribuciones de la Secretaría de Educación Pública señaladas en el artículo 11 de la Ley Federal de Radio y Televisión.

Cabe señalar que estos tiempos no serán acumulables y serán distribuidos proporcional y equitativamente dentro del horario total de transmisiones de la radiodifusora de que se trate. También es importante apuntar que el Estado cuenta

---

85 José Luis Gutiérrez Espíndola, "Comunicación social en 1991: una retrospectiva crítica", **Revista Mexicana de Comunicación**, p. 25.

con un órgano productor en radio y televisión que le permite utilizar el tiempo de transmisión que cobra como impuestos en especie: Radio, Televisión y Cinematografía.

Asimismo, las universidades podrían abrir sus espacios a esta forma de hacer radio y elaborar programas de interés social. Por su parte, las instituciones educativas, los maestros y los padres podrían participar en el desarrollo de los programas y actividades con el fin de crear un espacio de recreación e interacción entre el niño y el emisor, permitiendo que la audiencia interactúe más allá de la pasividad.

El niño no sólo desea recibir, también desea dar y ser copartícipe de la emisión de radio, quiere participar activamente, expresar sus inquietudes y sentir que tiene importancia dentro de su sociedad. Sólo con oír radio el niño podría hacer del lugar donde se encuentre su propio espacio de fiesta.

Los comunicadores y la gente de radio debemos pensar en recuperar al público infantil, el cual ha sido tristemente olvidado debido a la falta de producciones especializadas que cautiven su atención. Si al niño le damos lo que le gusta, lo que despierta su interés y lo conquista, haremos de él un oyente fiel. No puede haber inversión más productiva que la que se hace en favor de la niñez: trabajar por el bien de la infancia significa trabajar por el futuro del país.

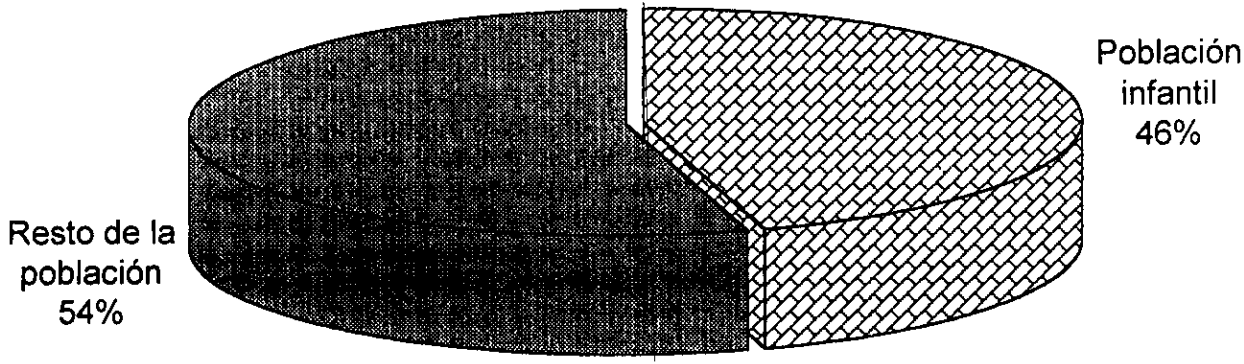
Apéndice

Población total de los Estados Unidos Mexicanos en grupos quinquenales de edad, 1997[86]

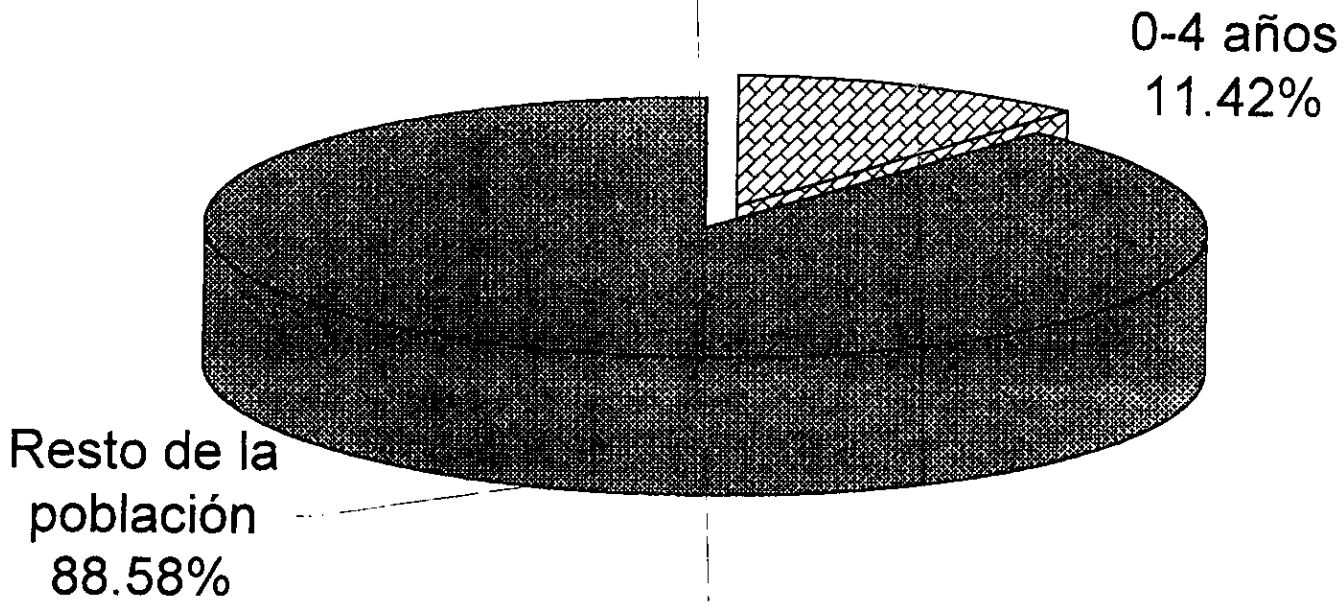
EDAD	POBLACION TOTAL	HOMBRES	MUJERES
Estados Unidos Mexicanos	**93, 716, 332**	**45, 683, 991**	**48, 032, 341**
0-4 años	**10, 709, 888**	5, 441, 320	5, 268, 568
5-9 años	**11, 118, 773**	5, 612, 499	5, 506, 274
10-14 años	**10, 840, 617**	5, 466, 368	5, 374, 249
15-19 años	**10, 037, 969**	4, 970, 642	5, 067, 327
20-24 años	9, 229, 661	4, 445, 492	4, 784, 169
25-29 años	7, 723, 880	3, 628, 950	4, 094, 930
30-34 años	6, 610, 317	3, 082, 686	3, 527, 631
35-39 años	6, 003, 775	2, 862, 994	3, 140, 781
40-44 años	4, 792, 121	2, 274, 305	2, 517, 816
45-49 años	3, 922, 248	1, 873, 527	2, 048, 721
50-54 años	3, 145, 168	1, 542, 584	1, 602, 584
55-59 años	2, 630, 749	1, 230, 713	1, 400, 036
60-64 años	2, 287, 559	1, 065, 835	1, 221, 724
65 años y más	4, 633, 122	2, 164, 118	2, 469, 004
No especificado	30, 485	21, 958	8, 527

[86] INEGI, **Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica**, 1997.

Población infantil de los Estados Unidos Mexicanos en 1997



Niños de 0-4 años



Alumnos, personal docente, instituciones, escuelas y grupos al inicio del ciclo escolar 1994-1995[87]

CICLO EDUCATIVO	TOTAL DE ALUMNOS	HOMBRES	MUJERES	PERSONAL DOCENTE	ESCUELAS	GRUPOS
	26, 352, 116	13, 483, 276	12, 868, 840	1, 238, 282	187, 185	1, 060, 074
Preescolar	3, 092, 834	1, 556, 396	1, 536, 438	129, 576	58, 868	165, 638
Primaria	14, 574, 202	7, 514, 256	7, 059, 946	507, 669	91, 857	656, 108
Capacitación para el trabajo	427, 969	166, 732	261, 237	24, 655	3, 864	24, 970
Secundaria	4, 493, 173	2, 310, 493	2, 182, 680	256, 831	22, 255	140, 188
Profesional medio	407, 079	180, 172	226, 907	37, 570	2, 021	16, 243
Bachillerato	1, 936, 398	998, 162	938, 236	129, 351	5, 612	52, 141
Normal	137, 253	48, 982	88, 271	12, 881	508	4, 786
Superior	1, 283, 208	708, 083	575, 125	139, 749	2, 200	

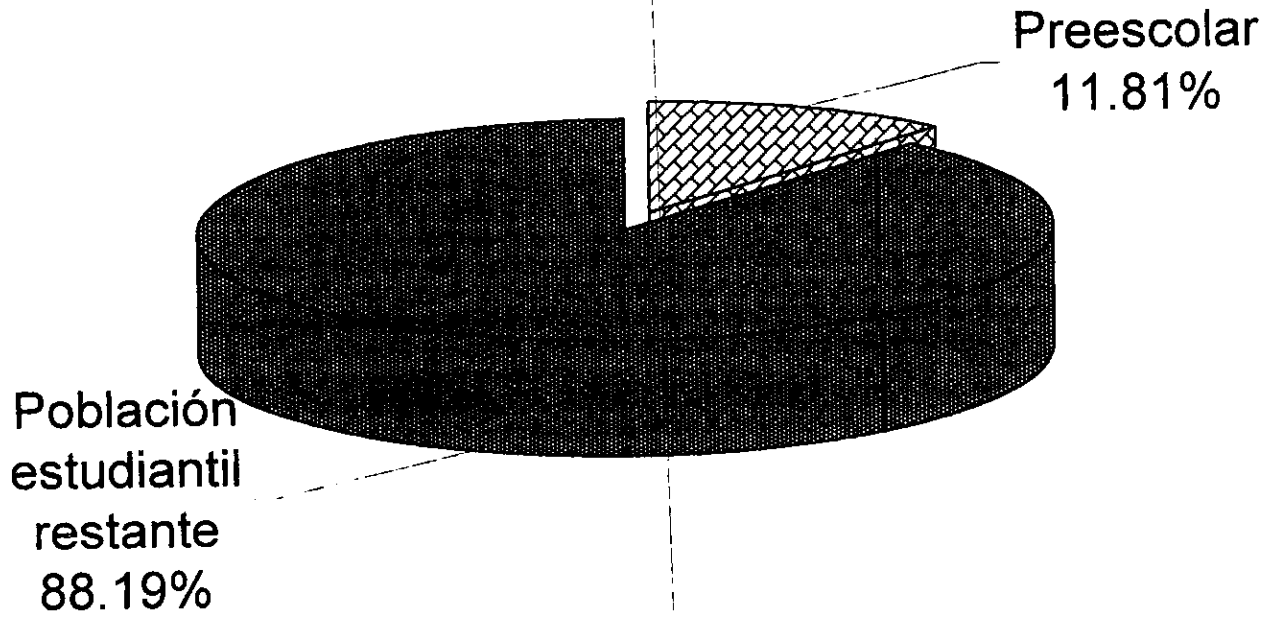
Alumnos inscritos al inicio de cursos según nivel educativo 1990/91-97/98 (MILES)[88]

CICLO EDUCATIVO	1990-91	1991-92	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97	1997-98
Total	25, 092.0	25, 209.0	25, 374.1	25, 794.6	26, 352.1	26, 915 6	27, 415.4	28, 056 8
Preescolar	2, 734.1	2, 791.5	2, 858.9	2, 980 0	3, 092.8	3, 170.0	3, 238.3	3, 312.2
Primaria	14, 401.6	14, 397.0	14, 425.6	14, 469.5	14, 574.2	14, 623 4	14, 650.5	14, 647 8
Capacitación para el trabajo	413.6	407.3	402.6	391	428	463 4	498 8	726.1
Secundaria	4, 190.2	4, 160.7	4, 203.1	4, 341.9	4, 493 2	4, 687 3	4, 809.3	4, 929 3
Profesional medio (nivel técnico)	378.9	410.9	410.2	406.5	407	388	383 8	390 8
Bachillerato	1, 721.6	1, 725.3	1, 767.0	1, 837.7	1, 936.4	2, 050 7	2, 222.3	2, 323 1
Normal	109	104.8	111	120.2	137.3	160	188 4	206 3
Licenciatura	1, 097.1	1, 164.0	1, 144.2	1, 192.7	1, 217 2	1, 295.0	1, 329.7	1, 414 1
Posgrado	45.9	54.2	51.5	55.1	66	77 8	94 3	107 1

87 *Ibidem.*

88 Para 1990/91-96/97: SEP. **Estadística Básica del Sistema Educativo Nacional. Inicio de Cursos.** Para 1997/98 Presidencia de la República. Ernesto Zedillo. **Cuarto Informe de Gobierno. México, 1998.**

Población en edad preescolar
Ciclo 97-98

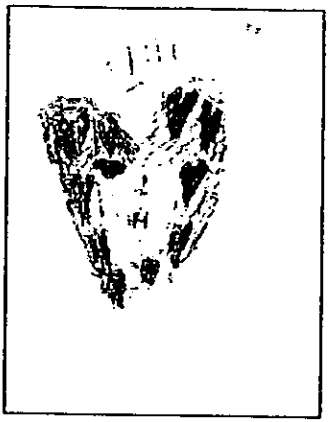


Ficha del programa "Circo, maroma y libros"

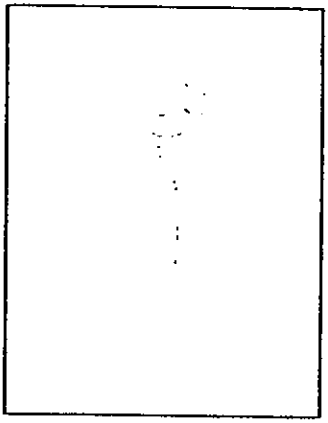
Nombre de la serie: Circo, maroma y libros
Productor: Jesús Estrada
Duración: 30 minutos
Transmisión: Viernes 16:30 hrs.
Categoría: Educativo
Coproducción: Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes
Sinopsis: Programa que se refiere al libro infantil y juvenil

"Circo, maroma y libros" es un programa cuyo objetivo principal es el fomento a la lectura infantil a través de dramatizaciones de algunos fragmentos de los libros con voces, efectos, música adecuada.

Dibujos de preescolares

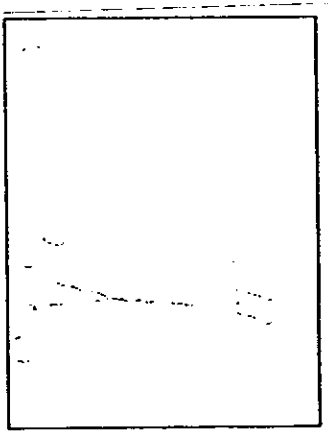


UN CORAZÓN



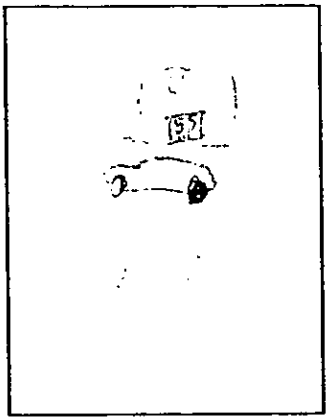
UN NIÑO

UNA CASITA



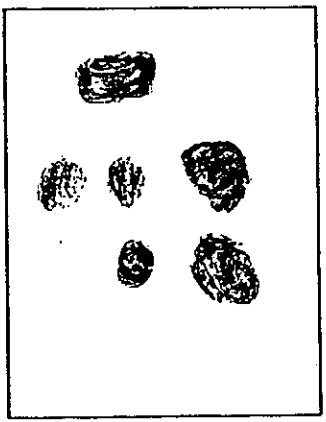
JAULA DE UN PÁJARO

Dibujos obtenidos en el programa 2: Viaje fantástico

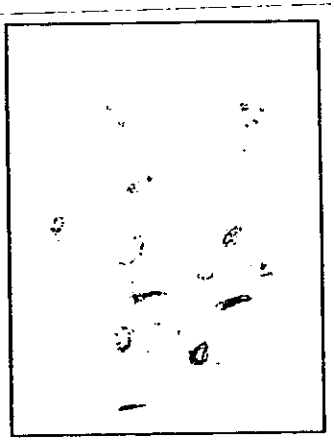


LA NAVE ROJA LLEGÓ A CASA DE UNOS MARCIANOS
COCHE DE LOS MARCIANOS

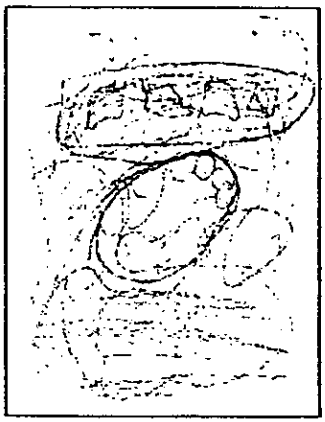
NAVE ROJA EN EL ESPACIO



NAVE VOLANDO ENTRE LOS PLANETAS



SOL, LUNA Y MARCIANOS



NAVE CON PLANETAS EN EL CIELO

NAVE ROJA EN EL ESPACIO

Bibliografía

Bibliografía

Abbadie, Madeleine, *et. al.*; La Educación Preescolar. Teoría y Práctica; Tomo 1; Madrid, España, Ed. Cincel, 1980; 188 pp.

Berlo, David K.; El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica; 1a. ed., 6a. reimp.; Buenos Aires, Argentina, Ed. El Ateneo, 1975; 239 pp.

Baena, Guillermina; Instrumentos de investigación. Manual para elaborar trabajos de investigación y tesis profesionales; 2a. edición; México, Editores Mexicanos Unidos, 1980; 190 pp.

Bloques de juegos y actividades en el desarrollo de proyectos en el Jardín de Niños; Subsecretaría de Educación Primaria y Normal, Dirección General de Educación Preescolar; mayo de 1993.

Compendio del desarrollo del niño de 0 a 5 años en zona rural; SEP, Subsecretaría de Educación Elemental, Dirección General de Educación Inicial; abril de 1982. Programa de educación inicial. Responsable del programa: Lourdes O. Rodríguez Andión.

Conteo de Población y Vivienda 1995; Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI); 1a. edición, 1a. reimpresión; Aguascalientes, Ags., enero de 1997.

Convención sobre los derechos del niño; Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal (CDHDF) y Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) en México; 3a. edición; México, 1994; 51 pp.

Cremoux, Raúl; La legislación mexicana en radio y televisión; 1a. ed., 1a. reimp.; México, UAM-X, 1989; (Colección Ensayos); 191 pp.

Estudio de la evolución del niño de 3 a 6 años y niveles de madurez que corresponden a su desarrollo. Guía de consulta para las maestras de Jardines de Niños; Secretaría de Educación Pública, Subsecretaría de Educación Primaria y Normal, Dirección General de Educación Preescolar; México, 1976.

Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), 1997

Estadística Básica del Sistema Educativo Nacional, Inicio de Cursos; Secretaría de Educación Pública.

Faegre, Marion L , *et. al*; Cuidado y educación del niño; Traduc. Consuelo Betés; Instituto para el desarrollo y bienestar de la infancia, Universidad de Minessota; 8a. ed. en inglés, 1a. ed. en español; Ed. Pax-México, abril de 1963.

Gardner, Gladys, *et. al.*; Este es su hijo preescolar; Traduc. Andrés O. Bottaro; 1a. ed.; Buenos Aires, Argentina, Ed. Paidós, 1976; 84 pp.

Gesell, Frances; El niño de 1 a 5 años. Guía para el estudio del niño preescolar; Traduc. Eduardo Loedel; 2a. reimpresión; España, Ed. Paidós, 1989; 404 pp.

Goded, Jaime (comp.); Los medios de la comunicación colectiva; 1a. ed.; México, FCPS/UNAM, 1976; 302 pp.

Kaplún, Mario; Producción de programas de radio. El guión, la realización; 2a. reedición; México, Ed. Cromocolor, 1994; (Colección Intiyán); 470 pp.

Labinowicz, Ed; Introducción a Piaget. Pensamiento, aprendizaje, enseñanza; versión en español: Humberto López Pineda; Ed. Addison-Wesley Iberoamericana (en inglés), 1980.

López, María de Lourdes; El guión. Su lenguaje literario; 1a. ed.; México, Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán, UNAM, 1995; 148 pp.

López, Luis, Chanes, María Helena; El Jardín de Niños y su técnica. Segundo curso; 2a. ed.; México, D F., Imprenta Mexicana, 1973; 191 pp.

Maletzke, Gerhard, Psicología de la comunicación social; 4a. ed.; Quito, Ecuador, Ed. Epoca, 1976; 367 pp.

Marks Greenfield, Patricia; El niño y los medios de comunicación. Los efectos de la televisión, video-juegos y ordenadores; Ediciones Morata, Madrid, 1985; 243 pp.

Monfort, Marc, *et. al.*; El niño que habla. El lenguaje oral en el preescolar; 4a. ed.; Madrid, España, Ed. Ciencias de la Educación Preescolar y Especial; (Colección Educación Preescolar); 202 pp.

Naranjo, Carmen; Programa Regional de Estimulación Temprana de UNICEF. Por favor, cuidenme bien; Textos de Carmen Naranjo, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, UNICEF, México, 1981.

Newman, Barbara, *et.al.*; Manual de psicología infantil; Traduc. Xavier Massimi; Volumen 2, 1a. ed., 7a. reimpresión; México, Ed. Limusa, 1989; 574 pp.

Powdermaker, Florence; Ireland, Louis; Cómo atender y cómo entender al niño. Manual para padres y maestros; 4a. ed.; Buenos Aires, Argentina, Ed. Kapelusz, 1959.

Programa de Educación Preescolar; Secretaría de Educación Pública. Septiembre de 1992.

Romo Gil, María Cristina; Introducción al conocimiento y práctica de la radio; 1a. ed., 3a. reimp.; México, Ed. Diana, 1991; 119 pp.

Schramm, Wilbur (comp.); La ciencia de la comunicación humana; 5a. edición; México, Ed. Roble, 1975; 166 pp.

Waniewicz, Ignacy; La radiocomunicación al servicio de la educación de adultos. Compendio de la experiencia mundial; París, UNESCO, 1972.

Hemerografía

Acevedo, Martha, *et. al.*; "La producción social de sentido y la comunicación educativa: una serie de radio para niños"; Cuadernos del Ticom; México; núm. 19; UAM-X, 1983.

Arredondo, Pablo; "Las contradicciones de nuestra radio"; Revista Mexicana de Comunicación; México; núm. 7, año 2, septiembre-octubre de 1989.

Baena, Guillermina; "Radio Rin o la historia de la ignominia"; Revista Mexicana de Comunicación; México; núm. 20, año 4, noviembre-diciembre de 1991; 40 pp.

Cruz García, María del Rocío; La Ventana del rubí. Elementos para una propuesta de recepción crítica por radio para niños de 5 a 10 años de edad en la Zona Metropolitana; Tesis de licenciatura; ENEP Acatlán, 1996; 476 pp.

Cruz Soto, Rosalba; "Los niños y la radio"; Connotaciones; AMIC/El Caballito, México; núm. 2, 1982; 9-16 pp.

García, Elvira; "Martha Romo: un sí a la vida, a la radio y a los niños"; Revista Mexicana de Comunicación; México; núm. 29, año 5, mayo-junio de 1993; 35-37 pp.

Gargallo, Francesca; "Un proyecto de educación alternativa debe sustentar los anhelos de libertad en la realidad: Martha Pardo"; Unomásuno; México, D.F.; domingo 10 de diciembre de 1995; 22 pp.

Gutiérrez, José Luis; "Comunicación Social en 1991: una retrospectiva crítica"; Revista Mexicana de Comunicación; México; núm. 21, año 7, enero-febrero de 1992.

Martínez, Omar; "Proyecto de RE: Enmarcar propuestas literarias en lenguaje y formatos radiofónicos"; Revista Mexicana de Comunicación; México; núm. 7, año 2, septiembre-octubre de 1989; 18-19 pp.

Toussaint, Florence; "Radio infantil"; Revista Proceso; México; No. 375, enero de 1984; 63 pp.

Entrevistas

Jesús Estrada, productor, octubre de 1996.