

**UNIVERSIDAD DON VASCO, A.C.**

**INCORPORACIÓN No. 8727- 43 A LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**ESCUELA DE PEDAGOGÍA**

**Propuesta de diseño de un programa de radio educativo para  
niños de 5 a 8 años.**

**TESIS**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN PEDAGOGÍA**

**PRESENTA:**

**Carina Ruíz Espinosa**

**Asesor:**

Lic. Graciela Arroyo Zetina

**Uruapan, Michoacán, 2008.**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**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.

## **AGRADECIMIENTOS:**

Le doy gracias a Dios y a mis padres, por haberme dado la vida y por permitir que culminara mi carrera profesional llena de satisfacciones y con ganas de superarme.

A mis maestros, que gracias a ellos he podido ampliar mis conocimientos, por su apoyo y motivación. Sobre todo agradezco al Lic. Juan Luis Moreno por guiar, corregir e invertir su tiempo en mi trabajo y, sobre todo, por confiar en mí y motivarme en todo momento.

A mis compañeras, amigas y cómplices: Sheila, Paty, Ale y Mago, por acompañarme hasta el final del camino.

Finalmente, agradezco a mi esposo Agustín, por alentarme y apoyarme todo este tiempo a concluir mi carrera y titularme, espero que en la nueva vida que comenzamos juntos sigamos así, superando los obstáculos que se nos presenten, compartiendo los momentos buenos y malos de la vida.

## **DEDICATORIA:**

Quiero dedicar esta tesis a todas las personas que me ayudaron a llegar hasta este punto en mi educación, desde mis maestros de preescolar hasta los de la licenciatura; a mis padres, hermanos, amigos, etc., y a todos ellos que a través de estos veinte tres años han estado conmigo incondicionalmente.

## Índice

Introducción.	
Antecedentes. . . . .	1
Planteamiento del problema. . . . .	3
Objetivos. . . . .	3
Preguntas de investigación. . . . .	4
Justificación. . . . .	5
Marco de referencia. . . . .	6
Capítulo 1.- Comunicación educativa	
1.1 Definición de comunicación. . . . .	8
1.1.1 Relación entre educación y comunicación. . . . .	10
1.2 Definición de medios de comunicación masivos. . . . .	11
1.3 Definición de comunicación educativa. . . . .	13
1.4 La comunicación educativa y los medios masivos. . . . .	13
1.4.1 Televisión. . . . .	14
1.4.2 Prensa. . . . .	16
1.4.3 Cine. . . . .	19
1.4.4 Radio . . . . .	21

## Capítulo 2.- La Radio Educativa

2.1 Concepto de radio educativa.	25
2.2 Objetivo de la radio educativa.	26
2.3 Características de la radio educativa.	26
2.4 Indicadores para evaluar el impacto de los programas de radio.	28
2.5 Elementos para elaborar un guión de radio.	28

## Capítulo 3.- Segunda Infancia (6 a 12 años)

3.1 Definición de la segunda infancia.	32
3.2 Características del desarrollo.	33
3.2.1 Físico.	33
3.2.2 Intelectual.	34
3.2.3 Socio-afectivo.	36
3.3 El niño y los medios masivos de comunicación.	37

## Capítulo 4.- Metodología y análisis de Resultados

4.1 Descripción metodológica.	41
4.2 Enfoque.	41
4.3 Método.	42
4.4 Investigación descriptiva.	42
4.5 Técnicas.	43
4.5.1 Entrevista.	43
4.5.2 Cuestionario.	44
4.5.3 Te Cuento.	45

4.5.4 Observación. . . . .	46
4.6 Descripción del proceso de investigación. . . . .	48
4.7 Análisis e interpretación de resultados. . . . .	49
Conclusiones. . . . .	79
Propuesta. . . . .	81
Bibliografía. . . . .	89
Hemerografía. . . . .	93
Anexos	

## Resumen

El título de la investigación fue nombrado como Propuesta de diseño de un programa de radio educativo para niños de 5 a 8 años, en la cual se empleó el método inductivo, ya que se basa en la observación y la experimentación; además de que las técnicas utilizadas fueron las entrevistas, el cuestionario, un programa de radio llamado "Te Cuento" y la observación.

La población investigada estuvo conformada por alumnos de quinto año de primaria de la escuela particular "Casa del Niño" y de la escuela federal "Año de Juárez" de las cuales se tomó una muestra de 20 alumnos de cada grupo para la aplicación de los dos cuestionarios.

Algunos de los hallazgos que tuvieron mayor relevancia en los resultados y su interpretación fue que, gran parte de los alumnos de ambas escuelas, escuchan la radio por las canciones que se transmiten en las estaciones radiofónicas. Así que al momento de que se les transmitió un fragmento de un programa de radio infantil llamado "Te Cuento" sí les gustó, pero dijeron que había algunas partes del contenido que tendrían que mejorar, entre las cuales destacaron: el reportero por un día, la manera de narrar el cuento y que las locutoras pusieran mayor entusiasmo al momento de contar los chistes.

Por lo que tomando en cuenta lo anterior, se diseñó una propuesta de radio educativa que responda a las necesidades, gustos y características de los niños en la etapa evolutiva estudiada.

## INTRODUCCIÓN

### **Antecedentes.**

La radio es uno de los medios de comunicación que más influencia tienen en la sociedad, esto a través de los contenidos de sus programas, lo cual significa que la radio educa al individuo en su efecto cultural. Es por esto que “cuando la comunicación tiene una repercusión en el desarrollo se convierte en la comunicación educativa”. (Lojero, 1996: 52)

“La comunicación educativa es una ciencia que nos permite modernizar la instrucción, sistematiza contenidos y actividades, buscando el logro de objetivos concretos de aprendizaje” (Lojero, 1996: 52). De tal manera es fundamental como recurso trascendental del desarrollo y crecimiento de la sociedad actual.

Sarramona (1988), señala que los programas educativos tienen características particulares, tales como las que se presentarán en seguida:

- Motivadora, que sea significativa al receptor.
- Estructurante, debe seguir una secuencia.
- Adaptativa, ha de adecuarse a la persona.
- y Facilitadora, facilita los medios necesarios.

Dichas características determinan la manera en la cual el emisor plantea un objetivo específico para el programa educativo, pretendiendo formar a través de los mensajes que se van a transmitir, de los cuales le corresponde al receptor asimilar los contenidos adquiridos.

“Por medio de la radio educativa, el desarrollo de una sociedad se puede acelerar notablemente” (Ochoa, 1996: 7). La radio es uno de los medios de comunicación más utilizados por la cobertura que tiene y, además de ser uno de los medios mayormente económicos para la sociedad, por medio de ésta se pueden transmitir mensajes que difícilmente se alcanzarán en la prensa y la televisión; puesto que es un medio auditivo en el que no existen imágenes visuales, y por esta razón el auditorio tiene la capacidad de utilizar su imaginación libremente.

No se encontraron investigaciones acerca de la radio educativa para los niños.

## **Planteamiento del problema.**

En la sociedad mexicana se hallan pocos programas radiofónicos educativos dirigidos a la niñez, se desconoce la causa, aún cuando es de vital importancia explotar esta área, ya que los niños son auténticos y los únicos que hablan sin inhibiciones y sin temor a nada ni a nadie, además de aportar nuevos conocimientos e ideas para el presente y futuro del país.

En la sociedad actual existe una gran necesidad de programas en los que se integren los valores del niño por medio de un programa educativo, por lo que se pretende diseñar uno, además que se permita impulsar en Uruapan la creación de espacios radiofónicos educativos para los niños, buscando el desarrollo integral de la familia y de la sociedad.

En esta investigación lo fundamental es saber qué estructura y contenido debe tener el diseño de un programa educativo infantil, y de este modo responder a la carencia en Uruapan de un programa de este tipo, por lo que se hace la siguiente pregunta:

¿Cómo debe ser un programa infantil de radio para que sea atractivo y educativo?

## **Objetivos.**

Objetivo general:

- Determinar las características que debe reunir un programa de radio dirigido al público infantil para que logre objetivos educativos.

Objetivos particulares:

1. Definir el concepto de comunicación educativa.
2. Describir las características de los niños de 6 a 12 años.
3. Identificar qué es lo que le gusta escuchar a los niños en los programas de radio infantiles que se transmiten en la ciudad de Uruapan, Mich.
4. Diseñar una propuesta de un programa de radio para niños.

### **Preguntas de investigación.**

A través de la investigación que se realizó, se dio respuesta a las preguntas que se plantean a continuación:

1. ¿Qué características debe tener un programa de radio educativo dirigido al público infantil?
2. ¿Qué es la comunicación educativa?
3. ¿Cuáles son las características de los niños de 6 a 12 años de edad?
4. ¿Cuál es la opinión de los niños radioescuchas sobre el programa radiofónico “Te Cuento”, que está dirigido a ellos y se transmite en Uruapan Michoacán?

## **Justificación**

Al llevar a cabo esta investigación, se pretende que la radio, como medio de comunicación masiva, rescate valores para formar a los niños a través de los mensajes que se transmitieron, para que el receptor corresponda asimilando los contenidos.

Es de gran importancia mencionar que la sociedad ha estado en constante cambio y se han ido perdiendo las costumbres, los valores, las tradiciones y lo más importante, la inocencia de los niños, pues ha sido tanta la influencia de los medios de comunicación que lo único que proyectan es violencia, sexualidad y crímenes (sin censura), los cuales hacen que el infante cambie su conducta.

Por otro lado, la investigación beneficiará directamente a la Pedagogía, ya que el ámbito de la comunicación educativa es en realidad un nuevo campo de acción para el pedagogo, y por tanto se podrá trabajar diseñando programas educativos innovadores, creativos y con un objetivo definido; fomentando una nueva alternativa educativa así como analizando el impacto que causará en la sociedad.

## **Marco de referencia.**

La investigación se realizó en dos instituciones educativas de nivel Primaria, una privada y una pública, la primera de ellas es el Colegio Casa del Niño, ubicado en la Calle del Niño # 11, en la ciudad de Uruapan, Michoacán y la segunda es la Escuela Primaria Año de Juárez, la cual es situada en la calle Lerdo de Tejada # 89, en la misma ciudad.

Enseguida se muestran algunas de las características que presentan ambas instituciones:

El Colegio Casa del Niño comenzó su construcción el día 8 de diciembre de 1954, día en que su fundador, el Padre José Ochoa Gutiérrez colocó la primera piedra. El Colegio inició ofreciendo apoyo gratuito a aquellos niños que no contaban con recursos económicos para estudiar la educación primaria. Debido a la cantidad de niños que acudieron, decidieron fundar el nivel de secundaria e incorporar la institución a la Secretaría de Educación Pública (SEP). No fue sino hasta el año de 1985 cuando añadieron un nivel más, preescolar. En el año 2000 fue cuando se comenzó la educación preparatoria e hicieron las instalaciones en la parte trasera de la primaria.

Esta institución fue fundada con el objetivo de brindar oportunidad a niños y jóvenes con deseos de superarse, pero que no contaran con recursos suficientes para estudiar cualquiera de los niveles mencionados. No distinguía color, raza o clase social, el único requisito que se pedía era que fueran católicos.

Los hermanos religiosos encargados de la dirección de la escuela pertenecen a la congregación de los Misioneros de la Sagrada Familia.

La institución cuenta en este momento con cuatro niveles educativos:

1. Preescolar.
2. Primaria.
3. Secundaria.
4. Preparatoria.

La segunda investigación de campo se realizó en la Escuela Primaria Federal Año de Juárez, turno matutino, ubicada en la calle Lerdo de Tejada # 89, en la colonia San Juan Bautista, en Uruapan, Michoacán.

La institución cuenta con 10 salones de clase, 2 direcciones (una para cada turno), un laboratorio y un salón para la cooperativa.

# **CAPÍTULO 1**

## **COMUNICACIÓN EDUCATIVA**

Gracias a la tecnología educativa que fue evolucionando a lo largo de la historia, surgieron nuevas y mejores formas de comunicación, con las cuales se pretende informar, entretener y educar a la sociedad, dando paso a la comunicación masiva, que se caracteriza por trasladar la información a través de distintos medios de comunicación.

Por esta razón, es de vital importancia definir en el presente capítulo algunos conceptos como: la comunicación, la relación que existe entre educación y comunicación, los medios de comunicación, la comunicación educativa y los distintos medios masivos de comunicación como lo son: la televisión, la prensa, el cine y la radio, que nos llevarán a tener un panorama más claro sobre el tema principal de la investigación.

### **1.1. Definición de comunicación.**

Roda (1988) menciona que para el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, la palabra comunicación proviene del latín “communication”, “communicationis” que significa, participación o comunicación. Cabe destacar que existen numerosas definiciones de comunicación por lo que es difícil precisar alguna, aunque de acuerdo al objetivo de la investigación se tomó la más adecuada para la misma.

Así, se define a la comunicación como “una ciencia que estudia la transmisión de un mensaje directa o indirectamente de un emisor a un receptor y de éste modo a aquél, a través de medios personales o masivos, humanos o mecánicos, mediante un sistema de signos convenidos”. (De La Mota, 1988; 161)

En algunas ocasiones estos signos que transmite el emisor al receptor adquieren diferente interpretación, es decir, el emisor le puede mandar al receptor un mensaje que tiene su propia interpretación y el receptor, al momento de recibir el mensaje, lo interpreta de distinta manera que el receptor, esto de acuerdo a la forma de pensar de cada sujeto o al criterio que tenga cada uno del mismo mensaje. Se supone que tanto el emisor como el receptor “tienen la intención de superar, lo más rápido posible, el espacio y el tiempo con mensajes”. (Beth, 1990; 105)

Lo anterior se puede esquematizar así:



González (2003) indica en su ensayo que la comunicación humana se originó en la Prehistoria, pues la necesidad del hombre por comunicarse se fue desarrollando a través de la historia, modificándose continuamente por los nuevos hallazgos que se suscitan a lo largo del tiempo, en la que tiene influencia: la religión, la política, la economía y el medio social en el que se desarrollan.

Uno de los primeros medios de comunicación humana fue el lenguaje, que en un inicio se transmitía a través de sonidos imitados de la naturaleza, (el canto de los pájaros, el soplar del viento, los sonidos que emitían los animales.) pero poco después se formó el lenguaje articulado, el cual se fue integrando con mayor claridad.

“La razón de la aparición del lenguaje, de acuerdo con Russell, es que surge cuando el hombre se une a otros para alcanzar un propósito común”. (Castañeda, 1997; 14)

Para Castañeda (1997), otros de los primeros medios de comunicación humana fueron el canto, la danza, la pintura y finalmente la escritura, que en la actualidad es uno de los principales medios de comunicación; y de esta manera fue como la humanidad adquirió nuevas necesidades y con ellas la de comunicarse a través de distintos signos.

#### **1.1.1. Relación entre educación y comunicación.**

Al paso de los años ha surgido un importante cambio social, el cual se ha profesionalizado y con ella se puede afirmar que la educación y la comunicación son dos aspectos importantes de la lucha ideológica, y por lo tanto, se puede decir que esta lucha ideológica hace que los dos conceptos se unan y resulte la comunicación educativa.

La comunicación es una manera de transmitir a la sociedad las ideas, los valores, los conocimientos y las creencias que harán que el país se desarrolle, siendo esto un factor importante para la educación, ya que, a través de ella y con apoyo de personas capacitadas se pueden reforzar y adquirir nuevos conocimientos, los cuales les serán útiles para formarse como personas críticas y objetivas, estableciendo su propia percepción y forma de pensamiento.

## **1.2. Definición de medios de comunicación masivos.**

Se dice que “al utilizar el término medios masivos de comunicación, queremos referirnos específicamente a los canales artificiales, que el hombre ha creado para llevar sus mensajes a auditorios representativos”. (González, 2003; 33). Los medios de comunicación se han caracterizado por el desarrollo que han tenido junto con la época actual y con la sociedad contemporánea, puesto que ha surgido un constante adelanto tecnológico en la última década, además se ha incrementado el “nivel cultural” y “económico” del ser humano en general.

Para González (2003), es necesario comprender a los medios de comunicación masiva a través de cuatro canales emisores y conductores los cuales transmiten los mensajes a la sociedad siendo los más importantes medios, tales como: la televisión, la radio, la prensa y el cine. Cada uno de estos medios de comunicación presentan características individuales ya que algunos se encargan de producir, seleccionar y transmitir mensajes; y después de realizar este proceso, algunos de los medios mencionados tienen la facilidad de darle respuesta a las preguntas del público.

En todo el mundo abunda una enorme cantidad de personas que utilizan alguno de los cuatro medios de comunicación masiva mencionados con anterioridad, los cuales son difíciles de eliminar porque la gente es de alguna manera dependiente de uno de ellos. Hay personas que incluso, son adictas, pues escuchan la radio, ven la televisión, van al cine o leen el periódico diariamente haciendo de este “pasatiempo” una forma de vida.

González (2003) indica que los medios de comunicación masiva cuentan con algunas características indispensables:

- Necesitan de organizaciones estables, profesionales y complejas para su desarrollo.
- También necesitan que haya atención financiera, personal que este capacitado para trabajar en cada una de las áreas y de inspecciones normativas y administrativas.
- Cada medio siempre se preocupa por dirigirse a una gran cantidad de público, y de allí se origina el término “masivo”.
- Y finalmente las comunicaciones masivas siempre son públicas, es decir, cualquier persona tiene acceso a ellos sin importar la clase social en la que se encuentre.

El público que recurre a alguno de los medios siempre es heterogéneo, puesto que estos tienen auditorio numeroso y se preocupan por satisfacer el gusto del público probando varios programas, noticias o contenidos para incrementar cada vez más el número de ellos. Dando paso a la competencia sana, existente entre los medios en la que buscan mejorar y darle gusto al público innovando e ideando nuevas cosas para lograr su agrado y preferencia.

### **1.3. Definición de comunicación educativa.**

Se concibe a la comunicación educativa, según Carlos López (2005), como un área interdisciplinaria que produce expresiones para la enseñanza, considerando las condiciones de recepción y producción como aspectos relevantes para tres áreas: el aula, por los medios y para los medios.

De esta manera, en la presente investigación se utiliza como medio de instrucción la radio; pues por medio de ella, los niños estudiantes de primaria se adentrarán de manera divertida en los temas escolares que difícilmente son comprendidos dentro del aula, por esta razón es posible que a través de este medio masivo se rompan barreras y vivifique la enseñanza influyendo favorablemente en la motivación, la retención y la comprensión de conocimientos, los cuales serían otros contenidos de interés para la niñez acorde a su edad .

“Todo hecho educativo implica un acto de comunicación y toda comunicación de hecho, incide en el nivel de conciencia, objetivo del proceso de educación”. (Núñez, 1989; 3) Figurando así que, el nivel educativo y de conocimiento del país, de los estados, de las ciudades, de los pueblos y de las comunidades, dependen estrictamente de la forma en que se manipula la comunicación y también la no comunicación; la comunicación que no se le informa a la ciudadanía, por tratar de cubrir los malos manejos de las actividades políticas, económicas y educativas.

### **1.4. La comunicación educativa y los medios masivos.**

Los medios de comunicación masiva y la comunicación educativa deberían trabajar en conjunto para mandar mensajes positivos a la sociedad en general, empezando por los niños que aun no tienen la mente llena de ideas ni conceptos

definidos con claridad, se pueden introducir los conocimientos adecuados y acorde a su edad para que formen su propio juicio y razonamiento de las cosas.

La mayoría de los medios de comunicación masiva lo único que buscan es vender información aunque sea amarillista y que se base en los escándalos y chismes porque estos sucesos son los que “atraen” al público, siendo estos sólo distractores y faltos de ética ya que los comunicadores debe caracterizarse ante todo por su profesionalismo.

En el momento que los medios masivos de comunicación dejen de mandar mensajes tan mediocres y destructivos y se pongan a analizar la importancia de la alianza de estos dos factores, lograrán que el país se desarrolle con mayor facilidad, pues por medio de ellos y con la ayuda de los maestros que están dentro del aula se conseguirá complementar la educación de los niños además de disminuir la ignorancia y la delincuencia que se propicia a expensas de ellos.

Gran parte de los medios de comunicación empleados por el hombre se manejan por medio de la palabra oral y escrita además de imágenes transmitidas mediante diferentes inventos tecnológicos, tales como los que se describirán a continuación.

#### **1.4.1. Televisión.**

González (2003) menciona que en el año de 1923 fue cuando la “RCA” dispara al mercado la primera televisión para uso privado y fundamentalmente para uso experimental. Siendo Blair el que descubrió seis años después, en 1929 la televisión doméstica o comercial como la que ahora conocemos, claro que con

cambios notables que a base de la tecnología se han estado haciendo a lo largo de los años.

No fue sino hasta 1930 que la televisión empezó a tener ese cambio y atracción como medio de comunicación que la llevaría a convertirse en lo que es ahora.

En un inicio la televisión se transmitía a blanco y negro, lo cual limitaba al auditorio a saber los colores que se manejaban, fue pocos años después que revolucionó y se transformó a televisión a color viniendo con ella una serie de funciones, entre ellas el manejo del control remoto que le dio más comodidad al televidente, la nitidez de los colores, el brillo, sonido, reloj de alarma, entre otras funciones, algunas de ellas innecesarias. También otro de los cambios que ha tenido la televisión es en cuanto a los modelos, puesto que antes eran muy grandes, toscas y pesadas, las cuales a lo largo de las décadas también han sufrido cambios muy drásticos; hoy en día se busca más que nada la perfección, comodidad y sobre todo que ocupe cada vez menos espacio, por lo que existen de distintas pulgadas y ha llegado hasta ahora a ser de pantalla plana y no es tan larga.

La Televisión ha sido sin duda el medio de comunicación masiva más revolucionario del siglo XX, pues el desarrollo de la televisión, el aumento de cadenas y de programas televisivos no tienen comparación con ningún otro medio.

La influencia que ha tenido la televisión en nuestra vida diaria es demasiado evidente, por ejemplo, se puede ver en la elección de la ropa que está de moda, la imitación en los artistas preferidos, los peinados y cortes de cabello más actuales, todo esto y mucho más es lo que la televisión a influido en nuestra conducta diaria

que, irá cambiando de acuerdo al protocolo impuesto por los medios. “Este medio constituye un fenómeno capaz de emitir señales audibles y visuales a través del tiempo y del espacio”. (González, 2003; 48)

#### **1.4.2. Prensa.**

El periódico o también llamado prensa escrita, es el resultado de uno de los oficios más antiguos; que era el contar lo que sucedía en el mundo, siendo el más longevo de los principales medios de comunicación de masas existentes en la actualidad.

El origen de la prensa fue en Roma con la llamada acta diurna, en la que se publicaban nacimientos, matrimonios y viajes. Sin embargo, el primer periódico impreso y de aparición semanal se publicó en la ciudad alemana de Stuttgart en el año de 1609, llevando el título de Aviso - Relation del Zeitung.

“A partir de 1521, con la conquista, fueron destruidas las estructuras sociales ya desarrolladas y con ello también las estructuras culturales y de los medios de comunicación” (Bohmann, 1994; 56). Desde estas fechas ya se veía el poderío que tenían los gobernantes sobre los medios de información; los utilizaban para beneficio propio además de tener un importante sello de moral y religión.

Este medio de comunicación sólo era dirigido a un grupo selecto de lectores, ya que, no toda la gente tenía el privilegio de obtener este importante medio puesto que no todos eran personas ricas ni pertenecían a la clase media-alta, para poder pagar por el servicio.

Es por eso que gracias a un italiano llamado Juan Pablos, aproximadamente en 1536, se creó la primera imprenta en la ciudad de México, siendo libros religiosos los primeros que se imprimieron. Fue en México al igual que en la época de la conquista que este medio de comunicación no tenía gran difusión por el alto nivel de analfabetismo y los elevados precios de los periódicos, sólo los criollos o ilustres formaban el selecto ambiente de lectores. Todo esto nos muestra que por las grandes cifras de personas sin educación básica y el realzado precio del producto la clase baja no tendría acceso a ellos jamás, porque apenas y les alcanzaba su salario de miseria para comer y no querrían tener más deudas con los caciques por un periódico que no les quitaría el hambre.

Después de la independencia de México fue cuando hubo algunos cambios en cuanto a la revolución del periódico, siendo el primer periódico mexicano, el “Diario de México”, y con él muchos más que gracias a la competencia de los mismos y a su empeño por interactuar con los lectores, les permitían que enviaran sus artículos y se suscribieran a el periódico que más les agradara; pero lo más importante fue que los precios bajaron y toda la gente tuvo acceso a ellos.

En un inicio en México los periódicos no estaban dirigidos ni vinculados con la política, esto se transformó hasta el sexenio de Luis Echeverría Álvarez cuando un periódico muy popular, el “Excélsior”, atacó constantemente la corrupción de algunos dirigentes sindicales y gobernadores, detonando una bomba de tiempo contra el diario que hizo que algunos anunciantes retiraran su apoyo, presionándolos y solo fue así como el “Excélsior” retiró las acusaciones contra los dirigentes. “Hay que considerar las medidas descritas de Echeverría contra el “Excélsior” como un grave

ataque y una limitación al libre desarrollo de la prensa en México”. (Bohmann, 1994; 84)

Durante el periodo de Porfirio Díaz, el periódico fue controlado por el gobierno en los años ochenta. Díaz no quería que los partidos opositores dieran sus opiniones ante la prensa, con este frene, otra vez se elevó el precio de los periódicos y, ocasionó que los corridos se volvieran el medio de comunicación para la población de bajos recursos.

Fue así como en cada sexenio, los aspirantes a la silla presidencial recurrían a los periódicos como instrumentos de propaganda para sus campañas políticas, usando la corrupción y amenazando a los periodistas.

“El sistema abierto de la comunicación humana tecnificada, que procesa acontecimientos, ideas y sentimientos procedente de una o varias fuentes, para transmitirlos a su destino, mediante un canal llamado periódico”. (González, 2003;37)

Se infiere que el periodismo impreso ha tenido gran influencia en el periodismo radiofónico, televisado y cinematográfico. El estilo periodístico moderno se apoya en los medios masivos de comunicación mencionados para captar la información que se requiere de lo ocurrido a nivel mundial, nacional y local de acuerdo a la importancia de la noticia permitiendo abarcar al mayor número posible de masas.

De acuerdo con Roda y cols. (1988) algunas de las características esenciales que debe contener el periódico son las siguientes:

- En la primera página se deben poner las noticias que llamen la atención del lector para que compre el periódico.

- Los titulares deben causar impacto.
- En pocas palabras se debe entender lo que trata la noticia.
- Los supratitulares deben ir con una tipología o tipo de letra más reducida para que el lector no se entere de toda la noticia en un momento, sino que, sólo se mencione de qué se va a tratar la noticia y compre el periódico.

### **1.4.3. Cine.**

“El cine apareció a finales del siglo XIX como una novedad tecnológica, si bien lo que ofrecía no era nada nuevo en cuanto a contenidos o funciones. No hacía sino trasladar una tradición más antigua a un nuevo medio de transmisión y distribución que ofrecía relatos, espectáculos, música, teatro, humor y efectos especiales al consumo popular”. (McQuail, 1994; 49)

Según González (2003), Los hermanos Lumiere fueron los pioneros de la primera película comercial transmitida en París, Francia el día 28 de diciembre de 1895. Desde ese momento Francia se convirtió en una de las potencias cinematográficas. Hasta que después de la Primera Guerra Mundial Estados Unidos los desplazó y hasta ahora son los que la comercializan; claro que no con la misma calidad que Inglaterra, Francia, Italia, entre otros países, pues Estados Unidos como potencia busca sólo el beneficio económico lanzando a “súper héroes” en cada una de sus filmaciones, siendo los norteamericanos los únicos que pueden “salvar al mundo” de desastres ambientales, salvando gente, devolver la “paz” y “tranquilidad” a la humanidad.

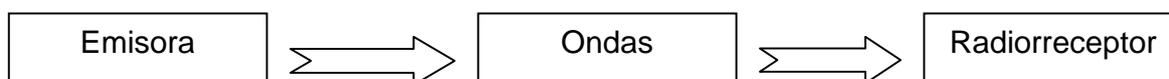
“El cine representa un arte, un complicado mundo tanto en su concepción como en su realización. El indescriptible ambiente que rodea a este medio antes, durante y después de la filmación, constituye verdaderamente un mundo aparte”. (González, 2003; 53) Detrás de las películas que se proyectan en la pantalla grande, hay bastantes procesos y personas que llevan a cabo la realización de cada película. Entre ellos se encuentra la filmación de la actuación, la sincronización de la pista de audio, el filme, la distribución de las copias de la película en las salas de cine y por último su presentación. Este proceso se efectúa en cada película que se presenta al público; aunque algunas con mayor éxito que otras dependiendo de la temática que se aborde, los actores que interpretan a los personajes principales, la publicidad que se hace previo al estreno de la película y sobre todo que sea heterogénea para que todo público acuda al estreno y así cause mayor impacto.

Las películas extranjeras son las que tienen y han tenido mayor impacto en México “dependiendo de la categoría o fama del reparto, la dirección y el aparato publicitario que las acompaña”. (González, 2003; 55) Algunas de las películas del gusto del público mexicano son las que presentan historias de amor, acción, aventura y suspenso, un ejemplo destacado es TITANIC, que fue una de las películas de mayor éxito de todos los tiempos, siendo que por muchos meses tuvo un lleno total durante los siete días de la semana en el número de salas que estuviera en cada cine. Esto quizás por la atracción o gusto de los personajes principales, por la buena realización y dirección de la película, por la historia, por los efectos especiales o por la identificación con determinados personajes.

#### 1.4.4. Radio.

Para explicar un poco sobre la radio, González (2003) agrega que la radio permite la transmisión del sonido a todo el mundo sin la necesidad de conexiones directas ni hilos. Fue inventada por el italiano Marconi que en 1896 realizó su primer experimento.

Es considerada uno de los medios de comunicación más importantes y se origino en la década de los años 1920 a 1930. Siendo transmitida la programación en esa época en AM (Amplitud Modulada) y conforme a su perfeccionamiento en FM (Frecuencia Modulada). González (2003) menciona que la palabra radio es un apócope (pérdida de los elementos finales de una palabra) de radiorreceptor y con ella se describe al aparato que captura y reproduce los sonidos y las señales transmitidas por ondas hertzianas, este proceso se sigue de la siguiente manera:



La radio es un medio de comunicación que utiliza la voz y el sonido para hacer llegar la información a los oyentes. Pese a la competencia existente con la televisión, la radio conserva su poder de convocatoria. Es considerada como uno de los medios más trascendentes porque tiene características muy particulares como: su alto desarrollo tecnológico, las comunidades que lo utilizan y el gran alcance de auditorio en la región.

No fue sino hasta 1930 a 1950 que la radio obtuvo mayor auge siendo esta la “época de oro de la radiodifusión”, aumento el número de radioescuchas y con ellos la extensión de radiorreceptores en todos los hogares mexicanos.

Este medio de comunicación poco a poco se ha ido formando como la principal fuente de ingresos de cualquier estación transmisora, además de ser el medio por el cual se pueden transmitir mensajes de inmediato, si es en vivo el programa, por ejemplo, saludos para alguien en especial, complacencias de canciones, entre otros. Que no por ser menos importantes no son nombrados, además que cada estación radiofónica realiza distintos programas basados en las necesidades de la población o sociedad en la que se encuentra.

Cada estación debe buscar patrocinadores para cada programa que se transmita, porque el tiempo al aire es muy caro. Otra forma de hacer del radio un negocio es a través de los comerciales que se transmiten, siendo que por cada comercial dependiendo de los segundos que deseen o necesiten se deberá pagar determinada cantidad, la cual no es nada barata.

A través de los medios de comunicación y fundamentalmente para esta investigación el medio de comunicación masiva que es la radio, se puede asistir a la educación de los niños promoviendo: valores, conocimientos y derechos. Todo esto de una manera divertida y creativa por parte de los escritores y creadores del programa radiofónico, con ayuda de los locutores que llevarán a la práctica dicho programa, para que los niños interactúen con él haciendo preguntas por medio de las llamadas o contestando a las que se formen, dando su punto de vista, lo que les gusta y lo que surja.

No es sino hasta el siguiente capítulo donde se aborda detalladamente el tema de la radio educativa, ya que se pretende realizar un programa de radio educativo dirigido y diseñado para el público infantil que, como ya se ha comentado, es a partir de ellos donde se debe formar el conocimiento de las nuevas y actuales fuentes del saber.

## **CAPÍTULO 2**

### **LA RADIO EDUCATIVA**

En décadas pasadas los programas encaminados a la educación emergen a partir del índice de deserción o de no asistencia al sistema escolarizado formal, es decir, a la educación básica debido a que las instituciones escolares se encontraban a grandes distancias en algunas poblaciones; por tal razón la radio, como un medio económicamente accesible para tenerse en los hogares, fue el espacio alternativo para la educación.

Al inicio del siglo XXI, en una sociedad atraída por la creación y por la acelerada incorporación de las nuevas tecnologías, hablar acerca de un fenómeno que tuvo su auge hace más de tres décadas como lo es la radio educativa puede parecer una tarea inútil. Sin embargo, es imprescindible tomar en cuenta que la radio educativa es y seguirá siendo uno de los medios educativos de mayor audiencia mientras existan personas interesadas en rescatar este medio para la sociedad futura.

“El medio de comunicación representado por la radio o la radiodifusión, se caracteriza fundamentalmente por su profundo impacto social, así como por poseer una gran variedad en cuanto a los géneros de sus mensajes. Entre éstos es común contar con los programas de entrevistas, reportajes, musicales, de concurso, culturales y educativos, informativos y noticiosos y radionovelas”. (González, 2001: 15) Cada uno de ellos son algunos de los programas que con mayor frecuencia se

transmiten en las distintas estaciones radiofónicas y también requieren de un guión o estructura previa.

En este capítulo se aborda el tema de la radio educativa, así como el concepto de radio educativa, los objetivos que debe perseguir el programa, las principales características de la radio educativa, los elementos para la producción de un programa de radio educativo, los indicadores para evaluar el impacto de los programas de radio y finalmente el guión de radio. Cada uno de estos temas son indispensables para la realización de la presente investigación, ya que a través de ellos se pretende saber cómo se realiza un programa de radio educativo para público infantil.

## **2.1. Concepto de radio educativa.**

Para entender el concepto de radio educativa, Peppino (1991) establece que para saber diferenciar los programas de radio con carácter educativo, debe considerarse que todos los programas radiofónicos tienen la posibilidad de enseñar, más no de educar, por ello establece diferencias entre programas “educativos e instructivos” (Peppino, 1991: 75), los últimos aquí se denominarán no formales o no educativos, éstos no son considerados educativos ya que no existe una institución social que valide sus contenidos y que certifique los conocimientos obtenidos por el alumno. La radio educativa es aquella cuyos programas siguen un plan de estudios previamente determinado y validado por una institución del sistema social. En un programa de radio educativa el radioescucha se convierte en un alumno que se inscribe a un curso, donde será evaluado para obtener un certificado de estudios, no obstante no se encuentra inscrito en una institución educativa.

## **2.2. Objetivo de la radio educativa.**

Para esta investigación es indispensable conocer cuál es el objetivo que persigue la radio educativa, pues se encontró que uno de los objetivos principales de ésta es contribuir para que la formación de los niños y jóvenes estudiantes sea integral y especializada en la utilización de los medios auditivos, como lo es la radiodifusión.

## **2.3. Características de la radio educativa.**

Al inicio del siglo XXI, en una sociedad cautivada por la innovación y por la apresurada incorporación de las nuevas tecnologías, reflexionar acerca de un fenómeno que tuvo su auge hace más de tres décadas puede parecer una tarea inútil.

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

Sólo por medio de mensajes sonoros, la radio crea, recrea y reproduce la realidad desde perspectivas muy diferentes: en unos casos políticas, otras veces comerciales, religiosas en ocasiones y por qué no, también educativas.

En estos momentos, cuando apenas se acaba de estrenar la era de la información, cuando los medios y la sociedad misma están cambiando vertiginosamente sin que nadie pueda predecir las consecuencias sociales de estas transformaciones, hablar de radio educativa no puede convertirse en un discurso en ineficacia sino, al contrario, en un reto que es preciso replantear.

Esa es la razón de esta investigación: reformular las perspectivas que la radio puede ofrecer para la obtención de fines educativos.

Por este motivo, es imprescindible mencionar a Ochoa (1996), pues él indica algunas de las características principales que le dan origen a la radio educativa, tales como:

- Serán programas que más que inculcar determinados conocimientos, o perseguir resultados inmediatos buscarán estimular la reflexión de los radioescuchas.
- Ayudarán al oyente a tomar conciencia de la realidad que lo rodea, tanto física como social; se integrarán en esa realidad, partirán de su problemática concreta, de su situación vivencial.
- Les facilitará los elementos para comprender y problematizar esa realidad.
- Estimularán la inteligencia; ejercitarán el raciocinio, harán pensar y los llevarán a una reflexión.

#### **2.4. Indicadores para evaluar el impacto de los programas de radio.**

A través de un medio de difusión tan importante como lo es la radio, se encuentran indicadores que pasando por ellos los locutores se dan cuenta de la respuesta del público en cada programa transmitido, es decir, por medio del reiting que consigue cada programa se puede valorar si cualquiera de ellos es del gusto del público, dependiendo de la respuesta que obtenga; esto a través de las llamadas capturadas a lo largo de cada programa, mensajes de texto por vía celular, las respuestas a encuestas hechas por internet y participación del público en concursos.

#### **2.5. Elementos para elaborar un guión de radio.**

“El guión es la forma ordenada en que se presenta por escrito un programa, conteniendo lo referente tanto a su imagen como a su sonido, destinado a producirse, grabarse y transmitirse. También es considerado como el documento escrito o visual que sirve de guía para la realización de un mensaje”. (González, 2001:15)

Cuando un escritor o guionista pretende elaborar un guión debe tener en cuenta como principal elemento el mensaje que desea transmitir, así como los objetivos, el tratamiento y hasta el estilo. El guión no siempre es producto de la imaginación del autor o escritor, en algunas ocasiones el tema que se desea tratar es impuesto por quien manda hacer el trabajo.

Otro de los elementos esenciales que el guionista debe tener en cuenta es, que el trabajo que realiza sea del gusto del público al que va dirigido y pensar en una idea que atraiga la atención del mismo, así como el medio de comunicación por el que se transmita, en este caso en la radio, en donde se deberá tomar en cuenta que

el público imagine lo que se dice o relata en un cuento, que las canciones que transmitan las canten o simplemente que prendan la radio solo por el gusto del programa, que lógicamente debe tener un buen guión realizado.

González (2001) señala que para captar la atención del público en un programa de radio es preciso buscar siempre su motivación y manejar sus expectativas, lo cual puede lograrse por medio de tres distintas formas:

1. Seleccionar un tema atrayente y de actualidad.
2. Captar al público desde el comienzo del programa, con una entrada o apertura impactante.
3. Anunciar el programa terminado mediante apoyos publicitarios.

El guionista cuando pretende fabricar un guión, debe preguntarse qué es lo que va a decir y a partir de ahí desarrollar las siguientes cuestiones, previas al guión, las cuales serán: cómo, cuándo, dónde, por qué y quién.

Al momento que el guionista pretenda elaborar el guión, debe tomar en cuenta que contenga humor, drama y suspenso para que el oyente se mantenga en sintonía con el programa, y para esto Hilliard (2000) menciona algunas técnicas para que el guión esté bien elaborado:

- a) Seguir una secuencia lógica en cada guión.
- b) Motivar al receptor con material estimulante para captar su atención.
- c) Dirigir el guión a su público objeto, es decir, deberá determinar a quién está dirigido el guión, a niños, adultos y jóvenes.

- d) El guión tiene que estar escrito para el nivel adecuado. Definir el grado de complejidad conveniente del material y vocabulario que se empleará.
- e) Animar a los radioescuchas para que aporten nuevas ideas mediante la reflexión.
- f) Seguir los principios para una buena redacción comercial, en otras palabras, que logre captar la atención y mantenga el interés del espectador.
- g) Seguir los principios de la buena dramaturgia. Comenzando por el planteamiento o la exposición, continuando con el conflicto y el suspenso según sea el caso del guión a realizar.
- h) Ser creativo. Esto no sólo significa que se presente la información sino también que la forma de presentarla sea interesante.

Las nuevas concepciones del mundo y el individuo, acompañadas por el desarrollo y avance de tecnologías en los medios de comunicación, plantean una urgente necesidad: consolidar un modelo de radiodifusión educativa a la altura de las demandas de un auditorio diverso y que mejor, si se comienza por los niños que son el presente y futuro del país. Por esta razón en el siguiente capítulo se encuentra el tema de la segunda infancia, en la cual se describe el desarrollo del niño en edad de 6 a 12 años.

## CAPÍTULO 3

### SEGUNDA INFANCIA (6 a 12 años)

En las últimas décadas, la psicología cognitiva es la que ha presentado mayor desarrollo en el campo de la psicología actual. Pero, ¿qué es la psicología cognitiva? Se podría definir como aquella ciencia de la inteligencia, que estudia los procesos mentales del ser humano, que facilitan su adaptación al medio y su control, es decir, centra su estudio principalmente en la cognición antes que en la conducta.

Las teorías cognoscitivas se basan principalmente en la manera en la que el niño construye su propio conocimiento del ambiente, es decir, el Cognoscitivismo apoya la idea que dice que la naturaleza y la crianza explican el desarrollo del niño. Jean Piaget es uno de los psicólogos cognoscitivistas más reconocido en el área de la pedagogía, puesto que éste propuso que los niños han de pasar por una serie de etapas secuenciales, cada una de ellas caracterizada por diferentes formas de organizar la información y de interpretar el mundo.

Meece (2000) señala que Piaget dividió el desarrollo cognitivo del niño en cuatro etapas fundamentales, las cuales se muestran enseguida:

1. Sensoriomotora, del nacimiento a los 2 ½ años.
2. Preoperacional, de los 2 ½ a 6 años.
3. Operaciones concretas, de 6 a 12 años.
4. Operaciones formales, de 12 a 19 años.

Piaget pensaba que el niño pasaba por estas etapas ordenadamente pero quizá no necesariamente a la misma edad ya que, existía un patrón universal del desarrollo cognitivo.

En éste capítulo se expone sólo una de las etapas del desarrollo cognitivo de Piaget, la cual es la de Operaciones Concretas que parte de los 6 a los 12 años porque es la que interesa básicamente a la investigación, además se aborda la definición de la segunda infancia, las características del desarrollo físico, intelectual y socio-afectivo del niño y finalmente la relación existente entre el niño y los medios de comunicación.

### **3.1. Definición de la segunda infancia.**

Para Maier (2000) la segunda infancia o etapa de operaciones concretas, llamada así porque las operaciones lógicas y los actos mentales de razonamiento se realizan mediante objetos y eventos tanto reales como concretos. Esta se encuentra alrededor de los seis o siete años de edad hasta los 12 años y se define como “la capacidad mental de ordenar y relacionar la experiencia como un todo organizado”. (Maier, 2000; 145)

Una manera sencilla de explicar la definición es mediante un ejemplo: si a un niño de seis o siete años en adelante le muestras dos bolitas de plastilina del mismo color y mismo tamaño juntas, y le preguntan si hay igual cantidad de plastilina en las dos bolitas, él inmediatamente contestará que sí con certeza, igual si toma una de las bolitas y se alarga le pregunta ¿Cuál de las dos tiene mayor cantidad? el niño contestará que la misma cantidad pero que ahora una es más larga y si la hacen bolita seguirá teniendo la misma cantidad. Esto indica que un niño de esa edad ya no

necesita reflexionar para asegurarse de que la cantidad se conserva y que lo único que cambia es el volumen del objeto.

### **3.2. Características del desarrollo.**

“El desarrollo comprende el cambio y su continuidad a través del tiempo. El desarrollo del niño es el estudio científico de las formas como cambian los infantes y de cómo siguen siendo ellos mismos, desde la concepción hasta la adolescencia”. (Papalia, 1999; 14)

La etapa de las operaciones concretas se caracteriza básicamente por el pensamiento lógico y reversible, la agrupación en clases y establecimiento de relaciones entre los objetos y pueden operar concretamente en: clasificar, seriar, conservar, medir, realizar predicciones y explicarlas.

Enseguida se despliegan algunas de las características que se presentan en el desarrollo del niño en la etapa de las operaciones concretas que es de los 6 a los 12 años de edad.

#### **3.2.1. Físico.**

Papalia (1999) alude que los cambios de estatura, peso, capacidad sensorial y habilidades motrices, el desarrollo del cerebro y los aspectos relacionados con la salud forman parte del desarrollo físico del niño. Los cambios mencionados influyen en la personalidad y la inteligencia que el niño va adquiriendo conforme pasan los años.

Entre los 6 y los 12 años el crecimiento y desarrollo físico del niño se hace más lento, es decir, no es tan notable su crecimiento físico como en los primeros meses de vida ni tampoco cuando sufren cambios hormonales y pasan de la niñez a la adolescencia. En periodo de edad el niño se encuentra en la etapa escolar primaria, en la cual aprende a coordinar por medio de juegos, su motricidad gruesa como las piernas y los brazos es la que manipula mejor que la motricidad fina como los dedos y sobre todo mejoran sus destrezas atléticas y su resistencia. Es aquí donde el niño descubre todas las cosas que puede hacer con sus extremidades, saltar, correr y dar vueltas.

El niño debe dormir mucho para recuperarse del cansancio de la escuela, así como hacer mucho ejercicio para fortalecer sus músculos ya que estos no se dominan ni coordinan a la par. En esta etapa se puede aprender a tocar un instrumento musical, dibujar, coser y escribir con mayor facilidad, esto ayudará a que el niño desarrolle su motricidad fina y la perfeccione.

### **3.2.2. Intelectual.**

El desarrollo intelectual o cognitivo es el más notable en las operaciones concretas porque el niño desarrolla sus destrezas mentales como el aprendizaje, la memoria, el razonamiento y el pensamiento.

“El niño puede resolver problemas en forma lógica si ellos se enfocan en el aquí y el ahora”. (Papalia, 1999; 26) Si a un niño de esta edad le piden que les ordene unos palitos de diferentes tamaños del mayor al menor, ya no intentará acomodarlos dudando cuál es más grande que otro, sino que mentalmente él tendrá una estructura y los acomodará rápidamente y sin titubear.

En la etapa de las operaciones concretas el pensamiento del niño “muestra menor rigidez y mayor flexibilidad,” (Meece, 2001; 111) el niño ya no basa sus reflexiones en la apariencia de las cosas.

En esta etapa aparecen tres tipos de operaciones mentales con las que el niño interpreta el mundo como: la seriación, la clasificación y la conservación.

1. Seriación: en esta operación el niño es capaz de ordenar de manera lógica los objetos, por ejemplo: Del más grande al más chico, del más pesado al más liviano y del más largo al más corto.

2. Clasificación: La clasificación es otra manera en la que el niño pone orden en el ambiente al agrupar las cosas y las ideas comenzando con elementos comunes. Un ejemplo sería poner un grupo de tres fresas rojas, dos peras verdes y tres plátanos amarillos. Con facilidad el niño podrá decir que fruta falta y de que color es.

3. Conservación: consiste en deducir que un objeto permanece igual a pesar de los cambios superficiales de su forma o de su aspecto físico. Y para esto el niño atraviesa por tres fases que son: la negación, la compensación y la identidad. Un objeto puede ser más grande, más pesado o más delgado pero todos tienen igual cantidad. Una manera fácil de ejemplificarlo sería si le muestran a un niño un kilo de plumas y un kilo de piedras, él sabe que las piedras son más pesadas y que son menos que las plumas pero si pone las plumas en la balanza sabe que las dos pesan lo mismo sin importar la cantidad de plumas o piedras que haya, lo importante es que los dos objetos pesan lo mismo.

Como ya se refirió en el aspecto intelectual, el niño comienza a pensar con lógica, aumentan las habilidades de lenguaje y memoria, la parte cognitiva gana al mejorar la habilidad para beneficiarse de la educación formal, logra razonar y deducir algunas cuestiones que se presentan ante distintos objetos en la etapa de operaciones concretas, las cuales hacen que el infante tenga mayor capacidad lógica de razonamiento.

### **3.2.3. Socio-afectivo.**

“Para todos los seres humanos, la manera individual de ver el mundo, el sentido de sí mismo, la manera de relacionarse con las demás personas y las emociones componen el desarrollo social y la personalidad”. (Papalia, 1999; 15)

Para el infante los compañeros adquieren gran importancia porque disminuye su egocentrismo, ellos tratan de socializar más, de jugar, convivir y hasta prestarse sus cosas. Ya no son tan celosos con sus pertenencias ni tratan de presumir quién tiene más y a quién lo quieren, o a quién le dan más cosas. Todo su ambiente cambia porque descubren que el trabajar en equipo es más divertido, todos participan, se divierten, aportan más cosas y es más rápido.

El niño desarrolla su propio auto concepto pero se afecta la autoestima, esto significa que, el niño sabe quien es y como es pero algunas veces no le gusta ser él, los niños suelen ser muy fantasiosos y querer imitar a sus héroes, a los artistas de moda o incluso a otro de sus compañeros, lo cual provoca que baje su autoestima. Con el paso de los años el niño va creando su propia personalidad que lo hace diferente y especial de las demás personas, y eso permite que su autoestima se

eleve y esté conforme tal cual es para vivir y convivir en sociedad con el medio que lo rodea.

### **3.3. El niño y los medios masivos de comunicación.**

Mucho se ha hablado de los medios de comunicación masiva, de las características que conforman a cada uno de ellos, pero que decir de la influencia que han tenido éstos en la niñez y no solo la niñez mexicana sino mundial. Hace 30 años era imposible pensar que los medios de comunicación serían lo que ahora, un modelo a seguir, es decir, gracias a la prensa, el cine, la radio, pero sobre todo a la televisión nos han mostrado estereotipos, formas de pensar, actuar en sociedad, sentir, vestir y por qué no, también a hablar. Todo esto bajo una mascara de entretenimiento, el cual no nos permite analizar si los programas, noticias, películas o información que transmiten es objetiva y mucho menos si es educativa para los niños y jóvenes del país.

“La mayor parte de los medios de comunicación tienen como consecuencia que, sus contenidos muestren contradicciones con los elementos formativos que se buscan transmitir a través del aparato escolar”. (Charles, 2002; 69) Con este problema los maestros se preocupan por el tipo de educación que reciban los niños, gracias a los medios, es por esto que están implementando algunos elementos formativos para que los niños adquieran una visión crítica y reflexiva ante los contenidos que ofrecen los medios de comunicación a los que están expuestos a diario, en otras palabras, el niño estará suficientemente preparado para elegir el tipo de educación que quiera recibir a través de los medios masivos de comunicación. La escuela y los educadores tratan de sacar provecho educativo de los distintos medios

de comunicación que cada vez quebrantan con mayor fuerza a los niños. Ahora ya no es seguro siquiera que los pequeños vean caricaturas, pues en ellas existe mucha violencia, groserías, malos hábitos y costumbres. Ahora las caricaturas son carentes de valores, de moral y sobre todo de respeto. Con ellas los niños solo reaccionan agresivos y a la defensiva porque quieren ser como “los héroes” que ganan golpeando al oponente, destruyéndolo e incluso matándolo; no ganan haciendo el bien y ayudando a los demás y mucho menos dejando un mensaje positivo, ahora todo es negativo.

En la actualidad los medios de comunicación pretenden imponer, esto por medio de la programación, “los modelos de sociedad, de hombre, de mujer, de vida cotidiana y de relaciones sociales que contienen una determinada valoración ética y social”. (Charles, 2002; 70) ¿Qué es lo que ha pasado con el modelo de mujer que proyectan? Los medios de comunicación forman un estereotipo o modelo de mujer que debemos seguir: altas y muy delgadas, el cual se trata de seguir porque “es la moda”. Tal moda esta causando muchas muertes de jovencitas que por querer ser “bellas” dejan de comer, al punto de ser extremadamente delgadas y no conforme con eso, ellas se ven muy bien porque ya son iguales que las modelos. Las muertes ocurridas en los últimos meses están alarmando a la sociedad y mucho más a los medios de comunicación porque ellos son los que proyectaron esa imagen de mujer bonita, ahora lo tratan de arreglar bombardeándonos con la anorexia, sus causas y consecuencias, que no es bueno estar tan gordo pero tampoco tan flaco, tratan de solucionarlo diciendo que ya no dejarán trabajar a las modelos que pesen menos de 40 kilos. Esto es sólo un ejemplo de muchos que se pueden mencionar del daño

producido por los medios de comunicación al no limitarse en la transmisión de información.

Es triste ver cómo los medios de comunicación a través de sus competencias, de querer sacar primero la noticia (sin importar qué tan amarillista sea) destruyen poco a poco a una sociedad, que sin darse cuenta se transforma en un guiñapo que se conforma con lo que le transmiten los medios, no busca información que le sea útil, que lo saque de la ignorancia, que le permita saber cada vez más de algo productivo y con capacidad para razonar, siempre ven, escuchan y leen lo mismo, pura "basura", como los juguetes que venden a los padres de familia para sus hijos, todos con pilas, sin la más mínima fuerza mental para tratar de que funcione. Ya no son como los juguetes de hace 20 años, trompos, resorteras, yoyos, valeros, pirinolas y carritos de madera; que mantenían al niño entretenido tratando de bailar el trompo y hacer otras suertes.

Es indispensable que los medios de comunicación analicen la información que transmiten al hombre, y por qué no, también el hombre debe tener la libertad de elegir qué es lo que quiere ver, qué es bueno para él y sobre todo qué es lo que no quiere que vean, escuchen y lean sus hijos.

Algunos medios de comunicación, tales como la radio han estado preocupados por tratar de cambiar y transmitir de nuevo esos valores que están desapareciendo en los niños, se están dando cuenta que dejan muy pronto de ser niños, pierden esa inocencia que los caracterizaba, ahora ya son más despiertos y pueden hablar sin tapujos de temas que a un adulto le da pena platicar. La radio

transmite programas educativos para niños, con objetivos específicos, con valores, tratando de recuperar los juegos tradicionales, la inteligencia, la habilidad, la destreza e inteligencia dormida en la cabeza de cada pequeño.

## **CAPÍTULO 4**

### **METODOLOGÍA Y ANÁLISIS DE RESULTADOS**

#### **4.1. Descripción metodológica.**

En el presente capítulo, se muestra la metodología que se usó en la investigación, así como los instrumentos para recopilar información que se manejó; además se presentan los datos recabados y su interpretación.

#### **4.2. Enfoque.**

El enfoque con el cual se llevó a cabo la investigación fue el cualitativo, que busca comprender el fenómeno de estudio en su ambiente usual, al cual se le agregó un componente cuantitativo, puesto que se requirió de indicadores para evaluar el programa educativo infantil que se presentó a los niños.

Según M. A. Rothery y R. Grinnell (1997) algunas características del enfoque cualitativo son las siguientes:

- Se conducen básicamente en ambientes naturales, donde los participantes se comportan como lo hacen en su vida cotidiana.
- Las variables no se definen con el propósito de manipularse ni de controlarse experimentalmente.
- Las preguntas de investigación no siempre se han conceptualizado ni definido por completo.

- Se está involucrado con las personas que se estudian y con sus experiencias personales.

Sampieri (2004) señala que el enfoque cualitativo da profundidad a los datos, la dispersión, la riqueza interpretativa, la contextualización del ambiente o el entorno, los detalles y las experiencias mismas.

#### **4.3. Método.**

El método al que se recurrió en la investigación fue el inductivo porque “se basa en la observación y la experimentación” y entre sus principales modalidades se encuentran “los estudios descriptivos, correlacionales, la orientación etnográfica y la investigación acción”. (Bisquerra, 1989: 62)

#### **4.4. Investigación descriptiva.**

El tipo de investigación que se empleó es de carácter descriptivo, ya que de acuerdo con Moreno (1986), en este tipo de investigación obtiene e interpreta la información acerca de la manera en la que está sucediendo el fenómeno a investigar, además de no limitarse a la simple recopilación de datos, sino que busca la interpretación de los mismos. “Se trata de describir en qué consiste el fenómeno, cómo se relacionan sus partes con el todo y cuáles son las características primordiales”. (Moreno, 1986: 44)

La investigación descriptiva se puede realizar de muchas maneras, pero para la actual investigación se recurrió a la más adecuada para la misma, la cual se centra en los estudios de tipo encuesta, en donde se obtienen datos en torno a la muestra

de sujetos que representan el grupo a investigar para acumular e interpretar información sobre sus preferencias radiofónicas, su opinión sobre los programas educativos infantiles que se escuchan en la actualidad.

#### **4.5. Técnicas.**

Algunas de las técnicas que se emplearon en la investigación fueron la entrevista mixta, la cual se aplicó a un locutor de radio y a maestros; también se usó un cuestionario, el cual estuvo dirigido a infantes de 6 a 12 años (edad escolar), entre los cuales se tomó una muestra de niños de quinto grado de primaria, además de un programa de radio ya existente en Uruapan hecho para niños, llamado “Te Cuento”, que es otro instrumento que se utilizó como referencia para saber cuáles son los gustos en cuanto a los programas radiofónicos de los niños y, finalmente, la observación que se llevó a cabo cuando los niños estaban escuchando el programa de radio “Te Cuento”.

##### **4.5.1. Entrevista.**

La entrevista es una de las técnicas empleadas en la investigación con la cual se pretende recabar información sobre la investigación planteada.

A la entrevista se le puede definir como un “diálogo intencionado, conciente y planeado el cual está orientado hacia unos objetivos”. (Bisquerra, 1989:88), en otras palabras, se puede decir que una entrevista es el diálogo sustentado entre dos o más personas, con un objetivo previamente definido donde uno de ellos funge como entrevistador y el otro(s) como entrevistado(s).

Existen tres tipos de entrevista, las cuales se definirán enseguida:

1. Estructurada: En este se define el objetivo de la entrevista, los temas que se abordarán y las preguntas que se harán.
2. Semi-estructurada: Debe tener claramente definido el objetivo y los temas, pero las preguntas se manejan de manera más espontánea.
3. No estructurada: Sólo se define el objetivo y no se define la temática ni las preguntas.

Las partes que estructuran una buena entrevista también son importantes y es elemental no dejarlas pasar:

- Introducción: Para lograr la confianza del entrevistado.
- Desarrollo: Obtención de la información deseada.
- Conclusión: Síntesis, verificación y reestablecimiento de la persona.

#### **4.5.2. Cuestionario.**

Un cuestionario es un “conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir”. (Sampieri, 2004; 391) En esta técnica se pueden hacer dos tipos de preguntas: cerradas y abiertas.

- Las preguntas cerradas se caracterizan por ser delimitadas por dos o varias alternativas de respuestas; por ejemplo:

¿Escuchas la radio?

( ) Sí

( ) No

¿Qué tipo de programa radiofónico escuchas?

( ) Informativo

( ) Educativo

( ) Musical

( ) Concursos

( ) De entretenimiento

- Las preguntas abiertas no delimitan las alternativas de respuesta, es decir, este tipo de preguntas permiten que el encuestado desarrolle la respuesta sin limite, ejemplo:

¿Por qué escuchas la radio?

---

---

---

#### **4.5.3. Te Cuento.**

“Te Cuento”, es una producción de Grupo MAS, para la estación de radio 100.5 FM, en Uruapan, Mich., el cual está integrado de adivinanzas, radio cuentos mágicos, concursos, cápsulas informativas, las mañanitas, música infantil, reportero por un día, eventos espaciales, chistes y un segmento en el cual los niños entrevistan a funcionarios públicos de la ciudad, la cual tiene como finalidad fortalecer una cultura cívica en los niños. Cuenta con dos locutoras: Ale de 17 años de edad y Lucy de 7 años, las cuales han logrado una excelente mancuerna para conducir el programa.

El objetivo principal del programa es crear el club de niños más grande de Uruapan, en el cual se realizarán actividades variadas dentro y fuera del horario del programa.

Así mismo, la misión que tiene es de transmitir a los niños valores cívicos y sociales que contribuyan a su sano desarrollo para construir desde la base, la sociedad del mañana.

Los guiones del programa son elaborados por alumnas de la carrera de Pedagogía como parte de la práctica profesional de esta licenciatura.

El programa de “Te Cuento,” es transmitido los sábados de 10:00 a 11:00 de la mañana, en la estación de radio 100.5 FM “Variadísima” y 610 AM, ubicada en Privada de Diligencias No. 53-1 Fraccionamiento el mirador, en la ciudad de Uruapan Michoacán.

#### **4.5.4. Observación.**

La observación “se trata de una técnica de recolección de datos (denominada también observación de campo) cuyos propósitos son: a) Explorar: ambientes, contextos, subculturas y la mayoría de los aspectos de la vida social. b) Describir: comunidades, contextos o ambientes, y las actividades que se desarrollan en estos, las personas que participan en las actividades y los significados de las actividades. c) Comprender: procesos, interrelaciones entre personas y sus situaciones o circunstancias, y eventos que suceden a través del tiempo. d) Identificar: problemas, y por último. e) Generar: hipótesis para futuros estudios”. (Sampieri, 2004; 458)

Dentro de la observación no sólo se trata de ver que es lo que hacen los sujetos, sino plantear algunas preguntas con anterioridad y tenerlas bien definidas, esto para lograr el fin de la observación cualitativa.

En este caso, la observación que se realizó fue al momento en el que los niños de quinto grado de primaria de las escuelas Año de Juárez y Casa del Niño escuchaban el programa infantil de “Te Cuento”, con el fin de identificar, de acuerdo a las características mencionadas con anterioridad, si los niños mostraban interés por el programa, qué parte del programa les gustaba más, qué les hacía reír, qué era lo que no les gustaba, a cuántos niños no les gustó, cuáles eran sus comentarios; y a través de esto comparar lo observado con los cuestionarios aplicados y ver si existen contradicciones.

#### **4.6. Descripción del proceso de investigación.**

Para realizar la recolección de datos en cuanto a las entrevistas y los cuestionarios, primero se pidió permiso a los directivos de cada escuela (Año de Juárez y Casa del Niño) a las cuales se asistió para tomar la muestra de 20 alumnos por grupo de quinto grado en cada escuela, se tomó esta muestra porque en la escuela Año de Juárez se contaba con 21 alumnos en el grupo, mientras que en la casa del niño eran 40 alumnos en el grupo; posteriormente también se pidió permiso a las maestras de cada grado para saber qué día se podían aplicar los cuestionarios y las entrevistas a las maestras, después de hacer la cita convenida con cada maestra se sacaron las copias de los cuestionarios de acuerdo al número de alumnos a los que se deseaba tomar la muestra, se asistió primero a la escuela pública Año de Juárez, y se aplicó el primer cuestionario; después se escuchó un fragmento del programa de “Te Cuento”, y enseguida se aplicó el segundo cuestionario referente al programa de radio que acababan de escuchar. Días después se acudió a la escuela particular Casa del Niño y se siguió el mismo procedimiento. Así mismo después de la aplicación de los cuestionarios a los niños se les realizó la entrevista a las maestras.

Para la entrevista al locutor de radio, se acudió a la estación de radio “La Poderosa”, para plantear el motivo de la visita y pedir permiso para entrevistar a uno de ellos, el cual era locutor y auxiliar ejecutivo operativo, de nombre Cristian Estrada Andrade de 26 años de edad; después de que aceptaron tomar la entrevista se pasó a la sala de la estación, y se procedió con la misma.

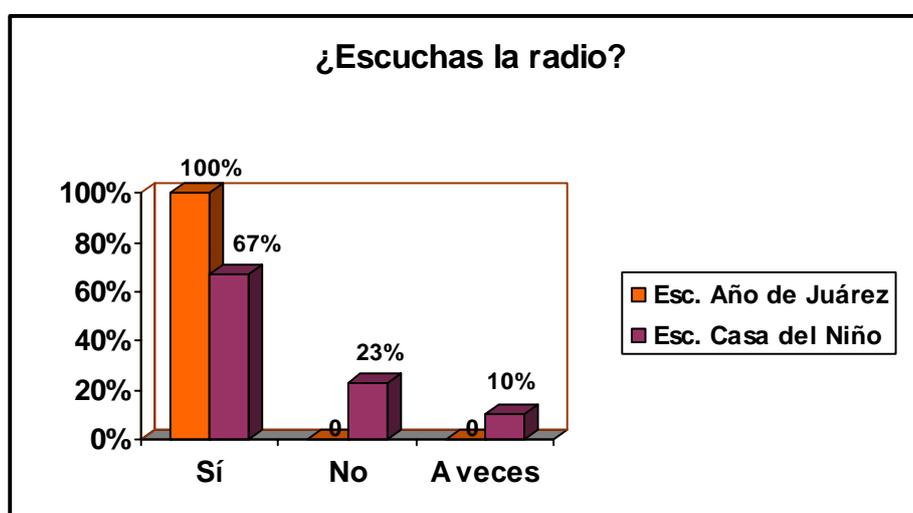
#### 4.7. Análisis e interpretación de resultados.

Enseguida se presenta la interpretación de los cuestionarios y los resultados obtenidos en estos, así como la relación que tienen con la teoría, la observación y las entrevistas al locutor de radio y maestras.

El primer cuestionario que se aplicó tanto en la escuela pública Año de Juárez, como en la privada, Casa del niño, fue para evaluar si los alumnos de ambas escuelas tenían interés en el medio de comunicación radiofónico y saber cuáles son sus preferencias en cuanto a los programas que se transmiten en las diferentes estaciones transmitidas.

Dicho cuestionario fue elaborado con ocho preguntas, las cuales se desplegarán enseguida:

La primer pregunta señalaba que si escuchaban la radio, a lo cual el 100% de los alumnos de la escuela Año de Juárez respondió que sí, mientras que el 23% de los alumnos de la Casa del Niño respondió que no, tal como se aprecia en la siguiente gráfica:



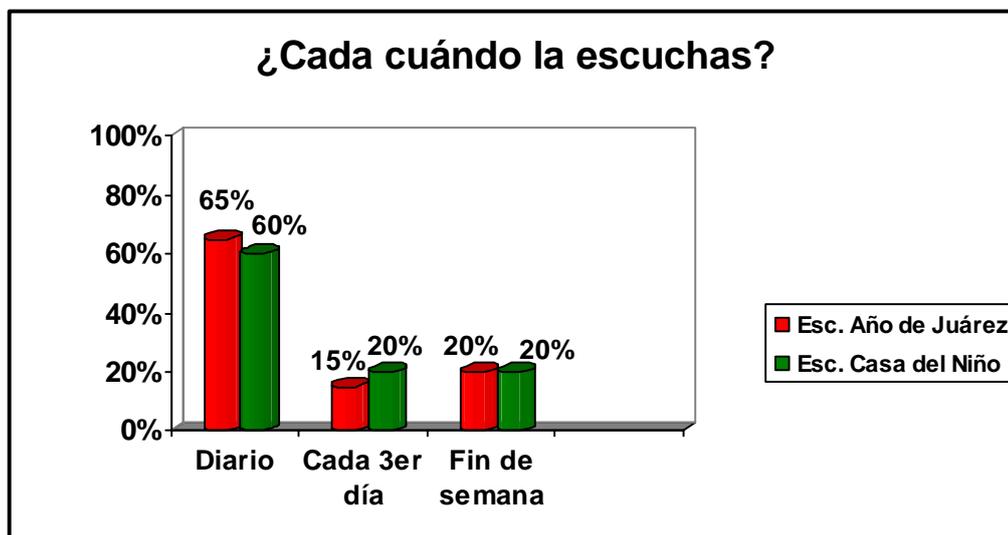
Conforme a esta pregunta, en el capítulo dos se mencionan algunos indicadores para evaluar el impacto que causa cada programa radiofónico, en el cual se dice que estos indicadores se deben a la gente que escucha la radio, que está llamando para responder adivinanzas, mandando mensajes de texto por celular, por internet; así que se puede observar que los alumnos de la escuela privada casi no escuchan la radio, quizá por tener otras formas de distracción como video juegos, u otros.

Asimismo, en la entrevista con el locutor, éste señaló que es de vital importancia que los niños escuchen al menos un programa de radio para niños a la semana, pues “esto permite que el niño no pierda su ángel y mantenga su forma de pensar limpia, porque hoy en día se ve mucha violencia y groserías en los medios de comunicación para vender, sin pensar que pueden alterar el pensamiento de los niños”. (Ent. locutor. 23/mayo/07)

Respecto a estos cuestionamientos, se puede decir que, si el 23% de los alumnos de la escuela Casa del Niño no escucha la radio, es porque tienen otras ocupaciones o simplemente no les agradan los contenidos de los programas transmitidos en los horarios que pueden escuchar la radio y simplemente omiten el hecho de buscar alguna estación de su agrado.

Por otra parte, la segunda pregunta cuestionaba cada cuándo escuchaban la radio, lo cual se enlaza con la anterior, puesto que los niños que contestaron afirmativamente a la pregunta anterior los alumnos de la escuela Año de Juárez señaló los siguiente: el 65% diario, el 15% cada tercer día y el 20% el fin de semana y en la escuela Casa del Niño el 60% respondió que diario, el 20% cada tercer día y

el 20% restante mencionó que los fines de semana. Esto se puede apreciar en la gráfica que se presenta enseguida:

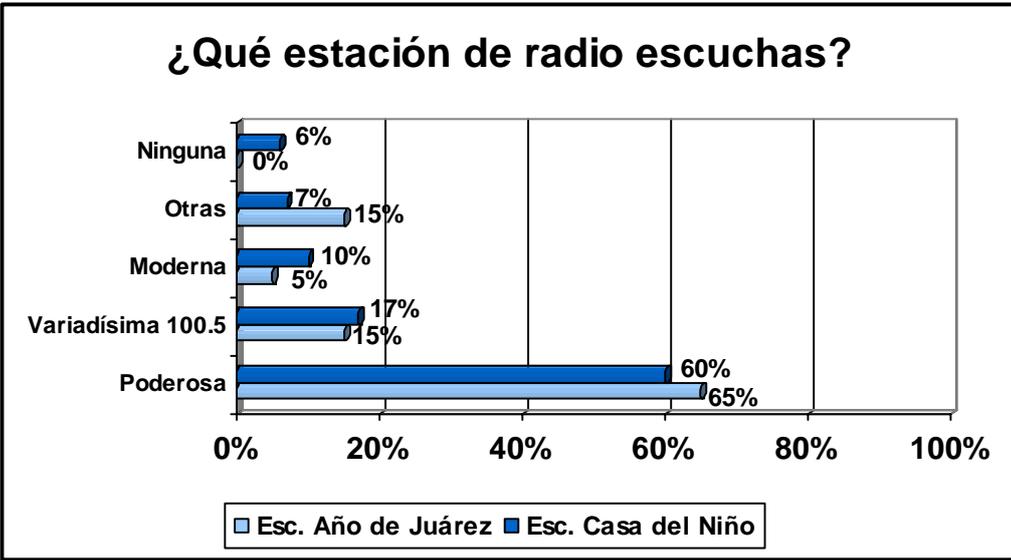


En relación a esta pregunta se percibió en la observación que los niños de ambas escuelas se preguntaban unos a otros qué días escuchaban la radio, lo cual causó alboroto entre ellos, por lo que las maestras tuvieron que intervenir para guardar el orden, sin embargo, la profesora de la escuela Año de Juárez participó en la discusión, pues les dijo a sus alumnos que contestarán individualmente y de forma ordenada el cuestionario.

Por su parte, el locutor de radio mencionó en la entrevista que le parecía que un programa para niños debería ser transmitido los cinco días de la semana, porque de esa manera los niños esperan ansiosos el fin de semana para que sea lunes y empiece el programa, saben la hora en que comienza, no se les olvida y tratan de interactuar con el programa, ya sea para mandar saludos, pedir una canción o dar su opinión en algunos cuestionamientos que se planteen.

Esta pregunta se puede concluir señalando que conforme a los resultados obtenidos en el cuestionario, la observación y en la entrevista al locutor de radio, los programas de radio infantiles se deben transmitir diario, durante los cinco días de la semana para que de esa manera los niños participen de forma activa con el programa y con sus semejantes.

La tercera pregunta resuelta por los niños decía que cuál estación de radio escuchaban con mayor frecuencia, a lo que se contestó lo siguiente: los alumnos de la escuela Casa del Niño respondieron que “La Poderosa” en un 60% y en un 65% los niños de la escuela Año de Juárez, siendo esta estación la más escuchada. Lo anterior se aprecia en la gráfica que se muestra a continuación:



En otra pregunta se cuestionó qué les gusta escuchar más en esa estación, a lo que respondió el 75% de los alumnos de la escuela Año de Juárez que la música y en la escuela Casa del niño el 73%, siendo el porcentaje más bajo en ambas

escuelas el que dijo que los programas infantiles con un 10% en la escuela Año de Juárez y 13% en la escuela Casa del Niño, esto se aprecia en la gráfica que a continuación se presenta:

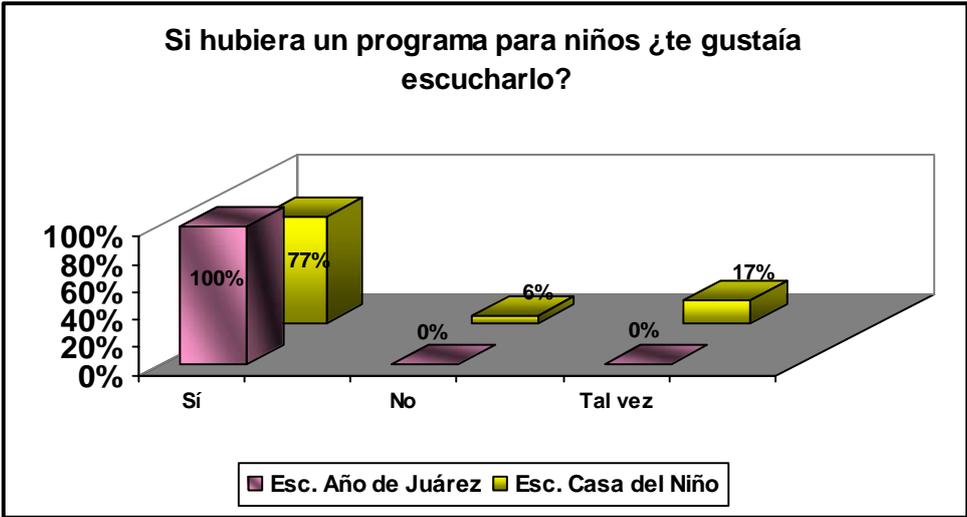


Por vía de la observación se pudo apreciar que en la escuela Año de Juárez los niños se preguntaban qué tipo de música les gustaba unos a otros, también comentaban que les gustaban los programas de música en los que habían los diez primeros lugares y estos los pasaban a lo largo de una hora e incluso algunos niños se ponían a cantar sus canciones preferidas de la estación que más escuchan, mientras que en la escuela Casa del Niño los alumnos platicaban sobre los programas que escuchaban más, pues cabe destacar que el programa de radio que escuchaban era el llamado “La hora del burrito”, claro destacando algún programa infantil en el cual también se transmite música. Al respecto, el locutor de radio comentó en la entrevista, “creo que el programa de “La hora del burrito” es uno de los

preferidos de los niños, porque se transmite a partir de las siete de la mañana, hora en que los niños se levantan para prepararse e ir a la escuela, esto hace que los niños automáticamente prendan la radio y escuchen el programa, ya que lo pueden escuchar en su casa, durante el desayuno, al momento de preparar su mochila e incluso cuando van camino a la escuela”. (Ent. locutor. 23/mayo/07)

Ambas preguntas se pueden concluir definiendo que en las dos escuelas, tanto en la Casa del Niño como en la escuela Año de Juárez es de su preferencia la estación de radio, “La Poderosa”, siendo la música de banda de su agrado, pues esta estación es 100% grupera.

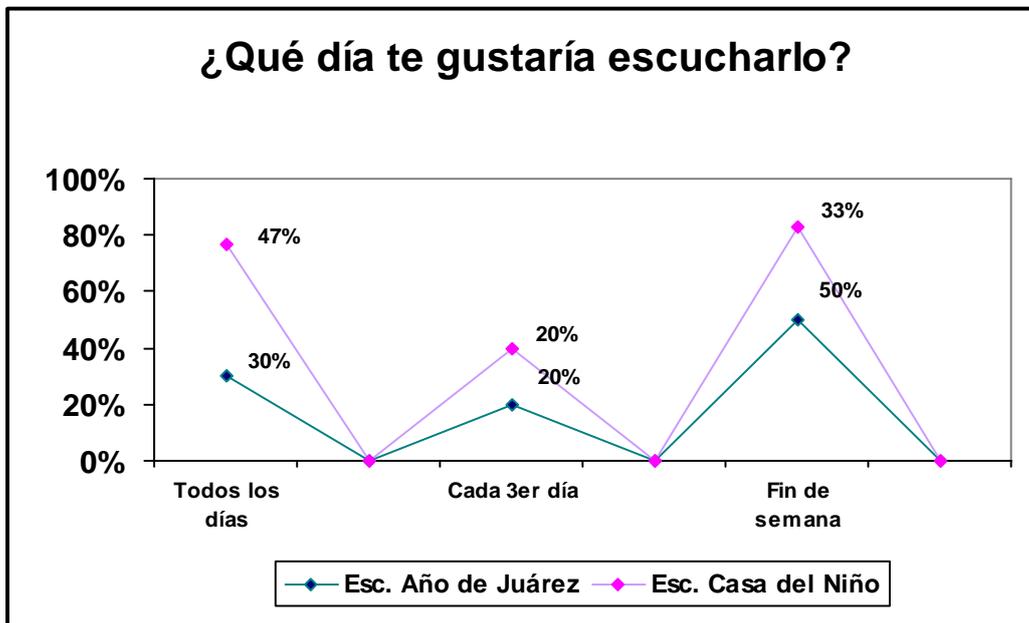
El quinto cuestionamiento expresaba que si hubiera un programa para niños les gustaría escucharlo o no, a lo cual se respondió con un 100% que sí en la escuela Año de Juárez y 77% en la escuela Casa del Niño, los mismos manifestaron que no en un 6% y tal vez el 17%. Estos resultados se pueden apreciar en la gráfica siguiente:



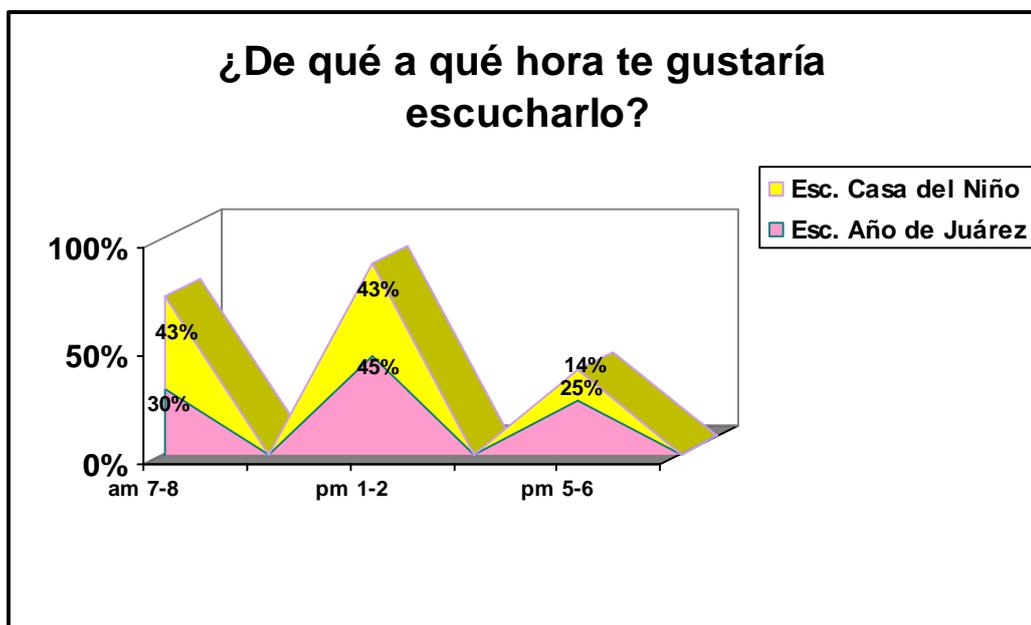
Respecto a la entrevista realizada a la maestra de la escuela Casa del Niño; ella menciona que si se llegara a transmitir un programa de radio educativo para niños, estos podrían servir como apoyo en las actividades que realicen dentro del aula, siendo esencial para reforzar lo aprendido en clases. En el capítulo dos denominado la radio educativa se menciona que según Peppino (1991) todo programa de radio educativo tiene la posibilidad de enseñar no de educar; indicando de manera clara, que la radio educativa es aquella cuyos programas siguen un plan de estudios previamente determinado y validado por una institución del sistema social.

Esto quiere decir que a los niños sí les gustaría escuchar programas de radio educativos, los cuales se vean enriquecidos con contenidos apegados a la enseñanza que estén impartiendo dentro de sus aulas; hallando a los pequeños respaldados por sus maestros de escuela.

La sexta pregunta del cuestionario decía que si hubiera un programa para niños, a qué hora les gustaría escucharlo, cuyo porcentaje obtenido fue el siguiente: El mas alto fue del 47% por parte de los alumnos de la escuela Casa del Niño, siguiendo con un 30% de los niños de la escuela Año de Juárez, en ambos porcentajes mencionaron que les gustaría escuchar el programa diariamente, después con 20% cada escuela dijeron que cada tercer día y finalmente el 50% de los infantes de la escuela Año de Juárez dijo que los fines de semana y el 33% de los niños de la escuela Casa del Niño, todo esto se aprecia en la gráfica mostrada enseguida:



La gráfica anterior y la siguiente se pueden analizar juntas, ya que ambas están ligadas por los resultados arrojados en ellas, la pregunta número siete se cuestiona señalando, de qué a qué hora les gustaría escuchar el programa de radio a lo que se respondió en un 43% de los alumnos de la escuela Casa del Niño que de 7:00 a 8:00 AM y en un 30% los alumnos de la escuela Año de Juárez, de 1:00 a 2:00 PM el mayor porcentaje fue por parte de los alumnos de la escuela Año de Juárez con el 45% y con un 43% los niños de la escuela Casa del Niño, de 5:00 a 6:00 PM solo el 14% de los pequeños de la escuela Casa del niño mencionó que les gustaría a esa hora y el 25% de los educandos de la escuela Año de Juárez respondió al mismo, todo esto se refleja en la gráfica desplegada en seguida:

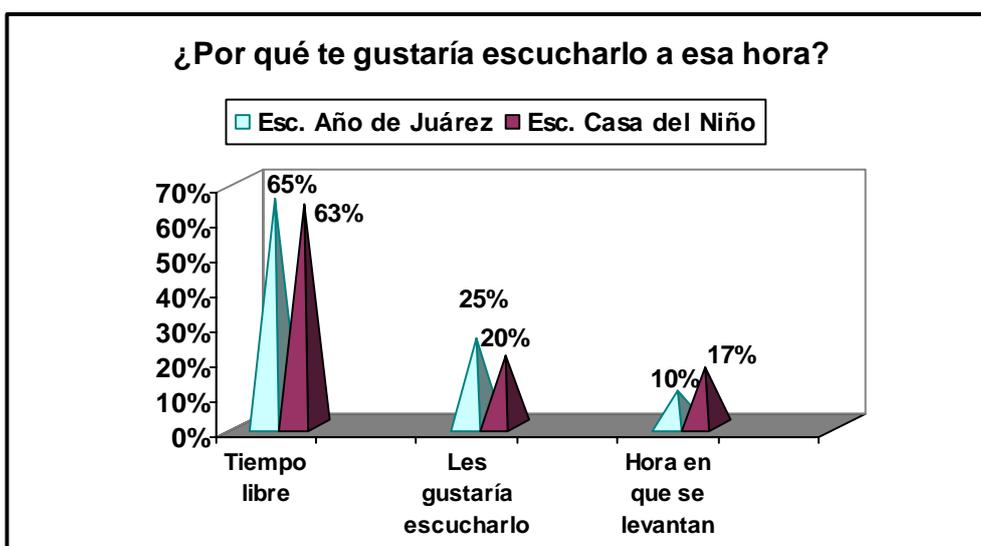


En base a lo observado se pudo apreciar que los alumnos de la escuela Año de Juárez estaban muy interesados en las dos preguntas porque se mostraban pensativos y parecía que analizaban a qué día y a qué hora les gustaría escucharlo, en los alumnos de la escuela Casa del Niño se pudo observar que los comentarios entre ellos no podían pasar desapercibidos e incluso algunos se paraban de su lugar para ver las respuestas de sus compañeros. Al igual los alumnos de ambas escuelas muestran interés en horarios diferentes, unos prefieren el programa antes de ir a la escuela y otros después de clases, al igual que unos los prefieren los fines de semana y otros diariamente. En cuanto a la entrevista realizada a la maestra de la escuela Año de Juárez, ésta mencionó que sería importante que los alumnos tuvieran un respaldo en los medios electrónicos de comunicación, buscando algún

horario accesible para los niños, ya sea antes o después de las clases para que los programas puedan influir de manera favorable en su desarrollo cognitivo.

Con esto se puede concluir, que sería favorable para los niños que los programas de radio para niños se llevarán a cabo antes o después de clases, para que el conocimiento adquirido en el aula y los contenidos de los programas sean significativos, para que lo puedan relacionar y les sea más simple lo aprendido.

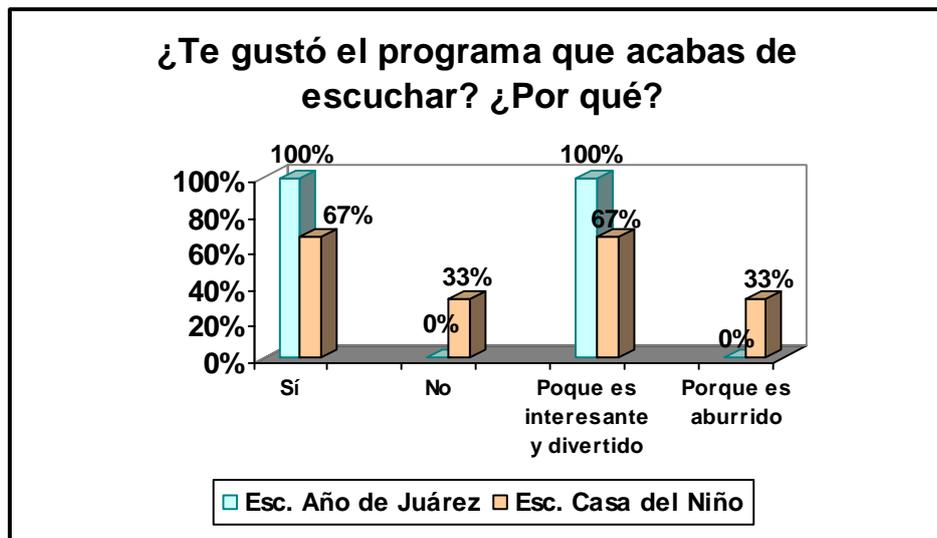
La octava y última pregunta del primer cuestionario refiere diciendo, que por qué les gustaría a los alumnos escuchar a esa hora el programa de radio para niños por lo que se dijo: que tienen tiempo libre en la escuela Casa del Niño en un 63% y el 65% los alumnos de la escuela Año de Juárez, el 20% (Casa del Niño) y 25% (Año de Juárez) correspondientes porque simplemente les gustaría escucharlo y finalmente el 17% (Casa del Niño) y 10% (Año de Juárez) porque es a la hora en que se levantan, esto se puede mostrar en la gráfica que se produce enseguida:



En cuanto a este cuestionamiento se percibió a través de la observación que los niños de la escuela Casa del Niño y Año de Juárez se mantenían comentando los programas que escuchaban y a qué hora los transmitían, con esto se pudo deducir que algunos niños los escuchaban porque tenían tiempo libre. Así mismo en la entrevista, el locutor mencionó que para poder realizar el programa para niños que transmite su estación de radio, también se tuvo que llevar a cabo una encuesta a distintas personas para saber, a qué hora y qué días tenían mayor posibilidad de ser escuchados y en base a esto poder producir el programa “La hora del burrito”.

La pregunta se cierra mencionando que durante el tiempo libre, a los niños les gusta escuchar la radio, esto puede ser antes de ir a la escuela, después de la escuela, o a la hora de dormir, esto es definido en la pregunta anterior en donde el horario que les es más accesible es a las 7:00 am o a la 1:00 pm, que fueron los más altos en cuanto al porcentaje.

Luego de que los alumnos de quinto grado de las escuelas Año de Juárez y Casa del Niño escucharon el programa “Te Cuento” que les transmitió la investigadora, se procedió a aplicar el segundo cuestionario, en donde la primer pregunta solicitaba que indicaran si les gustó o no el programa que habían oído, ante lo cual el 100% de los alumnos de la escuela Año de Juárez dijo que sí; mientras que el 23% de los alumnos de la escuela Casa del Niño señaló que no les gustó el programa, tal como se aprecia en la siguiente gráfica:

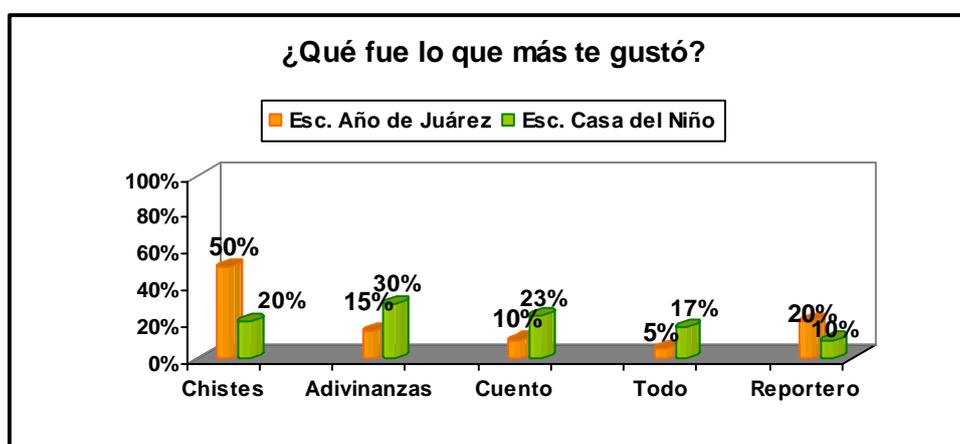


Respecto a este punto, por medio de la observación se percibió que algunos niños de la Esc. Año de Juárez no les gustó del todo el programa, puesto que presentaban enfado, distracción y platicaban al transcurso del programa y sin embargo, todos contestaron que sí les había gustado, además la maestra los tenía que callar constantemente para que pusieran atención; así como al entrevistar a la maestra, ésta señaló que el programa tenía buena estructura, sin embargo, las locutoras no le daban suficiente importancia a lo que decían, pues menciona la maestra que “les falta un poco más de ánimo y se notaba que no leían el guión antes de sacar el programa al aire”. (Ent. Mtra. 1 /marzo/ 07)

Por el contrario, en la Esc. Casa del Niño, los alumnos de quinto grado expresaron realmente de manera objetiva si les gustó o no el programa, sin temor a recibir algún tipo de regaño o llamada de atención por parte de la profesora, pues ésta no los presionaba para que contestaran de manera correcta el cuestionario, simplemente los dejaba que expresaran en el cuestionario, su manera de pensar libremente.

Por lo que se puede decir que los niños de la Esc. Año de Juárez no son totalmente objetivos al momento de responder la pregunta uno del cuestionario número dos, pues cuando se realizó la observación se notó que ha algunos de ellos no les interesaba el programa, por lo que se infiere que contestaron la pregunta por pena a decir que no les gustó o que la maestra les llamara la atención. Sin embargo, en la Esc. Casa del Niño se les dejó que contestaran con plena libertad las preguntas y sin presiones.

La pregunta número dos del cuestionario contestado por los alumnos de quinto grado de las escuelas Año de Juárez y Casa del Niño, preguntaba ¿qué fue lo que más les había gustado del programa? a lo que el 50% de los niños de la Esc. Año de Juárez contestaron que los chistes, siguiendo con el reportero con 20%, adivinanzas con 15%, el cuento con 10% y 10% dijo que todo; en cambio los niños de la Esc. Casa del Niño mencionaron en un 10 % que el reportero, 17% dijo que todo, 20% contestó que fueron los chistes, el 23% el cuento y finalmente con el mayor porcentaje 30% señaló que las adivinanzas había sido lo que más les gustó, esto se explica en la gráfica que se presenta enseguida:

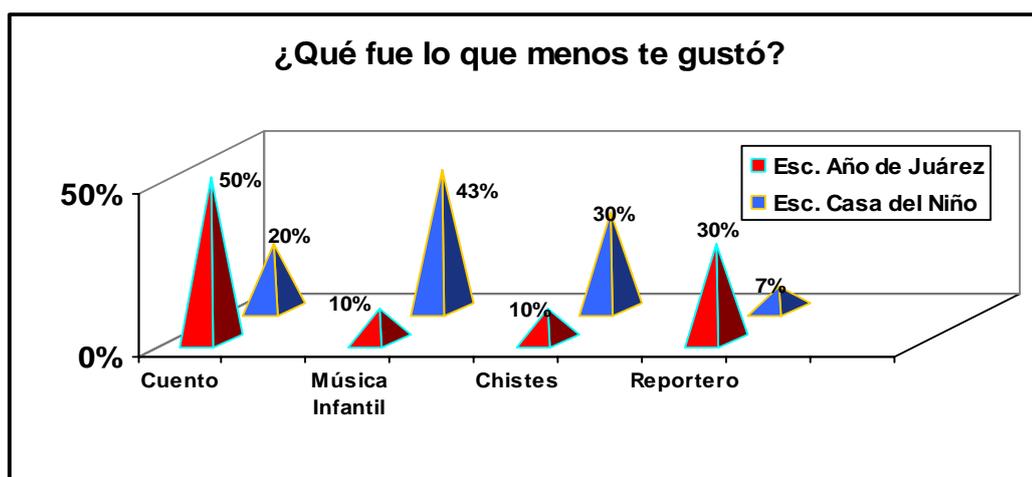


De acuerdo con esta pregunta, se pudo ver a través de la observación que en efecto, a los niños de la Esc. Año de Juárez les parecieron muy graciosos los chistes, porque reían mucho al momento en que Lucy o Ale (locutoras) los mencionaban, al igual que los alumnos de la Esc. Casa del Niño trataban de dar respuesta a las adivinanzas que se decían al final de cada bloque, algunos acertando a ellas y otros no, y cuando regresaban de los comerciales para iniciar el siguiente bloque y dar respuesta a la adivinanza todos ponían atención, e incluso algunos apostaban a que habían o no acertado a la respuesta; así mismo al entrevistar a las maestras de ambos grupos se percibió que les agradaron los chistes y las adivinanzas, porque además de mencionarlo en alguna parte de la entrevista se reían de los chistes, hacían otros chistes con los niños o intercambiaban respuestas con los alumnos que tenían cerca de su escritorio para jugar un poco con las adivinanzas.

En base a esta pregunta se puede concluir, que los chistes y las adivinanzas que se transmitieron en el programa que se pasó a los alumnos de quinto grado de la Esc. Año de Juárez y la Esc. Casa del niño, además de las maestras, fueron buenos y sobre todo hubo interacción entre alumnos y con las profesoras de cada grupo.

La tercera pregunta contestada por los alumnos de ambas escuelas decía que indicaran qué fue lo que menos les gustó del programa “Te Cuento”, a lo que dieron por respuesta lo siguiente: los estudiantes de la escuela pública Año de Juárez; afirmaron con un 50% que el cuento fue lo que más les desagradó, seguido del reportero por un día con un porcentaje de 30%, la música infantil y los chistes ambos

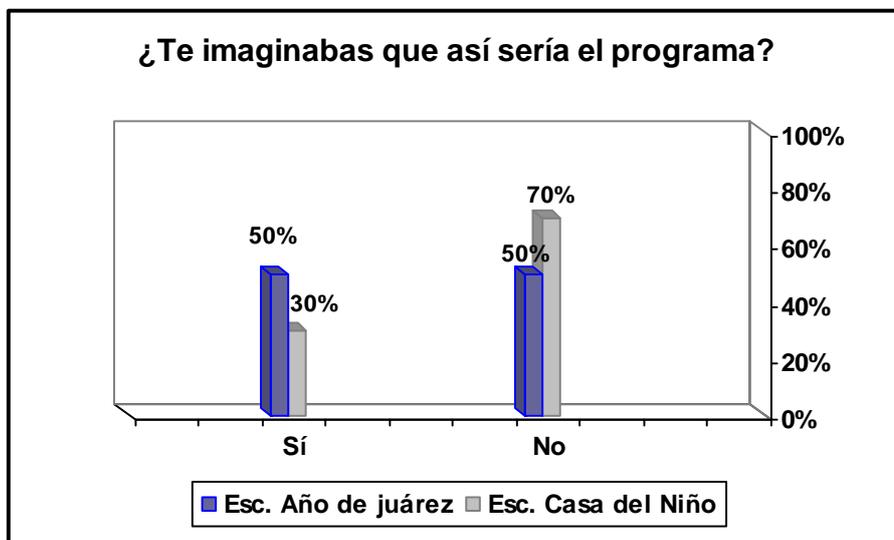
con 10%. Mientras que en la escuela particular Casa del Niño; lo que más les disgustó con 43% fue la música infantil, los chistes con un 30%, el cuento con 20% y finalmente el reportero por un día con tan sólo 7%. Estos porcentajes se proyectan con mayor claridad en la gráfica que se muestra enseguida:



De acuerdo con la observación que se realizó al momento en que los alumnos de la escuela Año de Juárez, se pudo ver que las respuestas de dicha pregunta tampoco coincidió con la actitud que presentaron al momento en que se narraba el cuento, pues algunos se inquietaron más y mostraban enfado, otros se acostaban en la paleta de las butacas, bostezaban, se tallaban los ojos, se hacían caras y gestos unos con otros. En cambio, en la escuela Casa del Niño; parece que la información arrojada en base a la pregunta fue más analizada y contestada con sinceridad, porque al momento en que pasaban las canciones infantiles les daba pena, comentaban entre sí que sería mejor si pusieran música moderna, que esa música era de la época de sus papás.

Para darle cierre a esta pregunta se puede decir que los alumnos de la escuela Año de Juárez, siendo esta pública, tienen distintas maneras de pensar y lógicamente son educados de diferente forma a los de la escuela privada Casa del Niño, puesto que los primeros son más tradicionalistas y parece que en sus casas todavía se escucha música infantil, esto se puede constatar porque en las preguntas ocho y nueve se les pide que mencionen, cuál es el género musical que más escuchan, siendo el infantil con cantantes como Cri – Cri, Tatiana, Topo Yoyo y Cepillin el cual destacó con un 60% por encima del pop 25%, el grupero 10% y el reggeton 5%; mientras que en la segunda escuela (Casa del Niño), la manera de pensar y actuar es más actual y moderna porque les parece ridícula y molesta la música infantil, ya que prefieren la de moda, esto corroborado en las preguntas ocho y nueve del mismo cuestionario en las cuales sobresalió el pop Con el 66% y mencionaron cantantes como RBD, Belinda, Julieta Venegas, Paulina Rubio, Shakira, La quinta estación, entre otros., seguido del grupero 20%, el reggeton 10% y por último el infantil con un 4%.

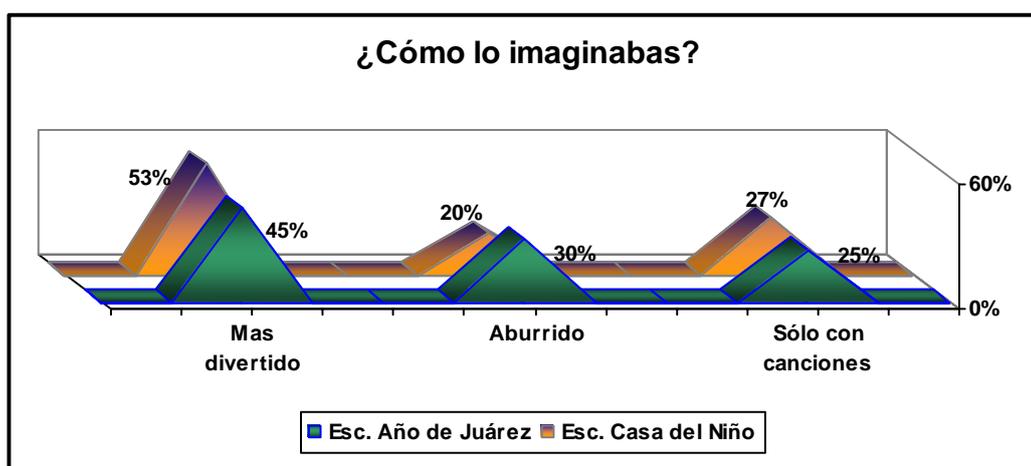
La cuarta pregunta del segundo cuestionario dice que si se imaginaban que así sería el programa; los alumnos de la escuela Año de Juárez manifestaron que sí en un 50% y el otro 50% dijo que no, mientras que en la escuela Casa del Niño el 30% escribió que sí y el 70% restante respondió que no. Los resultados son expresados en la gráfica de barras que es mostrada a continuación:



Como las maestras de ambas escuelas también escucharon el programa, mencionaron que en algunos aspectos sí imaginaban que sería así el programa, pues explica la maestra de la escuela Casa del Niño que “lo imaginé en cuanto a las canciones que se podrían transmitir, en las adivinanzas y chistes, pero lo que no imagine que estuviera en el contenido, es el reportero por un día y el cuento de la señora, que realmente se parece a la voz de “Cositas” la del canal 5, aunque un poco increíble el cuento, parece que le falta más creatividad y dinamismo porque realmente a los niños creo que si les aburre a la larga”. (Ent. Mtra. 01/marzo/07) En la observación parece que fuera un tanto contradictoria la respuesta en los alumnos de la escuela Año de Juárez, porque al decir el 50% de los encuestados que así se imaginaban el programa, estaban muy atentos a lo que se decía y se sorprendían y reían cuando pasaban de un bloque a otro.

En cuanto a lo observado y la entrevista se puede decir que, en parte sí se pueden deducir algunas cosas que contenga el programa y otras no, por lo que los alumnos de ambas escuelas, el 50% de la escuela Año de Juárez y el 30% de la Casa del Niño, no pueden afirmar del todo que tendría ese contenido tal cual, al menos que lo hayan escuchado antes o todos los sábados, que es el día que se transmite.

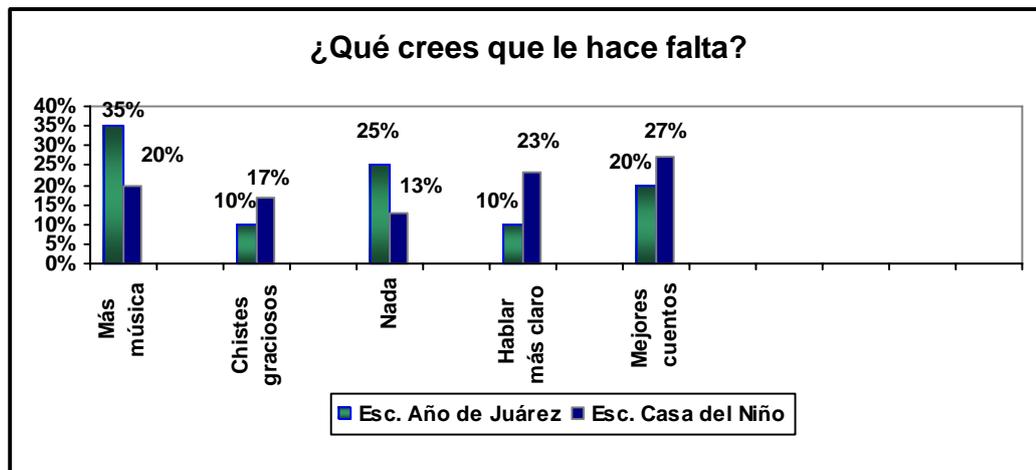
La siguiente pregunta decía que, cómo imaginaban que sería el programa de “Te Cuento”, y los niños respondieron: En la escuela Año de Juárez el 45% dijo que más divertido y en la escuela Casa del niño el 53%, mientras en la respuesta, aburrido, en la escuela Año de Juárez el 30% respondió a esta y el 20% en los alumnos de la escuela Casa del Niño, la última respuesta fue que lo imaginaban sólo con canciones en un 27% en los alumnos de la Casa del Niño y 25% los niños de la primaria Año de Juárez, lo explicado con anterioridad se aprecia en la gráfica desplegada enseguida:



En cuanto a la entrevista que se aplicó a la maestra de la escuela Casa del Niño, ella mencionaba que creyó que el programa de radio “Te Cuento”, que escucho junto con sus alumnos sería un poco más divertido e interesante, y menciona: “parece que los niños en algún momento llegaban a aburrirse y en otro momento se distraían, parece que no está bien estructurado el programa”. (Ent. Mtra. 1/marzo/2007) Cabe destacar que en el capítulo número dos de la investigación González (2001) menciona que para captar la atención del público en un programa de radio es preciso buscar siempre su motivación y manejar sus expectativas, lo cual se puede lograr mediante la selección de temas que atraigan al público deseado, que estos temas sean vigentes, tener en el programa algún gancho para impactarlos desde el comienzo y anunciar el programa mediante apoyos publicitarios.

Para darle fin a este punto, se puede decir que los alumnos de ambas escuelas coincidieron diciendo que imaginaban que el programa sería más divertido y que en algunos momentos del mismo, este se tornaba un poco aburrido, esto apoyado por la maestra de la escuela Casa del Niño que respaldó lo anterior.

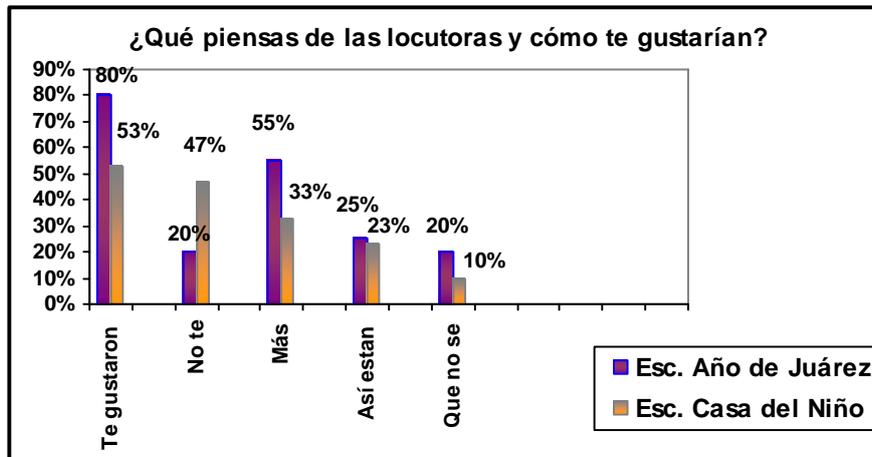
La sexta pregunta indica que mencionen qué es lo que le haría falta al programa y esto fue lo que se respondió: más música; 35%, Año de Juárez; 20% Casa del Niño. Chistes graciosos: 17% Casa del Niño; 10% Año de Juárez. Nada 25% Año de Juárez, 13% Casa del Niño. Hablar más claro: 23% Casa del Niño, 10% Año de Juárez. Mejores cuentos: 27% Casa del Niño y 20% Año de Juárez, los resultados son destacados en la gráfica siguiente:



En la observación se percibió que los niños comentaban que, mejor pasaran más música Pop que infantil, pues esta última les causaba mucha gracia, además que algunos alumnos de la escuela Casa del Niño no le entendían al cuento porque no hablaba muy claro la persona que lo estaba contando, también se pudo percibir que en ambas escuelas los chistes que pasaban no les resultaban graciosos esto tal vez porque las conductoras del programa no contaban con la gracia para decirlos. En la entrevista al locutor, él comentó que es indispensable que en un programa para niños se tome en cuenta su opinión y sobre todo que se haga valer porque ellos son los actores principales del programa y en base a su punto de vista se va estructurando.

Hace falta más música moderna porque es la que le llama la atención a los niños, además se tienen que buscar conductores que hablen más claro y tengan sentido del humor para que cuenten mejor los chistes y les resulten graciosos a los alumnos y finalmente, se necesitan cuentos actuales y fantasiosos pero que se escuche la acción, el suspenso, que se escuche sonido, etc., para que los pequeños no se quieran despegar del programa.

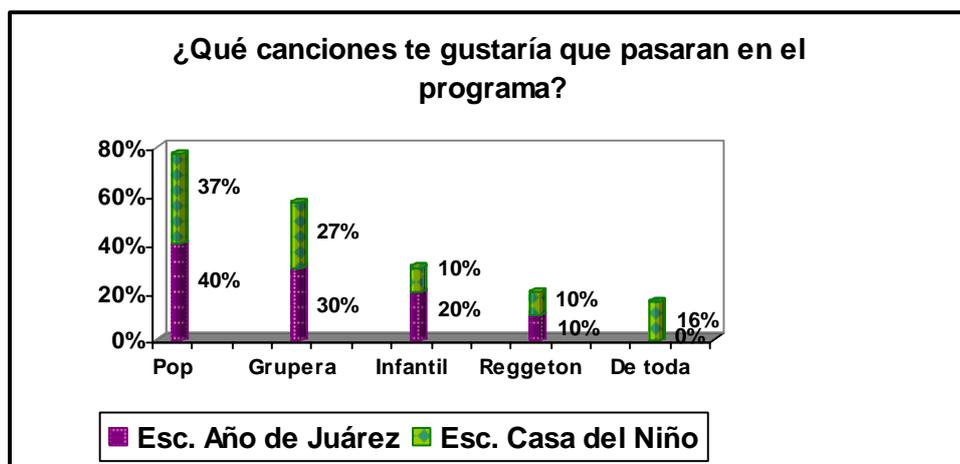
El cuestionamiento número siete pregunta a los niños qué piensan de las locutoras y cómo les gustaría que fueran; los resultados que se encontraron fueron los siguientes: A los alumnos de la escuela Año de Juárez les gustó su manera de conducir el programa en un 80%, en tanto en la escuela Casa del Niño no les gustó su manera de llevar a cabo el programa en un 47%; en cuanto a cómo les gustaría que fueran las locutoras contestaron en un 55% los alumnos de la escuela Año de Juárez que les gustaría más divertidas y un 33% los alumnos de la Casa del Niño; que así están bien el 25% (Año de Juárez) y 23% (Casa del Niño) y que no se equivoquen 20% en los alumnos de la escuela Año de Juárez y tan sólo el 10% de los alumnos de la Casa del Niño. Los Porcentajes antes mencionados se muestran con mayor claridad en la gráfica de barras desplegada enseguida:



Los comentarios que se generaron durante la observación fueron que las locutoras en algunas partes del programa se equivocaban mucho, sobre todo Lucy, la conductora más pequeña, además comentaban los alumnos de la escuela Casa del Niño que no tenían energía para contar los chistes, incluso se llegó a comentar que cualquiera de ellos los podría contar mucho mejor. En tanto con los alumnos de la escuela Año de Juárez sucedió lo contrario; ellos se reían con cada cosa que decían las conductoras. En cambio los dos maestras comentaron en su entrevista que ambas locutoras si necesitan leer el texto antes de grabar el programa, porque se escuchaban pésimos los errores que tenían a lo largo del programa, necesitaban prepararlas un poco más para que perfeccionen el vocabulario, para que puedan improvisar con mayor facilidad a la hora de equivocarse y también requieren de energía y chispa para que los niños que escuchan el programa lo sigan haciendo.

En resumen, se puede contar con pequeñas ocurrencias para que los niños se identifiquen más con ellas, pero siempre y cuando estén preparadas para conducir un programa de radio, que sean divertidas, alegres, claras en cuanto al vocabulario que se usa y que aprendan a improvisar; claro que no es necesario que sean niñas, también puede ser una persona adulta que piense como niño y sobre todo que les de a los radio escuchas (niños, padres, hermanos, tíos, sobrinos.) la confianza para seguir en sintonía con el programa.

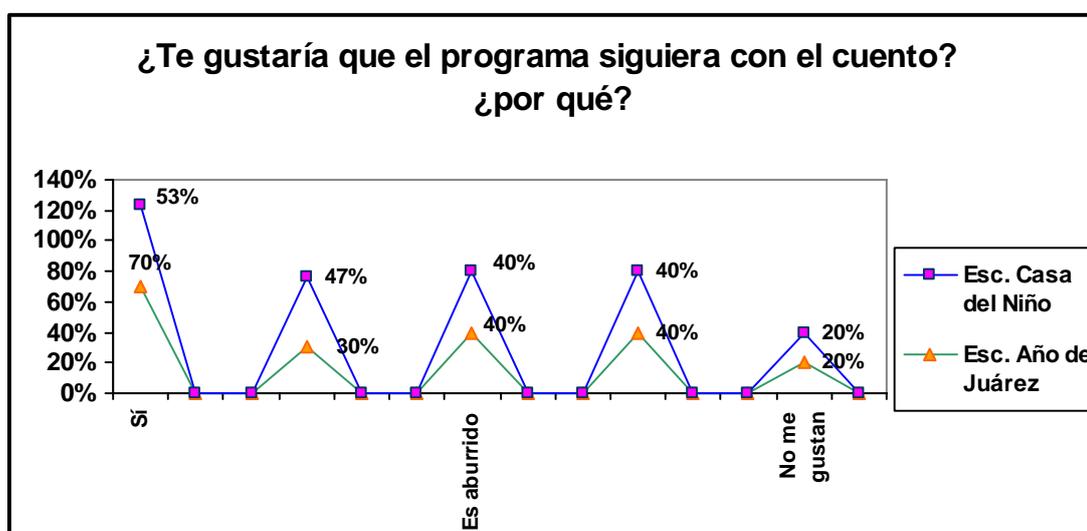
En cuanto a la octava pregunta del cuestionario dos, que señala ¿Qué canciones les gustaría que pasaran en el programa?, se analizó lo siguiente: Pop; 37%(Casa del Niño) y 40% (Año de Juárez); Grupera 30% (Año de Juárez) y 27% (Casa del Niño); Infantil 20% (Año de Juárez) y 10%(Casa del Niño); Reggeton 10% (Año de Juárez) 10%(Casa del Niño); De toda respondió el 16% restante de los alumnos de la escuela Casa del niño. Esta información es apreciada en la gráfica desplegada en secuencia:



Como ya se comentaba en la pregunta tres del mismo cuestionario; en la observación los niños comentaban entre sí los grupos, solistas o bandas favoritas, otros cantaban las canciones de su preferencia y hacían un alboroto porque no podían escoger un solo género, aunque el más sobresaliente haya sido el Pop, pareciera que los niños tienen varios géneros musicales como favoritos, porque una de sus estaciones de radio preferidas según los resultados obtenidos con anterioridad es “La Poderosa”, en la que se transmiten canciones gruperas y en ésta pregunta la mayoría de ellos contesta lo contrario. En la entrevista al locutor de radio, menciona que: “los niños son como esponjitas, ellos todo absorben, sobre todo las canciones que están de moda, las cantan y las bailan sin ninguna inhibición, por ello es necesario pasar una que otra en los programas de radio dirigidos a los niños de las que se escuchen más para que sigan en sintonía con el programa”. (Ent. locutor. 23/mayo/07)

En conclusión, a los niños les gusta la música grupera y también el Pop, esto por las canciones que están de moda, las cuales son de ambos géneros musicales, estas canciones deben ser transmitidas en los programas de radio para niños, además de una que otra infantil, todo esto siempre debe ser de acuerdo a lo solicitado por los radioescuchas.

En la novena pregunta se solicitaba a los niños encuestados que indicaran si les gustó o no el cuento y por qué, ante lo cual el 70% de los alumnos de la escuela Año de Juárez dijo que sí, porque es bueno e interesante con 40%; mientras que el 47% de los alumnos de la escuela Casa del Niño dijo que no, porque es aburrido con el 40%, como se aprecia en la siguiente gráfica:

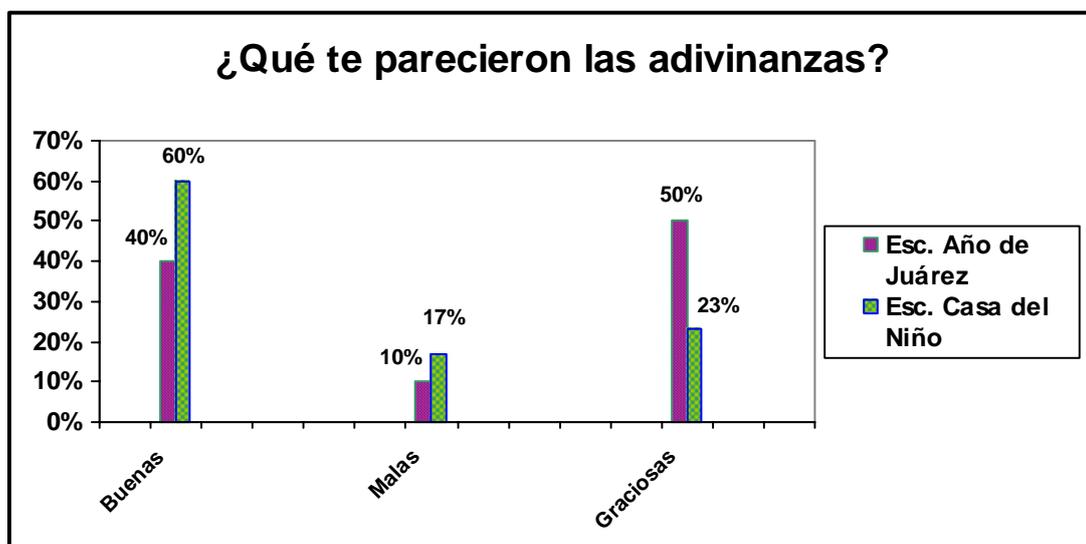


En la observación se pudo percibir que durante el cuento en la Escuela Casa del Niño, los niños al principio estaban atentos, pero conforme fue pasando el tiempo parecían aburrirse, se empezaban a inquietar, se secreteaban, murmuraban e incluso se acostaban en la butaca, todo esto a causa del enfado de este. Mientras en la escuela Año de Juárez los niños ponían atención al cuento, se callaban unos a otros para poder escucharlo mejor, se reían en ocasiones y al terminar aplaudieron. La profesora de la escuela Casa del Niño comentó en la entrevista, que al cuento le hacían falta elementos para que los niños estuvieran en suspenso, el drama, la

comedia, algo que lograra captar la atención de los niños, y también comento que la señora que lo estaba contando no tenía mucha energía y trataba de contarle como a niños de 2 ó 3 años a la hora de dormir.

Respecto a la interpretación de los resultados en cuanto a esta pregunta se concluye diciendo que en la Escuela Casa del Niño los estudiantes captaron el mal manejo del cuento por parte de la narradora y los aburrió en poco tiempo, mientras con los alumnos de la escuela Año de Juárez sucedió lo contrario, pues ellos lo disfrutaron mucho por lo que les pareció bueno e interesante. Esto hace ver que los alumnos de la escuela particular son más analíticos y los de la escuela pública se dejan llevar por sus emociones sin ver lo subjetivo.

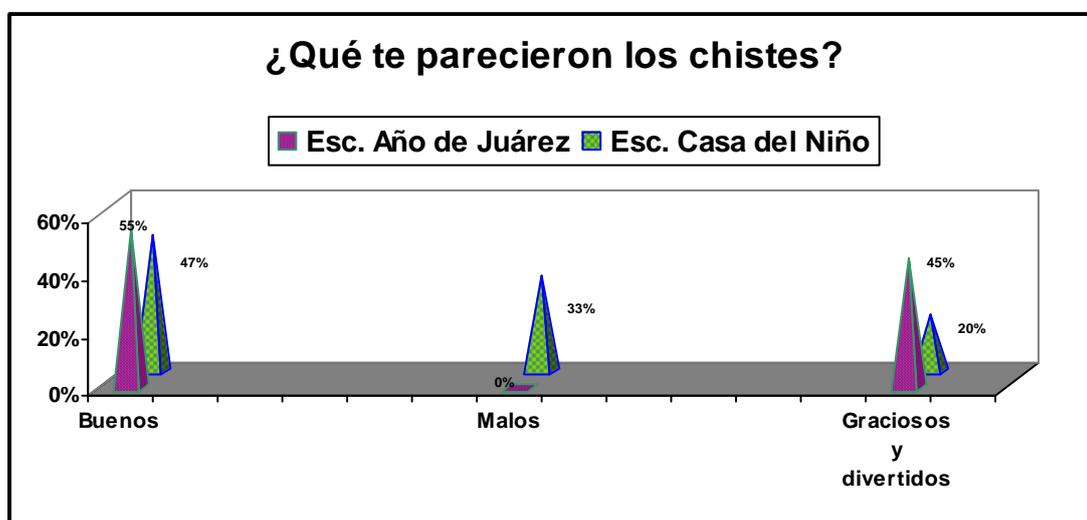
La siguiente pregunta en cuestión dice que ¿cómo les parecieron las adivinanzas? y esto es lo que contestaron: Buenas el 40% de los alumnos de la escuela Año de Juárez y el 60% de los alumnos de la escuela Casa del Niño; Malas 10% de los niños de la escuela Año de Juárez y 17% los educandos de la Casa del Niño; la última respuesta es que fueron graciosas con el 50% en la escuela Año de Juárez y 23% en la Casa del Niño; los resultados se muestran en la gráfica desplegada enseguida:



En ambas escuelas se pudo observar que los niños al escuchar la adivinanza unos a otros apostaban y trataban de adivinar la respuesta, pues esta se daría al inicio el siguiente bloque del programa, en tanto los niños se mantenían en suspenso hasta que mencionaban la respuesta correcta, a pasarla algunos adivinaban y otros no, pero se divertían. En la entrevista con la maestra de la escuela Año de Juárez, explicó que a ella también le parecieron divertidas las adivinanzas porque tuvo la oportunidad de participar en el juego de los niños en donde se divirtió tanto o más que ellos.

Respecto a este punto se puede decir que, a los niños de las dos escuelas les gustaron y les parecieron graciosas las adivinanzas que se transmitieron en el programa de "Te Cuento" que escucharon.

En el último cuestionamiento del cuestionario se menciona ¿cómo les parecieron los chistes a los niños? a lo cual se respondió: con el 55% de los alumnos de la escuela Año de Juárez y 47% en la Casa del Niño dijeron que Buenos; Malos solo el 33% de los alumnos de la Casa del Niño y; Graciosos y Divertidos respondió el 45% en la escuela Año de Juárez y 20% en la escuela Casa del Niño. En la gráfica siguiente se muestran con mayor claridad estos resultados:



En esta pregunta se observó que los alumnos de la escuela Año de Juárez reían cada vez que contaban un chiste las niñas, pero sobre todo cuando Lucy (conductora pequeña del programa) los contaba porque era la que tenía más gracia. En cambio en la escuela Casa del Niño, a algunos alumnos no les hacían gracia los chistes o la forma de contarlos por parte de las conductoras del programa. Dijo la maestra del grupo en la entrevista que esto pasó porque se reían muy forzado las niñas cada vez que contaban un chiste y eso hacía que sus alumnos no se rieran a

la hora del chiste. También podía ser porque llegaron aflojerados, apáticos o sin humor.

En conclusión, a la mayoría de los alumnos de ambos grupos les gustaron los chistes que se contaron en el programa por lo que les parecieron buenos, graciosos y divertidos, estos se pudo reflejar en los resultados obtenidos en el cuestionario que se aplicó en los grupos.

Respecto al objetivo general; en este se pretende determinar las características que debe reunir un programa de radio dirigido al público infantil para que logre objetivos educativos. Por lo anterior se puede decir que dicho objetivo se cumplió, pues esto se muestra en el análisis e interpretación de los resultados desarrollados con anterioridad en este capítulo, con los cuales se determinan las siguientes características para que un programa de radio para niños sea educativo:

- 1.- Que el programa tenga una misión, ¿Para qué fue creado?
- 2.- Un objetivo general por programa, el cual debe dejar una enseñanza o transmitir algún mensaje y que esté basado en los intereses de los niños.
- 3.- Divertido e interesante para que atraiga la atención del receptor.
- 4.- Manejar contenido musical infantil, un poco de pop y grupero que esté de moda.

5.- Cuentos que contengan un mensaje o moraleja, sonidos, diferentes voces para que el niño al momento de escuchar el cuento lo pueda imaginar mejor y buena narración del mismo.

6.- Manejo de vocabulario acorde a la edad de los niños que esté dirigido el programa, sin palabras rebuscadas, científicas o difíciles de comprender.

7.- Que contenga adivinanzas y chistes.

8.- Contenidos generales de distintas materias escolares y noticias del día.

9.- Asesoría pedagógica.

## CONCLUSIONES

Luego de realizar la investigación teórica y de campo con los alumnos de 5º grado de primaria de las escuelas Año de Juárez y Casa del Niño, tomando como muestra a 40 alumnos de ambas, se concluye lo siguiente:

El primer objetivo particular fue cumplido en el capítulo uno llamado comunicación educativa.

El segundo objetivo particular también se cumplió, pues este es abordado en el capítulo tres en donde se habla de las características de los niños de 6 a 12 años: físicas, intelectuales y socio-afectivas.

Para dar respuesta al tercer objetivo particular el cual decía que se indicara, qué es lo que les gusta escuchar a los niños en los programas de radio infantiles que se transmiten en la ciudad de Uruapan, Mich. Para esto se tomó en cuenta el cuestionario que se aplicó a los alumnos del quinto grado de las escuelas: Año de Juárez y Casa del Niño.

En cuanto al cuarto y último objetivo, enseguida se plantea una propuesta de diseño de un programa de radio para niños de 5 a 8 años porque es importante que se empiece a cultivar la comunicación a través de la radio educativa desde temprana edad o desde el comienzo de su educación primaria para que interactúe y se adapte a este nuevo tipo de comunicación educativa. Para ello, el programa de radio educativo infantil que se propone estará formado por cuatro bloques, cada uno de 10 minutos aproximadamente y un espacio de 5 minutos de comerciales entre ellos; en cada bloque se abordarán distintos temas, canciones, saludos, chistes, adivinanzas

noticias, concursos de conocimientos y actividades que permitan que los niños resuelvan sus dudas escolares.

Para esta investigación lo que más trascendió fue lo relacionado con la radio educativa, así como la intervención de los niños en este medio de comunicación masiva, al pretender ligar la educación que reciben en la escuela con los conocimientos que se adquieren en los programas de radio educativos para niños. También fue importante describir las características del desarrollo físico, intelectual y socio-afectivo de los niños de entre 6 y 12 años de edad para saber cuáles son las necesidades que tienen, al igual que la participación de los niños de 5º grado de primaria de ambas escuelas en los cuestionarios que se aplicaron y en la transmisión del programa de radio TE CUENTO y su opinión al respecto.

## **PROPUESTA.**

En la presente propuesta se presenta la estructura de un programa de radio para niños, a partir del análisis de los resultados obtenidos, mostrando también las características que debe contener.

### **TÍTULO DEL PROGRAMA:**

**LA HORA DE LOS PINGOS.**

### **OBJETIVO:**

Estructurar y generar conocimientos en los niños desde temprana edad, así como transmitir valores cívicos y sociales que contribuyan a su sano desarrollo, usando para ello la radio como medio de formación y entretenimiento.

### **CARACTERÍSTICAS:**

- a) El programa debe ser conducido por una persona mayor de edad que trabaje en la radio, además de tener empatía y simpatía con los niños y un correcto vocabulario para que los niños confíen en él o ella e interactúen a lo largo del programa.
- b) El pedagogo participará de dos maneras en el programa, la primera será en la elaboración del guión de radio y la segunda él será la persona que resolverá las dudas educativas que tengan los niños durante la transmisión de cada programa.

- c) Tener un objetivo general del programa y objetivos particulares en cada bloque del mismo.
- d) Contenido interesante, actualizado, divertido, que llame la atención de los niños, temas musicales del momento (pop, grupera e infantil).
- e) Locutor o locutores que manejen el vocabulario adecuado para el tipo de programa que se requiere.
- f) Cada bloque del programa deberá contener distintas secciones, con un objetivo específico en cada una. Dichas secciones pueden ser: concursos o preguntas referentes a materias o contenidos escolares.
- g) Las canciones que se escuchen tendrán que ser actuales de los siguientes géneros: Pop, grupero e infantil.
- h) Los cuentos deben tener una moraleja, valor o mensaje positivo.
- i) Los chistes y adivinanzas serán acordes para los niños de la edad señalada.
- j) Debe contar con el santoral, cumpleaños, saludos y dedicatorias que corresponderán al día de transmisión del programa.

#### SEGMENTO DE LA POBLACIÓN A QUIEN VA DIRIGIDO:

Niños y niñas entre los 5 y 8 años de edad, preferentemente estudiantes de kínder o primaria, habitantes de Uruapan.

#### PERIODICIDAD:

De lunes a viernes, porque de esa manera los niños pueden despejar las dudas que tengan de la escuela en el programa.

#### HORARIO:

De 1:30pm a 2:30pm, porque a esa hora los niños salen de la escuela y tienen más tiempo libre.

#### MODALIDAD:

En vivo, para que se logre la cohesión entre el locutor y los radioescuchas.

#### ESTRUCTURA GENERAL:

Estará conformado por 4 bloques con duración de 10 minutos de contenido cada uno, entre los cuales habrá un espacio de 5 minutos de comerciales. Todos los bloques llevan dos canciones; la primera a la mitad del bloque y la segunda para mandar a comerciales. El esquema de la estructura del programa se puede apreciar mejor en el formato que se presenta en seguida:

CONTENIDO DEL PROGRAMA:

Bloque	Objetivo	Contenido	Características	Tiempo	Locutor	
<p><b>1</b></p> <p>Apertura:</p> <p>En este bloque se crearán expectativas en el auditorio de Uruapan para el bloque final.</p>	<p>- Señalar el contenido del programa del día, dar la bienvenida, saludos y mañanitas.</p>	a) Saludo.	Saludo inicial al auditorio que escucha el programa.	2 min.	Locutor.	
		b) Felicitaciones.	Cumpleaños o santo.	2 min.	Locutor.	
		c) Mañanitas.				
		d) Presentación del contenido del programa.	Mantiene alerta al oyente y atrae su atención.	4 min.	Locutor.	
		e) Chiste (1)	Divierte al radioescucha. Para algún niño, adulto o joven en especial.	1 min.	Locutor.	
		f) Dedicatoria de canciones.		1 min.	Locutor.	

		g) Canción y comerciales.			
<p><b>2</b></p> <p>Enganche:</p> <p>En este bloque se pretende llamar la atención del radioescucha a través de fechas conmemorables, canciones de moda, adivinanzas</p>	<p>- Transmitir a los niños valores cívicos de nuestro país.</p>	<p>a) Efemérides del día.</p> <p>b) Planteamiento de la adivinanza.</p> <p>c) Canción.</p> <p>d) Respuesta de la adivinanza.</p> <p>e) Exponer chistes (2)</p> <p>f) Saludos y canciones pedidas.</p>	<p>Aporta conocimientos y aprendizajes de fechas importantes.</p> <p>Pensar de manera lógica la respuesta durante la canción.</p> <p>Generar ansiedad para saber si su respuesta fue la correcta.</p> <p>Divierte y alegra al espectador.</p> <p>Complacencias.</p>	<p>2.30 seg.</p> <p>1 min.</p> <p>30 seg.</p> <p>30 seg.</p> <p>2.30 seg.</p>	<p>Locutor.</p> <p>Locutor.</p> <p>Locutor.</p> <p>Locutor.</p> <p>Locutor.</p>

y chistes divertidos.		g) Otra adivinanza.  h) Recordar lo que viene en el siguiente bloque.  i) Canción y comerciales.	Provoca el juego entre los niños para adivinar la respuesta.  Mantiene al niño atento.	1 min.  2 min.	Locutor.  Locutor.
<b>3</b> Conocimientos básicos y actualización.	- Analizar y definir las dudas escolares que tengan los niños, así como relatar los hechos importantes del día.	a) Respuesta a la adivinanza.  b) Concurso de dudas escolares.  c) Canción.	Incógnita resuelta.  El niño al que se le toma la llamada expone su duda, el pedagogo abre las líneas y los niños responden; al final el pedagogo (a) dice la respuesta correcta.	30 seg.  6 min.	Locutor  Pedagogo (a)

		<p>* Noticia local, nacional o internacional más relevantes del día.</p>	<p>Mantener informado al radioescucha sobre los hechos más importantes.</p>	<p>2 min.</p>	<p>Locutor</p>
		<p>d) Preparar para el último bloque.</p>	<p>Dar a conocer que falta poco para que concluya el programa y no le cambien de la estación porque habrá más sorpresas.</p>	<p>1.30 seg.</p>	<p>Locutor</p>
		<p>e) Canción y comerciales.</p>			

<p>4</p> <p>Cierre y preparar para el siguiente programa.</p>	<p>- Relatar y reflexionar el cuento dejando una moraleja, valor o enseñanza.</p>	<p>a) Saludos.</p>		1 min.	Locutor.
		<p>b) Cuento y comentar la moraleja, valor o enseñanza.</p>	<p>Reforzar los valores de los niños como la amistad, la familia, la sociedad y uno mismo.</p>	6 min.	Narrador.
		<p>c) Canción.</p>			
		<p>d) Promoción del siguiente programa.</p>	<p>Invitar a los niños a que escuchen el programa a través de un pequeño adelanto del mismo.</p>	2 min.	Locutor.
		<p>e) Saludos, dedicatoria de canción y despedida.</p>	<p>Termino del programa y dar pie al siguiente para que no se lo pierdan.</p>	1 min.	Locutor.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Beth, Hanno. (1990)

Introducción a la ciencia de la comunicación.

Ed. Antropos, España.

2. Bisquerra, Rafael. (1989)

Métodos de investigación educativa: Guía práctica

Ed. CEAC, España.

3. Bohmann, Karin. (1994)

Medios de comunicación y sistemas informativos en México

Ed. Alianza, México.

4. Castañeda Yáñez, Margarita. (1997)

Los medios de la comunicación y la Tecnología Educativa

Ed. Trillas, México.

5. De la Mota, H., Ignacio. (1988)

Diccionario de la comunicación

Ed. Paraninfo, Madrid.

6. Echeverría R., y Cols. (1982)

Ideología y medios de comunicación

Ed. Amorrortu, Buenos Aires.

7. Evans, Ellis. (2003)

Educación infantil temprana: tendencias actuales

Ed. Trillas, México.

8. Ferrari, Fernando. (1957)

Radio y Televisión

Ed. Constanza, México.

9. Gómez-Mont., Carmen. (1992)

El desafío de los nuevos medios de comunicación en México

Ed. Diana, México.

10. González Alonso, Carlos. (2001)

El Guión

Ed. Trillas, México.

11. González Alonso, Carlos. (2003)

Principios básicos de la comunicación

Ed. Trillas, México.

12. Guizar Murrieta, Alejandro. (2005)

Mudos, Miedos, Medios: Historia de los medios de comunicación en México

PAN, Morelia, Mich.

13. Charles Creel, Mercedes. (2002)

Educación para la recepción: Hacia una lectura crítica de los medios

Ed. Trillas, México.

14. Hernández Sampieri, Roberto y cols. (2004)

Metodología de la Investigación

Ed. McGraw – Hill Interamericana, Chile.

15. Maier, Henry. (2000)

Tres teorías sobre el desarrollo del niño: Erikson, Piaget y Sears

Ed. Amarrortu, Argentina.

16. McQuail, Denis. (1994)

Introducción a la teoría de la comunicación de masas

Ed. Paidós, México.

17. Meece, Judith. (2001)

Desarrollo del Niño y del Adolescente para Educadores

Ed. Ultra, México.

18. Núñez, Carlos. (1989)

Modelos de comunicación en la educación de adultos

CREFAL, Pátzcuaro, Mich.

19. Palacios, Jesús. (2002)

La Cuestión Escolar: críticas y alternativas

Ed. Laia, México.

20. Paoli, J. Antonio. (2002)

Comunicación e información: Perspectivas teóricas

Ed. Trillas, México.

21. Papalia, Diane y Wendkos Olds, Rally. (1999)

Psicología del desarrollo

Ed. Mc Graw Hill, México.

22. Peppino, B. (1991).

Radiodifusión Educativa

Ed. Gernika-UAM, México.

23. Poloniato, Alicia. (1988)

Cine y comunicación

Ed. Trillas, México.

24. Roda Salinas, Fernando Jesús y Cols. (1988)

Información y comunicación: los medios y su aplicación didáctica

Ed. Gustavo Gili, Barcelona.

25. Sarramona, Jaume. (1988)

Comunicación y Educación

Ed. CEAC, España.

26. Ochoa González, Viviana. (1996)

Propuesta metodológica para la elaboración de programas radiofónicos en educación permanente. Tesis inédita de la escuela de Pedagogía de la Universidad Don Vasco A.C., de Uruapan. Mich., México.

## **HEMEROGRAFÍA**

1. Lojero Hernández, José Francisco. (1996)

Los procesos de comunicación educativa aplicados a la capacitación. Revista Laboral, 45; 51-59.

**CUESTIONARIO 1**  
**PARA ALUMNOS DE 5º GRADO DE PRIMARIA**

1. ¿Escuchas la radio?
  
2. ¿Cada cuándo la escuchas?
  
3. ¿Qué estación de radio escuchas?
  
4. ¿Qué te gusta escuchar en esa estación?
  
5. Si hubiera un programa de radio para niños ¿te gustaría escucharlo?
  
6. ¿Qué día te gustaría escucharlo?
  
7. ¿De qué a qué hora?
  
8. ¿Por qué?

**CUESTIONARIO 2**  
**PARA ALUMNOS DE 5º GRADO DE PRIMARIA**

1. ¿Te gustó el programa que acabas de escuchar?

Sí ( )

No ( )

Por qué:

---

---

2. ¿Qué fue lo que más te gustó?

3. ¿Qué fue lo que menos te gustó?

4. ¿Te imaginabas que así sería el programa?

Sí ( )

No ( )

5. ¿Cómo lo imaginabas?

6. ¿Qué crees que le hace falta?

7. ¿Qué piensas de las locutoras?

Te gustaron ( )

No te gustaron ( )

Cómo te gustaría:

---

---

---

8. ¿Qué canciones te gustaría que pasaran en el programa?

9. ¿De qué artistas?

10. ¿Te gustaría que el programa siguiera con el cuento?

Sí ( )

No ( )

Por qué:

---

---

11. ¿Qué te parecieron las adivinanzas?

12. ¿Qué te parecieron los chistes?

13. Si tú pudieras crear un programa de radio para niños, ¿Cómo lo harías?