



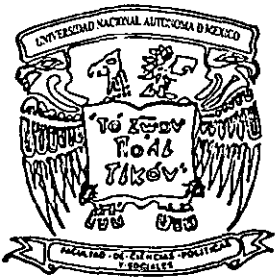
**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**"NOTIPANDILLA": PROPUESTA RADIOFÓNICA DE UNA SERIE PARA NIÑOS, ENTRE 8 Y 12 AÑOS, DE CONTENIDO PERIODÍSTICO Y OPINATIVO**

**T E S I S**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
P R E S E N T A :  
MARÍA TERESA RUIZ GÓMEZ**



**ASESOR DE TESIS:  
LIC. NAPOLEÓN GLOCKNER CORTE**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, D.F.**

**2001**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**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.

# INDICE

INTRODUCCIÓN	p. 1	
CAPÍTULO UNO LA RADIODIFUSIÓN INFANTIL EN MÉXICO 1989-1999		
1.1 CARACTERÍSTICAS PSICOSOCIALES DE LOS NIÑOS MEXICANOS EN EDAD INTERMEDIA	p. 7	
1.2 CLASIFICACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE RADIO PARA NIÑOS EN LA ÚLTIMA DÉCADA	p. 22	
1.3 PERSPECTIVA DE LAS EMPRESAS RADIOFÓNICAS Y DE LOS ANUNCIANTES ACERCA DE LOS PROGRAMAS INFANTILES	p. 33	
1.4 CARENCIAS DE LA PROGRAMACIÓN INFANTIL EN LA RADIO MEXICANA	p. 44	
NOTAS	p. 53	
CAPÍTULO DOS. PERIODISMO RADIOFÓNICO PARA NIÑOS ¿EXISTE?		
2.1 NECESIDAD DE NOTICIARIOS PARA NIÑOS	p. 56	
2.2 ADAPTACIÓN DEL LENGUAJE PERIÓDISTICO EN NOTICIAS PARA NIÑOS	p. 63	
NOTAS	p. 71	
CAPÍTULO TRES. "NOTIPANDILLA": ALTERNATIVA DE INFORMACIÓN, ENTRETENIMIENTO Y OPINIÓN PARA NIÑOS POR RADIO		
3.1 CONCEPTO	p. 73	
3.2 ESTRUCTURA Y DINÁMICA	p. 77	
3.3 LENGUAJE	p. 84	
3.4 DURACIÓN Y HORARIO	p. 89	
NOTAS	p. 94	
CAPÍTULO CUATRO. MODELO DE GUIÓN		p. 95
CAPÍTULO CINCO. PRODUCCIÓN		p. 107
CONCLUSIONES		p. 113
BIBLIOGRAFÍA		p. 120

A MIS PADRES:

A DON MODESTO: PORQUE AL MORIR ME DEJÓ COMO HERENCIA EL ORGULLO DE SER LA HIJA DE UN HOMBRE QUE A SUS 74 AÑOS DE EDAD, AÚN EN SUS ÚLTIMOS Y DIFÍCILES DÍAS, TUVO LA ILUSIÓN Y LAS GANAS DE LEVANTARSE PARA HACER LO QUE HIZO DESDE QUE ERA UN NIÑO: TRABAJAR.

A DOÑA TERE: POR LA FORTALEZA ESPIRITUAL QUE HA MANTENIDO SABIAMENTE DURANTE TODA SU VIDA. POR SU AMOR.

## INTRODUCCION

El 99% de los hogares mexicanos tienen algún aparato de radio; en promedio hay cuatro de ellos. Por lo tanto el desarrollo del país y de su población se da junto a los medios de comunicación.

Los niños de entre 8 y 14 años de edad representan –según estudios de la Cámara de la Industria de Radio y Televisión (CIRT)- uno de los grupos que escuchan más tiempo el radio (el 72% de ellos).

La razón principal por la cual elegí el tema de radiodifusión infantil para mi tesis va más allá de mi curiosidad y admiración hacia los niños.

Al terminar mis estudios profesionales en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales ingresé a trabajar en el Instituto Mexicano de la Radio (específicamente en la barra infantil).

Durante el año que estuve en ese lugar me dediqué a hacer de todo (desde el clásico "Vete a sacar las copias" hasta escribir algunas secciones del guión). El programa en que participé es "Sabadando". Su formato sigue siendo básicamente el de concursos e invitados en vivo, los sábados a las 10 de la mañana por Radio 710 A.M.

Mi interés por los programas infantiles surgió también del contacto directo con la gente que los produce y la que los escucha.

Cuando los integrantes del equipo no lográbamos captar la atención o participación de los niños durante el programa el productor, el guionista y los conductores pensaban y hablaban de los motivos.

Desde luego yo, por mi parte, también lo hacía. Y un sábado, camino a casa, definí mi idea: un noticiario radiofónico para niños.

Se me ocurrió proponer una serie que divierta, atraiga y dé información periodística y participación al mismo tiempo. Algo complicado. Lo sabía.

Los niños mexicanos, a pesar de la cifra que representan, no pueden presumir de contar con una estación de radio especializada en programación para ellos.

Aunque existió Radio Rin, La estación de los niños, a cargo de Marta Romo. El IMER transmitía la programación —exclusiva para niños- a través de la frecuencia 660 A.M.. Pero en marzo de 1992 se dio a conocer su desaparición. El motivo: los bajos niveles de audiencia.

Tampoco pueden decir que tienen acceso, en primera, todos a un radio; en segunda, a un número suficiente de espacios radiofónicos que satisfagan sus necesidades y derechos; y, en tercera instancia, tampoco pueden pregonar la existencia de un solo programa que les ofrezca información periodística,

especialmente hecha para ellos, con un lenguaje muy sencillo y sin sonar sobria ni aburrida.

Un programa donde, además, tengan la oportunidad de expresar su opinión y demandas acerca de los acontecimientos que los rodean, afectan, preocupan y emocionan.

Pensando en ello estructuré la serie "Notipandilla". Nombre vinculado con mi concepto periodístico y con la necesidad de los chicos entre 8 y 12 años de pertenecer a un grupo donde puedan ascender de rango.

Anuncio al lector que la presente investigación carece del planteamiento de una hipótesis intencionalmente.

Desde el surgimiento del concepto "Notipandilla" pensé que mi deseo no era descubrir algo nuevo o comprobar algún hecho. En su lugar pretendí utilizar información acerca de la situación en que se producen los pocos programas infantiles de radio en México para justificar el proyecto.

Es decir, comparto con el lector una tesis que no comprueba algo sino que aporta algo nuevo: un modelo de guión radiofónico con una estructura y dinámica diferentes a lo existente, así como útil para la audiencia infantil-

El investigador Umberto Eco afirma en uno de sus textos " o se quiere hacer una tesis chapucera, repitiendo simplemente lo que ya han dicho otros críticos...o bien se quiere aportar algo nuevo...". \*

La investigación que presento no requiere una hipótesis. El proyecto de "Notipandilla" es útil a los demás por sí misma. \*\*

La tesis se divide en cinco capítulos.

El primero y más extenso contiene un panorama general de las características psicológicas de los niños en edad intermedia (6-12 años). Así mismo una clasificación de los programas radiofónicos infantiles durante el período de los últimos diez años (1989-1999).

El capítulo incluye también la visión que tanto las empresas radiofónicas (dueñas de los medios de comunicación) como las comercializadoras (las que venden productos y servicios para niñas y niños) tienen con respecto a la programación citada. Sobre todo las carencias que en ella prevalecen.

El siguiente capítulo presenta específicamente por qué –ante tantas carencias– surge la necesidad de crear un noticiario infantil más pero con variantes (Grupo IMER transmitía "Antena de mariposa", no se mantuvo mucho tiempo al aire) Igualmente, en esta parte de la investigación dedico un espacio importante al uso del lenguaje y su adaptación en escritos periodísticos para niños.



La explicación detallada de mi propuesta se encuentra en el tercer capítulo. En éste presento desde el concepto, estructura, dinámica, lenguaje y horario que conforman a "Notipandilla".

Enseguida expongo un modelo del guión para el programa "Notipandilla". El cual fue realizado con apoyo de niñas y niños entre 8 y 12 años.

Finalmente, el capítulo cinco incluye la descripción de los requerimientos humanos y materiales para poder producir un programa de "Notipandilla".

La investigación está respaldada por documentos y entrevistas que no fue muy fácil concertar.

Las personas que me atendieron en Radio Educación, Radio UNAM, Grupo IMER y Televisa Radio fueron fuentes informativas accesibles; así como en canal 11 y en la escuela primaria Licenciado Miguel Serrano.

En cambio, los representantes de las empresas de anunciantes –excepto la Cooperativa Trabajadores de Pascual- se mostraron hostiles, desconfiados, intolerantes e incomprensibles hacia mi solicitud de apoyo con información ("Pero si no les estoy pidiendo prestado" –pensaba) y sobre todo al hecho ser egresada de la UNAM.

Desafortunadamente los programas infantiles de radio tampoco tienen el suficiente apoyo de este tipo de empresas (llámese desconfianza o desconocimiento) y, a veces, de los propios grupos radiofónicos.

---

\* Eco, Umberto. Cómo se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de investigación, estudio y escritura. P 36

\*\* Ibid. P.50

## **CAPÍTULO UNO**

### **LA RADIODIFUSIÓN INFANTIL EN MÉXICO 1989-1999**

#### **1.1 CARACTERÍSTICAS PSICOSOCIALES DE LOS NIÑOS**

##### **MEXICANOS EN EDAD INTERMEDIA**

He querido comenzar este primer capítulo con una explicación no detallada pero sí clara y suficiente acerca de lo que significa psicológica y socialmente un niño. Pues, para los fines de la presente investigación, no basta saber los criterios biológicos que dan a una persona la forma del cuerpo, la talla o las "líneas de expresión".

Es más importante reconocer, a nivel familiar y social, que un niño no es el "hombre del mañana", mucho menos un "pequeño adulto" o alguien que, por su poca edad, no entienda la vida o no requiera la atención apropiada y específica de acuerdo con su edad. Al respecto Florencio Escardó escribe precisamente que los niños perciben la vida con todo y sus problemas, ¿la razón? Se es hombre o mujer desde el nacimiento. (1)

Ciertamente, las características, intereses y necesidades de una persona están condicionadas por variables como la edad, la región donde habita, la situación económica, o el nivel escolar (por mencionar sólo algunas). Y tampoco es

equivoco el hecho de que no todos los niños crecen ni se desarrollan con la misma velocidad ni en igual forma. Pero, con el fin de facilitar su estudio se han establecido rangos para clasificar a los pequeños, precisamente de acuerdo con las edades.

Los psicólogos aceptan que son cinco periodos los que dividen la vida humana: la infancia (hasta los 12 años), la adolescencia (hasta los 18), la juventud (hasta los 24), la adultez (hasta los 65) y la senectud (después de los 65). Y, a su vez, la infancia puede dividirse en varias etapas.

Francisco Larroyo (2) considera la primera infancia (del nacimiento a los 3 años), la segunda infancia (de los 3 a los 7 años) y la tercera infancia (de los 7 a los 12 años). Otros investigadores distinguen la maternal (0 a 3 años), la preescolar (3 a 5 años) y la escolar o intermedia (de 6 a 12 años). Otros más suelen dividir a esta última en "escolar temprana" (6 a 8 años) y "escolar media o madura" (9 a 12 años).

Sin embargo, y con la intención de comprender y explicar con más sencillez la etapa de desarrollo infantil, objeto de mi estudio, no entraré en un conflicto por definir exactamente cuándo comienza y cuándo finaliza la etapa de los años intermedios, esa que Stone y Church refieren como "... la relativa tranquilidad entre el tumulto de los años preescolares y el de la adolescencia." (3)

Los niños de los primeros grados escolares están en continuo desarrollo físico y psíquico; con éste se presenta en la misma intensidad una evolución en la forma de percibir su mundo, el cual poco a poco va observando con carácter crítico, en la capacidad de memorización de hechos y cosas, en la creación y asimilación de símbolos y lenguaje, en su nivel de pensamiento lógico, en sus intereses, en su adaptación social y hasta en sus emociones.

## **PERCEPCIÓN**

Desde que nace una persona empieza a percibir el mundo circundante, esto es, toma conciencia del exterior aprehendiendo cualquier fenómeno sensible de ser captado a través de los sentidos: gusto, oído, vista, olfato y tacto; éstos hacen que los niños comiencen su interacción con el ambiente,

Los niños son muy perceptivos. Es en el inicio de la edad intermedia cuando el niño pasa de una percepción de tipo global y sintética a otra detallada y analítica. Pero tal capacidad para aprehender el mundo que lo rodea se vuelve tan extensa que necesariamente desarrolla la habilidad de sintetizar y resumir a través de la clasificación de las cosas y los fenómenos perceptibles.

Enriqueta Calderón, Coordinadora pedagógica de la programación infantil de canal 11, comenta: los niños a los ocho años perciben el mundo exterior pero no es tan importante para ellos. En cambio a los doce sus sentidos están más amplios;

quizá porque tienen más información o porque los temas son más cotidianos. En general, los aspectos sociales les son más atractivos y desde la delincuencia hasta la ecología forman parte de sus preocupaciones. (4)

Pero ¿por qué ligar al pensamiento con la percepción? Porque ésta es, precisamente, el origen de desarrollo y aprendizaje del niño. Y es en el marco de la edad escolar o intermedia cuando el pequeño empieza a ubicarse en el tiempo y en el espacio, cuando la actividad del niño se orienta hacia el mundo de las cosas, con una clara conciencia de que son diferentes de su Yo. Reflexiona a partir de sus percepciones (experiencias, vivencias, estímulos) sobre la vida y la muerte o lo que implica, a nivel social o individual, tener 10 años y no 20. Piensa y se inquieta ante el deseo de comprender procesos y cambios en su propio cuerpo y en las actividades físicas que suceden a su alrededor y en las cuales desea participar.

Escribe G. Clauss sobre la percepción en el niño en edad escolar media: Puede desprenderse de sus propósitos y deseos propios, subjetivos y considerar el mundo de una manera objetiva, esto es, capta el ambiente de manera más real, más alejada del nivel ficticio característico de la etapa preescolar.

La memoria, escribe Larroyo, es el poder o capacidad de "fijar, conservar y evocar las adquisiciones del espíritu" (5). Dicho de otra manera es, también, el recurso de la mente que una persona emplea para interpretar los sucesos. A partir de los siete años, al inicio de la edad escolar, es cuando la capacidad de recordación

presenta cada vez menos "lagunas" (6), debido al ritmo de vida que el niño adquiere en la escuela, el cual empieza a ordenarse en función del tiempo y en la forma como la sociedad le indica.

Sin embargo, es hasta los diez años aproximadamente cuando el niño adquiere la capacidad de expresar y/o describir los recuerdos de su vida con claridad al desplazar una forma de memorización mecánica por otra de carácter lógico. El niño puede llegar a recordar los acontecimientos de manera exacta por medio de una congruente sucesión ordenada del tiempo y el espacio.

Una investigación dirigida por Brunswik, Goldscheider y Pilek comprueba que durante la edad escolar "comienza la memoria para los objetos perceptibles que tienen sentido, y con ella empieza a predominar la grabación lógica sobre las demás funciones de la memoria..." (7) Y el nivel promedio de rendimiento para esta grabación se da a los doce años aproximadamente.

En esta etapa es muy importante también el desarrollo de la capacidad imaginativa con base en los recuerdos. Gracias a ella pueden crear, incluso adquieren, refiere Larroyo, una imaginación amplia y cohesionada, favoreciendo la evolución científica y estética del chico.

## LENGUAJE

El hombre tiene la posibilidad de comunicarse y exteriorizarse a través de un lenguaje (entiéndase como sistema de signos y símbolos intercambiables y portadores de ideas y emociones). Pero, además de ser facultad del hombre, el lenguaje es un producto social. Desde niños aprendemos a hablar, sin embargo esto sería imposible sin la existencia de nuestras facultades biológicas y mentales.

Primero aprendemos el idioma dentro del grupo familiar y de las personas que nos rodean, ya sea por imitación o asociación de significados. Al inicio de los años escolares, debido a la convivencia social, los niños aumentan considerablemente el vocabulario y empiezan a construir frases más complejas. Sobre esto, Deussing encontró que entre el segundo y cuarto grado escolar su incremento es del 100% (escrito y oral). (8)

Stone escribe: Por lo regular, a los niños de edad Intermedia les fascinan las rimas, la aliteración, los anagramas, el lenguaje cifrado, las palabras y frases extranjeras, la onomatopeya. Les gusta jugar con las ambigüedades del lenguaje y con las negaciones. Sin embargo los infantes aún no son capaces de cuestionarse el significado de palabras que usa o acepta, así como tampoco percibe los sarcasmos o ironías con los que un adulto se refiere. (9)



Cuando ellos hablan lo hacen con descuido y confusamente, utilizan los sustantivos muy "pintorescos" y populares en un momento dado; muchos usan las palabras "fuertes" de la calle. Con esto adquieren una sensación de cierta sofisticación que, además, aprovechan para "molestar" a los adultos. (10)

Los niños aprenden errores o aciertos del lenguaje en los grupos con que tienen contacto y los reproducen regularmente. Una investigación citada por Frank B. May plantea que después de haber observado a grupos de niños pertenecientes a un estrato social "alto" y otros a uno "bajo", éstos demostraron tener desventajas respecto con el uso del lenguaje, comparados con aquellos. Por ejemplo: poseen un vocabulario oral más reducido, usan estructuras oracionales y gramaticales menos complicadas y tienen restringido uso de verbos compuestos.

Sobre esta idea, Manuel Estrada Maldonado, Promotor de la barra infantil de Radio Universidad, comenta: "Evidentemente no vas a hablarle igual a un niño de la calle que a uno de clase media o alta. Hablan en lenguajes totalmente distintos". (11)

Y cuando se cuestionó a la psicóloga Laura Téllez Blanco acerca de la existencia de algún parámetro de palabras para hablar con los niños respondió que éstos dependen del nivel de población (socioeconómico), el cual determina poca o suficiente estimulación temprana por parte de la familia. (12)

## PENSAMIENTO

El desarrollo del pensamiento en el niño de edad intermedia se identifica por el tipo de conceptos que emplea en sus expresiones. Este proceso es llevado a cabo a partir de experiencias y percepciones, los cuales le dan elementos para elaborar sus ideas acerca de un suceso o cosa, incluso de él mismo. Por ello lo escrito por G. Clauss "Cuando el niño ingresa en la escuela ya tiene cierta conciencia de sí ...Pero ésta...no procede todavía, por cierto, de una valoración que él mismo haga, sino más bien de lo que le han dicho." (13)

El tipo de conceptos utilizados por el niño en esta edad evoluciona conforme a su crecimiento biológico. Al principio son subjetivos e intuitivos. La definición de un concepto es a través de un ejemplo o la descripción de los objetos relacionados con éste y, a su vez, los objetos son explicados en función de lo que hacen o para qué se usan (carácter funcional).

Después se manifiesta su necesidad por hacer categorizaciones de los fenómenos percibidos por él y con ello la de pensar en las relaciones causales, específicamente el nexo que une a las partes, para tratar de conceptualizarlos de acuerdo al "qué es" y no al "para qué sirve" característico de la etapa anterior.

También, como indica Clauss en el texto ya citado, "Parece ser una característica de la niñez "madura" (9 a 12 años) la capacidad de extraer o separar el sentido

esencial implícito en concatenaciones que comprenden muchos sentidos y expresarlo verbalmente en forma exacta y concisa". (14) Esto es: conceptualizar en una sola frase o palabra una serie de ideas (resumir).

## **INTERESES**

Los intereses de una persona existen en la medida que hay necesidades. Así, el niño en edad escolar gira su atención hacia el mundo externo con el objetivo de explicar los vínculos y lo oculto de las cosas que lo atraen.

Más que intereses, los niños tienen curiosidad por aprender nuevas cosas, por ello destruyen y desarmen los objetos. Se trata de una curiosidad innata, es decir, estructurada psicológicamente, comenta la psicóloga Laura Téllez.

Y aunque difícilmente algo ajeno al juego es de interés para el niño de esta edad (de ahí que se recurra al juego en gran parte para apoyar el aprendizaje durante la primaria), la actitud y capacidad críticas del infante aparecen poco a poco al inicio de la etapa en estudio.

A éste no sólo le interesa saber que sucede tal o cual fenómeno social o natural sino que desea conocer orígenes (de dónde), justificación (por qué), objetivos (para qué) y con ello conformar un nivel más completo de conceptualización (qué). Sin embargo no abandonan su interés por los juegos.

Temas como el amor, el dólar, los delitos, las crisis, los deportes, etc., así de cotidianos, están más cerca del mundo infantil de lo que se cree.

Además de que el niño empieza a tener cada vez más intereses, cuando entra al área de la especialización se traducen como tendencias e inclinaciones individuales en sus gustos. Unos muestran interés por la música, otros por el deporte; quizá la gramática o el funcionamiento de las máquinas. Algunos buscan aventuras, otros prefieren el humor, el misterio, los concursos, los secretos, etc.

Esas preferencias dependen de los ambientes en que los niños crezcan. Ignacio Casas, conductor de programas de radio infantil aclara: Muchos niños tienen sus intereses condicionados por la televisión, o por su medio. Pero descubrir o asombrarse con algo novedoso, aunque no sea siempre vertiginoso y chusco, les causa placer. **(15)**

Acerca de la lectura, como actividad preferida por algunos chicos, es válido explicar que mientras uno que inicia la escuela se inclina por la lectura de cuentos o narraciones, un niño con dos o tres grados más prefiere enterarse de sucesos reales o donde existan "héroes" con los cuales se identifique. Para lo cual le debe gustar su aspecto, sus habilidades físicas o sus hazañas y no su problemática psíquica (su carácter). Los niños de esta edad prefieren las personas abiertas, a las que se puede comprender con facilidad y que se distinguen por sus rasgos

característicos positivos, tales como el valor, la fuerza, la habilidad y el sentido de la justicia." (16)

## **NECESIDADES**

Todo ser humano tiene necesidades, las primeras que experimenta son las físicas –específicamente las fisiológicas-. Después pasa a una etapa donde es importante atender sus necesidades de tipo afectivo, así como todas aquellas en que interviene la sociedad.

Maslow es uno de los investigadores que se ha dedicado a organizar y jerarquizar los grupos de requerimientos de un individuo a partir de su nacimiento. El las divide en fisiológicas, de seguridad, de pertenencia, de estima y estatus y las de autorrealización (17). Al jerarquizarlas quiere decir que una se presenta y debe ser atendida -por lo menos en un porcentaje- antes de pasar a otra.

Podría parecer que esta información no está muy vinculada con las características psicosociales de los niños, o que acaso se aplique a ellas sólo una o dos etapas a las cuales se hace referencia. Esto es un error. Si preguntamos a un niño o niña de edad intermedia y nivel socioeconómico medio acerca de sus necesidades como persona ellos mencionan salud, diversión, comprensión, comunicación y amor como algo muy importante para ellos. (18)

De modo que a esta edad el niño ya pasó por las necesidades fisiológicas básicas (comer, dormir, deshechar). Ya demanda la seguridad que la familia o algunos grupos sociales le dan a través de apoyo y protección para combatir los miedos característicos del niño.

También asciende a la necesidad de pertenecer a algún grupo de amigos o al de la propia escuela. Incluso necesita no experimentar el rechazo familiar a través de frases tan simples como un "Si sigues de grosero ya no te voy a querer". Esto se vincula con su requerimiento de ser escuchado, comprendido, amado, reconocido por sus actos y respetado por el rol social que desempeña.

La etapa de la autorrealización pudiera ser la más lejana en la vida de un niño ya que a través del cumplimiento de metas y proyectos el individuo va acercándose hacia su madurez. Sin embargo el niño tiene sueños, planes y deseos mezcla de ficción y realidad. De ellos algunos simples son cumplidos, otros experimentan la frustración de ser interrumpidos por la maestra, el compañero maloso, el papá o la vecina en el momento menos deseado.

Lo trascendente es no subestimar a los niños. Ellos poseen tantas necesidades , de cualquier tipo, como los adultos. Es cuestión de acercarse y escucharlos.

## FORMACIÓN DE GRUPOS

De acuerdo con la sociología hay dos tipos de agrupación social: la familia y la asociación. Aquella representa para el niño la forma social "primaria", en la cual, regularmente, no existe la posibilidad de cambiar las jerarquías y las relaciones entre los miembros de la misma; en cambio, la segunda es una forma social que permite al infante la oportunidad de variar, movilizar y desordenar las jerarquías y las relaciones interpersonales. Y es entre los 9 y 12 años de edad cuando los niños se sienten más dispuestos a participar en grupos ajenos a la familia, siempre y cuando sean de su misma edad. (19)

A los niños en edad escolar les gusta tener amigos. Son seres tan sociables que necesitan tener un amigo de su mismo sexo. Después de los diez u once años vuelven a unirse niñas y niños para compartir juegos.

Lo anterior es confirmado por Watson al indicar: la emoción y la excitación que encuentra un niño de edad intermedia en los grupos de su misma edad lo atraen más hacia ellos. Se siente en un ambiente más igualitario del que hay en casa, el cual posee un orden definido con poco atractivo para el chico, ya que no tiene posibilidades de ascender como en el grupo de su edad. (20)

Los integrantes del grupo influyen en cada individuo por medio de normas, modelos de conducta, recompensas y castigos. Aunque la familia desempeña un papel muy importante en la formación de actitudes y valores en los niños de edad

intermedia, es la agrupación de los de su misma edad la que presenta un espacio en el cual "evaluarlos" y "decidir" cuáles son verdaderos (21) y cuáles descartan de su mundo por considerar inadecuados. Incluso los chicos consiguen imitar a compañeros similares a ellos en capacidades, ideas, intereses y experiencias.

También el grupo otorga al niño la seguridad o tranquilidad emocional de saberse entre sus iguales. Por tanto, la agrupación es un agente socializador en la vida de los niños. Y busca esa aceptación porque pensar en ser rechazado del grupo significa una pérdida tanto de nivel como de identidad. (22).

Cuando el niño habla en el interior de su agrupación lo hace por gusto y por la propia necesidad de decir algo y de forma correcta para el grupo. (Esto atiende al placer que le da sentirse participante activo e integrante de lo que identifica a los de esa fraternidad). Durante la edad intermedia los niños utilizan un lenguaje "grupál" y en lugar de que en sus narraciones se refieran al "Yo" lo hacen a través del "nosotros". Desde luego no es una regla pero sí un rasgo de solidaridad entre el grupo. Por cierto, hacia la mitad de esta etapa (10 años) el niño ya tiene claramente aprendido el sentido de cooperación y solidaridad (23).

Los niños de una agrupación (llámese "club", "pandilla", "bola" o grupo) asumen y necesitan la catalogación hecha entre ellos -incluso pueden sentirse mal si no tienen un sobrenombre como los demás-, pues el trato es distinto para cada uno según sus características. Al respecto indican Stone y Church: "...La pandilla capta rápidamente cualquier peculiaridad de la constitución física, los modales, las



habilidades o cualquier otro aspecto y luego trata al niño de acuerdo con ella...”

(24)

Existen grupos de constitución mixta, sin embargo, la propia formación de agrupaciones orilla a que éstas, en general, se caractericen por separar a los sexos ya que los intereses de los niños no son iguales a los de las niñas. Pero, finalmente, cuando se convierten en adultos han de transcurrir sus vidas compartidas con grupos distintos a la familia.

## 1.2 CLASIFICACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE RADIO PARA NIÑOS EN LA ÚLTIMA DÉCADA

El objetivo de presentar un panorama general de los programas radiofónicos para niños en México es avalar la necesidad de otros, de acuerdo con los requerimientos y características de los chicos estudiados anteriormente

Aunque en esta parte de la investigación haré un recuento de 1989 a 1999 (sólo una década) (25), éste no es posible sin mencionar algunos antecedentes generales de la programación radiofónica infantil en el Distrito Federal

El primer programa de radio para niños en la ciudad surgió a la par con la XEW —en 1930—, “La voz de la América Latina desde México” con “Tío Polito, el amigo de los niños”, cuya transmisión era media hora de lunes a sábado a las 18:25 horas. En él daban consejos y narraban cuentos. (26)

Desde esa fecha y hasta la década de los ochenta la radio mexicana ha tenido que cambiar de manera constante toda la programación. Nombres como “Cri-Crí, el grillito cantor” (uno de los espacios más representativos de la radio mexicana), “Las aventuras de Celia” o “Campanas tempraneras” sonaron en la XEW, pero desaparecieron. En cambio, un programa como “El Rincón de los niños”, transmitido por Radio Universidad, se mantuvo desde 1972 hasta 1981, con una retransmisión diez años después, para ampliar la barra infantil de la emisora.

La "Media Hora Nacional Infantil", producida desde finales de 1980 por la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, era transmitida por seis estaciones en el Distrito Federal (cinco emisoras comerciales y una gubernamental) (27) y cien más en provincia, los sábados de 10 a 10:30 de la mañana.

Sin embargo, como señala Rosalba Cruz en su artículo "Los niños y la radio", la no muy famosa "Media Hora Nacional Infantil" no era nacional, en tanto no se encadenaron todas las estaciones para transmitirla (28) y sus contenidos hacían referencias a personajes míticos o históricos en su mayoría universales, no nacionales.

En la década de los ochenta Radio Felicidad dedicaba una hora al programa "Mundo de la felicidad". Su contenido: canciones de Cri-Crí, Chabelo o los Hermanos Rincón, alternados ocasionalmente con cuentos de la "Media Hora Nacional Infantil" de RTC; además se recibían llamadas telefónicas de los chicos y les daban consejos.

El programa "Odisea Burbujas" desapareció de la XEW, hace como diez años —comenta Juan Pablo O'Farril, de la empresa Televisa Radio. No había patrocinadores interesados en esos programas. Tampoco existía en el director de aquel tiempo, por tanto el área infantil ya no era comercial. Así, el ánimo de emisoras y patrocinadores se tradujo en la existencia de dos programas únicamente a lo largo de los siguientes años. (29)

En 1992 la barra infantil de la XEW contenía "Pepina Oruga", especie de aventuras en radionovela cuyo horario osciló entre las 10:30 y 12 del día, con duración de 15 minutos. El otro programa era "Musicaltrónico", un musical con melodías de "Burbujas", transmitido en vivo los sábados de 8 a 12 horas.

En enero de 1989 fue modificado el concepto de Radio Infantil (XERPM), surgido en 1984 en el Instituto Mexicano de la Radio" (IMER), por el de Radio Rin "La estación de los niños" (XE RIN).

Sin hacer a un lado el supuesto de que los niños escuchan el radio por gusto, Marta Romo quedó frente a Radio Rin representando los fundamentos de la estación: informar y educar con juegos e imaginación. En sus recursos musicales fueron incluidos géneros como rock, jazz, reggae, clásica y afroantillana, lo cual fue útil para acercarse a los púberes y jóvenes.

Independientemente del vínculo "familiar" entre Radio Rin y el IMER, es justo reconocer la labor de difusión y expansión buscada por la estación mediante eventos públicos y populares en ferias del libro, intercambios culturales, Jornadas de los niños por la paz y el desarrollo, Festivales de apoyo a los derechos de los niños, etc. Trabajo que fue premiado con un reconocimiento de la "International Advertising Association" por sus cápsulas contra el maltrato infantil, entre otras actividades.

Sin embargo, dos años más tarde (marzo de 1992) Radio Rin hizo la última transmisión, después de que el IMER anunció que en su lugar el resto de las

estaciones del instituto contarían con barras de programación infantil: en XEB 1220 A:M: la serie "La casa de los niños" de 6 a 7 de la mañana, "El planeta de los niños" por XEMP Radio 710, de 3 a 4 de la tarde y "Los niños, sal y pimienta" por Radio 660 de 6:15 a 7 horas.

Una mención especial merece la serie "Ahí viene la caballería". No existe registro en algún tipo de archivo escrito en la emisoras del Distrito Federal donde fue transmitida. A pesar de que fuentes fidedignas, como el licenciado Favio Arenas Basurto –quien estuviera a cargo del Departamento de Radio y Televisión del CONACYT entre 1989 y 1991-, informe que el programa fue transmitido durante dicho periodo por Radio Educación y alguna emisora del IMER.(30)

"Ahí viene la caballería" era una serie de cápsulas informativas. A través de un drama caricaturizado y reiterativo en dos minutos trataban temas sobre la ciencia y los avances tecnológicos de interés para niños. La temática obedecía al hecho de haber sido co-producciones entre el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) y las emisoras (algunas de provincia).

Los horarios de transmisión exactos en cada una se desconocen. Sin embargo el licenciado Arenas asegura que atendieron sólo a los tiempos oficiales que en las estaciones de radio designaban.

Mientras, en abril de 1991, XEEP, Radio Educación, presentó una nueva barra infantil: "Bambi", serie sabatina que transmitía adaptaciones del cuento con el mismo nombre, de 9:30 a 10 de la mañana, "El libro de la selva", de lunes a viernes de 7:05 a 7:35, "Matatena": informativo sobre conocimientos generales,

media hora los domingos a las 10:30 y "El taller de las sorpresas", de lunes a viernes alrededor de las 7 de la mañana: cápsulas de 10 minutos cuyo contenido era sobre temas cotidianos en la vida de un niño.

En octubre del mismo año la estación incorporó dos series que nueve años después conservan sus horarios, nombres y contenidos: "Circo, maroma y libros", revista infantil que se propone promover en los niños la lectura a través de narraciones, entrevistas y pláticas de los conductores (Coproducción con la Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes), transmitida todos los viernes de 4:30 a 5 de la tarde. Y "Cachivaches", programa de apoyo a la educación media básica mediante dramatizaciones que buscan la desmitificación de prejuicios creados entre su mundo y el de los adultos así como la crítica de situaciones sociales, políticas, económicas y culturales del país, los sábados de 9 a 9:30.

En julio de 1992 Radio Educación presentaba "De Museo", transmisión dominical de 8:30 a 8:45 que informaba de exposiciones en museos y galerías de la ciudad de México; "Batido y espumoso", musical sobre temas de interés para los niños, adivinanzas y juegos, lunes a jueves de 7:30 a 8; "Intron", 15 minutos los domingos a las 9; "Niños como yo" (Coproducción con el Conacyt) los domingos de 9:30 a 9:45, dirigido a niños con discapacidad; "Radio sí", cuya finalidad era crear conciencia colectiva del gusto por la vida a través de noticias, historias, cuentos y música de lunes a jueves, media hora a las 7:15, "Cachivaches" y "Circo, maroma y libros".

Radio Universidad retomó, en septiembre de 1991, "El Rincón de los niños" y aumentó "Entre pies y pieza", a las 7:45 con 15 minutos de duración, "Con tantita ciencia", cinco minutos al aire a las 8:30 y "Del tingo al tango", transmisión de 15 minutos a las 8:35.

Del grupo IMER salieron del aire en 1993 "Un distinto amanecer", "Los niños al ataque" y "Rebanada de sandía".

"Sorpresas al aire", emisión dominical del grupo AI, "Con la radio nos basta", programa que duraba dos horas y media y transmitía en vivo por las mañanas y "Matiné infantil", los domingos de 6 a 8 horas, pertenecían a la barra infantil de grupo Radio Fórmula en Rock Fórmula (los tres dejaron el cuadrante en 1992).

Radio Alegría, de Organización Radio Centro, emitía "Alegrías infantiles" los domingos de 9 a 11, su contenido era musical, con saludos y felicitaciones.

Radio Acir puso en al aire, en XEL 1260, "El mundo de los duendes", una serie sabatina de una hora, pero fue sustituida por "El cofrecito de la música" en 1993.

En septiembre de ese año Radio Educación mantenía "Radio sí", "Circo, maroma y libros" y "Cachivaches". Anexó una serie de fomento a la lectura de "Los libros del Rincón", los viernes de 7:15 a 7:50: "Besos de papel". Dos años después, en lugar de esta serie, colocó "La casona de la revolución", espacio dedicado a compartir anécdotas, historias, leyendas y música representativas

de la revolución mexicana, los lunes durante una hora a las 7 de la mañana y "Amorcito corazón", los miércoles de 7 a 8, con invitaciones a la lectura (Coproducción de la Secretaría de hacienda y Crédito Público).

A finales del mismo 1993 continuaban al aire "Circo, maroma y libros y "Cachivaches". A éstos se incorporaron "Alejandra y sus amigos", serie que tenía como objetivo crear conciencia de los derechos y obligaciones de las niñas y los niños, los miércoles de 7 a 8 de la mañana; "Apapachos", espacio de expresión para los pequeños de edad preescolar que, además, familiarizaba a padres y maestros con los sentimientos, deseos e intereses de los pequeños, se transmitía los viernes a las 7:30 durante media hora; y una cartelera infantil titulada "De loco un poco", los sábados de 8:30 a 9.

"Alimento espiritual" y "Flamingo's Kids", programa conducido por niños, eran transmitidos en Radio Chapultepec pero desaparecieron en 1994.

1110 Radio Red sólo ha dado a conocer el programa "Carambolas": serie informativa de temas científicos y culturales cuya transmisión era de 11 a 12 horas.

Julio de 1996 fue la fecha en que salieron al aire, en Radio Educación "Notiloco", cartelera cultural los sábados de 8:30 a 9 y una serie de radionovelas con temas alusivos a conflictos familiares y sociales ("Toño Cornemoscas", "Natalia", "El ombligo de la luna", "Elisa" y "Sucede hasta en las mejores familias"), media hora de lunes a viernes a las 7 de la mañana.



ABC Radio dio a la programación infantil "El sol de los niños", donde hacían dramatizaciones, concursos por teléfono y felicitaciones, una hora de lunes a viernes a las 6 y los sábados a las 8. Pero salió del aire, aproximadamente, al inicio de 1998.

"El batallón, ¡Qué padre!" fue transmitido los sábados de 8 a 9 por Cambio 14-40 en 1996 - y los domingos a la misma hora un año después. Pero en 1998 ocupó su lugar, por pocos meses, "La corte del arlequín", los sábados y domingos de 8 a 9.

"Musicaltrónico", en XEW A.M., se mantuvo los sábados de 10 a 13 horas hasta 1996, después salió del aire.

La emisora XEX 730 A.M. contó con "Música para ser feliz en tu tonito", diariamente de 6 a 7 de la mañana durante 1997.

Por su parte, Radio UNAM aumentó a su programación "¡Hola Luis!", un musical para niños pequeños, una hora los sábados a las 10 y una los domingos a las 9, el cual se mantiene hasta finales de 1999.

Un año atrás también salieron de la programación "Entre pies y pieza", "Del tango al tango" y "Con tantita ciencia". Este cambio abrió paso a "Sube y baja", los sábados de 9 a 10, donde se tratan temas útiles e interesantes para los niños de edad escolar y a media hora musical los domingos de 8 a 8:30.

En 1997 "Amorcito corazón" retornó a Radio Educación los jueves de 7 a 7:30, junto con "El ceniztle" para difundir en los niños las culturas indígenas de México, su origen, leyendas, historia y características, los lunes y miércoles durante una hora a las 7 de la mañana, con el apoyo de Cooperativa Trabajadores de Pascual.

El siguiente mes en la emisora estatal continuaban, además de los dos programas anteriores, "Cachivaches", "Circo, maroma y libros" y "Besos de papel". A éstos se sumó una nueva serie: "Que hable el corazón", espacio que promovía una justa valoración de las culturas indígenas y comprensión de la diversidad, los viernes de 7 a 8. Y retornó "Besos de papel", los martes de 7 a 7:30.

En septiembre de 1998 comenzó una serie de dos meses en la misma estación: "Aventuras al vuelo", en la que hablaban de la vida de las especies de murciélagos. Su transmisión era de lunes a jueves, durante 15 minutos a las 7:30 de la mañana. Este programa compartía la audiencia infantil con "Que hable el corazón", "Cachivaches" y "Circo, maroma y libros".

Otra de las barras infantiles que se mantuvieron sin muchos cambios desde 1994 hasta 1999 es la del IMER por Radio 710.

A partir de las 8 y con duración de media hora la emisora transmite "La casa": dramatizaciones y cuentos; "A todo volumen": musical; "Las aventuras de Cri-

Cri": narraciones y música" y "Patalarga": espectáculos y cultura. La siguiente hora se dedica a "Sabadando": programa de concursos e invitados en vivo sobre conocimientos generales.

Hacia finales de 1999 ha cambiado la programación un poco: desapareció "Las aventuras de Cri-Crí", dándole espacio a una serie juvenil de media hora llamada "¿Qué onda con los chavos?".

Por su parte, la XEW tiene más de un año al aire con "La hora de las niñas y los niños", los sábados de 11 a 13 horas. Este es dirigido principalmente a los adultos, pero participan en vivo y por teléfono muchos niños interesados en los temas (salud, psicología, derechos humanos, diversión, etc.).

Y a partir de septiembre de este año la serie "Mausimania" es transmitida, de 3 a 4 de la tarde por la misma emisora, de lunes a viernes. Y otras series más están ya en puerta, comenta Juan Pablo O' Fariil. (31)

Margarita González informa de la preparación y grabación de tres programas para niños: uno es sobre inventos y otro de lectura, estaban programados para finales de junio de 1999 pero esto se ha retrasado. (32)

A su vez, Radio UNAM tiene una propuesta de tres series infantiles: "Cuentos, cantos y encantos", con duración de media hora y cuyo objetivo es fomentar la lectura en los chicos. Otro es sobre divulgación de la ciencia, es un radioteatro

llamado "Armando Chunches, investigador". Y el último de iniciación musical: "Simisolsi". (33)

Después de monitorear la programación radiofónica general encontré dos nuevos programas para niños: "El círculo mágico", por Radio Uno (1500 A.M.) los sábados de 9 a 10 de la mañana y de contenido musical; y "El abuelo tan tán", con una hora de duración, también los sábados de 10 a 11, por Radio Acir (1260 A.M.)

Al parecer, hay propuestas para ampliar y –quizá- mejorar la programación radiofónica infantil. Pero se retrasan porque, como explico en el siguiente subcapítulo llevarla a cabo no depende sólo de buenos proyectos.

### **1.3 PERSPECTIVA DE LAS EMPRESAS RADIOFÓNICAS Y DE LOS ANUNCIANTES ACERCA DE LOS PROGRAMAS INFANTILES**

Hay una forma de explicar, resumidamente, la relación que durante décadas ha existido entre radiodifusores y anunciantes: los dueños de medios financian sus gastos mediante intercambios de tiempo aire, las disqueras promueven los discos. Además, el gobierno los cuida y consiente, permite la importación de equipo necesario para transmitir y públicamente alaba su profesionalismo nacionalista. (34)

#### **VISIÓN RADIOFÓNICA**

Acercas del grupo de empresas de radio quiero aclarar una idea que coincide con los términos utilizados por Karin Bohmann. Los medios de comunicación tienen dos principios que los rigen: la tendencia de los propietarios a lucrar y la orientación política y cultural de su auditorio. (35)

La estructura de los medios de comunicación hace que haya más de una forma de influir en los contenidos de los mensajes transmitidos. Una es, por ejemplo, la monopolización (la cual se facilita en regiones aisladas donde se dispone sólo de un medio informativo). Otra manera de influir está basada en el apoyo financiero

un medio informativo). Otra manera de influir está basada en el apoyo financiero que reciben los medios a cambio de otorgar tiempo para anuncios propagandísticos o publicitarios. Una más es la influencia directa en la información noticiosa a través de las agencias.

De lo anterior se deriva que para los medios de comunicación la información de los mensajes que transmiten no es más que una mercancía "...sensacional: no requiere almacenarse... ni se descompone porque se trata de tiempo aire." (36) Y los radioescuchas son, esencialmente, un grupo de consumidores potenciales (tanto de productos y servicios como de ideas), sin importar su papel de emisores de ideas y actitudes participativas.

El mismo fenómeno es observable en los niños radioescuchas. Por ejemplo: aunque la llamada radio comercial toma en cuenta mínimamente a los niños en su programación, sí es importante a la hora de enviar por radio o televisión anuncios publicitarios. Lo cual se comprueba al identificar que en fechas especiales como Navidad, día del niño, vacaciones o inicio de clases, los medios incrementan notablemente los anuncios de juguetes o artículos escolares y que el resto del año anuncian golosinas nada más. (37)

Al parecer, las propias emisoras se conciben solamente como empresas comercializadoras, haciendo a un lado la función social que la Ley Federal de radio y Televisión les marca, entendiéndola, en el mejor de los casos, como la obligación de transmitir noticias o brevarios culturales.

Sobre esto Ignacio Casas, actor y locutor de varios programas infantiles, comenta para El Día: Es necesario que los patrocinadores se den cuenta de que la cultura y la comercialización no están peleadas. (38)

Dichas áreas no ven gran futuro en los programas infantiles. Las emisoras tienen que vender sus programas pero la televisión acapara al público infantil, consecuentemente los patrocinadores de radio desconfían de un proyecto que por no alcanzar un nivel de audiencia necesario para levantar su estación, aquel fracase –agrega Casas.

A propósito, Marta Romo, productora de programas infantiles, argumenta que en la propia Radio Educación éstos son los de mayor audiencia. Agrega que, de hecho, este fenómeno se ha dado en Estados Unidos y Europa, donde hay emisoras dedicadas exclusivamente a los chicos y donde esos programas han permitido solventar, a su vez, otros proyectos. También comenta que así como la sociedad mexicana acostumbra copiar modelos de otros países la radio no tarda en hacer lo mismo en los espacios dedicados a los niños. (39)

Es preciso resaltar que productores y adultos relacionados con el tema no son los únicos en estar al tanto de estos proyectos. La niña Diana Soria, integrante del coro "Quiero ser parte del cuento" comentó para el diario Unomásuno, además de su emoción y agrado por trabajar en el grupo, que tienen conocimiento de que el proyecto del disco, llamado como el coro, de enseñar a los niños con música para

comprender mejor los temas, ha sido llevado a cabo en países como Canadá y que lo considera un método adecuado. **(40)**

Han existido proyectos radiofónicos de todo tipo, pero unos más difundidos que otros. Así es el caso de "Club Burbujas", el cual compartió contenidos y transmisiones con radio, televisión y prensa por igual. De aquí que su fin haya sido vender concepto y personajes a través de varios productos, como discos, juguetes, teatro o revistas.

## **VISIÓN DE LOS ANUNCIANTES**

En el tema de radio para niños es tan importante conocer la visión que de la misma tienen las autoridades de las emisoras como las empresas que ofrecen productos y servicios al público infantil.

Ya mencioné la responsabilidad de aquellos y su vínculo con el Estado o las compañías disqueras. Ahora deseo explicar la relación entre programas de radio para niños y patrocinadores.

El hecho de que estos hoy no inviertan en programas infantiles se debe a la inexistencia de los suficientes que aseguren la audiencia necesaria para ellos. **(41)**



Al respecto, Ignacio Casas comenta que los patrocinadores no tienen confianza en los programas de radio para niños, porque éstos no tienen una trayectoria ni una continuidad –como la programación infantil en televisión– que les garantice el alcance con el público, por ende, un nivel de audiencia constante. (42)

Tampoco es negable el hecho de que para los anunciantes y agencias de publicidad es fundamental manejar sus negocios en términos de "rating". ¿La razón?. Les permite conocer y seleccionar las estaciones de acuerdo con el perfil de consumidores que necesitan y saber cuánto cuesta el beneficio económico obtenido de dicha inversión publicitaria.

Por supuesto este modelo corresponde al trato que puede hacer con emisoras de formato comercial, las cuales, a su vez, participan en una situación cíclica con los productores comerciales ofrecidos por las disqueras. Esto origina –por ejemplo– que los niños retomen los productos musicales existentes en el mercado (Fey, Mercurio, etc.) a pesar de que no se dirijan a ellos ni cubran sus necesidades reales.

En cambio, los patrocinadores tienen otro tipo de relación con las emisoras estatales o culturales. El caso de Radio Educación: por ser una estación que abarca ambos rubros no tiene patrocinios con empresas privadas sino coproducciones con instituciones de la misma naturaleza (Dirección General de Publicaciones, Alas y Raíces a los niños, Niños del Rincón, etc.). Sin embargo son pocas las interesadas en niños y, a veces, en adultos o jóvenes. (43)

Radio Educación no se puede abrir a la publicidad como las estaciones comerciales. Por ello sólo se permite mencionar el nombre del coproductor al principio y al final de cualquier programa.

Algo similar sucede en Radio UNAM porque los programas infantiles, de plano, carecen de anunciantes.

Manuel Estrada Maldonado, Promotor de la programación infantil de la emisora, asegura que numerosos patrocinadores se han acercado a los espacios para niños pero han sido rechazados a cambio de conservar su libertad para tratar los temas que quieran y no tomar partido sólo porque compraron el programa.

Entre anunciantes y agencias de publicidad se maneja la idea de que los niños no escuchan radio. Así mismo no es necesario recorrer todas las estaciones radiofónicas del distrito federal para corroborar las respuestas que a éstas dan los patrocinadores.

El señor Juan Pablo O' Fariel, Director Técnico de la empresa Televisa Radio, asegura: hace como diez años los directivos decidieron que la infantil ya no era un área comercial, ante la inexistencia de patrocinadores interesados en esos programas. (44)

Igualmente representativo es el testimonio de la empresa Servicios Corporativos Bimbo, que a través del área de Mercadeo de la marca "Marinela", Liset Pichardo afirma: "Los niños casi no escuchan radio". (45)

Contrario a ese argumento, el conductor Ignacio Casas dice "Los niños son el mercado más importante, tienen necesidad de todo".

Ciertamente, los patrocinadores están al tanto de esa situación. Sin embargo, el prejuicio hacia los programas infantiles los lleva, por una parte, a no utilizar la radio infantil para anunciarse ante el "exigente" público infantil (por ende a contribuir en su desaparición o baja calidad). O bien a llegar primero al público juvenil, el cual influye directamente sobre los más pequeños en sus decisiones de compra.

La primera situación representa, por ejemplo, a Marinela (o Sabritas, empresa negada a una entrevista y que, de antemano advirtió: nosotros no estamos trabajando en radio para niños ahorita). Pero a pesar de que Servicios Corporativos Bimbo no confía mucho en la audiencia infantil, ha tenido participaciones en algunos programas durante varias épocas.

Bimbo patrocinaba "Club Burbujas" en la XEW hace más de diez años, en la XEB, media hora de programación musical a principios de 1980; (46) y en Radio 710 Marinela patrocina, desde 1997, "Sabadando"

La Cooperativa Trabajadores de Pascual se inclina por promover la compra de los jóvenes que influirán en la decisión de los niños. El porcentaje de inversión publicitaria para público infantil es mínimo (quizá 10%), en cambio para el juvenil se rebasa, por demás, ese porcentaje. (47)

Entre los niños, la Cooperativa aplica su política de darse a conocer como una empresa no contaminante y elaboradora de bebidas nutritivas, gracias al trabajo conjunto y la labor social que le dan el reconocimiento internacional por su calidad. Por ello, ofrecen, reciben y realizan con grupos de niños, desde visitas guiadas a la planta productora hasta eventos culturales a través de su Fundación.

A la Cooperativa Pascual le interesa, por supuesto, trabajar en función de los costos y del "rating" pero a través de una interacción entre niños, programas infantiles y empresas. El licenciado Severiano Méndez, del área de Mercadotecnia maneja el esquema siguiente:

Labor social +	Labor social =	Labor comercial
(empresas) +	(emisoras) =	Beneficio común

Cuando los niveles de audiencia de un programa no son satisfactorios la empresa no lo apoya. Tampoco si el plan comercial excede las posibilidades de gasto. Y condiciona la ayuda con producto de acuerdo con la forma de las menciones (Por ejemplo, éstas pueden ser más apreciadas por la empresa cuando el conductor da

a conocer en sus intervenciones la labor social realizada conjuntamente por los trabajadores.

Por su parte, los representantes de la marca "Marinela" reconocen también la importancia de la audiencia en sus decisiones para patrocinar cualquier programa radiofónico.

Otro tipo de características que un espacio de radio para niños debe cumplir son los siguientes: Para Servicios Corporativos Bimbo debe ser sano, divertido, actual y con mensaje positivo. Mientras que a la Cooperativa le preocupa la temática vinculada con derechos humanos, cultura ambiental y alimentación.

Es el turno de una idea equivocada: los niños casi no escuchan radio. Efectivamente, a nivel nacional, la radio tiene presencia en el 99% de los hogares mexicanos. **(48)** En promedio cada habitante se expone diario a la radio 2 horas 38 minutos. Y aunque los niños entre 8 y 14 años, a veces, no tengan la posibilidad de encender un radio o de elegir la programación que desean escuchar sin librarse de un regaño, están expuestos a la radio 2 horas 8 minutos aproximadamente cada día. (Tendencia que se eleva hasta 3 horas 45 minutos en los jóvenes de 15 a 19 años). **(49)**

Sin embargo no son despreciables esas cifras. Como tampoco es cierto que a los niños no les gusta escuchar radio. Su poder de decisión no lo determina. A ellos puede parecerles bien un programa que trate de animales o de videojuegos.

Los niños son consumidores potenciales y tan abiertos y sensibles a lo nuevo que los productores y conductores de radio no entienden por qué los patrocinadores no los consideran "aceleradores del proceso de producción de los bienes, por falta de poder adquisitivo". (50)

En radio hay que dar a los niños algo novedoso, eficiente y asombroso para que nos escuchen cada vez más, crezca el auditorio y los anunciantes vayan incrementando su confianza hacia la radio de calidad. Nuestro trabajo es convencerlos de que los niños escuchan radio, comenta el conductor Ignacio Casas.

Al respecto, Manuel Estrada Maldonado, dice: "Bizbirije", el programa de televisión de canal 11, ha enseñado a los medios y a los mismos patrocinadores que se pueden hacer programas de calidad- en los cuales se combinan la difusión, la recreación y el fomento a la cultura-, con apoyo de empresas privadas y reconocidas.

Y Enriqueta Calderón, Coordinadora Pedagógica de la programación infantil en dicho canal, relata: "Bizbirije" es el primer programa con ese corte característico hecho en México, lo cual hace de éste una opción novedosa y única. Pero es la calidad del programa lo que nos respalda para obtener el apoyo de los patrocinadores. Además, está comprobado que es la mejor opción para cierta clase de niños. (51)

Lo que hace falta es dar a los niños nuevas alternativas hechas con calidad y difundirlas desde el núcleo familiar y a través de los propios medios. **(52)**

## 1.4 CARENCIAS DE LA PROGRAMACIÓN INFANTIL EN LA RADIO MEXICANA

Para escribir acerca de lo que carecen los programas de radio infantil es preciso generalizar un poco y hacer una observación a los estudios de perfiles de la industria radiofónica en México.

Ya en la segunda parte del capítulo hago referencia a la insuficiencia de programas hechos para y por el radioescucha infantil, lo cual se traduce en la carencia principal en sí misma. Son 12 horas semanales, aproximadamente, las dedicadas a dicho público, aunque haya 58 estaciones de radio tan sólo en el Distrito Federal y muchas transmitan las 24 horas del día.

Sin el afán de saturar estos párrafos con números quiero citar lo que reporta la revista El Universo de la Radio –con base en cifras de la empresa INRA, de 1996.

(53) La publicación hace una distribución gráfica sobre la audiencia de las emisoras según su perfil. En ella se observan resultados como 16.83% de audiencia para las estaciones de música grupera, norteaña o de banda, un 14.44% para las de noticias, entrevistas, comentarios y culturales, un 11% peleado entre las de baladas en inglés y español y así, sucesivamente.

En ningún momento de ese estudio se destinó algún espacio a la programación infantil porque, para empezar, no existe estación de radio con ese perfil, ni siquiera



una trayectoria suficiente en los programas como para considerarla en los análisis sobre medios de comunicación masiva.

De los pocos espacios radiofónicos para niños algunos son culturales, musicales o de concursos, pero quedan relegados aquellos donde se hable de lo que acontece cada día, en términos periodísticos. Tema a tratar específicamente en el siguiente capítulo.

La mayoría de esos espacios radiofónicos tampoco cuentan con la atención necesaria de sus propias emisoras que les permita tener un registro de la continuidad a través de los años.

El caso de Radio UNAM: en mayo del presente año acudí a sus instalaciones con el fin de solicitar información que me permitiera obtener la programación radiofónica infantil de dicha estación durante los últimos diez años. Sencillamente —dijo el promotor de la misma— no hay nada escrito, ni un archivo. Es decir, la clasificación que cito de los programas infantiles en Radio UNAM se conoce gracias a pláticas con él y al monitoreo de la misma.

En Radio Educación, a pesar de que las personas más vinculadas con espacios para niños ya no laboran ahí —o esporádicamente visitan la emisora—, el área de producción cuenta con un registro, incompleto (por la falta de secuencia exacta durante algunas temporadas y de sinopsis acerca del contenido de los mismos), pero más o menos suficiente para tener un panorama general.

En grupo IMER también encontré insuficiencia en los archivos de la programación infantil, sin embargo, existe.

Hago mención específica a estas emisoras porque, paradójicamente, son las que durante los últimos diez años han puesto un poco más de atención en los radioescuchas infantiles.

A propósito, en entrevista para el diario Unomásuno, la productora de radio Marta Romo comenta que mientras no nos ocupemos de los niños como personas no es posible esperar que existan medios de comunicación excelentes para ellos, de carácter servicial, de contenido y entretenidos. Y, agrega: desafortunadamente, para la sociedad mexicana, los niños son como invisibles pues "mientras menos lata den, mejor". (54)

El párrafo anterior me da la pauta para hacer referencia acerca de la poca sensibilidad de los adultos hacia el mundo de los niños. Aquellos se concentran exclusivamente en sus actividades, pensamientos y emociones y no se ocupan en tratar a una persona de seis, nueve o doce años de acuerdo con sus propias ideas, necesidades y sentimientos.

Y la palabra adultos incluye a los de la familia, de la calle, de la escuela, así como los que dirigen una emisora, producen algún programa de radio infantil o aquellos encargados de dar a conocer y vender productos y servicios para niños.

Debe comprenderse claramente que los niños son personas muy inteligentes; que pueden –y muchos lo hacen gracias a una base familiar y cultural- pensar de manera muy individual y sin necesidad de que los adultos lo hagan por ellos.

Margarita González comenta: en la escuela ayudan a formarte para una profesión, pero, ¿Dónde queda tu personalidad e inquietudes?. Para que éstas salgan a flote tienes que participar en actividades relacionadas con tu gusto, por ejemplo un espacio donde te puedas expresar. (55)

Pero ¿cómo se obtiene esa sensibilidad?. De algo tan sencillo como el conocimiento del mundo infantil. Si los adultos en general se interesaran por observar y tener relaciones humanas más estrechas y armónicas con los niños- como puede tenerlas un pedagogo, un buen maestro o un productor de radio infantil dedicado con gusto a su trabajo- el nivel de conocimiento y de comunicación sería satisfactorio.

Sin embargo, comenta Manuel Estrada, una de las fallas principales de la programación infantil radiofónica es la falta de equipos de trabajo suficientemente capacitados para convivir y crear espacios para niños. En las universidades no existe la opción de estudiar alguna materia o especialidad en producción de programas para ellos. Y en las emisoras cuesta mucho preparar y mantener un grupo de trabajo que produzca espacios infantiles de calidad. (56)

Desafortunadamente, si no hay equipos profesionales para trabajar con niños en radio, a las empresas anunciantes de productos y servicios no les importa, ni siquiera está dentro de sus inquietudes.

Como menciono en el subcapítulo anterior, los patrocinadores piensan, -equivocadamente- que los niños ni escuchan radio ni son consumidores, lo cual se convierte en un gran obstáculo para que sigan existiendo cada vez más y mejores series infantiles.

En la radio cultural y estatal existen pocos programas infantiles (en Radio UNAM, Radio Educación, Grupo IMER) pero en la comercial no se han mantenido, por desconfianza de las empresas radiofónicas y comercializadoras hacia una programación sin trayectoria, por falta de equipos de trabajo sistematizados, entre otras razones.

A esta situación se suma el que, hasta ahorita, de las personas que han trabajado junto a niños en medios de comunicación masiva, específicamente radio (57), ninguna ha escrito sus experiencias, sugerencias u observaciones. Es decir, además de sus programas grabados en cintas guardadas en una fonoteca, su desorganizado registro en archivos de las emisoras y algunas entrevistas, no hay otro tipo de fuente informativa que aporte algo más a la difusión de radio infantil.

La labor realizada por las autoridades de las estaciones radiofónicas trasciende también en el siguiente sentido. Radio Educación tiene un Comité de Evaluación

encargado, entre otras funciones, de estudiar la programación, checar sus ciclos y solicitar series nuevas de acuerdo con las necesidades de la emisora.

En Radio UNAM los dirigentes de la emisora deciden diseñar un programa nuevo o sacarlo del aire. Aunque la razón por la cual Manuel Estrada y su equipo dejaron de producir "Entre pies y pieza", "Del tingo al tango" y "Con tantita ciencia", en 1998, fue que ya no podían hacer los programas con calidad y no querían repetir vicios de otras emisoras.

Las carencias de la programación infantil están ligadas con la calidad de su realización. En términos muy generales, comenta Manuel Estrada, un programa de calidad es uno basado en la investigación, tanto del tema que se va a hablar como de las características de los radioescuchas. En este caso la indagación permite ofrecer un guión radiofónico trabajado lo mejor posible para los niños. Además el guión radiofónico es la base de una buena producción.

Un programa para niños en Radio Educación tiene como objetivo orientarlos, respaldarlos, darles cultura y algo útil. Pero esto es imposible –para cualquier estación- sin un guión cuidadoso en la investigación, el tratamiento de la información obtenida y el lenguaje empleado en los mensajes, el cual debe adecuarse al nivel de la audiencia.

Tener una serie infantil de calidad depende, también, de la actitud que su productor tenga hacia el mundo de los niños. Necesita conocer, por ejemplo, las

necesidades personales según las edades, porcentajes demográficos, costumbres, literatura, intereses, roles sociales, valores, etc. Además de ser conocedor del medio radiofónico, desde investigación y guionismo hasta realización, musicalización y edición.

Otro faltante en la programación infantil es el hecho de compartir horarios. Es decir, la mayoría de ellos han sido, y son, transmitidos más o menos a la misma hora (entre 7 y 10 de la mañana). Y, por lo regular, sábados y domingos. Tal pareciera que los niños sólo escuchan radio o sólo existen en esos horarios. Sin embargo, las estadísticas y el sentido común permiten observar que ellos tienen contacto con el medio mucho más tiempo y durante varios momentos del día. **(58)**

Regularmente los niños mexicanos escuchan los programas de radio y la música que en su casa acostumbran escuchar las personas mayores a él. Dentro del núcleo familiar no se pelea tanto la televisión como el radio, pero si el caso se da éste no es cedido o permitido a los niños porque su rango dentro de la jerarquía familiar no siempre les garantiza el derecho a decidir lo que desean escuchar y a veces tampoco el de manipular el aparato de radio.

Sin embargo –y también sin su elección- los niños tienen contacto con dicho medio de comunicación fuera de casa: en la tiendita, en el tianguis, en el coche o microbús. En pocas palabras, un dato que no debe ser excluido de la investigación es que el 15.9% de la audiencia radiofónica, está entre los 7 y 12 años. **(59)**

Sobre el asunto de los horarios, Manuel Estrada comenta que en una Feria de la Radio para niños que se realizó en México hace algunos años, se reunieron los 15 productores de dicho género en ese momento. Ellos intercambiaron opiniones, experiencias y sugerencias para el mejoramiento de la programación.

Radio UNAM propuso que se dividieran el día entre todos los programas con el fin de evitar las coincidencias de horarios (así como de aumentar las posibilidades de ser escuchados por más niños). Sin embargo “los cotos cerrados y las envidias no lo permitieron” (60)

Los programas infantiles en radio aparecen y desaparecen porque, generalmente, se hacen con buenas intenciones pero muy poca sistematización, comenta Marta Romo. Y hace énfasis en que la inteligencia, capacidad y energía para atender simultáneamente varias cosas no es fácil. Así como tampoco lo es captar la atención de los niños en un programa radiofónico. Pero con respeto, comunicación a través de diversión, conocimiento y apertura hacia lo que proceda de un niño se puede hacer uno.

La propia Ley Federal de Radio y Televisión –en su artículo 59 bis- especifica que todo programa infantil debe cumplir los siguientes requisitos:

Propiciar el desarrollo armónico de la niñez; estimular la creatividad, la integración familiar y la solidaridad humana; procurar la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional; promover el

interés científico, artístico y social de los niños; y proporcionar diversión y coadyuvar al proceso formativo en la infancia. (61)

Estas condiciones deben estar presentes en el pensamiento de todos los involucrados a la hora de realizar un programa radiofónico para los niños de México, creando cada vez más y mejores proyectos para ellos.



## CAPÍTULO UNO

## NOTAS

- 1 Escardó Florencio. La sociedad ante el niño. p. 107-109
- 2 Larroyo, Francisco. La Ciencia de la Educación. p. 10
- 3 Stone y Church. Niñez y adolescencia. p. 216
- 4 Entrevista a Enriqueta Calderón, Coordinadora Pedagógica de la programación infantil en canal once, 8 de julio de 1999.
- 5 Larroyo, Francisco. Op.cit. p. 111
- 6 Clauss, G. Psicología del niño escolar. p. 56
- 7 Estudio citado por G. Clauss op.cit. p. 92-93
- 8 Ibid. p. 99
- 9 Stone y Church. Op. Cit. p. 239  
(De acuerdo con una explicación sencilla de diccionario:  
**Aliteración:** figura retórica en la cual se emplean voces en que se repiten las mismas letras (no es mala la lana ésta); semejanza entre voces de sentido diferente (jácara y jícara)  
**Onomatopeya:** palabra que imita el sonido de la casa que significa (croac, saz, pum)  
**Anagrama:** palabra que resulta de la transposición de las letras de otra (Amor Roma)  
**Ambigüedad:** cosa incierta, turbia, de doble sentido  
**Sarcasmo:** burla sangrienta, ironía mordaz  
**Ironía:** burla o sarcasmo que consiste en dar a entender lo contrario de lo que se dice).
- 10 Ibid. p.100
- 11 Entrevista a Manuel Estrada Maldonado, Promotor de la barra infantil de Radio UNAM 12 de mayo de 1999.
- 12 Entrevista a Laura Téllez, Psicóloga, 20 de mayo de 1999.
- 13 Stone. Op. Cit. p. 101
- 14 Clauss. Op. Cit. p. 78
- 15 Entrevista a Ignacio Casas, conductor de programas radiofónicos para niños. 29 de junio de 1999
- 16 Clauss. Op. Cit. p. 89-90
- 17 May, Frank B. La enseñanza del lenguaje como comunicación. Pp. 150
- 18 Entrevista a Laura Téllez, Psicóloga. 20 de mayo de 1999
- 19 Clauss. Op. Cit. p. 102-103.
- 20 Watson, Robert. Psicología del niño y del adolescente. pp.547-549
- 21 Papalia, Diane. El mundo del niño. T 3 pp.546-547
- 22 Watson, Robert. Op.cit. p. 549
- 23 Reymond-Drivier, B. El desarrollo social del niño y del adolescente. p. 122
- 24 Stone y Church. Op. Cit. p. 220
- 25 Esos diez años han sido los más descuidados por la XEW AM, afirma Juan Pablo O'Farril, Director Técnico de Televisa Radio. Y, simultáneamente, según Manuel Estrada, Promotor de Radio UNAM, esta emisora ha puesto

resoluciones dependen de las autoridades en turno de cada empresa radiofónica.

- 26 Coronado Zarco, Claudia P. La radio infantil en México... Tesis. P.10
- 27 Radio Centro, Radio Mil, Radio Felicidad, Radio Variedades, la Tropi Q y la XEB, respectivamente.
- 28 Luis Reyes de la Maza, director de RTC en 1980, declaró al respecto: no se encadenó "para que no fuera una imposición y poder dar al radioescucha infantil la posibilidad de cambiar de sintonía, en caso de que no desee oír el programa". Ibid. p. 15
- 29 Entrevista realizada a Juan Pablo O' Farril, 15 de julio de 1999.
- 30 Entrevista a el Licenciado Favio Arenas Basurto. Ex 28 de febrero de 2001
- 31 Como parte de la reestructuración que acontece en la XEW AM y resultado del trabajo e interés de la nueva dirigencia en Televisa Radio.
- 32 Entrevista realizada a Margarita González, productora del programa "Circo, maroma y libros". 8 de junio de 1999.
- 33 Entrevista a Manuel Estrada, productor del programa "Sube y baja". 12 de mayo de 1999.
- 34 Rebeil Corella, María Antonieta. et. al. Perfiles del cuadrante: Experiencias de la radio. p.60
- 35 Bohmann, Karin. Medios de comunicación y sistemas informativos en México. pp. 248-249
- 36 Rebeil. Op.cit. p.59
- 37 Cruz, Rosalba. Op. Cit. pp.10-11
- 38 Trujillo, Hugo. "La radio infantil se resiste a morir". El Día. 30 de abril de 1997. p. 24
- 39 Gamboa, Nicolás. "Las 58 estaciones de radio del D.F..." Unomásuno 30 de abril de 1997. p. 23
- 40 Matamoros, Mauricio. "Los adultos creen que la música para niños debe ser elemental". Unomásuno 3 de marzo de 1999.
- 41 Trujillo, Hugo. Loc.cit.
- 42 Entrevista a Ignacio Casas, actor y conductor infantil. 29 de junio de 1999.
- 43 Entrevista a Margarita González, productora de radio infantil. 8 de junio de 1999.
- 44 Entrevista a Juan Pablo O' Farril, Director Técnico de Televisa Radio. 15 de julio de 1999.
- 45 Entrevista a Liset Pichardo, área de Mercadeo, Servicios Corporativos Bimbo. 22 de julio de 1999.
- 46 Cruz, Rosalba. Loc.cit.
- 47 Entrevista al licenciado Severiano Méndez. Mercadotecnia, Cooperativa Trabajadores de Pascual. 5 de julio de 1999.
- 48 CIRT. Estudio de Hábitos y Consumo de los Radioescuchas del... p.9
- 49 Peña, Vladimir. La radio en la escuela. p. 17
- 50 Entrevista a Manuel Estrada, Promotor de la programación infantil de radio UNAM. 12 de mayo de 1999.
- 51 Niños entre 6 y 12 años, de nivel socioeconómico medio y de escuelas oficiales sin acceso a la televisión restringida. (Entrevista a Enriqueta Calderón. 8 de julio de 1999).

- 52 Desde 1998, la Secretaría de Educación Pública está impartiendo a los maestros el curso "Educación para los medios". En él se promueve la idea de utilizar los medios de comunicación a favor de la educación y evitar que éstos continúen llenando equivocadamente los vacíos que la propia familia genera a todos sus integrantes originando cada vez más su separación y entorpeciendo el nivel comunicacional.
- 53 ARVM. El Universo de la Radio. Num. 3 p.41
- 54 Gamboa, Nicolás. Loc. Cit.
- 55 Entrevista a Margarita González. 8 de junio de 1999.
- 56 Entrevista a Manuel Estrada. 12 de mayo de 1999.
- 57 Por mencionar algunos: Marta Romo, Rocío Sanz, Lourdes Müggenburg, etc.
- 58 CIRT. Estudio de Hábitos... p.25
- 59 ARVM. El Universo de la radio. Num. 2 p.31
- 60 Entrevista a Manuel Estrada. 12 de mayo de 1999.
- 61 CIRT. Ley Federal de Radio y Televisión. 1994. p.155

## **CAPÍTULO DOS**

### **PERIODISMO RADIOFÓNICO PARA NIÑOS ¿EXISTE?**

#### **2.1 NECESIDAD DE NOTICIARIOS PARA NIÑOS**

La importancia del periodismo radiofónico está en su rapidez, a lo cual se suman – actualmente- la claridad y la inmediatez.

La radio se encuentra en cierta desventaja frente a la televisión ya que ésta, además de poder informar también en el momento de la noticia, lo hace con video. Sin embargo el despliegue técnico y humano retrasa la transmisión con imagen. Es decir, la televisión no puede trabajar en condiciones técnicas precarias como la radio. (1)

A propósito de las ventajas de la radio, la psicóloga Patricia Greenfield indica que ésta puede estimular más el trabajo y desarrollo de la imaginación en una persona a través del sonido que la televisión con la imagen. Ella cita los resultados de una prueba hecha con niños de edad escolar. Esta consistió en pedir a los chicos que idearan y continuaran el desenlace de una historia transmitida anteriormente por televisión a unos y por radio a los otros.

radioescucha lo llene con su imaginación". (2) Sin embargo, existen pocos programas en televisión que también ayudan al desarrollo de la imaginación en los niños telespectadores.

Greenfield escribe, además, que la información auditiva o televisiva es recordable en la misma proporción por niños de cinco años aproximadamente. En cambio, los de más edad son capaces de percibir mejor un mensaje sólo de origen verbal (3) Incluso, comenta acerca del hecho de que muchos estudiantes universitarios realicen escritos con mensajes muy vagos, que éstos pueden ser consecuencia – a largo plazo- de la exposición de muchas horas a la televisión durante su infancia.

(4)

Karin Bohmann cita un estudio realizado por el CEMPAE (Centro para el Estudio de Medios y Procedimientos Avanzados de la Educación), sobre la influencia de la televisión en niños de edad preescolar y habitantes de colonias obreras. En él se revela que la identificación de los niños con personajes heroicos y la cantidad de diversión otorgada por ésta repercuten sobre su moral, conocimiento y modelos de conducta.

Además, la televisión no estimula ni fomenta la creatividad y deseos de conocer más en los niños, lo cual, posiblemente, "... los condiciona a temprana edad a que se adquiriera, por medio televisivo, un comportamiento conservador". Y, a su vez, esto implica preparar y acostumbrar a los niños a estar de acuerdo con un comportamiento tradicional. (5)

Thomas Jersild participa en investigaciones sobre el mismo tema. Sus resultados indican que en los años setenta los escolares de primaria pasaban, más o menos, una séptima parte de sus horas escuchando radio y los de televisión un poco más. (6)

Tomando en cuenta fines de semana y días laborales muchos niños dedicaban a ambos medios casi el mismo tiempo que transcurrían en la escuela. Hoy, en promedio, un niño escucha radio aproximadamente dos horas al día. (7)

Todos estos datos no están presentes con el fin de descalificar a la televisión, mucho menos con el de adornar a la radio, sino que a partir de sus ventajas la industria radiofónica se convierte en un ambiente propicio para la educación de las personas desde su infancia. Aunque cualquier medio de comunicación puede ser un instrumento útil para el desarrollo y aprendizaje del hombre, si se usa adecuadamente.

A través de las comparaciones entre radio y televisión busco complementar el planteamiento de una situación real en la industria radiofónica actual en el área metropolitana y el Distrito Federal, iniciado en el primer capítulo, la inexistencia de programas periodísticos para niños.

Cierta es la dificultad de esperar la apertura de opciones en medios de comunicación masiva como radio o prensa para algunos sectores de la población

—entre ellos la niñez. Sin embargo considero que la calidad, quizá no técnica pero sí metodológica, o una propuesta novedosa, pueden participar en tal mejoramiento.

En cuanto a los contenidos de los programas se ha observado que, a pesar de las diferencias de intereses entre niños y adultos, regularmente la radio ubica la preferencia hacia los dramas y conflictos familiares. Y aunque la televisión despierta más intereses a chicos y grandes que la radio, el hecho de que un niño tenga gusto por algún programa no significa que éste satisfaga la necesidad del mismo. (8)

De hecho, tanto un lenguaje radiofónico específico así como el alcance de la radio hacen de ésta un medio de comunicación reconocido por la oportunidad o posibilidad para modificar opiniones y actitudes de los escuchas a través de campañas educativas, publicitarias o políticas que presentan la información.

Por su parte, los géneros informativos se separan en tres grupos: los noticiosos — que informan rápido y concisamente acerca de los acontecimientos—, los analíticos— cuyo lenguaje es más abstracto —y los que informan para educar.

Los géneros periodísticos radiofónicos son la crónica, el reportaje, la entrevista y el noticiero. Estos consisten en “La redacción previa y la lectura en vivo ante el micrófono de textos semejantes a los encabezados y el primer párrafo de las noticias de los periódicos”. (9)

En la radio se hacen mesas redondas y debates entre especialistas en algún tema considerado de interés periodístico por su actualidad.

El periodista Joaquín López Dóriga opina "Para mí la noticia es algo que ocurre, que se da, que estalla, que nos afecta a todos, que nos interesa a todos. La información radiofónica es darlo (ese algo) bien y darlo a tiempo. Ese es el secreto...y después...dar la gran explicación de qué es lo que ocurrió, cómo, por qué y cuáles son sus repercusiones". (10)

Así, al ser la noticia el hecho de interés para todos o una mayoría, empresas de estudio de opinión pública se han dado a la tarea de investigar niveles de audiencia de los diferentes géneros radiofónicos. Por ello registro que, según la empresa Nielsen, en febrero de 1997 los noticieros matutinos de la radio mexicana fueron los más escuchados durante el día, con un 68.59%. (11)

Sobre este fenómeno, comenta Carlos Ramos Padilla, del noticiero "Al momento", que "... es a través de la información, el entretenimiento y la diversión como se gana audiencia...". (12)

¿Es necesario un noticiero radiofónico para captar la audiencia infantil? La respuesta se encuentra en el acceso a la información que ya tienen los niños. El cual es demostrado en sus preguntas e inquietudes o cuando leen una revista y la



entienden. Incluso les atraen las cuestiones sociales o políticas porque tienen contacto con los noticieros para adultos. **(13)**

Enriqueta Calderón (Coordinadora pedagógica de la programación infantil en canal 11) dice: ellos se preocupan por la ecología, la delincuencia, la contaminación y hasta por la economía y la política. Esta es percibida por los niños gracias a la propaganda y a la publicidad (además en cualquier nivel –padres, maestros, niños o jóvenes -se viven momentos politizados por tanta información). Y perciben la economía en el hogar, en la medida que entienden o distinguen su situación económica y la de otros niños. **(14)**

La psicóloga Laura Téllez participa al opinar: la sociedad vive tanta agresividad actualmente que los niños ponen atención en ese tipo de noticias. Su conducta violenta permite identificar dicha preferencia. **(15)**

Y aunque muchos niños mexicanos nacen y viven en hogares y ambientes hostiles, con temor, inseguridad y carencias de todo tipo, no por ello los espacios en radio deben servir como distractores únicamente, presentándoles temas “bonitos” o “blancos” cuando a muchos les atraen fenómenos más reales.

Por consiguiente, si la industria radiofónica atraviesa una etapa de especialización en los programas informativos –reflejada tanto en contenidos, lenguaje y estructura, así como en la visión de sus colaboradores- se incrementa la tendencia a crear lo que a determinado grupo social le interesa. **(16)**

Y en este fenómeno, por supuesto, incluyo –desde una visión demográfica- la población aproximada y no despreciable del 35% que conforman habitantes menores de 15 años (17) y que hoy no tienen oportunidad de escuchar por radio un programa periodístico al mismo tiempo que puedan participar, divertirse y aprender algo nuevo y útil cada día.

Todo esto con el fin de que la siguiente cita pueda ser naturalmente aplicada a la audiencia infantil.

"Nuestra concepción del periodismo no se agota en lograr la noticia y transmitirla al auditorio sin más, intentamos contextualizar la noticia en el tiempo y en el espacio en que ocurre, con el propósito de aportarle a nuestro auditorio mayores elementos informativos que le permitan formar su propio juicio". (18)

## **2.2 ADAPTACIÓN DEL LENGUAJE PERIODÍSTICO EN NOTICIAS PARA NIÑOS.**

El lenguaje, como escribe Humbert Boada, atiende dos sentidos en la humanidad. Uno, ser medio de comunicación entre hombres y mujeres. Otro, servir como instrumento de pensamiento al interior de cada individuo. **(19)**

Y así como hay que tomar en cuenta que no es lo mismo hablar a un grupo de padres, de universitarios o de banqueros, tampoco lo es dirigirse a niños de seis o doce años (incluso hay que respetar el rol social desempeñado por niñas y niños al momento de hablarles). Es decir, no se pueden utilizar las mismas palabras y significados con niños que con adultos.

Las razones de diferencia en cada situación comunicativa son desde el nivel socioeconómico hasta el cultural. **(20)** Y aunque el perfil de los papás (cultural o de estudios) coincida proporcionalmente con el de los hijos, al hablar a éstos hay que utilizar un lenguaje específico.

Acerca de las características de lenguaje con que se les debe hablar a los niños, los siguientes puntos de vista son interesantes.

Una psicóloga dice: "Hablarles con palabras que ellos entiendan, sin tecnicismos". **(21)**

Una productora de radio para niños opina: "El lenguaje sin palabras complicadas es el más indicado". (22)

Una coordinadora pedagógica en televisión para niños comenta: "Yo estoy convencida que no tienes que hablar mal para hablar como niño. Hablar para ellos es no usar frases gramaticales muy estructuradas o no usar –por ejemplo- tres o cuatro ideas en una sola frase." (23)

Un actor y conductor de radio para niños argumenta: a los niños "...no se les puede hablar de una forma solemne o seria, ni hacerse el maestro, al contrario, debe ser amena, coloquial, jugando, echando relajo, sin tanto rollo ni formalismos". (24)

Una investigadora social agrega: "Un fino oído y un alma fresca son necesarios para hablarles a los niños sin parecer un padre severo, un maestro regañón, un cura moralista." (25)

Todo parece indicar que elaborar mensajes con palabras, ideas y sonidos para niñas y niños es más fácil de lo que se piensa. Pero no es así.

No es necesario, entonces, recurrir al lenguaje y formatos del periodismo radiofónico actual para escribir noticias dirigidas a los niños. Es decir, no hay

razón para limitarse a esos modelos ya que no garantizan una mejor comprensión de los mensajes en los niños por no haber sido escritos para ellos.

Quizá, como opina la licenciada Enriqueta Calderón, el lenguaje utilizado por los noticiarios en radio y televisión sea sencillo y suficiente para ser comprendido por los jóvenes y adultos, y la única desventaja de parte de los niños —que medio los ven o escuchan— es la referencia del contexto. **(26)**

Sin embargo, y sin hacer de lado la teoría del periodismo, hay que atraer y mantener atentos a los niños con algo nuevo.

Para conseguirlo es preciso tener conocimiento del tipo de palabras, ideas, temas y ritmos que llaman más su atención y utilizarlos. Igualmente es importante, desde la perspectiva de los niños y la de quienes conviven con ellos, saber cuáles elementos de los noticiarios o redacción de notas son rescatables al momento de elaborar mensajes periodísticos para niños.

Durante su desarrollo los niños van formando sus ideas o representaciones dentro de un sistema cultural por medio de intercambios. Estos se dan a través de juegos, conversaciones u observaciones en casa, la escuela, la calle y los medios de comunicación masiva

En la primera parte del capítulo uno ya hice referencia a la preferencia de los niños por recurrir a onomatopeyas, rimas, etcétera, en sus intercambios, pero deseo agregar algo más.

Enriqueta Calderón comenta que a pesar de seguir siendo importante el juego, los niños de ocho años o más son más realistas. En ese entorno –por el contacto con los medios de comunicación masiva y por nuevos conceptos abordados en la escuela - , hay temas sociales que ocupan su mente además de la amistad, las relaciones personales, la creatividad, la escuela o la ecología; tal es el caso de la política.

Acerca de ésta, los niños manejan mucho la idea de que los gobernantes deberían cuidar la seguridad de las personas. O que es obligación del gobierno hacer válidos los derechos de los niños. Los programas de noticias que están a su alcance les dan la referencia para pensar en ello. Igualmente, las opiniones y conversaciones que escuchan los involucran y hacen preguntar –incluso explicar ocasionalmente- cosas relacionadas. Esto, desde luego, si en la escuela o la casa hay contacto con ese tipo de actividades e información.

En las escuelas oficiales de educación primaria se contemplan actualmente estos temas. Por ejemplo: se enseña cuáles son los derechos y obligaciones de ciudadanos, niños y autoridades; así como algunos artículos de la Constitución mexicana o conceptos como leyes, seguridad pública o elecciones.

Una vez que se deja atrás la idea de que a ningún niño le interesa lo que pasa afuera de su mundo de juego y que sí le llaman la atención temas sociales con los cuales tiene contacto, ¿Por qué no contemplar la posibilidad de adaptar el lenguaje periodístico a los recursos lingüísticos de ellos mediante noticias?

Cristina Romo sugiere algunas indicaciones para redactar noticias radiofónicas:

Usar correctamente la puntuación: usar la coma y el punto; no usar signos de interrogación; elaborar frases breves.

Usar tiempo presente del verbo (para resaltar oportunidad y actualidad de la noticia).

No recurrir a las conjugaciones complicadas.

Preferir la voz activa a la voz pasiva.

Estructurar oraciones según el esquema sujeto-verbo-complemento.

Usar vocabulario amplio en sustantivos, así como verbos sencillos y concretos.

Usar adecuadamente y sin exageración los adjetivos.

Evitar adverbios (excepto los de tiempo).

Sustituir con sinónimos palabras difíciles de comprender o pronunciar.

Sustituir pronombres personales por nombres propios.

No exagerar el uso de gentilicios.

Evitar datos estadísticos. Redondear cifras.

Si comienza la nota con nombre de persona, precederlo con título o puesto que ésta ocupa.

No comenzar con números ni interrogantes.

Citar la fuente informativa. **(27)**

Igualmente Leñero y Marín participan al indicar que la redacción de una nota periodística debe ser objetiva (sin escribir en primera persona ni usar adjetivos y adverbios), sencilla (usar palabras de uso común, evitar términos técnicos y construcciones gramaticales complicadas), clara (al alcance de todos), precisa, sintaxis correcta) y concisa (sin “adornos”, con frases simples y breves y con palabras indispensables). **(28)**

Cuando los autores ya citados escribieron estas sugerencias, probablemente lo hicieron pensando sólo en noticias para jóvenes y adultos. Pero ¿Acaso alguna de ellas debe ser excluida a la hora de escribir una noticia para que la escuchen niñas y niños de diez o doce años?

Desde luego eso no es todo lo necesario. Enriqueta Calderón recomienda no mezclar más de dos ideas en una misma frase porque ni el locutor va a poderlo entonar correctamente, ni quienes lo escuchen entenderán.

Ella dice, no es necesario usar tanto los diminutivos. Nunca decirles “amiguitos” porque no les gusta. **(29)** Ni usar palabras tan coloquiales o agresivas (otras



igualmente juveniles acercan a los niños). Hay que cuidar también el uso de gerundios, verbos y superlativos.

Después de tales aportaciones para redactar una noticia radiofónica que sea entendida por niños –y personas de diferentes edades y capacidades intelectuales- se requiere claridad, sencillez y brevedad. Entendimiento del radioescucha que debe ser buscado desde la primera y única vez que la nota se transmite por radio.

Acerca de la estructura de las noticias Cristina Romo indica que cuando son muy importantes éstas se integran por un arranque, un "lead" o entrada, la narración y el cierre. Pero si son comunes, en un solo párrafo y con frases cortas se da una entrada que responda dos de las cinco preguntas clásicas del periodismo (las más importantes según la naturaleza de la propia noticia). **(30)**

Sin embargo no valdría el trabajo realizado en la elaboración de notas para niños si ellos no logran entenderla por otros factores como la contextualización.

Desafortunadamente muy pocos niños y niñas tienen la suficiente información para entender el contenido de las noticias que se presentan más o menos seriadas. Y por mucha atención que pongan en las frases no captan la idea. Por ello es recomendable dar primero el contexto y luego la noticia para que sea entendida por los niños.

Al respecto comenta Margarita González, productora del programa radiofónico infantil "Circo, maroma y libros": los noticieros comunes no son muy atractivos a los niños porque ellos necesitan información anterior para entender los mensajes.

Por ejemplo, si a ellos les interesa saber sobre contaminación les das una nota sobre las razones por las cuales mueren tantos peces en el mar o enferman muchas personas del estómago. Es decir, darles la noticia por medio de un ejemplo que les resulte cotidiano funcionaría mejor –sugiere la productora.

Así mismo, seguir modelos de redacción actuales le da cierto "encanto" al mensaje y ayuda a ser identificado como noticia por los niños – comenta Enriqueta Calderón. "Pero dales un chiste entre noticia y noticia o no se quedan a escuchar".

Para poder captar los conocimientos teóricos del periodismo radiofónico no hay que partir del pensamiento adulto sino del de los niños. Observar cómo hablan, qué dicen, qué les asombra, qué les interesa y qué son capaces de ofrecer. Y ello está presente desde el primer capítulo de este trabajo.

Los niños aprenden muchas cosas de los medios de comunicación masiva. Por lo tanto el lenguaje requiere un cuidado especial ya que, finalmente, se les enseña a hablar a través de ellos: éste es el compromiso de cualquier comunicador.

## CAPÍTULO DOS

### NOTAS

- 1 Romo Gil, María Cristina. Introducción al conocimiento y práctica de la radio. p. 70
- 2 Greenfield, Patricia. El niño y los medios de comunicación. pp.123-127
- 3 Ibid. pp. 119-120
- 4 Ibid. pp. 122-123
- 5 Bohmann, Karin. Medios de comunicación y sistemas informativos en México. p.198
- 6 Jersild, Thomas. Psicología infantil. p. 472
- 7 Peña y Viveros. La radio en la escuela. p. 8
- 8 Jersild, Thomas. Op. Cit. p. 472
- 9 UAM-X. El sonido de la radio. Pp.80-81
- 10 Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM). El Universo de la radio. Vol.1 num.4 p.13
- 11 Ibid. p. 25
- 12 Ibid. p.11
- 13 Entrevista a la licenciada Enriqueta Calderón, Coordinadora Pedagógica de la programación infantil en canal 11. 8 de julio de 1999.
- 14 Entrevista a Enriqueta Calderón.
- 15 Entrevista a la licenciada Laura Téllez, Psicóloga en la escuela primaria Licenciado Miguel Serrano.18 de mayo de 1999.
- 16 Al respecto, el señor Juan Pablo O' Farril, de la empresa Televisa Radio, comenta que, en estos momentos, la radio está creando programas de acuerdo con los niveles socioeconómicos. Entrevista. 15 de julio de 1999.
- 17 INEGI. Censo 1998
- 18 ARVM. El Universo de la radio. Vol.1 num. 4 p.7
- 19 Boada, Humbert. El desarrollo de la comunicación. P.7
- 20 En la mayoría de los casos la inexistencia de una estimulación temprana para pensar, hablar o comunicarse depende tanto del acceso cultural como de la situación socioeconómica que la familia otorga a un integrante desde su niñez
- 21 Entrevista a la psicóloga Laura Téllez. 18 de mayo de 1999.
- 22 Entrevista a Margarita González, Productora del programa "Circo, maroma y libros". 8 de junio de 1999.
- 23 Entrevista a Enriqueta Calderón, Coordinadora pedagógica de la programación infantil en canal 11. 18 de mayo de 1999.
- 24 Trujillo, Hugo. "La radio infantil se resiste a morir". El Día. 30 de abril de 1997. P.24
- 25 Toussaint, Florence. "Radio infantil". Proceso. Num.375 p.63
- 26 Por supuesto me refiero sólo a las personas que acostumbran ver o escuchar los noticiarios con cierta frecuencia.
- 27 Romo, Cristina. Op.cit. pp. 73-75

- 27 Romo, Cristina. Op.cit. pp. 73-75
- 28 Leñero y Marín. Manual de periodismo. pp. 54-56
- 29 Jesús Sánchez Maldonado, Margarita González, Ignacio Casas y Enriqueta Calderón (involucrados en la realización de programas para niños) coinciden en que a la mayoría de los niños no les agrada ese diminutivo.
- 30 Romo, Cristina. Op.cit. p. 75

## **CAPITULO TRES**

### **“NOTIPANDILLA”: ALTERNATIVA DE INFORMACIÓN, ENTRETENIMIENTO Y OPINIÓN PARA NIÑOS POR RADIO**

#### **3.1 CONCEPTO**

“Notipandilla” es la propuesta de un programa radiofónico. No es una lista de sugerencias para salir de casa y divertirse el fin de semana. Tampoco es sartal de saludos, peticiones musicales o participaciones en concursos.

La intención es crear una serie de tipo informativa, cuyo propósito es proporcionar datos de sucesos o noticias importantes para la comunidad infantil del Distrito Federal y área metropolitana.

La propuesta se dirige –como he señalado- a niñas y niños de edad escolar o intermedia (1) porque en ella comienza a despertarse un interés mayor hacia el mundo exterior y el funcionamiento de las cosas, los fenómenos y la información en general. También es en esa etapa cuando los niños empiezan a tener contacto mayor con los mensajes de los medios de comunicación masiva y con los conceptos “grupo”, “equipo”, “pandilla” y “club”.

¿Por qué "Notipandilla"? Nombrarlo de esta manera no es producto de la casualidad sino del ensayo de frases y palabras alusivas al concepto.

El término es nuevo, ya que no ha existido -hasta ahora- algún programa o sección del mismo llamado así. Su brevedad y expresiones coloquiales le permiten ser memorizado por cualquier persona y pronunciado con facilidad.

También es atractivo porque en esa etapa los niños recurren a practicar actividades grupales, a formar clubes y a crear sus propias reglas.

Así mismo, el nombre expresa con claridad lo que "Notipandilla" pretende ser: una serie radiofónica periodística cuyo tratamiento de la información sea producto de la participación de niños, los que conformen "La Pandilla".

Ciertamente los niños solos no podrían elaborar el noticiario. Ellos participaran sugiriendo ideas al guionista y escribiendo los textos en la forma que hablan los de sus misma edad, seguramente con defectos gramaticales o sintácticos pero a su modo.

La información con que "La Pandilla" trabajará necesariamente debe ser elegida por sus integrantes. Nadie más sabrá qué datos son interesantes para los niños que los propios niños. No deben ser limitados en ese aspecto. Ellos eligen . Pero determina el común acuerdo entre ellos, autoridades de la estación y los demás que participan en la producción del noticiario.

Es posible seguir el ejemplo de Radio Universidad. El Promotor de la barra infantil en dicha estación, Manuel Estrada Maldonado, afirma "Se nos han acercado muchos patrocinadores y no hemos querido (aceptar sus propuestas); no vamos a arriesgar un espacio como nuestra barra infantil por dinero, porque tenemos libertad para decir lo que queremos". (2)

Los aspectos noticiosos que abarca el proyecto son el social, económico, político, deportivo y cultural. Aunque algunos no sean abordados por la mayoría de los programas dedicados a la niñez. Y a pesar de que requieran más cuidado de quienes están involucrados en el tratamiento de su contenido, no es imposible dar forma a algún producto periodístico para la audiencia infantil.

Comunicarse con niños de nivel escolar primario (y parte del secundario), por medio de noticias, reportajes o entrevistas es una tarea difícil. Ellos necesitan el ejemplo y la motivación de los jóvenes y adultos con quienes conviven (incluso para escuchar o ver algún programa de calidad y que les aporte algo positivo).

Pero, tan solo la existencia de un programa radiofónico novedoso e interesante puede ser suficiente para atraerlos; siempre y cuando tenga difusión.

El entretenimiento no está peleado con la información periodística. Por ello "Notipandilla" los combina y, además, ofrece la oportunidad de expresar opiniones de los mensajes, tan valiosas como las de un adulto. (3)

Mi propuesta, desde luego, tiene varias finalidades.

Los objetivos generales son:

- 1 Crear un proyecto radiofónico infantil de contenido periodístico.
- 2 Promover en la audiencia infantil del área metropolitana el interés y gusto por conocer los sucesos de tipo social, económico, político, deportivo y cultural que afectan la sociedad donde viven, a través de un programa de radio.

Específicamente pretendo:

- 1 Sugerir un programa de radio para niños entre ocho y doce años que mezcle información periodística y opiniones con entretenimiento y diversión, en lugar de la sobriedad poco atractiva que para los niños representan los programas informativos y de análisis creados para jóvenes y adultos.
- 2 Proponer un método que estimule la participación de los niños y que disminuya su temor a opinar en un programa de radio.
- 3 Integrar a el equipo de producción del programa "Notipandilla" niños de edad intermedia como un recurso para atraer a la audiencia infantil.
- 4 Adaptar el lenguaje periodístico a un noticiero radiofónico hecho especialmente para los niños entre ocho y doce años de la ciudad de México.



4 Adaptar el lenguaje periodístico a un noticiario radiofónico hecho especialmente para los niños entre ocho y doce años de la ciudad de México.

### **3.2 ESTRUCTURA Y DINAMICA**

Este subcapítulo corresponde a la descripción de la forma como visualizo la transmisión de la serie. Para conseguirlo –escribe Mario Kaplún- "... hay que pensar y encontrar todas esas características formales que confieren al programa personalidad y atractivo." (4)

Provocar el interés de los niños en una serie radiofónica hecha para ellos no es fácil. Inicialmente debido a su exigencia por ritmos vertiginosos, asombrosos y diversión conjuntos. Pero también por falta de difusión de los programas.

En esta parte de la investigación propongo un método para estimular la participación de los niños y niñas de edad escolar en un programa de radio. Dicho espacio mezcla información, opiniones, música o entretenimiento divertido para ellos y ellas.

La idea consiste en que un grupo de dos o tres niños –de la edad ya referida- trabaje desde la preproducción hasta la realización del programa. Que participen

La intención de que participen en la redacción e investigación es hacer los guiones de la manera más entendible para ellos; en tanto emplearán la gramática y la sintaxis a que recurren los de su misma edad.

La conducción estará a cargo de tres personajes infantiles y un adulto que los va a coordinar. Ellos representarán alguno de los personajes. Su característica primordial será el acento con que hablen, más que una personalidad o historia personal.

Lo que me importa es posicionar en el oído y memoria de los radioescuchas las cuatro voces de los conductores. Las cuales se planean cómicas y atractivas para los niños de dicha edad, principalmente.

Esas voces corresponderán a un niño "fresa", un niño "provinciano" y uno "citadino". El conductor adulto empleará un ritmo acelerado al hablar.

Concretamente "Notipandilla" se integra por cuatro secciones..

- 1 "Informador Pandilla": Exposición de noticias más importantes, en forma de diálogo, chisme, cuento o periodístico, precedidas por una breve explicación de palabras mencionadas en la sección y que quizá no todos los pandillaescuchas tengan claro su significado.

- 2 "Investigador Pandilla": Participación de radioescuchas que acuden a cabina para leer una nota redactada por ellos.
- 3 "Niño Pandilla opina...": Lectura y comentarios de las llamadas telefónicas hechas por niños radioescuchas.
- 4 "Pandillatema": Entrevista, reportaje o dramatización hecha por conductores, sobre un tema periodístico y de interés a los niños.

En el programa propongo tres divisiones o bloques más o menos iguales, divididos por un par de cortes musicales llamados recreos.

En el bloque número uno se presentará la sección "Informador Pandilla". En ésta habrá notas informativas. Cada nota incluirá en el texto una breve y rápida explicación de las ideas que así lo requieran, cuyo objetivo es dar a los radioescuchas el contexto necesario para que comprendan, lo más posible, su contenido.

Al respecto, comenta Enriqueta Calderón: a veces los niños no entienden el mensaje correcto porque no tienen el contexto. Las noticias son como seriadas, por eso, antes de dar éstas hay que ofrecer un contexto. (5)

La forma en que las notas serán presentadas variará. En una emisión se recurrirá al característico de los noticiarios. En otra al del chisme. O bien como si se narrara

ESTA COPIA NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA

un cuento o leyenda. Incluso se podrán mezclar en el mismo programa para ofrecer cambios constantes de ritmos.

Cada emisión podrá recurrir a cualquiera de los tres formatos de noticiero propuestos por John Newman (6)

- Por situación geográfica: según el lugar de procedencia de las noticias (país, ciudad, municipio, etc.)
- Por tópicos: de acuerdo con la temática (cultura, economía, deportes, etc.)
- Combinados

Unas notas serán más largas que otras. Dependerá de los antecedentes necesarios para cada caso o de la importancia que puedan tener para los conductores o los radioescuchas.

Después de exponer cada noticia los conductores dirán su opinión acerca de algunas noticias. Esto servirá de ejemplo para los niños radioescuchas, pues a continuación se solicitarán sus llamadas a "Notipandilla" para expresar sus opiniones acerca de cuál es la noticia más agradable, interesante, impresionante o confusa para ellos. (Lo cual servirá como referencia para la elaboración de los guiones y la selección de las noticias).

En el siguiente bloque los conductores presentarán a uno o dos niños radioescuchas que hubieran participado vía telefónica en la emisión anterior de "Notipandilla" y hayan ganado la oportunidad de ser un "Investigador Pandilla".

Ser "Investigador Pandilla" significa ser parte del equipo de producción del programa. También quiere decir que tiene una misión: salir a la calle - acompañado preferentemente por alguien mayor -, observar su entorno, encontrar una noticia y redactar la nota. Después llevarla por escrito a la cabina el programa siguiente y leerla para la audiencia de "Notipandilla".

Esta dinámica tiene la finalidad de aumentar la audiencia (ya que el investigador o investigadora podrá avisar a amigos y familiares de su próxima participación en radio y muchos otros radioescuchas se identificarán y desearán hacer algo similar). Así como la de promover entre la población infantil que escuche "Notipandilla" su participación y la actividad periodística.

Al término de su intervención se realizará una plática entre conductores e "Investigadores Pandilla" acerca de su experiencia como tales. También harán la invitación a radioescuchas para que participen igual: resolviendo el reto o pregunta de ese día (vía telefónica, como lo hicieron quienes fueron a leer sus noticias en la emisora presente).

El segundo bloque finalizará con la sección "Niño Pandilla opina": lectura de opiniones de los radioescuchas en torno a las noticias presentadas en la primera parte del programa.

Enseguida, en el tercer bloque, la sección "Pandillatema, la cual contendrá una entrevista, reportaje o dramatización que aborde un tema periodístico. Cualquiera de éstos, sugiero, deben ser grabados previamente, por lo menos las primeras emisiones, mientras los conductores se familiarizan con la dinámica y para tener oportunidad de corregir algunas fallas durante la grabación.

Al finalizar ese espacio se dará paso a los comentarios de los conductores o de los pandillaescuchas acerca del contenido del tema

Para complementar esta sección serán insertadas unas breves opiniones de niños que hayan sido entrevistados en alguna escuela, calle o centro comercial.

Deseo aclarar que no es mi intención encasillar a cada personaje en un solo bloque del programa, sino a rolar continuamente su participación en cada una de las secciones.

Por ejemplo, quizá el "fresa" cause más gracia y atracción si lee las noticias en un tono de chisme y el "provinciano" sea muy atractivo al hacerlo a manera de noticiario tradicional. Esto dependerá de las habilidades, gustos y disposición de los niños conductores.

Es importante mencionar que la comodidad y placer con que ellos trabajen no se debe descuidar. Sus opiniones y sugerencias serán escuchadas y atendidas siempre (como si jugaran el rol de reporteros participarán en la investigación, redacción y lectura del guión).

Al respecto, Cristina Romo indica que un reportero de radio debe reunir las siguientes cualidades: paciencia, observación, buena memoria, ética, respeto al público e informantes, exactitud, objetividad, rapidez, facilidad de palabra, capacidad de improvisación, rapidez de reflejos, capacidad de síntesis, conocimiento y cultura generales y vocabulario amplio y sencillo. (7)

Esta es una lista larga y difícil de reunir en un reportero adulto y con experiencia. Obviamente no se exigen las mismas cualidades para los niños que ayuden a realizar "Notipandilla". Yo retomaría unas cuantas, pues se trata de niños, no copias de adultos.

Sí tienen que ser niños que sepan leer y escribir bien; que conozcan la radio y les guste; que acostumbren informarse, preocuparse y ocuparse de su entorno. Igualmente es importante que sean niños alegres, con muchos deseos de participar, aprender, crecer y transmitir su vigor a otros niños como ellos.

### 3.3 LENGUAJE

"Notipandilla" es, por sí misma, una palabra sencilla, breve y clara. El lenguaje utilizado por los redactores y conductores del programa no va a ser diferente. Es decir, tanto las palabras como las estructuras de las oraciones serán lo más sencillas y cortas posibles. De lo contrario –como indica Enriqueta Calderón- ni el locutor o niño conductor va a poder leer y entonar correctamente, ni quien lo escuche le va a entender.

Esto se obtendrá en la medida que notas, entrevistas y guiones sean redactados con la participación de los niños de "La Pandilla", utilizando un vocabulario común entre los de su edad. Lo cual condiciona la comprensión de los mensajes.

Los niños tienen que hablar y escribir correctamente pero para ser entendidos por niños de su misma edad; con naturalidad y con "chispa". Podrán recurrir a frases llamadas "lugares comunes" con el fin de que los pandillaescuchas se identifiquen y llamen su atención

Los textos de la Secretaría de Educación Pública refieren que la tendencia a corregir el uso de términos coloquiales y prohibidos a los niños en la escuela los inhibe y obstaculiza su participación. **(8)**



Por esto, los conductores de "Notipandilla" no serán correctores de estilo. A través de sus repeticiones, imprecisiones, espontaneidad y sencillez, (características de la edad intermedia) lejos de hablar mal facilitarán la comprensión de las ideas.

"Una cosa es escribir para niños y otra es escribir desde la perspectiva del niño. A veces escribes para ellos, pero sin una disposición desde el niño que eres, con sus intereses particulares e incluso como adultos con las reglas que se requieren de espacio, tiempo, forma de trabajar la temática, vocabulario y estructura. Entonces no existe ese "clic" y seguramente harás un trabajo cuyo mercado no va a responder. Pero escribir desde, es decir, conectado con esos temas, vocabulario e intereses de los chavos, puede funcionar más." (9)

También será característica del programa la combinación de cuatro formas diferentes durante la lectura de notas: la de contarlas como si fueran chismes, como cuentos o leyendas, como el noticiario común y en forma de diálogo. Esto para dar variedad a las estructuras y para conseguir la atención de los niños

La intención de recurrir a la forma de chisme no se queda en el ámbito superficial del análisis.

Al pensar como universitaria efectivamente no es recomendable enseñar a los niños a "chismear". De hecho todos los individuos que estamos relacionados con los mensajes transmitidos por algún medio de comunicación debemos tener cuidado especial en el tratamiento de los temas.

Sin embargo la observación y la convivencia con niños de diversas edades me dio la pauta para reflexionar lo siguiente:

Si a las niñas y niños les llama la atención los programas de radio o televisión en los cuales se “chismea” entonces puede ser un buen recurso para conseguir su interés en los asuntos periodísticos.

No pretendo convertir al chisme en el recurso principal para la presentación de noticias. La forma de diálogo, narración y el formato común de noticiario tendrán el mismo peso que aquel.

También quiero aclarar que en mi propuesta existe la convicción de cuidar el uso del chisme. La intención es no caer en un tratamiento de contenidos que dañe o altere tanto la dignidad del escucha como la percepción del mundo que tenga éste.

A través de “Notipandilla” busco que el chisme sea sólo un recurso didáctico para transmitir información útil en el aprendizaje de los niños, no chismes o agresiones de la farándula que no le ayudan a su desarrollo (los cuales, no por fortuna, existen actualmente en la televisión y radio mexicanas).

En el capítulo anterior enuncié las características del lenguaje en el periodismo radiofónico que pueden ser utilizadas para la comprensión de los mensajes en niños de edad escolar. "Notipandilla" seguirá esas sugerencias casi en su totalidad.

Por otra parte, hablar o dirigirse a los pandillaescuchas por su nombre, de "tú" (segunda persona de singular) o en la forma como les gusta que les llamen, les gusta e inspira confianza y comodidad. Incluso "La Pandilla" también va a tratarse de esa manera. Habrá amabilidad, no sobriedad en sus palabras (evitando así algún parecido con las estructuras y términos estrictos que caracterizan la mayoría de los noticiarios existentes).

Además del habla, la música y los efectos forman parte del lenguaje radiofónico. Estos tres elementos por sí solos poseen un significado cuando los escuchamos separadamente a través del radio, puesto que motivan la capacidad imaginativa. Pero al reunirlos se refuerzan las ideas y sensaciones que buscamos transmitir.

Por lo anterior, "Notipandilla" recurrirá al uso de la palabra – esencialmente -, a los efectos especiales y a melodías que conjuntamente expresen los mensajes del noticiario. Pero que, al mismo tiempo, incentiven el trabajo de la imaginación. Esto es, se requieren música y sonidos atractivos e interesantes para el oído exigente de niñas y niños.

Guillermo Briseño, compositor dedicado a realizar grabaciones y espectáculos musicales con niños, comenta que los adultos se equivocan al pensar que aquellos deben escuchar cosas simples como un "clic" y no a músicos como Hendrix. Su trabajo con los niños le permitió darse cuenta que ellos son tan sensibles a cualquier música como los adultos **(10)**

La intención de "Notipandilla" es presentar a los radioescuchas un abanico musical, de todos los géneros, desde "rap" hasta "clásica". Lo que hace falta es darles las opciones –opina el conductor Ignacio Casas. Hay una lucha encarnizada por venderles productos como el de "Tatiana", habiendo buenos esfuerzos como "Qué payasos" o "Patita de perro". Y si la mamá se la pasa escuchando la "Sonora Dinamita" pues el niño sólo conoce esa música –agrega.

"Notipandilla" no se apoyará en melodías únicamente. También lo hará en canciones (composiciones musicales con letra), cuyo contenido haga alusión a algún tema tratado en la serie.

Así mismo, los efectos a que se recurra durante la realización del programa deberán cumplir la condición de provocar algún interés de participación en el radioescucha y la creación de un significado.

### 3.4 DURACIÓN Y HORARIO

Indicar cuál será la duración ideal de un noticiario para niños no puede ser producto sólo de un gusto personal o del tiempo disponible en la emisora que lo vaya a transmitir.

Determinar tanto la hora como los días en que saldrá al aire un programa de radio infantil demanda tomar en cuenta las características del auditorio, el contenido, el tipo de serie o la estructura de la misma.

Entre un niño y un adulto no hay el mismo grado de atención. Para el primero son más largos sus periodos de retención que para el segundo.

Un mensaje verbal –indica Cristina Romo- es retenido en un 60% a partir del momento en que se escucha y por tres horas, pero se reduce al 10% aproximadamente tres días después.

Siguiendo la temática, un aspecto pocas veces tomado en cuenta es el recurso de la interrupción de la trama en los programas –sean de radio o televisión -, a través del corte publicitario. Estos anuncios, transmitidos por las emisoras comerciales, deterioran el poder de concentración en el radioescucha infantil, pues distraen su atención en la secuencia, a cambio de comerciales con mensajes breves, completos y bien atendidos.

Sin embargo, no necesariamente una emisora cultural o estatal está libre de interrumpir dicha secuencia, aunque sea con música o promocionales de la misma programación o de contenido social. A fin de cuentas cualquier tipo de interrupción afecta la atención de un niño.

De acuerdo con el contenido periodístico de "Notipandilla" –y por ser programa radiofónico- no recomiendo extensión mayor a una hora, hasta conocer el grado de aceptación en los radioescuchas. A partir de ello, de la política de emisora que lo transmita y de los recursos materiales y humanos dependerá la ampliación o reducción del horario.

Considero que 30 minutos son suficientes para ofrecer la información planeada a la audiencia infantil.

La estructura es otro elemento que justifica la duración. Como ésta es variada, en tanto se intercalan, sin orden fijo, reportajes, notas, entrevistas, intervenciones de conductores y radioescuchas, música y efectos, "La Pandilla" requiere bastante tiempo para conversar con los niños y ponerse más o menos en la misma frecuencia en busca de una mejor comunicación.

Muchos niños disfrutan realmente escuchar su nombre, o su voz, por la radio. Otros desean expresar algún pensamiento o sentimiento acerca de lo que sucede en su entorno social o familiar. Y muchos sienten miedo e inseguridad al hacerlo.

Sin embargo, con esta propuesta es posible que los niños se desinhiban y se animen a participar

Hay que aprovechar la calidez y afectividad que la radio brinda desde el inicio de su historia a la audiencia, las cuales distinguen a este medio de otros como la prensa o la televisión.

Ignacio Casas comenta: la tradición de que a través de la radio los escuchas puedan enviar saludos o comentarios y platicar con los conductores y telefonistas anima a los niños y se "avientan" a participar. (11) Por lo tanto, para obtener ese tipo de interacción con los niños no bastan cinco, diez ni quince minutos de programa. Además, el formato de noticiario implica repartir tiempo suficiente entre las secciones de la serie.

No habrá un tiempo definido para cada sección. La duración de ésta dependerá de la cantidad de información que haya y de la participación de todos. Pero, con el fin de conseguir un ritmo atractivo y evitar fastidio o aburrimiento, la duración de cada sección será corta. De acuerdo con la sugerencia de Roger Clause, (12) una emisión totalmente hablada para niños no debe exceder los diez minutos.

Por otra parte, sin olvidar que la frecuencia regular en las emisiones de un programa de radio implica menos dispersamiento de la audiencia, pienso en la posibilidad de que "Notipandilla" pueda ser transmitido tres días a la semana, ya sea lunes, miércoles y viernes o martes, jueves y sábados.

Sin embargo, realizarlo diariamente funcionaría como un instrumento útil en la aproximación de los radioescuchas al programa, debido a la constante emisión y a un horario fijo.

Ya sea que "Notipandilla" se realice diario o cada tercer día, deberá ser transmitido a la misma hora. No es apropiado "jugar" con la percepción del tiempo que tienen los niños variando tanto los horarios. Se trata de facilitarles tanto la comprensión de las ideas como la sintonización de la serie durante la semana.

Es cierto que muchos niños acostumbran levantarse muy temprano los fines de semana y lo primero que hacen es encender la televisión o –en menor grado- el radio. Pero no significa que sólo a esa hora lo escuchen.

Si los niños tienen contacto con la radio, en el sentido de que a cualquier hora del día pueden escuchar un aparato receptor en casa, la calle, los comercios y el transporte público o privado (13) ¿De dónde surge la iniciativa de transmitir los programas infantiles sólo por las mañanas?

La diversidad de gustos y actividades familiares, sociales o personales, impiden que en una hora del día todos los niños habitantes del área metropolitana estén escuchando el radio –en cualquiera de sus situaciones. Sin embargo hay que pensar en el horario más apropiado para transmitir "Notipandilla" y ser escuchado por el mayor número posible de niños y niñas.



Desafortunadamente el problema es que durante la semana los niños se encuentran separados entre quienes van a la escuela y quienes no; en los que asisten a escuelas oficiales o a particulares; en aquellos cuya formación se extiende a actividades extraescolares y en los que están en su casa o la de algún pariente, etc.

Elegir alguno de ellos no es lo más conveniente, sino sugerir un horario en el que la mayor parte de ellos escuchen radio.

Un horario entre las 15 y las 19 horas será el más atractivo para el mayor número de niñas y niños entre ocho y doce años. Este dato está respaldado por los parámetros de más audiencia infantil (14). Lo cual significa que "Notipandilla" podrá ser captado por más radioescuchas en ese intervalo.

## CAPÍTULO TRES

### NOTAS

1. La edad escolar comienza aproximadamente a los seis años y finaliza como a los doce. Mi propuesta la contempla a partir de los ocho años, por ser cuando un niño inicia la transición en que diferencia bien lo ficticio de lo real.
2. Entrevista a Manue Estrada Maldonado. Promotor de la barra infantil en Radio UNAM. 12 de mayo de 1999.
3. En cumplimiento de lo planteado en el artículo 59 bis de la Ley Federal de Radio y Televisión. Y apoyado en la declaración hecha por la UNICEF acerca de los derechos de las niñas y los niños. La cual especifica que ellos tienen derecho a expresar su opinión libremente sobre cualquier asunto que los afecte; así como a buscar, recibir y difundir la información requerida por ellos.
4. Kaplún, Mario. Producción de Programas de Radio. p. 271
5. Entrevista a Enriqueta Calderón, Coordinadora pedagógica de la programación infantil en canal 11. 8 de julio de 1999.
6. Romo Gil, María Cristina. Introducción al conocimiento y práctica de la radio. pp. 78-79 6
7. ibid. pp. 80-81
8. SEP. Español. Sugerencias para su enseñanza. Primer grado. p.29
9. Abelleira, Angélica. "El niño que todos conservamos debe escribir la literatura infantil, sugieren Donnet y Murray". La Jornada. 27 de junio de 1999.
10. Matamoros, Mauricio. "Los adultos creen que la música para niños debe ser elemental". Unomásuno. 3 de marzo de 1999. p.31
11. Entrevista a Ignacio Casas, actor y conductor de radio infantil. 29 de junio de 1999.
12. Clausse, Roger. La educación por radio. p.38
13. El tiempo que diariamente se escucha radio en taxis y colectivos es 6 horas 44 minutos y 7 horas 6 minutos, respectivamente. Y los niveles de audiencia dentro del hogar reflejan un comportamiento más o menos estable del 85% (ARVM El Universo de la Radio. Vol.5 p.22).
14. De acuerdo con un estudio realizado por la empresa INDEMERC Louis-Harris, en 1996, los tres horarios de mayor audiencia infantil son: 14 a 16, 16 a 18 y 18 a 20 horas. (CIRT. Hábitos y Consumo de los Radioescuchas... p.25).

## CAPÍTULO CUATRO

### MODELO DE GUIÓN

SERIE. NOTIPANDILLA  
PROGRAMA NÚMERO 1  
BLOQUE UNO

OP RUBRICA NOTIPANDILLA 10" 1ER PLANO, BAJA Y FONDEA

Nacho (SEGUNDO PLANO, APURADO, MOLESTO)  
(adulto) Sí, ya sé que se hace tarde. Pero este guión me lo dieron a la mera hora...

OP (BAJA VOZ A SEGUNDO PLANO HASTA DESAPARECER)

Nacho Nacho para acá, Nacho para allá... Ya voy, ya voy..

OP SUBE RUBRICA NOTIPANDILLA 10" 1ER. PLANO, BAJA Y FONDEA

Nacho ¡Hey cuates! Desde Radio Chaval, en el 2000 de amplitud modulada los saluda Nacho Casas.  
Esto es "Notipandilla", un programa de noticias hecho por niñas y niños como tú, que se animan a decir lo que piensan y lo que sienten acerca de lo que sucede alrededor.

OP INTENTO POR SINTONIZAR EL RADIO

Pablo ¡Hola! Yo soy Pablo. Y con mucho gusto informo que la noticia más importante del día es que tú, sí, tú que estás del otro lado del radio, acabas de convertirte en un pandillaescucha

OP TIMBRE DE TELÉFONO

Gaby Yo, Gabriela, quiero decirte que por eso puedes marcar el teléfono 58765432 para decirnos lo que piensas del programa y de todo lo que aquí escuchas ¿Sí o no Diego?

OP CAÍDA DE ALGÚN OBJETO O PERSONA

Diego Sí, anímate. Ilámanos y cuéntanos cuál noticia o narración es más interesante, más desagradable o lo que tú no entiendes. Y si quieres te la explicamos mejor.

OP PUENTE

Nacho Pero antes de cualquier chisme, narración misteriosa o noticia Primero lo primero. (Silencio) Hummm. Primero lo primero. (Silencio) (Grita solicitando) ¡Operador: "Primero lo primerooooo..."

#### OP RAFAGA

Nacho Turista es la persona que viaja. Y lugar turístico es donde podemos ir de vacaciones.

#### OP PUENTE

Nacho Extranjero o extranjera es una persona o cosa que es de otro país

#### OP RAFAGA

Pablo Noticia de última hora, noticia de última hora. Se le informa a la comunidad infantil que la abuelita de Gaby no quiere ir de vacaciones a la playa este año.

Diego Bueno, la verdad nunca le ha gustado salir ni al pan. Gaby asegura que desde hace muchos años, por más que le piden y le piden, no hacen que su abue los acompañe a las vacaciones.

Pablo Esto es como raro no, porque México pues sí tiene problemas, pero sí tienen unos lugares turísticos muy padres

Diego Y son lugares que mucha gente de otros países sí quieren conocer. Y los que vivimos aquí, a veces, no los aprovechamos, como la abuelita de Gaby.

Pablo Sí es cierto, de tantos países que hay en el mundo sólo seis países reciben más visitas de extranjeros que México.

Diego ¡Imaginate cuánto dinero vienen a gastar ¡

Pablo (desilusionado) ¡Lástima que a la abuelita de Gaby no le guste salir ni al pan!

#### OP FUEGOS ARTIFICIALES 3° 1ER. PLANO Y DESAPARECEN

Nacho Fuegos artificiales: luces de colores brillantes que se hacen cuando encendemos explosivos. Se usan en las fiestas de iglesias, pueblos, los quemamos en la calle y en los días de fiesta como el 15 de septiembre o Navidad.

## OP PUENTE

Nacho Una tonelada es igual a mil kilos de algo. Es como un kilómetro.

OP PUENTE. FUEGOS ARTIFICIALES 5" 1ER. PLANO Y DESAPARECEN  
CROSS MUSICA DE GUANAJUATO FONDEA

Diego (Muy animado) ¡Qué bonitos se ven los fuegos artificiales! ¿verdad?  
(Desilusionado) Lástima que por no cuidarlos bien explotaron tantos kilos

Gaby ¿De qué hablas eh?.. ¿Del accidente en Celaya el domingo pasado?

Diego (molesto) Ash pues sí, ¿De cuál otro se habla? Imagínate. Eran 13 toneladas, así cualquiera se muere

Gaby Ah, sí. Yo oí que la explosión alcanzó a tantas personas porque pasó un domingo en un lugar de comercios, donde, casi siempre hay mucha gente que va y ve lo que venden o compra o vende cosas., ¡Imagínate el susto!

## OP SUBE FONDO HACE CROSS CON FUEGOS ARTIFICIALES

Diego Oye, pero no te olvides que está prohibido vender y fuegos artificiales, (remarcando) sobre todo a nosotros los niños. Ah y explosivos también.

Gaby Pues sí, pero ya ves que eso no les importa a mucha gente adulta. Yo digo que no les importa pues porque de todos modos los venden a escondidas o dejan que un niño los compre y juegue con ellos.

## OP FUEGOS ARTIFICIALES

Diego ¿Cómo te quedó la oreja, eh?

## OP SE MANTIENEN 5" Y DESAPARECEN. PUENTE

Gaby Televisa es una empresa grandisísima, dueña de muchos medios de comunicación y que hace muchas telenovelas y programas.

## OP PUENTE. MUSICA DE MISTERIO 5" 1ER. PLANO Y FONDEA

Diego (Misteriosos) Uuu-yu-yui. Esto sí que me pone la piel de gallina. Y si tu que me escuchas no sientes miedo con los misterios, entonces, para oreja.

OP SUBE A 1ER. PLANO EL FONDO 3° Y VUELVE A FONDEAR. ENTRA REVER

Diego (Misterioso) Cuentan que en un edificio antiguo, ubicado en la calle Morelos número 11, ah sí en la delegación Tlalpan, están sucediendo cosas muy extrañas

Ese lugar es una escuela con más de 900 alumnos que estudian la primaria, la secundaria o la preparatoria.

Lo extraño del asunto es que la directora, es Josefina Lobera, hace cosas sin preguntar a los padres de familia si están de acuerdo o no con sus decisiones, o si no están de acuerdo.

Por ejemplo: a mitad del patio de la escuela la directora mandó a hacer una pared que iba a servir para grabar una telenovela de Televisa. ¡Hazme el favor!

Los padres de familia se quejaron luego luego porque ni les pidió opinión, y ese muro es un estorbo para la ruta de evacuación de los alumnos por si hay una emergencia, como si tiembla o un incendio.

OP SALE REVER

Diego Pues sí (misterioso) Estas son las cosas extrañas que suceden por los pasillos, salones, oficinas, baños y patio del edificio antiguo. ¡Buaaaaaaaaaaaaah!

OP SUBE FONDO 5°A 1ER PLANO, BAJA Y DESAPARECE. PUENTE

Nacho Los Pinos es la casotota donde trabaja el presidente y donde vive con su familia y algunos empleados en los seis años que es presidente

OP PUENTE

Nacho Un trabajador de gobierno es una gente que hace su trabajo para servir o ayudar a la gente de la sociedad con lo que necesite o le pida en sus necesidades.

OP PUENTE

Nacho Damnificados es la gente que pierde su casa y sus cosas después de algún desastre natural.

OP AMBIENTE DE CAFETERÍA 5° 1ER. PLANO, BAJA Y FONDEA

Gaby Oye Pablo ¿Es verdad que el presidente Zedillo suspendió su viaje a Europa?

Pablo ¡Sí! (emocionado) Diego me contó que ayer lo anunció el presidente

Gaby ¡No me digas! ¿Y qué estaba haciendo cuando lo decidió?

Pablo Deja te cuento. Dicen que Zedillo se reunió en Los Pinos con los funcionarios, o sea los trabajadores de gobierno que tienen que ayudar a la gente necesitada... mhhh, por las inundaciones en Puebla, Hidalgo, y en... ash no me acuerdo, en otro lugar

Y también cuentan que después de platicar con sus ayudantes, el presidente decidió quedarse en México para manejar él mismo la ayuda a los damnificados

Gaby (Incrédula) ¡¿De plano dijo "No voy"?!

Pablo Te digo que sí Gabriela.

OP BAJAN VOCES HASTA DESAPARECER. AMBIENTE DE CAFETERÍA 5° 1ER. PLANO Y DESAPARECE PUENTE.

Nacho Gimnasia es un deporte en el que se ejercita toditito el cuerpo, como el llamado Salto de Caballo

Y los Juegos Olímpicos son competencias de deportes entre varios países. Se hacen cada cuatro años en un país diferente.

OP PUENTE. AMBIENTE DE PARQUE O CALLE 5° 1ER PLANO Y BAJA A FONDO. VOCES EN 2DO PLANO SE INCORPORAN

Gaby No me han preguntado cómo van mis clases de gimnasia.

Pablo Es que e estábamos hablando acerca del partido entre Atlas y Necaxa. ¡Estuvo buenísimo! ¿verdad?

Diego Ajá, sobre todo en el segundo tiempo, cuando...

Gaby (Interrumpe) Bueno, bueno, aunque ustedes dos no quieran saber yo voy a contarles, porque de seguro a muchos pandillaescuchas sí les gusta la gimnasia.

Pablo y Diego (Al mismo tiempo, incrédulos) Sí, ajá, yo creo, sí, como no.

- Gaby Fijense, mi maestra me felicitó en la clase pasada. Dice que soy buena para el salto de caballo. Y que si le echo muchas ganas y ensayo bien en unos años (presumida) podré ser tan famosa como Denise López.
- Pablo Uy sí, muy famosa. Yo ni la conozco.
- Gaby Pues no la conoces porque sólo te importa el fútbol. Pero Denise es una gimnasta mexicana que ha entrenado mucho desde chiquita. Y gracias a su esfuerzo va a los próximos Juegos Olímpicos
- Diego (Incrédulo) ¿Va a estar en las Olimpiadas de Sydney 2000?
- Gaby Sí. Denise es la primera gimnasta mexicana que califica para ir a unos juegos olímpicos. (Orgullosa) ¿Y saben por qué? Porque hay un ejercicio que ella sabe hacer muy requetebien. El mismo que a mí me sale me -jo- or: o sea el salto de caballo. (suspira).

OP AMBIENTE DE CALLE SUBE 5° A 1ER. PLANO, BAJA Y DESAPARECE  
RUBRICA NOTIPANDILLA 5 ° 1ER. PLANO, BAJA Y DESAPARECE

- Nacho Chs, chs, no crean que ya terminamos. Todavía queda mucho que decimos. Anímense a llamarnos al 58765432 y participen. Mientras...

OP TIMBRE DE ESCUELA Y GRITOS DE NIÑOS 1ER PLANO 5° Y  
DESAPARECE

- Nacho (emocionado)Es hora del recreo. Enseguida volvemos

OP CANCIÓN 30° EN PRIMER PLANO Y DESAPARECE



SERIE: NOTIPANDILLA  
PROGRAMA NÚMERO UNO  
BLOQUE DOS

OP RUBRICA NOTIPANDILLA 5" 1ER PLANO BAJA Y DESAPARECE

- Nacho Los informadores pandilla han terminado su trabajo. Pero Notipandilla sigue dando lata. Ahora, nuestra sección (finge voz seria o chistosa) "Investigador Pandilla".
- Gaby Déjenme darles un adelanto. Ser investigador pandilla quiere decir que tiene una misión, la misión es la de salir a la calle –acompañado por alguien mayor, claro- y observar las cosas que pasan, para encontrar una noticia y escribirla luego en una hoja.
- Diego Después tiene que traerla para la cabina de Notipandilla y leerla para todos los pandillaescuchas. Como ahorita lo va a hacer Karen

OP FANFARRIAS

- Karen Hola, me llamo Karen. Yo soy la investigadora pandilla 004. Este es mi reporte.

OP LLANTO DE BEBÉS. MÚSICA DE CUNA FONDEA.

- Karen El día de ayer nacieron una trillizas. La madre de las trillizas está hospitalizada en la clínica 23 del Seguro Social, ubicada en avenida Eduardo Molina y San Juan de Aragón.

Pero está en el hospital a causa de la mordida de un perro, eh. El perro mordió a la señora porque ella lo asustó. Luego, del susto que se llevó la señora cuando el perro la mordió dio a luz unos días antes.

Y ha perdido mucha sangre. Ah, les digo la dirección del hospital por si alguien quiere ir a donar sangre. Es tipo "A" positivo.

Las bebitas se encuentran en perfecto estado de salud. Una bebita pesa 3.11 kilos, otra 3.77 y la tercera 3.33 kilos.

OP DESAPARECE FONDO

- Karen Volviendo a lo del perro. Si se preguntan qué pasó con él, quiero decirles que un veterinario lo recogió.

Él propone que debemos acabar con el acto de abandonar perros.

Así es que si tienes una perrita en la casa y tiene cachorritos y quieres venderlos o regalarlos, pues, este, asegúrate de dárselos a alguien que sepa cuidarlos y quererlos bien.

#### OP PUENTE

- Gaby Pandillaescuchas, llámenos al 58765432 y díganos qué opinan del reporte de Karen, la investigadora número 004
- Diego Ahora, mientras los pandillaescuchas hacen sus llamadas, Gaby y yo vamos a platicar con Karen, la nueva investigadora pandilla.
- Gaby Oye Diego, no seas así. Antes vamos a decir las preguntas que tienen que contestar por teléfono los pandillaescuchas que quieran convertirse en el próximo investigador pandilla.
- Diego Sí es cierto. Llamen al 58765432 y díganos qué es una tonelada y a qué se dedica un trabajador del gobierno. Los dos primeros que contesten bien se convertirán en los nuevos investigadores pandilla.

#### OP RAFAGA

- Nacho Ahora sí es hora de platicar con Karen
- (Pedir explicación de cómo ganó. Cómo se le ocurrió esa noticia. Cómo la encontró. Cómo hizo el reporte. Ideas y sentimientos cuando supo que era el nuevo investigador y después de leerlo en cabina. Recomendación de esa experiencia. Decir al aire el nombre de los siguientes investigadores. Dar consejos a los siguientes. Despedir al entrevistado)

#### OP RUBRICA NOTIPANDILLA 10\*1ER PLANO, BAJA Y FONDEA

- Pablo (Imitando a un adulto) ¡Oye!. ¡No niño! ¡Cállate! ¡No grites! (molesto) ¡No juegues, no hables, no seas niño!... (voz normal y enérgica) ¡Ya párenle! ¿no?. Aquí en Notipandilla las niñas y niños hablamos primero. Atención adultos: si-len-cio.

#### OP RÁFAGA

- Gaby Esta es una de las secciones más importantes de Notipandilla. Se llama "Niño pandilla opina". Y comenzamos con la llamada de la pandillaescucha Alejandra Medina...
- Pablo Luis Fernando Cosmes llamó de la colonia...
- Gaby Y hasta aquí de opiniones porque está a punto de comenzar

OP TIMBRE DE ESCUELA Y GRITOS DE NIÑOS 1ER PLANO 5" Y  
DESAPARECE

Pablo (emocionado, desquiciado) ¡Sí, el recreo!

OP MÚSICA 30" 1ER. PLANO

SERIE: NOTIPANDILLA  
PROGRAMA NÚMERO UNO  
BLOQUE TRES

OP RÚBRICA NOTIPANDILLA 5" 1ER. PLANO, BAJA Y DESAPARECE.  
AMBIENTE DE MANIFESTACIÓN EN CALLE 5" 1ER. PLANO, BAJA  
Y FONDEA

- Gaby Noticia de última hora, noticia de última hora: niñas y niños no dejan de maltratar a los adultos.
- Pablo Cientos de padres y madres de familia y maestros se juntaron en el zócalo porque no están alegres con las agresiones que los niños les hacen todos los días.
- Gaby Los manifestantes: padres, maestros y familiares adultos, se quejan porque sus niños les dicen palabras feas y ofensivas.
- Pablo También les gritan, les pegan y no los toman en cuenta para asuntos de la casa o de sus juguetes y ropas.
- Gaby Muchas mamás coinciden en que sus hijos les pegan con la chancla o se las agarran a manazos y pellizcos.
- Pablo Pero las niñas y niños se defienden y dicen que están en su derecho porque son sus padres y sus maestros.
- Gaby Además, los niños pegalones dicen que lo hacen para que aprendan a portarse bien y sepan quién manda. Y que en sus tiempos las cosas eran muuuy diferentes.
- Pablo Esta fue la noticia de última hora

OP DESAPARECE FONDO, SUBE A 1ER. PLANO CANCIÓN "UN MUNDO AL REVÉS 15", BAJA Y DESAPARECE

- Diego ¿Cómo les quedó la oreja, eh? ¿Redonda, morada o con brillantitos o colorada?
- Pablo Para quienes no se han dado cuenta, la noticia que dimos es del pandillatema de hoy.
- Diego Pues sí, hablaremos sobre del maltrato que nosotros, niñas y niños, recibimos de ellos, los adultos. Lamen al 58765432 y díganos lo que piensan.

- Pablo Ahora vamos a lo de las entrevistas que el equipo de Notipandilla hizo.
- Diego Vamos a conocer la opinión de expertos en lo del maltrato infantil, o sea los niños y niñas.
- Pablo La pregunta es ¿Qué les dirías a los adultos para que dejen de gritarte, pegarte o castigarte?
- Ellos opinan lo siguiente...

#### OP PUENTE. INSERTAR ENTREVISTAS... PUENTE

- Pablo La Pandilla piensa que una forma de acabar con el maltrato infantil es dar a conocer lo que sienten y piensan del tema. Por eso hicimos estas entrevistas.
- Diego y Pablo (Ampliar opiniones personales. Dirigirlas a niños y adultos)
- A propósito del pandillatema, los pandillaescuchas opinan que...  
(Lectura de opiniones de pandillaescuchas).

#### OP TIMBRE DE ESCUELA. GRITOS DE NIÑOS 1ER PLANO 5° Y FONDEA

- Todos ¡Eh, eh! Hora de salida, ¡Ya nos vamos!
- Gaby Pero recuerda: Notipandilla es un noticiario hecho por niños y niñas como tú o como yo, que nos animamos a decir nuestras ideas y sentimientos acerca de lo que pasa

#### OP SALE FONDO. ENTRA RUBRICA NOTIPANDILLA Y FONDEA

- Nacho En Notipandilla participamos:  
El jefe, o sea el que organiza  
Su ayudante  
Los que escriben el guión  
Los conductores  
El que pone la música y los efectos  
El que opera la consola  
Los que atienden teléfonos  
La investigadora pandilla 004  
Y todos ustedes, los pandillaescuchas.
- Diego Sintonízanos el próximo lunes a las cuatro de la tarde.  
En el 2000 de amplitud modulada.  
Por Radio Chaval

## CAPÍTULO CINCO

### PRODUCCIÓN

En el último capítulo abarcaré el tema de la producción. En él voy a contemplar desde los recursos materiales y humanos necesarios para llevar a cabo la realización del programa, hasta el presupuesto requerido para transmitirlo en alguna emisora.

Se habla de que producción radiofónica es acción conjunta de personas y equipo técnico cuyo conocimiento y creatividad se interrelacionan y dan origen a un programa, o serie de programas, transmisible por radio.

"Podemos entender el acto radiofónico como un largo proceso creativo en el que se interrelacionan una serie de acciones tanto de índole puramente técnica como creativa". (1)

Los recursos humanos requeridos para hacer posible "Notipandila" son los siguientes.

En primer lugar un productor. Sus funciones serán:

- Dirigir el trabajo de todo el equipo humano y técnico asignando actividades correspondientes a cada integrante
- Supervisar la calidad del guión así como de la grabación del programa

-Tener conocimiento y sensibilidad hacia el mundo de los niños y aplicarlos en la producción del programa.

-Promover a "Notipandilla" no sólo con niños, también con maestros y padres de familia.

Es necesaria la presencia de un asistente. Él, además de apoyar al productor en todas sus funciones, se encargará de:

-Auxiliar la investigación de los temas.

-Supervisar que los guiones y el material para las grabaciones se encuentren listos antes de las mismas.

-Auxiliar durante la realización del programa (chechar tiempos de grabación, hacer ediciones, etc.).

El guionista deberá:

-Estar informado de las noticias que puedan ser de mayor interés para el auditorio infantil

-Realizar la investigación necesaria para el desarrollo de los temas del noticiario

-Tener conocimiento teórico y práctico del periodismo y del lenguaje periodístico.

-Realizar el guión y verificar que su redacción cumpla con los requerimientos del público a quien está dirigido el programa

-Permitir la participación de los informadores pandilla a través de ideas para la redacción o el tratamiento de los temas del noticiario

La función de los conductores será:

- Leer y estudiar todo guión antes de las grabaciones y emisiones.
- Conducir de acuerdo con el personaje que les corresponde, sin olvidar el auditorio a quien se dirigen
- Participar con ideas y sugerencias para la investigación y redacción de los guiones.

Se necesita un musicalizador y efectista, cuya función será seleccionar las melodías, canciones y efectos especiales de acuerdo con lo requerido por el guión.

El operador de estudio deberá participar en la realización de "Notipandilla" aplicando adecuadamente sus conocimientos sobre el manejo del equipo técnico, según lo recomendado en el guión.

Imprescindible será el apoyo de personas (2 por lo menos) que atiendan las llamadas telefónicas de los radioescuchas (pandillaescuchas), quienes no deben olvidar que van a comunicarse con niñas y niños de entre 8 y 12 años de edad.

Algunas funciones desempeñadas por una persona pueden ser compartidas con otras. Sin embargo, el trabajo de cada una es necesario y específico. Lo anterior confirma que la producción radiofónica es labor de un grupo o equipo. Y que de su integración, compromiso, gusto y responsabilidad dependerá la calidad del programa.



A continuación enumeraré cuáles son los recursos materiales que se necesitan para realizar "Notipandilla".

Desde luego un estudio de grabación con sus dos áreas: la sala y la cabina.

En la primera es necesaria la suficiente ventilación e iluminación para que los guiones sean leídos cómodamente por los conductores. En esta sala se requieren dos micrófonos.

La segunda, la cabina, ha de estar equipada con:

- 1 consola mezcladora
- 1 reproductor de discos compactos
- 1 tocadiscos Lp.
- 1 grabador y reproductor de audiocaset
- 1 cartuchera para minidiscos
- 2 grabadores de cinta de carrete abierto

Para trabajar en la cabina se necesitan:

- 4 cintas ¼ de pulgada o carrete abierto
- 1 grabadora de reportero

Discos con efectos, melodías y canciones

2 Minidiscos

2 audiocassetts

Pensando en la posibilidad de que "Notipandilla sea transmitido a través de alguna emisora y ante la realidad de que nada es gratuito, enseguida desgloso el costo monetario de cada uno de los recursos descritos con anterioridad.

Recursos humanos (por programa)

Función	Sueldo
Productor	\$ 3 000.00
Asistente	\$ 1 500.00
Guionistas	\$ 2 000.00 (1000 pesos cada uno)
Locutores	\$ 1 000.00 (1adulto)
	\$ 1 500.00 ( 3 niños, 500 cada uno)
Musicalizador (fx)	\$ 500.00
Operador de cabina	\$ 250.00
Telefonistas	\$ 250.00
	<hr/>
	\$ 10 000.00

Materiales: 4 cintas  $\frac{1}{4}$  pulgada, 1 grabadora de reportero, discos con efectos, melodías y canciones, 2 minidiscos y 2 audiocasetts. Cuestan en conjunto, aproximadamente 2 mil pesos.

Esto significa que la producción de un programa equivale a una inversión aproximada de 12 mil pesos.

## CONCLUSIONES

La programación radiofónica infantil requiere el apoyo de diversos sectores, desde las familias hasta las empresas comercializadoras.

Primero, es preciso no solo ampliar las barras infantiles en radio sino también incursionar en programas con temas y formatos nuevos. Por esto mi propuesta de un periodismo hecho para y por niños.

Atraer la atención de ellos demanda que los adultos nos pongamos en su lugar para crear y ofrecerles cosas novedosas, no necesariamente divertidas. También hay que tomar en cuenta sus diferencias (niveles socioeconómicos, intereses y necesidades) y todo lo que en ellos cambia al paso del tiempo (pensamientos, percepciones, lenguaje, habilidades, etc. ).

Antes de hacer referencia a la poca programación infantil deseo abordar el tema de los archivos en algunas emisoras de radio.

De las estaciones que visité Radio Educación posee una bitácora con la programación diaria durante el período tratado en esta investigación, así como la descripción general de tales programas. Sin embargo no encontré el registro de "Ahí viene la caballería" y "De puntitas".

Cuando laboré para el IMER tuve contacto directo con los archivos de la barra infantil. En ellos encontré poca información y desorganizada, considerando que ahí trabaja mucha gente y que a través de sus emisoras se han transmitido numerosos programas para niños.

Radio UNAM y Televisa Radio son dos casos cuya característica es la inexistencia de un archivo con su programación infantil. La información de sus programas fue obtenida por medio de entrevistas.

Por lo anterior concluyo que existen carencias, insuficiencias y desorganización en los archivos de dichas emisoras; así como falta de interés por parte de las autoridades de éstas, o de la propia administración pública, en tener archivada la información referida.

A los estudiantes, investigadores y las propias empresas radiofónicas nos hace falta tener acceso a información suficiente. Por ello sugiero tanto a los dueños como a las autoridades del medio desvíen su atención hacia la importancia de hacer crecer la organización de esta área o crear nuevos métodos en sus empresas

El objetivo es que den espacios y condiciones físicas de calidad para la conservación y registro de cualquier tipo de material de audio ya que de esto depende evaluarlo y superarlo en beneficio de la sociedad.

Acercarse físicamente a los medios de comunicación colectiva, especialmente al radio y la televisión, pensar y observar un poco permite llegar a la idea de que si la programación radiofónica infantil es pobre no se debe únicamente a la falta de buenos proyectos, Estos existen. Sin embargo la mayoría se quedan en esos: buenos proyectos. ¿Causas? Variadas.

Se trata de un círculo conformado por emisoras y anunciantes. Las primeras se ven como empresas que venden espacios al aire para anuncios comerciales nada más. Olvidan su función social y dependen de los márgenes establecidos por el Estado o los grupos de poder. Además siempre esperan una respuesta positiva casi inmediata de los programas para niños, sin haberlos difundido lo suficiente.

Los anunciantes, lógicamente, solo piensan en sus ganancias. Pero si no invierten en los programas (nuevos y existentes) y no los promueven junto con las emisoras ¿Cómo quieren conseguir que suba el "raiting" y vender más productos? ¿De qué modo si no visualizan esos programas como inversiones a largo plazo?.

Las empresas de anunciantes desconfían de los programas infantiles debido a que son pocos, sin trayectoria –la mayoría- o no cumplen con sus expectativas.

Definitivamente es falsa la idea de que los niños no escuchan radio. Ciertamente pasan más horas del día viendo televisión. Sin embargo existen las encuestas –no muy confiables siempre -, la observación y el sentido común, los cuales nos

permiten reflexionar que niñas y niños tienen más contacto del que parece con el radio.

Las empresas de anunciantes justifican su desconfianza en las audiencias bajas. Sin embargo, después de haber entrevistado a varios representantes de aquellas, considero que su recelo por patrocinar programas infantiles y su renuencia para conversar sobre éstos, se debe, en parte, al desconocimiento de los mismos. Pero principalmente porque una audiencia baja no significa ventas de sus servicios o productos.

Tal es el caso de Sabritas o Bimbo. En cambio Boing se conduce a los niños y a los programas de radio conociendo más o menos de ellos. Sobre todo espera interactuar con la gente.

Boing y Bimbo demuestran que hay variedad en el contenido que esperan de los programas infantiles. Por lo tanto nos invitan –indirectamente- a no limitarnos elaborando programas de un solo tipo.

Se necesitan calidad y difusión en los programas para que las familias completas los conozcan. Y así como las telenovelas son vistas por todos los integrantes, la radio infantil sea escuchada también por la mayoría.

Precisamente en la familia falta –entre tantas cosas- sensibilidad hacia el mundo de los niños. Una prueba: los adultos no nos molestamos en promover el hábito de escuchar los espacios radiofónicos hechos para ellos.

A esto podemos sumar que su transmisión se efectúa en horarios realmente no muy recurridos por niñas y niños entre seis y doce años o trece años, quienes no siempre tienen oportunidad de manipular el aparato receptor.

La existencia de un noticiario para niños por radio se justifica ante el acceso que ellos tienen a tanta información y por diferentes medios, la cual sólo precisa adaptación y explicación para conseguir mejor entendimiento de los mensajes.

A los niños hay que auxiliarlos con información que contextualice los mensajes periodísticos y con ejemplos comparativos.

Se debe cuidar el lenguaje empleado porque el contacto que los niños tienen con los medios de comunicación colectiva implica que aprendan de ellos.

El lenguaje que se emplee al elaborar mensajes para niños no necesita ser muy específico. Tampoco se trata de escribir o hablar mal. Sí es recomendable seguir reglas ortográficas, gramaticales y sintácticas, pero las elementales; las suficientes para lograr ideas claras, sencillas y concisas, o sea cotidianas, cuyo contenido y forma de exposición sean atractivos a los pequeños radioescuchas.



Al redactar el guión de "Notipandilla" comprobé que no es fácil. Necesariamente tuve que trabajar con niñas y niños en edad intermedia, lo cual disminuyó algunas dificultades relacionadas con el lenguaje y el tratamiento de los temas. Sin embargo me complicó un poco al dedicarme a estructurar las partes pues debía conciliar sus propuestas y la propia en una sola que cumpliera con los fines del proyecto inicial Y porque también tuve que corregir gramática, ortografía y sintaxis de lo redactado por ellos.

Los niños y niñas necesitan ver que los jóvenes y adultos con quienes conviven demuestran interés por la información periodística. Y que no se quedan como receptores sino que utilizan tal información para sumarla a sus observaciones y crear juicios propios.

Lo periodístico puede combinarse con el entretenimiento. Si los programas de noticias en televisión y radio o en la prensa incluyen secciones cómicas acerca de la información que presentan a un auditorio de jóvenes y adultos ¿Por qué no atraería a los niños un noticiario con tintes chuscos también? (Por algo el juego sigue representando un recurso educativo, una necesidad y una característica de la etapa infantil).

"Notipandilla" no es una propuesta hecha superficialmente. Su contenido y tratamiento de los temas, así como del lenguaje, están respaldados en una investigación.

Esta abarcó desde pláticas con docentes, psicólogos infantiles, productores de radio y televisión infantil, hasta con representantes de empresas –importantes en el ámbito nacional (Boing, Sabritas, Bimbo) – de productos para niños. La información que ellos dieron fue útil para conocer su visión acerca de los programas de radio para niños. Y, a su vez, orientaron en la elaboración de "Notipandilla".

Se trata de un proyecto cuya dinámica implica participación de los radioescuchas, no sólo como uno que llama por teléfono a la estación y expresa sus opiniones sino como un integrante del equipo que va a la cabina, lee y comenta su trabajo como investigador. Además se sustituye el concepto "corte comercial" o "pausa" incorporando el de "recreo" (más cercano a los niños de dicha edad).

"Notipandilla", como cualquier otro proyecto para radio infantil, requiere tiempo, dinero, equipo, investigación, organización, intención, compromiso, etc., para ser producido. Pero lo más importante es conciliar los intereses de la emisora, del equipo de producción, de quienes patrocinan y de los propios niños y niñas radioescuchas en uno solo: un programa útil y redituable para todos.

## BIBLIOGRAFÍA

Abelleyra, Angélica, "El niño que todos conservamos debe escribir la literatura infantil, sugieren Donnet y Murray". La Jornada. 27 de junio de 1999.

Archivo de programación en Radio Educación 1991-1998

Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM). El Universo de la Radio. num. 1,2, 3 y 5.

Benítez, Estrella. "IMER: la cultura que se deja escuchar por radio". Ser Social. abril-mayo 1996.

Boada, Humbert. El desarrollo de la comunicación en el niño. España. Editorial Anthropos. 1986. 142 p.

Bohmann, Karin. Medios de comunicación y sistemas informativos en México. México. Alianza Editorial Mexicana. 1986 397 p.

Cámara de la Industria de Radio y Televisión (CIRT). Estudio de Hábitos y Consumo de los Radioescuchas del Area Metropolitana de la Ciudad de México. 1996.

Cámara de la Industria de Radio y Televisión (CIRT). Ley Federal de Radio y Televisión. 1994.

Clauss G. Psicología del niño escolar (Colección pedagógica) México. Editorial Grijalbo 1996 307 p.

Clausse, Roger. La educación por radio. París. UNESCO. 1949

Coronado Zarco, Claudia. La radio infantil en México. DE una visión retrospectiva hacia una nueva metodología. ¿Cómo hacer una serie de radio para niños?. Tesis México. FCPS. 1994.

Cruz Soto, Rosalba. "Los niños y la radio". Connotaciones. Num. 2. México. Ediciones El Caballito. 1982

Eco, Umberto. Cómo se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de investigación, estudio y escritura. España. Editorial Gedisa. 1996. 267 pp.

Entrevista a Enriqueta Calderón, Licenciada en Lengua y Literatura Hispánicas y Coordinadora Pedagógica de la programación infantil en canal 11. 8 de julio de 1999.

Entrevista a el Licenciado Favio Arenas Basurto Departamento Radio y Televisión Del CONACYT en 1989. 28 de febrero de 2001.

Entrevista a Ignacio Casas, actor y conductor de programas radiofónicos para niños en el Instituto Mexicano de la Radio (IMER). 29 de junio de 1999.

Entrevista a Juan Pablo O' Farril, Director Técnico de Televisa Radio, 15 de julio de 1999.

Entrevista a la Licenciada Laura Téllez Blanco. Psicóloga de la escuela primaria Lic. Miguel Serrano. 18 de mayo de 1999.

Entrevista a Liset Pichardo. Mercadeo. Servicios Corporativos Bimbo (Marinela) 22 de julio de 1999.

Entrevista a Liset Pichardo. Mercadeo. Servicios Corporativos Bimbo (Marinela)  
22 de julio de 1999.

Entrevista a Manuel Estrada Maldonado, Promotor de la programación infantil en  
Radio UNAM. 12 de mayo de 1999.

Entrevista a Margarita González, Productora infantil en Radio Educación. 8 de  
junio de 1999.

Entrevista a el Licenciado Severiano Méndez, Mercadotecnia. Sociedad  
Cooperativa Trabajadores de Pascual. 5 de julio de 1999.

Escardó, Florencio. La sociedad ante el niño. Cuadernos num. 88. Buenos  
Aires. EUDEBA. 1965

Fadul Gutiérrez, Ligia et. al. "La radio infantil" Nexos. Num. 226. Octubre 1996.

Gamboa, Nicolás. "Las 58 estaciones de radio del D:F: dedican menos de 20  
horas a la semana a los niños". Unomásuno, 30 de abril de 1997. P. 23

Greenfield, Patricia. El niño y los medios de comunicación. España. Ediciones  
Morata. 1984 pp. 243

INEGI Censo 1999.

Jersild, A. Thomas. Psicología del niño. 10ª edición. Argentina, 1978. 626 p.

Kaplún, Mario. Producción de Programas de radio. El guión. La Realización.  
Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE). Ej. 2 460 p.

Larroyo, Francisco. La ciencia de la educación. 18ª edición. México. Porrúa. 1980.

Leñero y Marín. Manual de periodismo. México. Grijalbo. 1986. 315 p.

Matamoros, Mauricio. "Los adultos creen que la música para niños debe ser elemental". Unomásuno. 3 de marzo de 1999. p. 31

May, Frank B. La enseñanza del lenguaje como comunicación. Buenos Aires. Editorial Paidós. 1975. 235 pp.

Mendoza, Alejandra. "Tres años de divertir a los niños en radio". El Universal. 8 de abril de 1997.

Papalia, Diane. El mundo del niño. T. III México. Mc. Graw-Hill. 1989. 769 p.

Peña y Viveros. La radio en la escuela (Colección Educación para los Medios). México. SEP. Subsecretaría de Servicios Educativos para el D.F.. 1996. 70 p.

Rebeil Corella, Ma. Antonieta .et al. Perfiles del cuadrante: Experiencias de la radio. México. Trillas. 1989. 314 p.

Reymond-Drivier, B. El desarrollo social del niño y del adolescente. España. Editorial Herder. 1982 227 p.

Romo Gil, María Cristina. Introducción al conocimiento y práctica de la radio. México. Diana. 1989. 120 p.

SEP. Español. Sugerencias para su enseñanza. Primer grado. México. SEP. 1996.  
92 p.

Stone, Joseph y Church. Niñez y adolescencia. 6ª edición. Argentina. Editorial Paidós. 1979.

Toussaint, Florence. "Radio Infantil" Proceso. Num. 375.1984.

Trujillo, Hugo. "La radio infantil se resiste a morir". El Día. 30 de abril de 1997.  
P.24

UAM-Xochimilco. El sonido de la radio. México. UAM-X, IMER, Plaza y Janés,  
Plaza y Valdés. 1988

Watson, Robert. Psicología del niño y del adolescente. México. Editorial Limusa.  
1991. 730 p.