

**“¡ Cuentero de Colores !” Una Opción en la Radio para los Niños y Niñas de  
Manizales**

**Proyecto de Grado  
Producción Mediática**

**Presentado Por:**

**Paola Bibiana Loiza Benavides**

**Sandra Munevar Quintero**

**Dirigido Por:**

**Andrés López Giraldo**

**Universidad de Manizales  
Facultad de Comunicación Social Y Periodismo  
Manizales  
2008**

<b>TABLA DE CONTENIDO</b>		<b>Pág.</b>
<b>Presentación</b>		<b>2</b>
<b>1. Objetivos</b>		<b>5</b>
Objetivo General		5
Objetivos Específicos		5
<b>2. Justificación</b>		<b>6</b>
<b>2.1 Caracterización del público objetivo</b>		<b>10</b>
<b>3. Antecedentes</b>		<b>17</b>
<b>3.1.1 Locales</b>		<b>17</b>
<b>3.1.2 Nacionales</b>		<b>21</b>
<b>3.1.3 Otros Proyectos</b>		<b>24</b>
<b>4. Marco Teórico</b>		<b>27</b>
<b>4.1 Comunicación en la sociedad de consumo actual</b>		<b>27</b>
<b>4.2 Hacia un enfoque de los valores en la sociedad de consumo</b>		<b>32</b>
<b>4.3 Los Niños y las Niñas como Audiencias</b>		<b>36</b>
<b>5. La Radio como Medio</b>		<b>40</b>
<b>5.1 El Lenguaje Radiofónico</b>		<b>46</b>
<b>5.1.2 Elementos de la Producción Radial: Voz, música, efectos, silencios</b>		<b>50</b>
<b>6. La Radio Revista: El Formato Radial</b>		<b>60</b>
<b>7. Metodología</b>		<b>65</b>
<b>7.1 Desarrollo del Trabajo de Campo</b>		<b>70</b>
<b>8. El Manual de Estilo</b>		<b>74</b>
<b>8.1.1 Estructura del Programa: Cuentero de Colores</b>		<b>85</b>
<b>8.1.2 Libreto</b>		<b>87</b>
<b>9. Anexos</b>		<b>108</b>
<b>10. Bibliografía</b>		<b>115</b>

## PRESENTACIÓN

Para referirnos a un tema relacionado con los niños y niñas de la ciudad de Manizales, en el cual ellos son el público objetivo para la producción de un programa radial, se hace necesario recordar un poco sobre aquello que nos caracterizó alguna vez cuando fuimos niños; este ejercicio de intentar volver en el tiempo a edades entre los 7 y 10 años de edad, permitirá una mejor estructura con el programa que se quiere presentar a este público manizalita. En este período realmente especial, se está dotado de grandes posibilidades para recibir información, conocimientos, y además, para divertirse mientras aprende, estas características, lastimosamente se suelen perder fácilmente al pasar a edades más adultas e inclusive estando en la misma edad, debido al medio por el cual se está rodeado, de los medios de comunicación, los adultos, la cultura, el estilo de vida, entre otros.

Por esto, la niñez también necesita "algo" con qué identificarse, y este reconocimiento también lo podrán encontrar a través de un programa radial que tenga en cuenta que en esta primera etapa, la niñez se desarrolla física y emocionalmente, y comienza a utilizar las herramientas que les entregan las personas que los rodean. Es por esto, que para continuar satisfactoriamente con su desarrollo en todos los aspectos, se hace tan importante aportar desde nuestro rol de comunicadoras, con un producto mediático que se convierta en una opción de programación para ellos.

Este producto mediático, pretende validar sus derechos a la comunicación y a la expresión, que conlleven a generar identidad y reconocimiento en ellos mismos. Para cumplir con el objetivo planteado, fue necesario diseñar un piloto, que se creó teniendo en cuenta los intereses y necesidades de los niños y las niñas, después de una investigación previa (trabajo de campo) realizada con una muestra determinada en las 11 comunas de la ciudad.

Nuestra propuesta le apuesta a la producción de una Radio Revista, titulada “Cuentero de Colores”. Pretende ser la respuesta a una necesidad de que los niños y niñas tengan un programa para escuchar en la radio, el cual pueda estimularle su imaginación, su participación activa en la sociedad, y de la misma forma que exterioricen sus opiniones, esperanzas, sueños, necesidades y preocupaciones ante el programa y de esa manera, la comunidad los escuche.

Uno de los factores más relevantes para desarrollar esta propuesta, fue trabajar de la mano de los niños y las niñas, indagando la forma como veían el mundo, aprendiendo de ellos, e intentando conocer cada día más su mirada tan particular.

Por esto, el motor que ha impulsado y ha mantenido vivo este proyecto, es la ilusión de que al final de todo este proceso podamos ser en verdad una alternativa novedosa para la niñez manizalita. Desde nuestro rol pensamos que se hará un aporte valioso, para el crecimiento personal e intelectual de los niños y las niñas, incentivándolos por medio de la radio revista, a explorar y a disfrutar cada etapa de su desarrollo.

Al momento de dirigirnos a esta audiencia con un programa con el que se sientan identificados y valide sus derechos, estimulando así mismo las responsabilidades que tienen, sabrán que pueden interrelacionarse con las demás personas con la certeza de que sus pensamientos y conocimientos aportarán para el crecimiento y la construcción de una vida dentro de la sociedad.

# 1. OBJETIVOS

## 1.1 Objetivo General

Realizar un programa piloto radial para niños y niñas entre los 7 y 10 años de edad en la ciudad de Manizales, mediante una investigación previa que permita divertirlos y acompañarlos con lo que ellos quieren escuchar en la radio.

## 1.2 Objetivos Específicos

1. Determinar cuáles son los intereses y las necesidades de los niños y las niñas relacionados con la radio, los cuales ayudarán a establecer las temáticas que se tratarán en el programa piloto.
2. Posibilitar que el programa piloto sea una opción para el ejercicio pleno de la información, entretenimiento, refuerzo de valores y ampliación de conocimientos en la niñez.
3. Aplicar los elementos del lenguaje radiofónico en la producción del programa piloto.
4. Incentivar la participación de los niños y las niñas de Manizales a través del programa radial, con un guión estructurado que los cautive con su creatividad.

## 2. JUSTIFICACIÓN

El interés por realizar un producto mediático, surgió a raíz de la preocupación por la escasa emisión de programas radiales dirigidos al público infantil en la ciudad de Manizales. Cabe aclarar que los espacios en algunas emisoras sí están disponibles, pero los programas infantiles no se emiten continuamente.

Por lo anterior, se pretende hacer un aporte desde la profesión de las proponentes como comunicadoras sociales, con un producto radial, desde la perspectiva del derecho a la comunicación y a la expresión, cuyo público objetivo son los niños y las niñas entre los 7 y 10 años de edad, en la ciudad de Manizales. La intención primordial apunta a que este programa piloto se posicione dentro de la radio como una opción para el ejercicio pleno de la información, entretenimiento y ampliación de conocimientos.

Para ello, se comenzó por analizar el medio de comunicación que se utilizaría como canal para cumplir el objetivo, a sabiendas de que la tecnología para los niños y las niñas cada día avanza en cuanto a funcionamiento y servicios; sin embargo, cada medio de comunicación tiene su espacio, su función, sus objetivos y utilidades, en cuanto a sus programas, emisiones y públicos. Además de eso se necesita realizar una ponencia directamente relacionada con la calidad de la audiencia infantil

El argentino Daniel Viola con respecto a los niños como audiencia dice: “La radio obliga a la escucha... Escuchar implica la necesidad de completar con la propia imaginación, con los propios sueños y las propias ideas eso que se dice

pero no se muestra, y eso es parte de la 'magia' particular de este medio que es muy importante presentar a los niños porque habilita el desarrollo de un montón de capacidades de comunicación"<sup>1</sup>.

Estas capacidades de comunicación como la escucha, la interpretación, la imaginación, la codificación y decodificación de los mensajes, sólo la radio las proporciona, y con esto logra capturar a su audiencia específica. En este sentido fue la radio el medio escogido, puesto que cumple con las características que se buscan en la propuesta del proyecto. Entre otras, que la radio brinde la posibilidad a sus oyentes mediante un lenguaje propio, de entretener, informar, desarrollar la imaginación y fomentar el hábito de escuchar.

Por esto, se realizó un ejercicio de escucha, en donde se sintonizaron las emisoras de Manizales en AM y FM, durante seis semanas, este ejercicio se aplicó en las horas de la mañana, tarde y noche, identificando así, cuál era su programación, y a quién iba dirigida.

Además de esto, se indagó en las emisoras locales, si en alguna de su programación diaria iba dirigida a la audiencia infantil. Se encontró que de 16 de las emisoras que actualmente están al aire en la ciudad de Manizales, sólo dos tienen programación dirigida hacia el público infantil. Por esta razón se podría afirmar, que los productos radiales para niñas y niños que están actualmente al aire son escasos en Manizales.

---

<sup>1</sup>Tomado de Reflexiones/ los niños y la radio, disponible en [http://www.revistaplanetario.com.ar/archivo\\_planetario/reflexiones82.htm](http://www.revistaplanetario.com.ar/archivo_planetario/reflexiones82.htm) explorado el 28 de noviembre de 2007.



En el caso de la emisora de interés público de la Policía Nacional, tiene un programa que lleva por nombre “Chiquilladas” y se sintoniza en los 103.7 FM. Y por otro lado, se encuentra Radio Cóndor, una emisora cultural de carácter comercial, que se encuentra en el dial 1540 AM que tiene programación variada, entre ella la franja infantil, titulada de la misma manera.

Es por esto, que al constatar que son pocos los programas que se emiten con cierta continuidad y que estén dirigidos a este tipo de público en la radio local de la ciudad. Se le apostará a la ejecución y transmisión de un producto enfocado hacia los niños y las niñas.

Las temáticas que se plantearon para la realización del programa piloto radial, surgieron a partir de un trabajo de campo realizado con niños y niñas de 14 colegios, ubicados en las 11 comunas de la ciudad de Manizales. Las características de la población de los planteles educativos corresponden a las edades propuestas para nuestro público objetivo, que se encuentran entre los 7 y 10 años edad.

Esta búsqueda necesitó de observación y de acercamiento, no sólo a los niños y niñas, sino a psicólogos y docentes infantiles, quienes nos presentaron un panorama más claro sobre cómo abordar estas temáticas de una manera acertada.

Para lo anterior, fue necesario realizar una charla exploratoria que permitió entablar una relación cercana con los niños y niñas, y de esa manera ganar su confianza. Luego, se aplicaron formatos propuestos para recolectar

información, como la entrevista y la encuesta.

En este proceso, fueron de vital importancia las respuestas y las miradas de los niños y las niñas, los cuales aportaron información pertinente sobre los temas que más les interesan y los motivan y al igual sobre la forma en que perciben el mundo.

Este ejercicio permitió establecer las características que estructurarían el programa piloto, tales como las temáticas, y el lenguaje adecuado para dirigirnos a ellos. También pretende ser una alternativa en la ciudad para los infantes, brindando la posibilidad de ser un programa radial que permita que su audiencia se identifique, reconozca y exprese. Un espacio dedicado y diseñado exclusivamente para las niñas y los niños.

Así se promoverá el desarrollo de las capacidades que poseen los niños y niñas, tales como la creatividad, la curiosidad y la facilidad para explorar lo nuevo y acogerlo. Lo anterior mediante el uso adecuado del lenguaje oral y radiofónico con las temáticas y la musicalización, dentro de cada segmento del programa.

## **2.1 Caracterización del público objetivo**

### **\*A quién va dirigido Cuentero de Colores**

Nuestro público objetivo son los niños y niñas de la ciudad de Manizales que se encuentran entre los 7 y 10 años de edad, para poder conocerlos, describirlos y dirigirnos a ellos, es necesario tener conocimiento pleno de cómo es la ciudad en la que ellos se desenvuelven cotidianamente, tanto geográfica, histórica, social, política y educativamente.

Manizales es una de las ciudades más jóvenes de Colombia, fue fundada el 12 de octubre del año 1849, el origen de su nombre proviene de la abundancia en este lugar de las llamadas "piedras de maní", que son rocas graníticas de color gris, el conjunto de estas piedras, sería llamado manizal, por lo tanto, Manizales significa: conjunto de piedras de maní.

Esta ciudad es la capital del departamento de Caldas, cuenta aproximadamente con 420 mil habitantes, está ubicada en el Centro-Occidente de Colombia, y su sistema montañoso hace parte de los Andes Colombianos. Manizales se ha caracterizado y diferenciado de otras ciudades por su zona cafetera, su clima templado con poco viento, su gente trabajadora y amable, sus pendientes, que hacen parte de una topografía imposible, jamás soñada.

Manizales ha sido llamada de muchas maneras, Ciudad de las puertas abiertas, Ciudad universitaria, Manizales del alma, La ciudad de las ferias en América, Capital mundial del café, entre otros, todos estos apelativos pueden dar una noción de la cultura y el movimiento de esta ciudad.

## **\*Problemáticas y realidades**

En Manizales existe un porcentaje de población infantil alto, predominan las familias extensas sobre la nuclear según datos obtenidos por el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar ICBF, Regional Manizales. Además los consolidados de fichas integrales familiares realizados en hogares infantiles, sustitutos, comunitarios y jardines sociales, revelan que un alto porcentaje de la población manizaleña entre los 7 y 10 años queda al cuidado de abuelos u otros familiares o adultos que en la mayoría de los casos poco o ningún tiempo pueden dedicarle a los niños. Esto ha venido trayendo como consecuencia que se evidencie un uso inadecuado del tiempo libre, haciéndose necesaria la implementación de espacios impactantes que atiendan a las características propias de los niños de esta edad en la ciudad. Es de resaltar la gran influencia que ejercen como modelos a imitar los jóvenes frente a los niños, especialmente en estas edades, en los diversos grupos familiares.

Los Observatorios de Infancia y Familia de Caldas (OIF) vienen adelantando hace 3 años, investigaciones relacionadas con pautas de crianza y con problemáticas marcadas en las diversas topologías familiares, encontrando como muy relevantes las problemáticas de violencia intrafamiliar, drogadicción, abuso sexual y creación de grupos de delincuencia en especial juvenil. A todo ello, no están ajenos nuestros niños en edades entre 7 y 10 años, con los cuales se requiere enriquecer creativamente los ambientes y escenarios en los cuales ellos se desarrollan.

Los resultados arrojados por las investigaciones de los OIF de Caldas permiten visibilizar que es prioritario crear e implementar nuevos espacios culturales a los cuales los niños tengan fácil acceso, que atrapen el interés e influyan de una manera positiva, posibilitando transformaciones y adaptaciones al medio sociocultural, minimizando riesgos que puedan inducirlos a problemáticas como la deserción escolar, además de las ya mencionadas.\*<sup>2</sup>

### \*Lugares de esparcimiento

La vida de los niños de Manizales de edades entre los 7 y 10 años, se desarrolla en escenarios educativos en un alto porcentaje; complementario a ello está el compartir del fin de semana en espacios tales como: Centro Comercial Cable Plaza, Centro Comercial Parque Caldas, Santágüeda, La Rochela, El Ecoparque los Yarumos, Bosque Popular El Prado, La Biblioteca del Banco de la República, Chipre y El Monumento a los Colonizadores, el cual está ubicado en el mismo sector; estos son los principales lugares lúdicos a los que pueden acceder en la ciudad, de ellos pueden disfrutar quienes cuentan con acompañamiento de padres o adultos con condiciones socioeconómicas media (estratos 3 y 4); mientras que los de estratos 0, 1 y 2, aunque tienen acceso a centros educativos, carecen de recursos que les permita disfrutar de tales privilegios y deben dedicar su tiempo en parques, al menos en aquellos en que el vandalismo no haya hecho su obra, o pararse en esquinas a observar e imitar las acciones no tan acertadas de algunos jóvenes.

---

<sup>2</sup> Documento suministrado por el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. Colección Avances OIF de Caldas.

Es de resaltar que en Manizales, en medio de tanta crisis de valores y tanta soledad que manejan los niños y los jóvenes, se destacan muchos de ellos inquietos por el arte, la ciencia y la cultura que se cuestionan sobre cómo lograr cambios y se comprometen en ello. Frente a estas vivencias cotidianas de nuestros niños y jóvenes, "cuentero de colores" puede aportar significativamente; esto se pudo visualizar en las encuestas y en el trabajo adelantado con los niños y niñas en las diversas comunas de la ciudad de Manizales-.

### **\*Uso del tiempo libre**

Para caracterizar a los niños y niñas entre los 7 y los 10 años en la ciudad de Manizales, de manera particular y haciendo referencia a las actividades que ellos realizan en espacios diferentes a la jornada escolar; es necesario mencionar cuáles son los estratos a los cuales pertenecen; ya que es diferente la dinámica que se da en la cotidianidad y en los ratos libres para niños y niñas de estratos 4 en adelante, que la que se da en la 1, 2, o 3.

Los niños y niñas de estratos 4 en adelante, dedican este tiempo a actividades extracurriculares tales como: el deporte (tenis, esgrima, artes marciales, golf, batuta, ballet, gimnasia artística, entre otras) o lo dedican a descansar en espacios privados (fincas, club); así mismo organizan por grupos de edades excursiones o salidas a sitios exclusivos.

Paralelo a ello encontramos que las actividades realizadas por niños y niñas entre los 7 y los 10 años, pertenecientes a los estratos 2 y 3 varían mucho de

acuerdo a las posibilidades económicas de sus padres y al nivel cultural de los mismos; destinan el tiempo libre a deportes tales como el fútbol, baloncesto, voleibol, integrados por lo general en escuelas de formación deportiva o se integran a las actividades programadas por las casas de la cultura, lideradas por personas de la comunidad quienes reciben capacitación con apoyo de la red de instituciones como la Alcaldía Municipal, El Centro de Desarrollo Versalles, el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, entre otros.

El resultado de las investigaciones realizadas por parte de los observatorios de infancia y familia de Manizales, en la comuna ciudadela del norte; arrojó que no todos los niños y niñas de familias pertenecientes al estrato 1 tienen acceso al medio escolar, bien por la negligencia de sus padres o por que debido a su nivel económico se ven obligados a involucrarse a temprana edad dentro del medio laboral; respondiendo en muchas ocasiones por el cuidado de otros hermanos menores o por la manutención del hogar; en este estrato no se evidencia la participación de los niños en espacios recreativos y en los pocos casos en que se dan lo hacen respondiendo a la vinculación que hacen instituciones como el ICBF a través de los programas de protección y prevención tales como: los hogares sustitutos, hogares comunitarios, hogares infantiles, programas Fami entre otros.

Como fenómeno particular en los estratos 1 y 2 se vienen evidenciando situaciones de los niños pandillistas, deserción escolar, drogadicción y prostitución infantil, problemas estos que obedecen a la ausencia de un núcleo familiar constituido, de control y a la permisividad de las autoridades y la comunidad en general.

### **\*La radio, un medio en común**

Este medio de comunicación, es un fenómeno particular que condensa a los niños y niñas en todos los estratos, y permite evidenciar los intereses y gustos frente a los programas radiales, visibilizando una similitud en la forma en que se complementan sus actividades extracurriculares mencionadas anteriormente.

La forma como lo hacen, es escuchando los espacios radiales que les ofrece el medio, mostrando un interés particular por la música, en especial en géneros como el reggaeton, el pop, el tecno, y en programas que les permitan la participación y el sentirse parte del contexto social al cual pertenecen.

Lo anterior se sustenta a partir de las encuestas aplicadas por las proponentes del proyecto en cada una de las comunas de la ciudad de Manizales, evidenciando la gran importancia no sólo cultural, si no lúdica y recreativa, en la cual se puede constituir una emisora radial para los niños y las niñas de Manizales.

### **\*Otra mirada**

Resulta interesante analizar cómo en las vivencias que tienen los niños y niñas de 7 a 10 años de esta ciudad, ejerce gran influencia la crisis económica, puesto que ha generado cambios sociales y estructurales a nivel familiar, que han obligado a que tanto papá como mamá deban ausentarse del medio familiar, vinculándose al sector laboral para contribuir en los gastos familiares, desplazando en gran medida la responsabilidad de formación en valores y



construcción de normas a otras instancias, entre ellas las instituciones educativas y los medios de comunicación.

Debido al contacto constante que se tuvo con algunos de los niños y niñas que viven en la ciudad de Manizales, se logró evidenciar que en la etapa de los 7 a 10 años se comportan de forma más independiente, deciden por sí mismos cómo actuar, les gusta acercarse a los adultos y compartir sus opiniones a los demás. Lo anterior está basado en las preguntas que respondían con entusiasmo, y que aportaron significativamente para que el proyecto creciera de tal manera que se pueda ejecutar en la ciudad.

Los niños y las niñas quieren ser escuchados, quieren tener un espacio propio y para esto, deben contar con las bases para ser unas mejores personas en el presente y en el futuro; y el medio de comunicación radial con un producto como Cuentero de colores podrá en alguna medida, servir de herramienta para lograrlo.

### 3. ANTECEDENTES

Existen diferentes proyectos de carácter académico, institucional y comunitario encaminados hacia la niñez, los cuales nos permitirán esclarecer el panorama de los proyectos y programas radiales existentes en la ciudad y en el país, que están dirigidos al público infantil. Uno de los elementos que motivó la propuesta de un producto radial dirigido hacia la niñez, fue la evidente falta de programas que se encuentran actualmente al aire en nuestra ciudad.

#### 3.1.1 LOCALES

En Manizales no existe la evidencia contundente de un producto radial infantil que se haya sostenido a largo plazo con emisiones en algunas emisoras comerciales y de servicio público.

##### \*UM. FM

La emisora universitaria de la Universidad de Manizales se mantuvo al aire desde comienzos del año 1997 hasta febrero de 2000. Nació como un proyecto creado para prácticas académicas universitarias; los contenidos que se utilizaron en esta emisora eran en su mayoría el resultado de los trabajos que se realizaban para la asignatura de Otros Géneros Radiales que se cursaba en V semestre, en la Facultad de Comunicación Social y Periodismo.

**Radio Aventuras** fue el primer ejercicio que se hizo para la emisora y contribuyó a crear la franja infantil de UM. FM, la cual salió al aire a mediados de 1998 hasta finales de 1999. Tuvo 60 ediciones, veinte por semestre. En otras palabras, duró año y medio. Felipe Salgado produjo un trabajo radial para la

materia Otros programas, denominado **Los custodios del Samán**, que luego hizo parte del contenido de la franja infantil de la emisora cultural de la Universidad de Manizales, con 20 programas editados, cuyo objetivo principal fue crear una propuesta de estructura narrativa de un producto radial que sirviera de apoyo para la formación del pensamiento histórico en niños y niñas de 10 años. Los dos programas eran pregrabados, en un formato dramatizado que se emitía los sábados en la mañana, de las 10:00 de la mañana a 12:00 del día.

Entre el primer semestre de 2000 y hasta octubre (cuando se cerró la emisora) se trabajó un programa que hacía parte de la franja infantil llamado **Rompecabezas**. Tenía diferentes secciones, una de ellas la hacía la estudiante Yulieth Orozco junto con una niña de cuatro años, se trataba el tema de viajes a diferentes lugares: la selva, el polo, etc. El trabajo de ellas era describir qué animales había, cómo era el lugar, y con la ayuda de la sonorización parecía que la niña y Yulieth estuvieran en el lugar.

Para el año 2001 se realizó una serie radiofónica denominada **¡A recreo!**, realizada por Jimena Quintero, que en esa época cursaba octavo semestre en la Facultad de Comunicación Social. Esta serie contó con 20 microprogramas de cinco minutos cada uno. Se trataban diferentes temas en cada emisión, y su objetivo era dar a conocer el potencial de las realizaciones radiales para el público infantil del departamento de Caldas, en las 10 emisoras comunitarias en las cuales se emitían, puesto que la emisora ya no estaba en funcionamiento y por ello se hacían proyectos de producción de series para las radios comunitarias. La iniciativa de este ejercicio nació a partir de la prepráctica que

se hace en VIII semestre, en el que se le pidió a Jimena Quintero elaborar un proyecto para radio.

#### **\*JUVENTUD STEREO (Emisora local comunitaria)**

**Pequeñas Voces** fue un programa radial creado en el segundo semestre del año 2003, dirigido a un público infantil (niños desde los cinco a doce años) en el que se trataban temas de actualidad, entretenimiento y educación por medio de cuentos, trabalenguas, adivinanzas, música infantil y del momento. Este programa fue emitido en la emisora “Juventud Estéreo” del municipio de Neira, Caldas, que tiene cobertura en la ciudad de Manizales, cada domingo en un transcurso de 15 minutos y contó con 11 emisiones. Este proyecto fue parte de la práctica que el realizador, Santos Tovar Ramos, estaba haciendo en un curso de locución y radio. Se trataba de experimentar con la creación de un proyecto radial al aire. Además, el espacio en la emisora en el que se difundía el programa, era sólo prestado para el objetivo académico.

#### **\*EMISORA DE LA POLICÍA NACIONAL**

Esta emisora que funciona dentro de los parámetros que el Ministerio de Comunicaciones ha puesto para las emisoras de Interés Público, emite el programa **Chiquilladas**. Su creación fue en el año 2001 y sigue vigente con cinco años al aire. Está dirigido a un público infantil y adulto (niños de todas las edades y padres). Los temas son diferentes en cada emisión y son los menores quienes escogen el tema, su transmisión es de una hora (10:00 a.m. hasta las 11:00 a.m.) y tiene un carácter periódico, ya que sólo sale al aire los meses de abril, octubre y diciembre. La creadora del producto es la subintendente Gloria Estela Herrera, quien hace la tarea de Jefe de Prensa de la Policía Nacional

Departamento Caldas.

### **\*RADIO CÓNDROR**

Es la emisora universitaria de la Universidad Autónoma de Manizales, está al aire desde hace 27 años y desde el año 2006, viene desarrollando la franja infantil con diferentes secciones algunas de ellas son:

**\*Postres infantiles:** Se encarga de transmitir música clásica cuya autoría es de algunos de los compositores más representativos en el mundo, pero lo hace con una mirada y un lenguaje adecuado, para que la audiencia infantil lo entienda claramente. **\*Chiqui informativo:** En este espacio se anuncia la agenda cultural de los niños y de las niñas que se tiene programada en la ciudad.

**\*Rafa que viaja:** se encarga de promover la imaginación y el aprendizaje de los infantes mediante cuentos que los mismos productores, locutores y directora planean y ejecutan.

**\*Cuentos Infantiles:** En este espacio se educa a los niños y niñas que escuchan la franja por medio de la música y la lectura con la asistencia de adultos que los acompañan en ese momento.

La franja es emitida los sábados de 9:00 a 10:00 de la mañana.

### 3.1.2 NACIONALES

#### **\*Programas radiales de niños para adultos**

Entre todos los antecedentes existentes que se encuentran, la Radio Difusora Nacional y ahora denominada, Radio Televisión Nacional de Colombia (Rtvc); creó en el año de 1995 y 1997 respectivamente los programas **Zona común y Viviendo Historias, Cuentos para gozar y pensar**; dos proyectos radiales que trataron temas de los infantes pero dirigido a los adultos que están a cargo de ellos como por ejemplo los padres de familia, los profesores, niñeras, entre otros. Se escucharon en horarios: el primero de 4:00 PM a 4:30 PM en el 570 AM y el segundo de 1:00 PM a 3:00 PM en los 95.9 FM, ambas con cubrimiento nacional.

“Estas series radiales estaban dirigidas con el propósito de tener un mejor contacto con sus hijos, para llevar a cabo una práctica en el desarrollo social de los mismos. Se busca con el programa trabajar los derechos de la niñez, involucrando a las instituciones estatales y privadas para que se promueva la concientización en favor de la infancia colombiana. Su difusión principalmente ha sido en emisoras comunitarias en varias regiones del país emitido por la radio difusora”<sup>3</sup>.

#### **\*ALHARACA**

##### **Programa radial para niños y niñas**

Fue un magazín de radio infantil creado por el Proyecto de Comunicación para La Infancia del Ministerio de Comunicaciones (PCIM). Empezó desde finales de

---

<sup>3</sup>Tomado de Organización de Estados Iberoamericanos para la educación, OEI, la ciencia y la cultura 2006. Disponible en [www.oei.es/linea3/inicial/colombiane.htm#7](http://www.oei.es/linea3/inicial/colombiane.htm#7). Exploración, noviembre 29 de 2007.

1996 hasta septiembre de 1999 y “fue transmitida en los 95.9 FM por La Radiodifusora Nacional de Colombia en Bogotá todos los sábados de 9:00 AM a 11:00 AM con un cubrimiento de tipo nacional, en el que se brindó un espacio para el encuentro de los sueños, la música y la fantasía del mundo de los niños y las niñas.

Este espacio se convirtió en el punto de encuentro de lo que ellos piensan, sienten y quieren”<sup>4</sup>; dirigido a niños de 3 a 12 años de diferente región, clase social y raza, la prioridad era llegar a todos los niños colombianos.

**\*COLORIN COLORRADIO ([www.colorincolorradio.com](http://www.colorincolorradio.com))**

Actualmente la emisora ya no se encuentra al aire en la radio. Se conserva un único programa llamado “Rakamandaka” de lunes a viernes en los 850 AM para Bogotá solamente. De resto, puede acceder a Colorín quien quiera escucharla por medio de Internet. Esta emisora infantil busca promover el interés de los niños y niñas, generándoles sentimientos positivos, como felicidad, compañía, alegría, paz, tranquilidad, solidaridad, entre otros. Nació con el fin de conquistar un espacio en los medios en cuanto a la elaboración de mensajes dirigidos al sector infantil de la población. Estuvo al aire en frecuencia radial en la ciudad de Bogotá, desde el 11 de mayo de 1992 hasta el 12 de diciembre de 2006.

“Su objetivo principal fue captar y sostener la audiencia infantil, para tal efecto diseñaron una programación estimulante, con el ritmo propio de las niñas y los niños, en un día normal, se emitía desde las 6:00 de la mañana hasta las 10:00 de

---

<sup>4</sup>Ibidem.

la noche, con programación musical, temas ecológicos, otros relacionados con las matemáticas, las ciencias sociales, entrevistas, curiosidades, noticias con respecto a esta audiencia, entre otras actividades”<sup>5</sup>. Ahora es un portal interactivo.

**\* VOZ INFANTIL:**

Es un radio magazín producido por y para niños de Barranquilla, actualmente se emite los sábados por la emisora La Voz de la Costa de 8 a 9 a.m. Tiene más de 20 años de existencia y permanencia en la radio local. “Voz Infantil, surgió como una necesidad de poner a niños y niñas en contacto directo con los medios de comunicación para elaborar su propio mensaje informativo y estimular el trabajo realizado con los pequeños.

Al mismo tiempo que se busca su participación activa en la sociedad. En 1982, el Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, La Federación Latinoamericana de Periodistas y La Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación con sede en México, concedieron Mención de Honor a Voz Infantil por un Nuevo Concepto de Periodismo Infantil.

Este reconocimiento internacional mereció la atención de Radio Cultural Uniautónoma Stereo y su directiva permitió que los niños utilizaran una hora de su programación radial con el espacio De vuelta al Futuro”<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup>Tomado de caracol radio. Disponible en [www.colorincolorradio.com.co/programa.asp](http://www.colorincolorradio.com.co/programa.asp). Exploración noviembre 27 de 2007.

<sup>6</sup>Tomado de programa radial, disponible en: <http://www.geocities.com/vozinfantilcolombia/programas.html> explorado del 17 de diciembre de 2007.



### 3.1.3 OTROS PROYECTOS

**\*Radio Aventuras Saludables**, es una producción que hace parte de un Modelo Pedagógico de Prevención del Consumo de Sustancias Psicoactivas, de la Gobernación de Caldas, integrado a programas de promoción y prevención de la salud con niños de tercero, cuarto y quinto grado de primaria de las escuelas públicas del departamento.

**\*La organización no gubernamental Fesco, Fundación para el Desarrollo Integral de la Niñez**, ha realizado series radiales asociadas al programa escuelas familiares como una estrategia de educación y comunicación que promueva espacios familiares más sanos y armoniosos para los niños; se realiza desde hace tres años y cada 15 días se emite un programa por la emisora de la Policía Nacional, llamado **Un país para la infancia**, se hacen viajes por los diferentes municipios de Caldas recogiendo información y trayendo dramatizados de los cuales se reflexiona con la orientación de profesionales y educadores.

Fesco, utiliza programas pregrabados que realizan cada semestre en convenio con la Universidad de Manizales y su Facultad de Comunicación Social y Periodismo en series de programas sobre niñez- juventud y familia. Hasta la fecha cuenta con seis CD y cada uno de ellos tiene cinco programas que duran entre cinco y siete minutos, utilizando un género dramático con temáticas distintas en cada grabación.

**\*Clubes Juveniles: Radios escolares**, Es un programa creado por el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF), el cual lleva cerca de 10 años

implementado en todo el país, haciendo que la comunicación sea para todos. Existe un grupo juvenil en la ciudad que se creó hace cinco años, conocido como **Red de Radios**, en el que cerca del 30% de los colegios entre públicos y privados de la ciudad de Manizales, cuentan con su propia emisora escolar dentro de sus establecimientos educativos.

En este programa se le brinda a los jóvenes, niñas y niños capacitación, talleres y actividades encaminadas a la creación de radio y es dirigido por profesionales de diferentes áreas, entre ellos comunicadores sociales, trabajadores sociales y pedagogos; estos profesionales también colaboraron con el grupo infantil llamado **Super Radio Kids** el cual fue creado por el Centro Comunitario Versalles en el año 2002 y terminado a finales del 2005.

La dinámica de este trabajo estuvo enfocada en niños y niñas de 7 a 13 años como laboratorio para experimentar las capacidades comunicacionales de los infantes que pertenecieron a éste, donde las actividades fueron encaminadas a la ecología, la cultura, la recreación y el deporte, además de crear su propio programa radial con temas relacionados con su vida cotidiana y su entorno. Los programas que hicieron no pudieron ser llevados al aire, porque no se terminó con el convenio en la emisora que pretendía prestar el servicio.

#### **\*SAMANES**

Es un trabajo de grado realizado para la facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales, por el estudiante Felipe Salgado en el año 2002, enfocado hacia la producción radial en género dramático, que pretende contribuir al proceso del aprendizaje de niños y niñas de 10 años, para

que éstos conozcan la historia a través de la radio. Esta producción mediática fue una investigación-producción, en donde la realización de cada capítulo tuvo un tiempo estimado de 8 minutos con 30 segundos. Sólo se realizó el piloto del programa como parte de la investigación.

## 4. MARCO TEÓRICO

### 4.1 Comunicación en la sociedad de consumo actual

Para encaminarnos en el presente proyecto es necesario considerar a los niños y niñas inmersos en la sociedad actual. Vivimos en la era de la información: televisión, radio, prensa e Internet hacen que todo se sepa más rápido y más fácil. Nos “bombardean” con todo lo que sucede y nos presentan una imagen del mundo. Los menores no escapan de su influencia. Como lo dice Javier Ballesta, en su libro *Educación para el Consumo de Medios de Comunicación*: “Hoy, más que nunca, se hace necesario entrar en el mundo de la comunicación, desde una postura crítica, que conlleva a la vez, reflexión y escepticismo y que nos hace estar en duda permanente sobre la función que ejercen los medios de comunicación y cómo tenemos que interrogarnos sobre los productos mediáticos que están siendo consumidos por la población infantil, juvenil, mayores y menores.”<sup>7</sup>

Ahora bien, la sociedad de consumo, es definida como “*la sociedad de la abundancia, la masificación, la homogeneidad*”<sup>8</sup>. El término de masificación se refiere a la relación indirecta entre el consumidor y el productor, a través de anuncios de objetos o dirigentes, sirviéndose de los medios de comunicación, los cuales tienen el rol de conectores entre las personas, aunque estén físicamente aisladas.

---

<sup>7</sup> Tomado del texto: *Educación para el consumo de medios de comunicación*. Javier Ballesta Pagán universidad de Murcia. Disponible en: <http://www.atei.es/recursos/doc/educonsumo.pdf>. explorado el 02 de junio de 2008.

<sup>8</sup> Referencia que se refiere a abundancia desde la perspectiva que el mercado ofrece aparentemente, una amplia gama de productos y bienes que se pueden adquirir fácilmente. Álvarez, L; Álvarez, N y colaboradores. *El consumo va a la escuela*. Barcelona: Laia. 1988.

La homogeneidad es la derivación de la masificación, puesto que conduce a los consumidores a adoptar conductas, tanto de pensamiento como de acciones comunes. Las personas aún teniendo características individuales y colectivas muy distintas utilizan productos estándar determinados de manera previa por el productor. Es así como venden ropa, perfumes, carros, entre otros.

Los medios de comunicación están influyendo en la socialización de la infancia más que sus propias familias, convirtiéndose en la representación más importante para su desarrollo social y cognitivo. Los niños y las niñas son curiosos, con capacidad para recibir información y conocimiento, y de igual manera, emitirla. Desde este aspecto queremos abordar los aportes dados por Luis Eduardo Marulanda en el documento “Fiesta de la lectura”, texto dirigido y entregado a docentes de instituciones educativas del Municipio de Manizales, en el cual expresa “los niños y las niñas, dueños de un lenguaje rudimentario inician lo que los expertos han denominado etapa heurística, durante la cual utilizan los por qué infinitos inevitables. Para llegar a la comprensión del mundo, aprenden que el lenguaje les sirve para informar y ser informados, que es un instrumento, una herramienta en la que se podrán apoyar para ser, justificarse o conseguir lo que necesitan.”<sup>9</sup> Esto conlleva a entender que los infantes necesitan estar en continua interacción con los demás, puesto que su capacidad comunicativa se va reforzando a medida que adquieren más información.

En medio de este contexto, vale la pena entrar a considerar los pronunciamientos que se han hecho desde La Convención Internacional de los

---

<sup>9</sup> Documento de Educación infantil para docentes del Municipio de Manizales “Fiesta de la lectura”. Un aporte de Luis Eduardo Marulanda. Marzo de 1998.

derechos de la infancia, para proteger y valorar este importante grupo de la sociedad de consumo: “Los Estados Partes reconocen la importante función que desempeñan los medios de comunicación y velarán porque el niño tenga acceso a información y material procedentes de diversas fuentes nacionales e internacionales, en especial la información y el material que tengan por finalidad promover su bienestar social, espiritual y moral, y su salud física y mental”<sup>10</sup>.

En el marco de la sociedad de consumo, surge paralelamente la importancia de los medios masivos donde se ha desarrollado profundamente la segmentación de audiencias. Esto nos permite pensar en la posibilidad de crear un producto que, a pesar de estar inmerso en esta sociedad, pueda aportar valores para la construcción de mejores ciudadanos. Mediante la inclusión de mensajes, estrategias y valores de convivencia, se logra abrir camino a las inquietudes y problemas con los que los niños se ven involucrados cotidianamente y proponer soluciones para afrontar los rápidos cambios que presenta la sociedad “*carente de valores*”, como lo expresa el común de la gente.

Además de la gran oferta y saturación de información a la que los niños se enfrentan, se suma la situación de que muchos de ellos pasan gran parte del día sin un adulto que los acompañe y los oriente adecuadamente para comprender todos los estímulos que reciben, porque la mayoría de estos, son mensajes que no han sido contruidos en un lenguaje adecuado y mucho menos comprensible para ellos, ni dirigirse específicamente a ellos en el caso de la radio en la ciudad.

---

<sup>10</sup> Tomado de Derechos de la infancia. Centro de documentación, recursos, investigación y difusión sobre derechos de la infancia y la violencia sexual infantil. Disponible en: <http://www.derechosdelainfancia.cl/convencion.htm>, explorado el 14 de octubre de 2007.

Como consecuencia, la percepción de la realidad de los niños es distorsionada o afectada por estos factores. Desde esta perspectiva, los infantes también están formando parte de la sociedad de consumo: "(...) la sociedad humana impone a sus miembros la obligación de ser consumidores. La forma en que esta sociedad moldea a sus integrantes está regida, ante todo y en primer lugar, por la necesidad de desempeñar ese papel; la norma que les impone, la de tener capacidad y voluntad de consumir"<sup>11</sup>. Los niños no tienen suficiente voluntad propia para decidir qué productos consumir, frente a la oferta de los medios masivos de comunicación. La capacidad y velocidad de comprensión de un niño es menor que la de un adulto. Sus necesidades y gustos pueden ser fácilmente manipulados y manejados por los fabricantes de productos o realizadores de programas difundidos a través de cualquier medio.

En la sociedad no sólo se consumen productos, bienes y servicios, sino también la misma información: "(...) el impulso de la denominada tecnología de la información y de la comunicación está haciendo que la sociedad de nuestros días disponga de una gran variedad de fuentes de información, a través de una diversidad de soportes que ofrecen la posibilidad de consumir un determinado número de propuestas, ideas, sugerencias, mensajes y decisiones que están siendo transmitidas por los denominados medios de comunicación de masas"<sup>12</sup>.

Se puede afirmar que los infantes son uno de los principales blancos a los que les dispara la sociedad de consumo actual. El presente proyecto pretende ser

---

<sup>11</sup>BAUMAN, Z. (1998). "De la ética del trabajo a la estética del consumo". En BAUMAN, Z. (1998). Trabajo, consumismo y nuevos pobres. Gedisa. Barcelona. 2000.

<sup>12</sup> Tomado del texto: Educar para el consumo de medios de comunicación. Javier Ballesta Pagán universidad de Murcia. Disponible en: <http://www.atei.es/recursos/doc/educonsumo.pdf>. explorado el 02 de junio de 2008.

una opción donde el consumo obedece más a intereses éticos y de reflexión para reforzar los valores para la convivencia, idea diametralmente opuesta a los fines comerciales.

Es claro que la comercialización hace parte de la sociedad de consumo, lo que se quiere destacar en este proyecto es que existen necesidades básicas que deben ser suplidas o satisfechas, y frente a ellas, las creadas o inventadas por la misma sociedad consumo, de las cuales, los niños son las primeras víctimas de las inventadas. Un programa que permita espacios donde se pueda pensar formas de afrontar esta situación de otro modo, es lo que se pretende con el piloto de radio revista para los niños y las niñas de Manizales.

Así mismo, para el presente trabajo se entiende a la comunicación como “una actividad absolutamente transversal en la sociedad, como una actividad que no es explicada solamente por los medios de comunicación. Es decir, los medios de comunicación forman parte de la actividad comunicacional pero no la definen ni la limitan”<sup>13</sup>. Los medios facilitan la transmisión de los mensajes a muchas personas en distintos lugares y al mismo tiempo. Por eso para este caso, la radio se convierte en una herramienta para la difusión del piloto de radio revista planteada.

---

<sup>13</sup>Memorias del Seminario: Comunicación y Ciudad. Realizado en Medellín por: Facultad de Comunicación Social de la Universidad Pontificia Bolivariana, La Unesco y la Alcaldía de Medellín. Junio 15, 16, 17 de 1995. Pág. 7.



## 4.2 Hacia un enfoque de los valores en la sociedad de consumo

Para abordar el tema de los valores en este proyecto, se parte del pleno conocimiento de que: “la sociedad actual, tiene serios problemas de valores y las personas que pertenecen a la sociedad de consumo poseen una característica que les permite identificarse con facilidad del resto de los seres humanos”<sup>14</sup>, no por esta afirmación se pueden generalizar los parámetros que rigen la conducta de las personas; sin embargo, se hace posible desde un ángulo idealista, hablar que los valores humanos mejoran la proyección de las actitudes de las personas, de igual modo, harán la transformación social de buenos seres humanos, donde se pueden enfocar los actos de las personas, en este caso, los infantes, hacia el bien común.

El concepto de valor, desarrolla significados y contenidos desde diferentes posiciones, perspectivas y teorías. Desde el sentido humanista, se entiende por valor los actos que hace que un hombre o mujer sea tal. El valor se refiere al calificativo que se le da a los comportamientos del ser humano frente a diversas situaciones.

Según Rokeach: “Las personas tienen un número relativamente pequeño de valores, que comparten con otras personas (aunque difieren en el grado) y que organizan en un sistema de valores. Obedecen a la cultura, la sociedad y la personalidad y subyacen a todo fenómeno digno de estudio para las ciencias

---

<sup>14</sup> **BERRÍOS VALENZUELA**, Llarena Alejandra. Tesis doctoral. “Estudio descriptivo sobre la influencia de la sociedad de consumo en los valores y hábitos de los adolescentes de la provincia de Barcelona”. Barcelona. Abril, 2007. Pág. 84.

sociales, generando actitudes y conductas”<sup>15</sup> En pocas palabras, el valor es el que le da sentido a todo lo que realice el ser humano, sin él no se podría desarrollar la humanidad, despojándolo de la cualidad.

Desde la mirada socio- educativa, el valor se orienta a ser referente, pauta o abstracción que orienta el comportamiento humano hacia la transformación social y la realización de la persona. Pero muchos autores como Cortina, afirman que “un valor no es un objeto, no es una cosa, no es una persona, sino que está en la cosa (un hermoso paisaje), en la persona (una persona solidaria), en una sociedad (una sociedad respetuosa), en un sistema (un sistema económico justo), en las acciones (una buena acción). La tendencia de condensarlos en sustantivos, la libertad, la solidaridad”<sup>16</sup>. Esta definición al tener varios aspectos relacionados con lo que es el valor, permite que el proyecto *¡Cuentero de Colores! Una opción en la radio para los niños y niñas de Manizales*, se desarrolle como el producto que los niños y niñas que se encuentran entre los 7 y 10 años de edad pueden escuchar: un programa entretenido.

Los valores en los niños y en las niñas, son un tema que integra parte de la temática que trata la producción del piloto de este producto mediático para este público. Es importante señalar qué pasa con los niños y los valores.

---

<sup>15</sup> **FERRER GARCÉS**, Jorge. Valores Humanos. Principales Concepciones Teóricas. Valencia: Nau llibres, 1988. Disponible en: <http://www.aloj.us.es/vmanzano/pdf/resumen/garces.pdf>. Explorado el 27 de agosto de 2008.

<sup>16</sup> Definición tomada de **BERRÍOS VALENZUELA**, Llarela Alejandra. Tesis doctoral. “Estudio descriptivo sobre la influencia de la sociedad de consumo en los valores y hábitos de los adolescentes de la provincia de Barcelona”. Barcelona. Abril, 2007. Pág. 85.

Los niños y niñas son una población vulnerable a toda clase de información, sus comportamientos y actitudes pueden ser resultado de lo que los adultos les presentan, también en reacción a algunas situaciones que se muestran, ya sea en la escuela, en el parque, en la casa o con sus amigos de barrio. Los valores que se tratarán en la producción mediática, ¡Cuentero de colores; serán los que apuntan a reconocer que las personas tienen cualidades y los destacan frente a los demás.

Para las niñas y los niños que están en constante formación, los valores se presentan como guías, consejos o sugerencias para pensar y actuar frente a las situaciones que se le presentan en la vida: “El ser humano, debido a su inteligencia, es capaz de valorar las cosas y guiarse por lo que tiene de ideal. De esta manera, desarrolla unas actitudes o modos de ser ante los valores. Su conducta se define por el conducto de actitudes que se convierten en hábitos, y que constituyen la virtud”<sup>17</sup>.

Entendiendo la investigación de Yohanka Valdés Jiménez\*\* realizada en Cuba, la transmisión de los valores tiene tres vías: la primera vía es la que presenta la familia, una transmisión de valores como consecuencia de la educación y formación del ser humano. La segunda vía es la que enseña la escuela. Y la tercera vía se encuentra en la atmósfera social en la que vivimos, lo que muestra la sociedad ante diversas situaciones y acontecimientos de su entorno.

---

<sup>17</sup> **BERRÍOS VALENZUELA**, Llarela Alejandra. Tesis doctoral. “Estudio descriptivo sobre la influencia de la sociedad de consumo en los valores y hábitos de los adolescentes de la provincia de Barcelona”. Barcelona. Abril, 2007. Pág. 102

\* **JIMÉNEZ VALDÉS**, Yohanka. "El proceso de transmisión de valores: retos para la familia cubana actual". Disponible en: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cuba/valdes.rtf>. explorado el 19 de julio de 2008.

Ahora bien, lo importante de tratar temas como los valores en un programa para niños y niñas entre los 7 y 10 años de edad, es que ellos puedan identificar las acciones buenas y malas que protagonizan y visualizan desde su propio contexto y cotidianidad. Y que la sociedad de consumo no los envuelva sólo en lo que materialmente pueden lograr construir. Seguido de esta explicación, cabe aclarar, que los infantes a los que va dirigida esta radio revista, se encuentran en una edad en la que son curiosos, les gusta aprender nuevas cosas cada vez que se les da la oportunidad. Estas características de los infantes, les permiten ingresar a la sociedad de consumo de inmediato, relacionándose de manera implícita y explícita con todo lo que ella le presenta.

Lo que se pretende es que no se pierda la esencia de los valores, ni su estructura desde lo familiar hacia lo social. La radio como medio hará el puente de comunicación e información en este aspecto.

### 4.3 Los niños y las niñas como audiencia

En primer lugar, podríamos decir que para poder seguir desarrollando la idea de crear un producto mediático radial para los niños y niñas de Manizales, se requiere analizar lo que es este público como audiencia. Es decir, para poder realizar una radio revista, se puede formular de la manera más concreta y definida posible lo que ellos significan para este proyecto.

La capacidad de concentración de un niño es inferior a la de un adulto, por esto es importante tener en cuenta la claridad, la sencillez y la brevedad del mensaje que se puede transmitir a través de un espacio radial, además de saber que cualquier relato por este medio, posee su propio atractivo: “Ha de rentabilizar una de sus características esenciales, el estímulo de la imaginación: por medio de una labor constante creativa y sobre todo lúdica, ha de ser capaz de generar ofertas diferentes de las que plantean los modelos convencionales”<sup>18</sup>. Lo interesante de este medio frente a la audiencia infantil, es que le permite aumentar gradualmente su capacidad de concentración y atención.

Ahora bien, la radio construye instancias de diálogo con sus audiencias, no a través de sus deseos sino de las propuestas de programación, puesto que si no se presenta sino una opción de realización, será ésta la que ella seleccione para entretenerse, informarse y consumir.

---

<sup>18</sup>MERAYO, A (2000), “Identidad, sentido y uso de la radio educativa”. Disponible en: Signo y Pensamiento. Revista de la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana-Bogotá. Volumen XXVII Enero- junio 2008. Pág. 107.

Cuando se habla de audiencias, sus conceptos parten de satisfacer la necesidad de informar, entretener. El hecho de tener una audiencia cautiva en diferentes frecuencias y horarios, presenta un atractivo para promocionar los productos y servicios de diferentes empresas. Es decir, “para las agencias de rating y empresas comerciales de medios, las audiencias son cifras, son segmentos cuantitativos en los que se divide la sociedad con respecto a su exposición y preferencias en algún medio”<sup>19</sup>. Por otro lado, los niños tienen la necesidad de satisfacer su curiosidad por saber nuevas cosas, por intercambiar ideas, identificarse y sentirse partícipes de algún grupo al escuchar programas.

Los medios tienen la capacidad de inmiscuirse en la vida cotidiana de la población, moldeando sus gustos, cuestionando sus criterios y creencias. Esto quiere decir que las audiencias en medio de la sociedad de consumo de alguna manera son manipuladas de acuerdo a distintos intereses (económicos, de moda, ideológicos).

Para los anunciantes, “las audiencias son potenciales consumidores de los productos y servicios publicitados en los medios, a las que hay que convencer de sus bondades”<sup>20</sup>. La información y los productos, deben “seducir” al oyente para lograr el efecto planeado: vender más, cambiar hábitos o formas de pensar.

En conclusión, las audiencias en la sociedad de consumo son estratégicas, y por lo tanto merecen ser vistas, como lo plantea Guillermo Orozco desde el estudio de las audiencias: “Intuimos que la audiencia es muchas cosas a la vez (...)

---

<sup>19</sup> **OROZCO GÓMEZ**, Guillermo. El reto de conocer para transformar. Medios, Audiencias y Mediaciones. En. Revista Grupo Comunicar, Colectivo Andaluz para la educación en medios de comunicación. Andalucía, España. número 8 marzo de 1997. Pág. 27.

<sup>20</sup> *Ibidem*. Pág. 27.

porque mientras se es audiencia, no se deja de ser sujetos sociales, históricos y culturales”<sup>21</sup>. Cada persona está compuesta de muchos elementos a la vez: pensamientos, valores, gustos, creencias, miedos, ilusiones, entre otros. Lo que permite ser que una persona sea igual como audiencia, pero diferente como individuo frente a otros.

En las audiencias se activa un proceso de traducción donde el desafío se refleja cuando ésta escucha el programa y lo consume cada vez que se lo presentan. De cierta manera, ella hace que el producto se reproduzca y se sostenga.

Sin embargo, para reflexionar en la temática de niños y niñas como audiencia, se hace necesario hacerlo desde la concepción de que existen diferentes audiencias, separadas o mejor, segmentadas en grupos por edad, sexo, gustos por la programación, estratos sociales, lugar de residencia e incluso, su nivel educativo. “La segmentación no significa excluir otras posibles audiencias, sino priorizar un sector sobre otros”<sup>22</sup>. Lo que significa que toda la población humana es audiencia y como tal tiene necesidades específicas y diversas, por ende, hay productos pensados propiamente para ella.

Los niños y las niñas forman parte de las nuevas generaciones. Hoy en día se habla de la *generación Einstein*, posterior a la generación X y a la Y. Una generación que viene con la cultura digital. Cuestionan la autoridad, son prácticos y críticos, son funcionales y discriminan la información útil de la que no lo es de acuerdo a sus propios intereses; son sociables, consumen

---

<sup>21</sup>Ibídem. Pág. 27.

<sup>22</sup>**LÓPEZ VIGIL**, José Ignacio. Manual urgente para radialistas apasionados. Arte Gráfico Silva. Quito, Ecuador, mayo de 1997. pág. 399.

información y también la producen. Del entendimiento de estas nuevas generaciones dependerá el futuro de la sociedad. Volviendo al tema de la audiencia, “los niños también son importantes porque representan una nueva generación que se va formando con estos nuevos medios, y que marca una diferencia con respecto a los adultos. Todavía no comprendemos que nuestros niños y jóvenes estén tan experimentados con las nuevas tecnologías, y esto nos causa inseguridad e incertidumbre”<sup>23</sup>.

La audiencia infantil, como tal, merece que la radio le exprese, lo entretenga, comunique e informe todo lo que ésta quiera escuchar, claro está, partiendo desde lo atractivo y lo novedoso de informar mejor, y de esta manera poder acogerla, y permitirle dar sus opiniones, puntos de vista, acompañarla y divertirla.

A esto le apunta el presente proyecto Cuentero de colores, partiendo de los niños y de las niñas para aportarles acompañamiento en el fortalecimiento de los valores y conocimientos que satisfagan su curiosidad y al mismo tiempo les fomenten su capacidad de descubrir y explorar el mundo.

---

<sup>23</sup>**OROZCO GÓMEZ**, Guillermo “El reto de conocer para transformar”. Medios, Audiencias y Mediaciones. En revista Grupo Comunicar, colectivo Andaluz para la educación en medios de comunicación. Andalucía, España. Número 8 marzo de 1997, pág. 27.



## 5. La Radio como Medio

Para validar la radio como el medio escogido en el proyecto “Cuentero de colores”, es necesario entender que “la radio, es un medio con características, restricciones, posibilidades y desde luego un lenguaje propio, es fuente de fantasía y correctamente explotada, puede atraer la atención de las personas, en especial la de los niños, con elementos a través de; textos de aventuras o deportivos, no necesaria ni específicamente infantiles.”<sup>24</sup> El compromiso del mensaje que se emite se encuentra centrado en lograr metas de expresión radial, vivenciadas cotidianamente para ser transmitidas desde la distancia de sus oyentes.

El diseño y la realización de un programa piloto radial para el público infantil, busca conducir a la sensibilización, entretenimiento y enriquecimiento de los niños y las niñas. Reconociéndolos desde la perspectiva como audiencia y consumidora del programa piloto radial.

La manera como se emite un mensaje a través de los medios de comunicación es la encargada de obtener adeptos que se identifiquen con el mensaje y que además, se apropien de él. En el caso de la radio, la idea fundamental de proyectar o transmitir determinado programa es que el oyente precisamente escuche y sienta que lo que sus oídos perciben no son sólo ruidos sino un conjunto de estructuras radiales con las que se pretende llegar a obtener consecuencias específicas con las que el radioescucha pueda identificarse.

---

<sup>24</sup>Tomado de Reflexiones/ los niños y la radio, disponible en [http://www.revistaplanetario.com.ar/archivo\\_planetario/reflexiones82.htm](http://www.revistaplanetario.com.ar/archivo_planetario/reflexiones82.htm), explorado el 03 de agosto de 2007.

El medio radial permite el proceso de la construcción de la realidad social generando la participación del oyente en el proceso de la comunicación, por las características con las que se estructura este medio, por tanto: “Cuando hablamos de radio, no la comprendemos solamente como un instrumento de difusión, como un conjunto de estímulos que quieren conseguir determinados efectos, como si se tratara de una vacuna que se aplica, o de una pastilla que nos quita el dolor de cabeza. Por el contrario, hablamos de un medio que permite construir diversas relaciones comunicativas”<sup>25</sup>.

Las relaciones comunicativas hacen que la radio se proyecte como un medio “audiovisual”, audio porque es sonoro, y visual porque se puede ver con imágenes mentales todo aquello que el narrador cuenta; proporcionando así, un mecanismo más sensible sobre la realidad escuchada entre el emisor y receptor, puesto que, “no sólo lo audiovisual es auditivo, sino que nuestras relaciones sociales en el día a día se producen fundamentalmente a través de la palabra hablada”<sup>26</sup>. Además de encontrar en ella, la posibilidad de traer el mundo tangible a lo auditivo, desde el manejo de diferentes tipos de voces y sonidos, y de esta manera, darle estilo propio al producto como tal. Atrapar la atención de sus oyentes, creando expectativas y posibilidades de participación.

La radio dentro de su gran significado e importancia en el marco de los medios de comunicación, varios autores, entre ellos Arnheim la ha bautizado como, *el medio ciego*, nombre que le ha permitido “potenciar su facultad de expresión

---

<sup>25</sup>MATA, María Cristina. Curso a distancia en comunicación radiofónica UNDA\_AL ALER. Investigación radiofónica de las palabras a los hechos. Quito, Ecuador. Agosto 1995, unidad 1, pág. 382.

<sup>26</sup>MERAYO, A (2000), “Identidad, sentido y uso de la radio educativa”. Disponible en: Signo y Pensamiento. Revista de la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana-Bogotá y del Departamento de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana- Cali. Volumen XXVII Enero- junio 2008. Pág. 99.

creativa de un arte aún más noble: el de generar por medio de la expresión oral, un mundo imaginal autónomo, invisible y único en cada ser humano”<sup>27</sup>. La radio desde su gran mundo sonoro, alberga cientos de oyentes para acompañarlos en sus rutinas diarias para recrear su realidad, de manera tal, que el receptor contemple un producto que ha sido pensado para él y producido para él, desde la forma como mejor pueda escucharlo, imaginarlo y aceptarlo, porque “lo que se escucha a través de la radio no es una reproducción, un calco de la realidad, sino más bien una recreación: una realidad diferente, resultado de las transformaciones técnico- modales de la realidad que se pretende transmitir”<sup>28</sup> lo que se busca, es entender que la radio es un medio por el cual su *\*29lenguaje está comprendido por signos*, y estos signos se expresan a través de sonidos, palabras, música y efectos que expresan ideas, acontecimientos, sentimientos y hechos, consolidando audiencias.

La agrupación de los signos, brinda la posibilidad de producir un programa radial, en este caso, para niños y niñas. De igual manera, lograr escuchar su voz, sentir su expresividad desde los micrófonos o el teléfono, y por consiguiente, hacer que potencialice su imaginación y se estimule su capacidad de concentración a través de las descripciones de los personajes que los acompañan, y de lo que les están informando los locutores, puesto que “la magia de la radio, tantas veces aludida, se centra precisamente en la capacidad del sonido para dibujar escenas sonoras que recrean en la mente del receptor

---

<sup>27</sup> **FIGUEROA BERMÚDEZ**, Romeo. ¡Qué onda con la radio! Longman de México Editores, S.A. Alambra mexicana. México 1997. pág. 75.

<sup>28</sup> **ORTIZ**, Miguel Ángel y **VOLPINI**, Federico. Diseño de programas en radio. Guiones, géneros y fórmulas. Editorial Paidós de Comunicación 11. España. 1995. pág. 19.

<sup>29</sup> Concepto tomado de **FIGUEROA BERMÚDEZ**, Romeo. ¡Qué onda con la radio!

realidades y escenarios fantásticos”<sup>30</sup>.

Entendido desde este punto, el mensaje transmitido tiene diferencias a la realidad, de algún modo se re-inventa, se re-crea. El mensaje se expresa a través de la palabra, como sonido y sentido, y los demás elementos radiofónicos que le dan forma al producto para conectar al público, llegando a su mente y cotidianidad, de manera que pueda entenderlo, aceptarlo y quedarse con él.

Al producir un programa radial los mensajes que se emiten son codificados para que los oyentes puedan entender lo que escucha. Este medio permite incorporarse a los radioescuchas con familiaridad mientras informa y entretiene. De igual modo, tanto el mensaje como los signos deben ser claros y de fácil comprensión porque: “la comunicación a través del medio radiofónico se asemeja a la conversación, con la peculiaridad que se trata de un discurso y el que lo escucha no tiene oportunidad de poder volver atrás o de hacer preguntas sobre algo que no entienda”<sup>31</sup>. La radio es fugaz, no hay manera de decirle al locutor/a que por favor repita lo que ha dicho- salvo en el caso, que se reciba llamadas durante la emisión del programa-.

Es importante entonces, hablar con claridad desde los micrófonos, para que el mensaje llegue claro, ayude a la reflexión y al conocimiento. De allí la importancia de favorecer que el público infantil capte todo lo que le están mostrando en la radio, involucrando en el producto mensajes, frases claras y sencillas; además de una constante recordación o redundancia del tema que se

---

<sup>30</sup> Revista: **SIGNO Y PENSAMIENTO**. Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana- Bogotá. Volumen XXVII Enero- junio 2008. Pág. 107.

<sup>31</sup> **GONZÁLEZ CONDE**, María Julia. Comunicación radiofónica de la radio a la universidad. Editorial universitas, S.A. Madrid. 2001. pág. 23.

está tratando y en un lenguaje muy común para ellos; puesto que según Walter Ong “en una cultura oral, el pensamiento sostenido está vinculado con la comunicación”<sup>32</sup>, la comunicación para entablar con los infantes, está en la información basada en la cotidianidad de lo que ellos viven desde la descripción de acontecimientos, temas y sucesos de su mundo.

Se aprecia que la radio es un medio que asume características del lenguaje oral y escrito. La radio por su afán de querer incorporarse auditivamente en sus oyentes, rescata del lenguaje escrito todos sus factores favorables que le permiten al lenguaje oral enriquecerse de expresión. De esta manera el oyente al escuchar un programa radial desarrolla el proceso de visualización de lo que le están informando. El medio radiofónico proyecta una acción: el hablar, que conlleva a transmitir las imágenes de lo que se está diciendo.

Se podría deducir que la radio además de ser un medio de comunicación que atrae a las masas, se integra por señales, signos, códigos y significados, en el que se encuentra la lengua, que es el sistema de signos integradora de la expresión de las ideas, los gestos, los sentimientos, la escritura y las señales que en cada cultura se utilizan para comunicarse.

La radio como un medio estructurado de signos y comunicante de los mismos, requiere específicamente del mensaje para comunicar las ideas, ya que, “el lenguaje es la herramienta con la que cuenta el productor mediático para llamar la atención del oyente, mostrarle el mensaje, entretenerlo y conseguir que llegue hasta el final del relato. No basta con contar cosas... Se trata de contar los hechos

---

<sup>32</sup> **ONG, J** Walter. Oralidad y escritura. Tecnología de la Palabra. Fondo de Cultura Económica. Santafé de Bogotá, Colombia. 1994. pág. 40.

de manera diferente a como lo hace el común de las gentes o al específico de los poetas”<sup>33</sup>.

En el caso de los programas diseñados para la audiencia infantil es importante tratar temas de actualidad que ellos conozcan y les atraigan, ya que “la expresión que no es clara nunca es bella. Entre dos explicaciones hay que elegir la más clara; entre dos formas, la más elemental; entre dos palabras, la más breve.”<sup>34</sup> Ese atractivo se genera en la manera de enviar el mensaje, es decir, al momento mismo de saludar, presentar el programa, describir situaciones y personajes, entre otros elementos que componen la información dentro del programa radial.

Cuando los infantes escuchan un programa radial que les habla directamente, en su mismo lenguaje y con información atractiva, podrán conceptualizar su espacio, su entorno y su vinculación con el mundo social que les rodea. También les permitirá sentirse acompañados, importantes como audiencia a la hora de escuchar el programa. De igual manera, desarrollarán mejor su capacidad de atención y de recordación.

---

<sup>33</sup> **RODRÍGUEZ VILLAMOR**. *Redacción periodística para la generación digital*. Editorial Universitas. Madrid, 2000. pág. 85. Disponible en: **GONZÁLEZ CONDE**, María Julia. *Comunicación radiofónica de la radio a la universidad*. Editorial Universitas, S.A. Madrid. 2001. pág. 38.

<sup>34</sup> Escrito de **MARTÍNEZ DE LA ROSA** en su *Arte Poética*. Disponible en: **GONZÁLEZ CONDE**, María Julia. *Comunicación radiofónica de la radio a la universidad*. Editorial universitas, S.A. Madrid. 2001. pág. 38.

## 5.1 Lenguaje radiofónico

Alcanzar metas, cumplir objetivos, sueños e ideales, hacen parte de la cotidianidad de todas las personas, y para llevar esto a cabo, se suelen mezclar algunas cualidades que caracterizan al ser humano, tales como, el esfuerzo, la dedicación y la constancia, y el elemento encargado de hacerlo acertadamente es la creatividad, puesto que es aquella que tiene ese toque especial y muy útil para ayudar a alcanzar lo que se quiere.

Tomando como ejemplo lo anterior, y refiriéndonos al lenguaje radiofónico (el lenguaje que se utiliza en la radio), la creatividad también es relevante en este caso, puesto que permite que se pueda producir un trabajo de calidad gracias a la combinación acertada de algunos componentes, los cuales contribuirán a darle forma, identidad y sentido al producto final. No existe una clave mágica para lograr una mezcla perfecta de los diferentes elementos radiofónicos, simplemente se necesita tener en claro qué es lo que se quiere decir, qué sentimientos se quieren despertar en los oyentes, darle la importancia que se merecen estos elementos, y haciendo uso de cada uno de ellos, pasando desde el silencio, hasta el ruido.

Se entiende que el lenguaje radiofónico “es el conjunto de formas sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico- expresivos de la reproducción sonora, y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo- visual

de los radioyentes”<sup>35</sup>. El lenguaje radiofónico debido a las limitaciones del medio, explora los elementos con los que cuenta e intenta sacar el máximo de provecho a estos códigos específicos, para de esa manera construir los mensajes que día a día llegan a cualquier lugar en donde haya un aparato receptor.

El conocimiento pleno de que el lenguaje radiofónico conjuga diferentes elementos, es lo que va a permitir que se articule un programa radial para cualquier tipo de público, en este caso, los niños y las niñas. El lenguaje radiofónico en toda su significación, permite que la construcción del discurso radiofónico sea el resultado de todo el contexto comunicativo, es decir, el contenido de los mensajes, su argumentación e hilo conductor que tiene mientras se transmite el programa.

De esta manera se logra que la construcción del discurso se enfoque en “escribir para contar y ser escuchados; utilizar variedad en códigos sonoros; manejo de narración oral fluida y espontánea; responder a una estructura redundante del producto, en el que se cumpla con la función de informar, entretener y comunicar,”<sup>36</sup> como lo diría Alfonso Ignacio Blanco. Por lo cual, el lenguaje se define como la forma de expresarse y emitir un mensaje, encontrando elementos que faciliten el proceso de creación de cualquier producto mediático o comunicativo- como en el caso de la radio- para el consumo del mismo.

Dentro de un enfoque más oral de lo que es la radio, Walter Ong, deja al descubierto las posibilidades que tiene la forma de expresar ideas y

---

<sup>35</sup> **BALSEBRE**, Armand. El lenguaje radiofónico. Editorial Cátedra Signo e imagen. 2da edición. 1996. Madrid España. Pág. 27.

<sup>36</sup> **BLANCO**, Alfonso Ignacio, **FERNÁNDEZ MARTÍNEZ**, Pilar. El lenguaje radiofónico: la comunicación oral. Editorial Fragua. Madrid, 2004. pág. 17.



conocimientos dentro de una cultura oral. Según expresa Ong: “En una cultura oral, la restricción de las palabras al sonido determina no sólo los modos de expresión sino también los procesos de pensamiento”<sup>37</sup>, lo que significa que no se puede retroceder a decir, con las mismas palabras, lo que se dijo, sin embargo, la posibilidad de captar la idea principal de lo que se escuchó, es clara y precisa. Asimismo, si la comunicación entre dos o más personas es sostenida desde la misma codificación de los mensajes que se transmiten, la comunicación tendrá éxito de entendimiento porque sus consumidores han asumido de verdad una descodificación de los mensajes que le llegan.

El habla, o mejor lo oral, parte de las palabras que cada ser humano utiliza para expresar pensamientos, sensaciones y emociones. “Nuestras relaciones con los demás se materializan cada día a través de las palabras,”<sup>38</sup> sin embargo, para que se pueda expresar todo aquello, se debe incorporar el lenguaje dentro de códigos que cada cultura maneja para entablar una verdadera comunicación, en la que se pueden encontrar sentidos de los contenidos que se transmiten por medio de la palabra.

Se hace necesario que el creador de productos radiofónicos, utilice un vocabulario comprendido por la mayoría de las personas, con frases sencillas y cortas, evitar las alteraciones en el lenguaje- palabras que el oyente no comprenda- y frases subordinadas, hacer la utilización de la descripción de situaciones, acontecimientos o personajes, sobre todo mantener la atención de la narración hacia el público recurriendo a la reiteración o redundancia del tema,

---

<sup>37</sup> **ONG, J** Walter. Oralidad y escritura. Tecnología de la Palabra. Fondo de Cultura Económica. Santafé de Bogotá, Colombia. 1994. pág.40.

<sup>38</sup> Revista: **SIGNO Y PENSAMIENTO**. Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana- Bogotá. Volumen XXVII Enero- junio 2008. Pág. 101.

definida por Ong.

La redundancia permite que el oyente mantenga el hilo conductor de lo que está escuchando, ya que, el oído es un sentido completo, es decir, si se escucha, se entiende, se percibe y se obtiene conocimiento; sin embargo, este sentido es muy distraído, puesto que está alerta de todo lo que está a su alrededor, sonoramente hablando. Por eso, “dado que la redundancia caracteriza el pensamiento y la lengua oral, en un sentido profundo resulta más natural a éstos que el carácter lineal escueto”<sup>39</sup>. Porque la palabra es fugaz, desaparece debe recurrir a la repetición, el resumen, la recordación de lo que se dijo.

El hablar se hace necesario en todas las culturas, es el medio por el cual se entienden mejor las personas, ayuda a que la mente se concentre y se conecte con lo que está pasando. “la redundancia es favorecida también por las condiciones físicas de la expresión oral ante un público numeroso, donde de hecho es más marcada que en la mayor parte de una conversación frente a frente”<sup>40</sup>. La oralidad conlleva a que las comunidades o grupos sociales se identifican plenamente cuando comparten los mismos intereses y las mismas vivencias. Por tanto, la radio produce programas para diferentes públicos, porque las personas se identifican por sus gustos y necesidades.

La radio por ser un medio de comunicación auditivo se constituye de sonidos que se interiorizan en la mente humana y permite que ésta proyecte imágenes de la información que le llega, lo cual hace que “el pensamiento esté integrado en el habla y no en los textos, todos los cuales adquieren su significado

---

<sup>39</sup> *Ibíd.* Pág. 46.

<sup>40</sup> **ONG**, J Walter. *Op cit.* Pág. 46.

mediante la referencia del símbolo visible con el mundo del sonido”<sup>41</sup>. Es el sonido el que acerca a las personas a los acontecimientos, hechos y situaciones.

### **5.1.2 Elementos de la Producción Radial: Voz, música, efectos y silencio**

La producción radiofónica cuenta con elementos que le permiten aportar a las producciones, sentidos particulares y diferentes ante otras realizaciones. La combinación de los elementos es lo que determinará la identidad del programa, además de impactar emotivamente en el oyente.

#### **❖ El Sonido**

Hace parte de la naturaleza humana, está inherente en cada uno de nosotros, y es la forma por la que se percibe el mundo, no podríamos referirnos a nada más, que no sean los sentidos, algunos están más desarrollados que otros, dependiendo del uso y el medio en que se desenvuelve cada persona.

Pero hay un sentido que permite ir más allá y explorar nuevas formas de percibir el mundo: el sonido, y es interesante analizarlo desde el caso particular de un medio como la radio, en donde el ejercicio de escucha nos obliga a explorar los demás sentidos, debido a la misma ausencia de ellos, puesto que no es necesario el tacto, el gusto, el olfato y la vista para poder ser un radioescucha. Y es que no es nada complicado hacerlo, ya que desde nuestros primeros años de vida, los sonidos han hecho parte de la cotidianidad, y han sido necesarios para poder desarrollar los demás sentidos.

---

<sup>41</sup> ONG, J Walter. Op cit. Pág. 78.

“En la primera infancia el niño se encuentra enteramente receptivo a los estímulos sonoros del mundo exterior, que gradualmente se irán elaborando e integrando en la conciencia. La receptividad sensorial expresada a través de diversos medios: movimiento, gestos, lenguaje... evoluciona de forma muy significativa en los primeros años. La sensibilidad visual, auditiva y táctil halla en el entorno el marco idóneo para su desarrollo.”<sup>42</sup> Es por esto que los niños y niñas, en sus primeros años de vida, repiten lo que escuchan de los adultos e imitan los sonidos que están a su alrededor; es así como comienza la estimulación y el proceso del lenguaje, y debido a esto, la radio, “esa caja mágica que les habla”<sup>43</sup> se vuelve tan familiar para ellos, ya que se han adaptado a miles de sonidos desde que estaban en proceso de gestación.

El sonido por ser el principal elemento que constituye al lenguaje, articula conocimiento y comunicación de todo aquello que a su alrededor existe. “El sonido, a su vez, puede ser de tres tipos o, mejor dicho, puede llevar tres órdenes de significado, que son: la palabra, la música y los efectos de sonido, entre ellos, el silencio”<sup>44</sup>. Y las posibilidades de apoyarnos en lo auditivo para reforzar los procesos de aprendizaje son más amplias de lo que nos marca un entorno mayoritariamente visual. El sonido es en sí, parte esencial de nuestra vida cotidiana. Este nos aporta día a día sensaciones, emociones y reacciones.

Sin embargo, “el sonido posee un aspecto objetivo, y puede considerarse así como una *causa*, como un *objeto* natural de las ciencias y las técnicas. En un aspecto subjetivo, el sonido es un efecto estrechamente dependiente del sujeto

---

<sup>42</sup> GALLEGO GARCÍA, Cristina Isabel. Descubrir el sonido y el silencio en Educación Infantil. Disponible en <http://www.filomusica.com/filo44/silencio.html> explorado el 23 de julio de 2008.

<sup>43</sup> Expresión tomada de PÉREZ JOYA, Renato. Los duendes de la cajita mágica. Manual de producción radiofónica para niñas, niños y adolescentes.

<sup>44</sup> Ibidem. Pág. 80.

que lo siente”<sup>45</sup> Y es que, para la realización de un producto radiofónico más que técnica, mediciones, cálculos y abstracciones, se debe considerar emplear un significado más emotivo, puesto que es un medio que requiere el manejo de la imaginación para que los oyentes disfruten, entiendan y se involucren desde la sensibilidad de los sentidos con lo que están escuchando.

De esta manera, “el sonido puede ser también signos o presagio, benéfico o a veces de mal augurio, cuando, al adoptar la forma de un grito de pájaro o de un choque que sobreviene en alguna parte, surge y desgarrar o araña el tiempo, puntúa un pensamiento que he tenido, o se encuentra con un acontecimiento, el sonido es lenguaje de la naturaleza y se debe interpretar”<sup>46</sup>, sin embargo, los tipos que el sonido radiofónico maneja para conseguir la estructura y el significado del lenguaje del producto, dependerán siempre del contenido y del sentido que se transmite dentro de sus mensajes.

### ❖ La Música

La música ha influido en toda manifestación cultural conocida. Ha estado presente hace miles de años en el mundo como una forma de expresión que ha tomado infinitas direcciones creativas, las cuales se han hecho tradicionalmente con sonidos y no con ruidos, pero, actualmente esto no se puede asegurar, puesto que la música utiliza cualquier sonido o ruido, ya sea natural o artificial, permitiendo que cada persona escoja a su gusto el género o la expresión musical con la que más se identifique.

---

<sup>45</sup> **BOURCET**, Patrice y **LIÉNARD**, Pierre. “Acoustique fondamentale”, en *Le livre des techniques du son*, t. 1, París, Fréquences, 1987, pág. 13, disponible en **CHION**, Michel. *El Sonido. Música, cine, literatura...* Ediciones Paidós Ibérica, S.A. Barcelona, España. 1999, pág. 62.

<sup>46</sup> **CHION**, Michel. *El Sonido. Música, cine, literatura...* Ediciones Paidós Ibérica, S.A. Barcelona, España. 1999, pág. 173.

La música, más que un tipo de significado del sonido radiofónico, es más bien un elemento esencial para la elaboración de un producto mediático, ya sea para la televisión, el cine, o la radio- como es el caso de este trabajo- puesto que al ser percibida establece diversas sensaciones y emociones. “Como fuente creadora de imágenes auditivas, el simbolismo de la música encuentra en la radio su auténtica caja de resonancia, su auténtico ámbito preceptivo”<sup>47</sup>. Evoca sentimientos, pensamientos y sensaciones que se tienen dormidos, y que sólo por medio de la música se puede lograr revivirlos.

“La música tiene la función poética de servir en la radio para describir, sin palabras, el lugar, el tiempo, el estado de ánimo, las condiciones sociales y la idiosincrasia de la cultura de los pueblos”<sup>48</sup>, además, aporta en la creación de mensajes, que se transmiten con un fin determinado, como generar sentimientos, controversia, etc.

Balsebre, acerca de la música explica: “la música en la radio es la *música radiofónica*, valor de uso comunicativo y expresivo específicamente radiofónico.”<sup>49</sup> Esto quiere decir, que el papel que cumple la música en la radio no se limita sólo ha entretener, sino que también permite la organización de los contenidos. Es contenido en sí misma, y funciona como un elemento interno de las narraciones.

## ❖ La Palabra

La palabra es uno de los poderes más grandes del mundo, con ella podemos

---

<sup>47</sup> **BALSEBRE**, Armand. Op cit. Pág. 89.

<sup>48</sup> **FIGUEROA BERMÚDEZ**, Romeo. ¡Qué onda con la radio! Longman de México Editores, S.A. Alambra mexicana. México 1997. pág. 146.

<sup>49</sup> **BALSEBRE**, Armand. Op cit. Pág. 91

comunicarnos con otras personas, y al hacerlo, persuadirlas, conectarnos con ellas, expresar sentimientos y emociones. Incluso, se hace increíble llegar a comunicar por medio de la palabra, sonidos de todo aquello que rodea en la cotidianidad a los seres humanos.

La palabra en la radio, es sumamente significativa, puesto que es la materia prima del medio, gracias a ella, el locutor logra conectarse con el oyente, persuadirlo, entretenerlo y transmitirle un sinnúmero de sensaciones que lograrán mantenerlo conectado por mucho tiempo, teniendo en cuenta el uso que se le da a la palabra, puesto que si es mal utilizada, no se logrará la efectividad esperada.

“La emisión de la voz representa lo más significativo del ser humano porque es la palabra, la idea codificada y llevada a la palabra, el principal instrumento por el que se hace posible el aprendizaje y comprensión de la vida”<sup>50</sup>. De este elemento, depende que el receptor mantenga la atención a lo que se le está narrando; puesto que “es el instrumento habitual de expresión directa del pensamiento humano y vehículo de nuestra socialización, la palabra es indispensable en el conjunto del lenguaje radiofónico”<sup>51</sup>. Con ella se expresan frases que van acompañadas de sentimientos que conducen al oyente a la vivencia mental de lo que está escuchando.

Sin embargo, la palabra se compone de los movimientos de las manos, del cuerpo, la cabeza, los pies; también de la posición de la espalda, los gestos que

---

<sup>50</sup> FIGUEROA BERMÚDEZ, Romeo. Op cit. pág. 129.

<sup>51</sup> BALSEBRE, Armand. El lenguaje radiofónico. Editorial Cátedra Signo e imagen. 2da edición. 1996. Madrid España. Pág. 33.

se hacen con la cara. Todo ello está conjugando comunicación e información, mientras se expresa o se emite un mensaje. “Por lo tanto, es preciso que la voz se componga de elementos corporales, puesto que, al hablar mucho, perdemos una parte de nuestra sustancia”.<sup>52</sup> Y esa sustancia debe verse reflejada en lo que el resto de cuerpo quiere comunicar.

Tratar el tema de la palabra como elemento sonoro radiofónico, conduce a entender que: “las palabras sólo adquieren sus significados de su siempre presente ambiente real, que no consiste simplemente, como en un diccionario en otras palabras, sino que también incluye gestos, modulaciones vocales, expresión facial y todo el marco humano y existencial, dentro del cual se produce siempre la palabra real y hablada”<sup>53</sup>, permitiendo que el receptor vivencie por medio de imágenes mentales lo que le están narrando e informando, sin necesidad de mirar, frente a frente, a quien está hablando.

“La melodía de la palabra radiofónica, expresa la dramatización de la realidad, de la realidad espectacular que transmite la radio al oyente.”<sup>54</sup> Con la melodía, la descripción de los hechos, objetos, personas y lugares, hace que la realidad contada desde la radio, se pueda contagiar de magia, afecto y realidad completa. Para darle a la palabra radiofónica un valor sentimental, en el que el oyente puede reír, llorar, admirar, gritar o simplemente sentir ternura, ira, ansiedad o cariño. En el valor experimental, el receptor puede ampliar su imaginación mientras el locutor narra, explica o informa. En sí, la radio le

---

<sup>52</sup> **LUCRECIO**, De rerum natura, t. 2. París, Les Belles Lettres, 1964, pág. 24 Disponible en. **CHION**, Michel. El Sonido. Música, cine, literatura... Ediciones Paidós Ibérica, S.A. Barcelona, España. 1999, pág. 98.

<sup>53</sup> **ONG**, J Walter. Oralidad y escritura. Tecnologías de la Palabra. Fondo de Cultura Económica. Santafé de Bogotá, Colombia. 1994. pág. 52.

<sup>54</sup> **BALSEBRE**, Armand. Op cit. Pág. 57.



permite al oyente y al locutor tener un enganche entre el contenido y el sonido radiofónico, en este caso- la palabra radiofónica- la cual permite tener mejor acercamiento de la radio hacia el público.

### ❖ Efectos Sonoros

Los efectos sonoros son elementos de gran importancia a la hora de realizar cualquier producción que implique sonidos, en especial la radio. Los efectos sonoros permiten que aquellos que los escuchan dentro de un contexto determinado, se imaginen todo lo que se les está transmitiendo, por ejemplo, el caer de las hojas, el movimiento del agua, los pájaros volando, una escena de suspenso, entre otros, estos efectos también permiten la conexión inmediata con el lugar que se crea imaginariamente para el oyente, el cual se transporta automáticamente a un mundo mágico que existe solamente en su imaginación, claro está, si la historia está bien contada y si se han utilizado los elementos sonoros que necesita para ser creíble.

La inclusión de los efectos sonoros en las producciones radiofónicas, ha hecho que la radio se acerque más al público, puesto que: “el efecto sonoro es un sonido radiofónico que por sí mismo o con ayuda de la palabra y la música, refuerza la ambientación o descripción de una acción, de un lugar, de un sentimiento.”<sup>55</sup> Proyecta en la mente de los radioescuchas, las imágenes de todo lo que se les está expresando.

---

<sup>55</sup> **GUTIÉRREZ**, García María. **PERONA**, Páez Juan José. Teoría y técnica del lenguaje radiofónico. Prólogo de Ramón Pellicer. Editorial Bosch, S.A. Barcelona, Madrid, Marzo de 2002. Pág. 53.

En este sistema, el sonido radiofónico lleva a que las imágenes narradas se puedan hacer más reales, en tiempo real, perceptibles al oído y a los demás sentidos. “El efecto sonoro es cualquier sonido inarticulado que representa un fenómeno meteorológico, un determinado ambiente espacial, la acción natural sobre un objeto animado o cualquier fragmento de realidad animal.”<sup>56</sup> Por tanto, el efecto sonoro cumple de alguna manera, con la función de describir los movimientos y acciones de las cosas, animales o personas, en la que la ambientación de cada narración se hace más real, llegando al oyente con más facilidad para capturar su atención.

“Los efectos tienen la virtud de establecer el lugar, el escenario, el tiempo y el ambiente psicológico que se da en las obras radiofónicas”<sup>57</sup>, asimismo, “los efectos sonoros se pueden seleccionar e incorporar al programa de radio tomando en cuenta el realismo y beneficio que son capaces de producir”<sup>58</sup>. Los efectos, permiten que los sonidos de la naturaleza, los estados de ánimo de las personas, los sucesos climatológicos, entre otras acciones, se escuchen - no como descripción del emisor- sino como acción real, y así, las narraciones podrán tener más vida y sentido en el contenido que se está informando.

### ❖ El Silencio

Podría decirse que el silencio es el espacio que abre la puerta y recibe a los demás sonidos, se definiría como la ausencia total de sonido, aunque en realidad un silencio total no llega a suceder, puesto que todo el tiempo siempre estaremos rodeados de algún sonido, por lejano y débil que parezca.

---

<sup>56</sup> GUTIÉRREZ, García María. PERONA, Páez Juan José. Op cit. Pág. 117.

<sup>57</sup> FIGUEROA BERMÚDEZ, Romeo. ¡Qué onda con la radio! Longman de México Editores, S.A. Alambra mexicana. México 1997. pág. 150.

<sup>58</sup> *Ibidem*. Pág. 150.

El silencio permite mayor concentración, agudeza auditiva, pausas en los diálogos, un respiro que todos pedimos en algún momento y es al mismo tiempo un suspenso que avisa que llegará de nuevo, la aparición de sonido.

Este elemento acompaña a la estructura de un producto radial, y está definido como “un sonido que no habla. Los sonidos, efectivamente, sólo piden hablar, o mejor, nosotros pedimos poder proyectar sobre ellos lo vocal hablado, la articulación, la intención”<sup>59</sup>. Visto de esta manera, es un elemento de expresión, al igual que la música que busca un espacio dentro de la radio para ser escuchado, entendido y percibido.

El silencio “también aporta información y concede esencia estética al producto en el que participa”<sup>60</sup>, por esta razón, este elemento no puede aislarse de la realización de cualquier programa radial, puesto que hace parte del todo dentro de la estructura del lenguaje radiofónico en sí.

Este sistema, elemento o tipo del sonido dentro del lenguaje radiofónico, presenta significación cuando se tiene claro la conjugación que se hará con los demás sistemas sonoros, “puesto que la ausencia absoluta de sonido no es posible: el *silencio* es, en realidad, el efecto perceptivo producido por un determinado tipo de formas sonoras”<sup>61</sup>, en las que se le da expresividad al momento de baja intensidad acústica y pareciese que desapareciera el sonido.

---

<sup>59</sup> **CHION**, Michel. El Sonido. Música, cine, literatura... Ediciones Paidós Ibérica, S.A. Barcelona, España. 1999, pág. 96.

<sup>60</sup> **GUTIÉRREZ**, García María. **PERONA**, Páez Juan José. Op cit. Pág. 66.

<sup>61</sup> **RODRÍGUEZ**, A. (1998): *La Construcción de una voz radiofónica*, tesis doctoral Departament de comunicació audiovisual i Publicitat de la Universitat Autònoma de Barcelona, Ballaterra (Barcelona). Disponible en **GUTIÉRREZ**, García María. **PERONA**, Páez Juan José. Op cit. Pág. 66

El sonido entonces, se define desde lo acústico, lo armónico y frecuencia que se tiene, y simplemente desaparece por un lapso de tiempo, ya sea corto o largo, dependiendo la finalidad que se tiene para el producto que se está emitiendo.

El silencio se presenta para expresar estados emocionales, reflexivos y críticos, también para representar cambios en el tiempo o simplemente, para dar respuesta, donde el interlocutor calla. Sin embargo, “toda sensación tiene lugar en el tiempo, pero el sonido guarda una relación especial con el tiempo distinta de la de los demás campos que se registran en la percepción humana. El sonido sólo existe cuando abandona la existencia. No es simplemente precedero sino, en esencia, evanescente, y se le percibe de esta manera”<sup>62</sup>. El silencio da lugar a que el receptor continúe escuchando el producto con interés, entendimiento y expectativa.

---

<sup>62</sup> **ONG, J** Walter. Oralidad y escritura. Tecnología de la Palabra. Fondo de Cultura Económica. Santafé de Bogotá, Colombia. 1994. pág. 38.

## 6. La RadioRevista: El Formato Radial

Hablar de radiorevista, es acceder a las características propias de la estructura de un programa, ya que “el mundo de la radio se concreta en los distintos programas que se recrean a través de los diferentes géneros y formatos radiofónicos, que son diseñados según los públicos, según las audiencias, pero también según la propuesta comunicacional del grupo emisor.”<sup>63</sup> Por tanto, para definir y realizar un programa para los niños y niñas de Manizales, se ha establecido el diseño de un programa, por medio de este formato, un formato que permite informar, entretener y permitir el acceso a la participación con más dinamismo que otro formato para esta clase de público.

Si bien, “la radiorevista se construye utilizando los otros formatos de radio: la charla, el reportaje, la entrevista, el comentario, el drama, etc. La mejor forma de entenderlo es comparándola con la revista gráfica que incluye temas variados: noticias, deportes, cocina, actualidad, entre otros”<sup>64</sup>. Lo que permite una amplia gama de posibilidades a la hora de plantear un guión, teniendo en cuenta los intereses que tenga el público a quien va dirigido y por supuesto, el de los realizadores. La radiorevista abre las puertas a un juego divertido de crear, imaginar, jugar, enseñar y conectarse con el oyente sin tantas restricciones y permitiendo la aplicación de “ingredientes” llamativos auditivamente hablando.

---

<sup>63</sup>

Tomado de <http://www.redacademica.edu.co/redacad/export/REDACADEMICA/estudiantes/radioclic/curso/taller/taller5.html>, explorado el 12 de enero de 2008.

<sup>64</sup> Tomado de radio revista/ formato radial, disponible en: <http://www.lectorias.com/formatos.html>, explorado el 12 de enero de 2008.

Se ha asumido entonces, manejar un formato radial que permita transmitir mensajes y contenidos, en un lenguaje lleno de expresión sonora, para así “crear realidades llenas de magia, que favorezcan la escucha y por lo tanto, la atención, con el firme propósito de que el oyente comprenda, imagine y se entretenga.”<sup>65</sup> Ya que es un hecho que a los niños y las niñas los cautiva todo aquello que tenga relación con el sonido y con lo cual se sientan identificados, por ejemplo las canciones de moda, temas inherentes a ellos y que además puedan aportarles al desarrollo de cada de sus etapas.

“La radio revista es un formato amplio, híbrido, capaz de englobar a los demás. Todo cabe en la revista, todos los géneros y subgéneros pueden trabajarse en su estructura”<sup>66</sup>. Esto posibilita una mejor producción radial para niños y niñas, ya que los contenidos serán variados, creativos y vistos como una alternativa novedosa en este medio de comunicación. Además se podrá informar de la actualidad local y nacional desde el género noticioso, también se puede incorporar el género de opinión, entretenimiento, entre otros géneros que irían dentro de este formato, acompañados de música y otros elementos radiofónicos que permitirán que estimularan la participación de los oyentes dentro de la radio revista.

La producción de la radiorevista se hará de manera espontánea, llamativa e informativa, puesto que las secciones que contiene, son variadas en cuanto a contenido, imágenes, géneros y temas, Y además se le sacará el máximo de

---

<sup>65</sup> **PÉREZ MAÍLLO**, Aurora y **TAMARIT RODRÍGUEZ**, Ana. Cómo estimular la comprensión y la imaginación a través de la radio en la prensa infantil. Disponible en **BLANCO**, Alfonso Ignacio, **FRENÁNDEZ**, Martínez Pilar. El lenguaje radiofónico: la comunicación oral. Editorial Fragua. Madrid, 2004. Pág. 93.

<sup>66</sup> **LÓPEZ VIGIL**, José Ignacio. Manual Urgente para radialistas apasionados. Artes gráficas Silva. Quito, Ecuador. Mayo de 1997. pág. 398.

provecho a las facilidades que este genero ofrece, para que de esa forma se explote la creatividad, cumpliendo a cabalidad con los intereses y necesidades que el público a manifestado en el transcurso del proyecto.

La radiorevista no exige un parámetro rígido en cuanto a la duración de la emisión de cada programa, puesto que existen algunas que duran una, dos, tres y hasta seis horas de emisión, pero en esta propuesta que se presenta para dirigirse al público manizaleño infantil, se pretende que dure 30 minutos.

La anterior decisión del tiempo de duración de emisión del programa piloto, se baso en varios factores determinantes, tales como el tiempo que puede durar concentrado un niño y una niña realizando la misma actividad, el uso que le dan al tiempo libre y además basados en un formato llamado: “revistas compactas, que oscilan entre 15 y 30 minutos de duración. Por su brevedad, requieren un diseño más estructurado, que aproveche al máximo los recursos y logre la variedad no tanto al interior de un solo programa, sino a lo largo de muchas emisiones”<sup>67</sup> y por ser sólo de treinta minutos, los niños tendrán la oportunidad de escuchar el programa completo, sin dar lugar a que se sientan cansados o pierdan la atención de ello.

“Los magazines son de hule: se estiran para todos lados, cubren todos los géneros de la producción radiofónica”<sup>68</sup>, sin embargo, para un programa que sólo durará 30 minutos de emisión, los géneros que se alcanzarían a abordar básicamente serían tres, puesto que en esta clase de formato, cada tema debe tratarse “a fondo”, de manera que no queden dudas ni tampoco vacíos en la

---

<sup>67</sup> LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. Op cit. Pág. 399.

<sup>68</sup> *Ibidem*. Pág.428

interpretación y conocimiento del mismo: teniendo en cuenta que la radio es inmediata y fugaz, no le permite al oyente disfrutar de las ventajas que le puede brindar otro medio de comunicación como la prensa, en donde la persona puede devolverse a leer un artículo determinado, en el caso de la radio no podría hacer lo mismo para escuchar un tema del que ya se ha hablado.

Puede haber una redundancia, pero no se puede volver a decir todo lo que se dijo, necesitaría de nuevo los minutos que ya utilizó. Y como la radio es un medio que es efectivo para informar, transmitir conocimientos y promover inquietudes entre sus oyentes, en una radiorevista, se puede proyectar todo ello.

“La radiorevista es un yate ligero. Largas o cortas, las revistas no pueden cargar demasiados contenidos, mucho lastre, so pena de hundirse. Aquí vale el dicho al revés: para que zozobre, mejor que falte”<sup>69</sup>, porque simplemente, la audiencia necesita claridad y cautivación. La producción de una radiorevista implica revisar el tema central de la misma, la información que transmitirá y por consiguiente, entrelazar las secciones y los géneros que utilizará para que el programa no pierda su sentido en el contenido tratado y transmitido.

Además, “la radiorevista no puede ser predecible, debe mantener una estructura tan reconocible como sorpresiva. Se compone de música y secciones, obviamente, de la conducción.”<sup>70</sup> Es importante aclarar que para que esto suceda, debe ser después de varias emisiones, claro está que desde la primera

---

<sup>69</sup> LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. Op cit. Pág.429

<sup>70</sup> Tomado de definición de radio revista. Disponible en: [http://www.redacademia.edu.co/redacat/export/REDACADEMICA/radioclic/curso/taller/taller5\\_lecturas.html](http://www.redacademia.edu.co/redacat/export/REDACADEMICA/radioclic/curso/taller/taller5_lecturas.html), explorado el 12 de enero de 2008.



emisión, el programa debe mostrar su personalidad, identificarse de los demás y así, el oyente cada vez que lo escuche sabrá de qué se trata y tendrá la posibilidad de quedarse con el producto, o simplemente rechazarlo.

Sin embargo, el guión que se realizó para el formato escogido contempla la posibilidad de que en sus transmisiones pueda generar reflexión sobre valores y actitudes, estimular el pensamiento y las ideas, y posiblemente llevar a una conciencia de crítica frente a la realidad, su entorno y la comunidad, orientando siempre en el reconocimiento de los niños y niñas como sujetos de derechos, dando lugar a la combinación de la información y la opinión con el entretenimiento y el espectáculo.

Este formato radiofónico busca la expresión para convocar, crear, acercar, dialogar y emocionar a su público y que se construya el sonido de la radio desde la imaginación, la comunicación y la expresión, para complementar mejor la relación entre el locutor y los oyentes.

## 7. Metodología

Este trabajo se realiza a partir de una investigación previa, tanto de teóricos especializados en el desarrollo infantil como Jean Piaget y Lawrence E. Shapiro, al igual que agentes con plenos conocimientos en la producción para radio, como José Ignacio López Vigil, Bronfenbrenner, Armand Balsebre; además se tomó como base, los antecedentes que hay sobre el tema, programas radiales para niños y niñas, tanto en la ciudad como en el país.

Sin embargo, la información recolectada no sólo se limitó a lo teórico; también se entrevistaron profesionales en el área infantil como psicólogos y profesores, de la ciudad, de los cuales se pudo conocer más acerca de lo que a los niños que están entre los 7 y 10 años de edad, les gusta, necesitan, imaginan, crean y por supuesto, piensan.

Se comenzó con los niños y niñas más pequeños, que se encontraban en edades entre los 7 y 8 años y medio, a éstos se les grabaron las respuestas que daban a preguntas específicas y luego de esto, se sacaron las conclusiones correspondientes. A los niños más grandes, entre los 8 y medio a los 10 años, se les hizo entrega de una encuesta en donde ellos mismos nos suministraron la información requerida, pero al igual que con los más pequeños, se les grabaron los testimonios. Demostraron el interés de hablar para radio y dieron a conocer lo que para ellos debería contener un programa que les gustaría escuchar.

Estas fueron las preguntas seleccionadas que se aplicaron en las encuestas y en las entrevistas realizadas a los niños y las niñas.

- ¿Escuchas radio?
- ¿En qué horarios escuchas la radio?
- ¿Qué clase de programas escuchas?
- ¿Cómo se llaman las emisoras que escuchas?
- ¿Por qué te gustan esos programas de radio que escuchas?
- ¿Entiendes todos los temas que escuchas en la radio?
- ¿Qué es lo que menos te gusta de esos programas de radio que escuchas?
- ¿Has escuchado alguna emisora que sea sólo para niños?
- ¿Te gustaría escuchar un programa en la radio que sólo tenga temas para niños?
- ¿Qué temas te gustaría que se trataran en ese programa infantil?
- ¿Qué medio te gustaría utilizar para participar en un programa de radio infantil?

Para obtener una muestra representativa de los gustos, intereses y necesidades de los niños y niñas que viven en la ciudad de Manizales y que cuente con la diversidad suficiente en cuanto a contexto social, se escogieron de un listado entregado por la Secretaría de Educación del Municipio, los colegios en donde se haría la investigación, los cuales estaban estratificados por comunas.

La información seleccionada del listado fue la siguiente:

Número de Comunas: 11

Nivel de Educación: primaria

Estudiantes de Colegios oficiales: 25.982

Estudiantes de Colegios privados: 5.178

Total: 31.160 estudiantes de básica primaria en la ciudad de Manizales.

Por otro lado, según las proyecciones 2008 del DANE, el número total de la población de niños y niñas de Manizales que se encuentran entre los 7 y 10 años es de 23.233. Del resultado total de la población de niños y niñas entre estas edades, se realizó una fórmula de muestreo, cuyo tipo es aleatorio estratificado, el cual se aplica cuando la población posee características de importancia debiéndose estratificarla, es decir, dividir por subpoblaciones, aunque es de restar que al interior de cada subpoblación debe existir homogeneidad entre individuos.

Con esta fórmula se calculó el tamaño de la muestra:

$n$ : Tamaño de la muestra estimado

$(Z^{\alpha} / 2)^2$ : Distribución normal estándar, a un nivel medio de significancia.

$P$ : Casos de interés para el investigador

$E^2$ : Error máximo permisible

$$n = \frac{(Z^{\alpha} / 2)^2 * P * Q}{E^2}$$

$(Z^{\alpha} / 2)^2$ : 1,96

$P$ : 0,5

$Q$ : 0,5

$E^2$ : 0,05

$N$ : Número de población: 23.233

Siguiente paso:

Se distribuye equitativamente el tamaño de la muestra por su subpoblación a través de reglas de tres simples.

$$1 + \left( \frac{1}{N} \right) * n$$

Número de la muestra: 378

Número de las comunas: 11

$$378 / 11 = 34,4$$

El procedimiento que se siguió al momento de escoger la muestra fue el siguiente:

\* Los colegios en los cuales se aplicó la muestra se estratificaron por comunas, debido a que, posiblemente en algunos sectores hay condicionamientos y patrones de conducta, que pueden influir en los niños y niñas.

\* Se realizaron 378 encuestas, distribuidas homogéneamente en un colegio oficial por comuna (11), y 3 colegios privados (un colegio por cada tres comunas vecinas, debido a la proporción con los oficiales), garantizando que el porcentaje de la muestra en cada colegio sea representativo de cada comuna, escogiendo los encuestados aleatoriamente entre los estudiantes de cada colegio de los grados segundo, tercero, cuarto y quinto; teniendo en cuenta equidad por sexo, edad, grado escolar, ubicación en zona rural o urbana y jornada académica.

**Nota:** *La aplicación de las fórmulas para el desarrollo de la metodología, se realizaron bajo asesoría de Santiago Ángel, docente e investigador de la Universidad de Caldas.*

**\* Colegios oficiales:**

**Comuna 1:** Instituto Educativo Casd

**Comuna 2:** Instituto Educativo Divina Providencia

**Comuna 3:** Instituto Tecnológico

**Comuna 4:** Centro Educativo San Jorge

**Comuna 5:** Inem Baldomero Sanín Cano La Carola

**Comuna 6:** Instituto Integrado La Sultana

**Comuna 7:** Instituto Educativo Rocío Jurado (San Pío X)

**Comuna 8:** Instituto de Educación Nacional Auxiliar de Enfermería

**Comuna 9:** Instituto Educativo Malhabar

**Comuna 10:** Centro Educativo **Rural** El libertador

**Comuna 11:** Institución Educativa Colegio siete de agosto

*\*Colegios Privados:*

**Comuna 5:** Grandes Sabios

**Comuna 4:** Seminario Menor de Nuestra Señora del Rosario

**Comuna 8:** Mundos Posibles

Número de encuestados en cada colegio oficial: 28 encuestas (300).

Número de encuestados en cada colegio privado: 26 encuestas (78).

El número de encuestas a colegios privados fue menor, ya que el porcentaje de la población infantil que estudia en colegios privados es del 17%, y por esto sólo se tomaron muestras de 3 colegios de la ciudad ubicados en las diferentes comunas.

## 7.1. Desarrollo del Trabajo de Campo

En cada colegio se asistió en la jornada académica correspondiente, se organizaron grupos focales representativos de cada edad en el grado correspondiente.

La estrategia que se trabajó con el público objetivo, fue a partir de entrevista grabada y una encuesta, además de la visita previa al lugar, para conocer mejor el público y poder convenir con los profesores, un horario y un aula para el trabajo con sus alumnos; lo anterior se hizo con el propósito de emprender la investigación con el público al que se le quiere llegar con el programa.

A partir de encuentros en la institución educativa, se realiza la entrevista y la encuesta:

1. Cuatro grupos focales, en este caso fueron niños y niñas que se encuentran entre los 7 y 10 años de edad.
2. Entrevista grupal.
3. Encuestas personalizadas a los niños que se encuentran entre los 8 y medio y 10 años de edad.

Para la aplicación de cada una de las estrategias que se utilizaron para la recolección de información, se tuvo en cuenta la facilidad en la ubicación que los colegios tenían en determinadas comunas, lo que permitiría que la aplicación de la metodología fuera más ágil y eficiente.

### *Los niños y niñas*

En total se contó con la participación, para las respuestas de la entrevista y las encuestas, con 378 niños y niñas que estaban entre los 7 y 10 años de edad. Sólo los niños que estaban entre los 8 y 10 años respondieron la encuesta, por su fluidez en la escritura y conformación de oraciones. Sin embargo, hubo algunos de 7 años que la respondieron, porque ya tenían mejor dominio de la escritura. La selección de estos menores de edad permitió observar los puntos de vista, y conocimientos que ellos tienen y manejan con respecto a los medios de comunicación como la radio. De igual modo se pudo poner en práctica lo que los profesionales en niñez explicaron.

### *Procedimiento*

Ya estando en el aula que nos cedieron para el trabajo con los niños, se dio inicio al acercamiento con ellos, con una pequeña dinámica que consistió en la presentación de cada uno de los asistentes, permitió dar pie para la explicación del encuentro. Cada uno de los niños y niñas que se encontraban ahí, dieron su punto de vista con respecto a las preguntas que se les hacían, relacionadas con la radio: si escuchan este medio, si les gustaría que en la ciudad existiera un programa en la radio para ellos, participar de programas radiales en lo que ganaran premios sólo para ellos o, qué temas les gustaría que el programa de radio tratara, entre otras preguntas.

La entrevista se llevó a cabo en forma de conversación, con ejemplos que ellos mismos iban colocando a medida que respondían, según la respuesta se lanzaba una interrogación, de esta manera, permitió que los niños y las niñas, contestaran espontáneamente y dieran sus puntos de vista desde su contexto,



sus vivencias y desde lo que creen que debería ser un programa para ellos.

Después de terminar con la entrevista, se les presentó, a ciertos niños, la encuesta para que la respondieran, constaba de 11 preguntas, para saber qué es lo que quieren, qué les gusta y qué sueñan con respecto a un programa de radio que “hablara” para ellos. El proceso de trabajo en la entrevista y la encuesta, se realizó en un lugar cerrado, en un salón de clases de la institución educativa, que nos cedieron para la actividad, tratamos de estar a una hora que no interviniera con las clases ni el descanso de los niños.

### ***Resultado de la investigación y del trabajo de campo:***

Gracias al trabajo de campo realizado con 378 niños y niñas, entre los 7 y 10 años de edad, se logró establecer que ellos tienen posiciones claras frente a lo que quieren escuchar, y lo que esperan de un medio de comunicación como la radio.

Como resultado de nuestro acercamiento con ellos, salieron las siguientes premisas:

- Los niños y niñas que fueron encuestados expresaron tener un interés marcado porque en la ciudad de Manizales exista un medio que tenga en cuenta sus intereses y necesidades, y no sólo lo expresaron en la encuesta, si no que fue evidente su alegría cuando notaron la posibilidad de que eso fuera una realidad.
- Más del 90% de los niños y niñas sí escuchan radio y lo hacen en horarios diferentes a los académicos.
- Sintonizan la programación para adultos y entienden la mayoría del lenguaje que utilizan en estas emisoras, pero sienten que no hay un programa de radio

creado para ellos.

- Las emisoras que escuchan son variadas dependiendo del sector en el que viven, y corresponden a las preferencias musicales que expresan.

- Los aspectos que menos les gusta de los programas que escuchan son: hablan mucho, colocan muchos comerciales, dicen groserías y abordan temas de sexo constantemente.

- Con relación a las temáticas, se encontró que la preferencia principal entre los niños y las niñas es la música, puesto que para la mayoría de los encuestados una de las mayores motivaciones para escuchar radio es la música, las cuales quisieran que se complementaran con otros ítems como noticias infantiles, concursos, juegos, adivinanzas, temas de colegios, educación, algunos valores como la amistad, el amor, el comportamiento, los deportes, y el humor.

- En los géneros musicales favoritos predominaron el reggaetón, la electrónica y el pop.

**8. MANUAL DE ESTILO  
"CUENTERO DE COLORES"  
PROGRAMA PILOTO DE RADIO REVISTA INFANTIL**

**I. *Formato general de la radio revista***

El piloto de programa de la radio revista *Cuentero de Colores*, se emitirá a los niños y niñas que se encuentran entre los 7 y 10 años de edad de la ciudad de Manizales.

\*Se transmitirá durante 6 meses, para un total de 17 programas.

\*Cada programa será emitido los días sábados de 9:00 a 9:30 de la mañana, en frecuencia FM.

\*Contará con tres voces oficiales, una de ellas encarnará a un personaje- en cada emisión- distinto cada vez, ya sea, un animal o un objeto, las demás voces serán, las de una niña y un hombre adulto. Estarán interactuando todo el tiempo, darán paso a las secciones y les hablarán a los niños y niñas de un tema determinado.

\*En el caso de esta radio revista, sus programas serán encaminados a enseñar y retroalimentar los valores humanos. En cada emisión se tratará uno diferente. De esta manera, la radio

revista tendrá agilidad y dinamismo.

**II. *Caracterización del público objetivo***

Los niños y niñas de Manizales que se encuentran entre los 7 y 10 años de edad, son infantes inteligentes, curiosos, con disponibilidad para acoger lo nuevo que se les enseña, muestra e informa. Les gustan los retos físicos y cognitivos. Son amables, divertidos, sociables, amigables, generosos. Están en constante creación de objetos, escritos de historias cotidianas, de la naturaleza, fantasías con héroes y princesas.

Socialmente, los niños se desarrollan en diferentes sectores: en el familiar que corresponde a los padres, ya sea la mamá, el papá o en otros casos, uno de ellos; los abuelos, los tíos o primos. En el educativo, se encuentra la profesora como guía de respeto y superioridad, los compañeros de clase y de otros cursos; los amigos del barrio, conjunto o edificio; los nuevos amigos de recreación, deporte y fiestas infantiles.

Sin embargo, su entorno social se ve afectado por las

problemáticas que presenta la ciudad con respecto al desempleo, falta de oportunidades económicas, políticas, culturales y sociales. Esto acarrea problemas como la drogadicción, la prostitución y la delincuencia juvenil. En muchos sectores de la ciudad, los niños y niñas de Manizales no pueden disfrutar de los parques infantiles porque estos sitios son acogidos por los jóvenes dedicados a la drogadicción y vandalismo. Esto conlleva a que los infantes estén dentro de la casa haciendo sus tareas de escuela o las que le imponen sus familiares adultos: viendo televisión, escuchando radio o jugando con otros infantes.

### **III. ¿Qué es "Cuentero de Colores"?**

Es una producción cuyo objetivo principal es ofrecer media hora de entretenimiento e información a los niños de Manizales, especialmente los que se encuentran en la edad de 7 a 10 años; por consiguiente, se pensó que el formato que más se adecuaba a este tipo de público para la transmisión de información y el entretenimiento: la radio revista. Necesita del soporte de un guión que contenga un tema central en cada programa. Tanto el tratamiento de la información, como el manejo de los géneros, la

música y demás elementos radiofónicos, girarán en torno al tema central, los valores humanos. Las secciones en este producto, son realizadas de acuerdo a la actualidad acoplada a la realidad del público objetivo.

El motivo de emplear la radio revista, es que en ella se puede incluir de todo: noticias, concursos, cuentos, historias, música, espacio para la opinión, etc. Esto hace que el oyente se sienta atraído por su variedad y tenga una opción diferente de entretenimiento en la radio. En Cuentero de Colores no existe un lineamiento único para la producción de cada emisión, simplemente se incluye palabras, sonidos, música o efectos en cada una de las cinco secciones con las que cuenta el programa para que sean más ágiles y entretenidas. La idea es que la existencia de la imaginación, la creatividad, la fantasía, el entretenimiento y la información, confluyan para llegar satisfactoriamente al público infantil.

La radio revista está encaminada a entretener y educar a los infantes, por consiguiente ningún contenido de sexo o violencia,

será emitido en este programa. Tanto las canciones del momento, como los cuentos y los temas a tratar serán sólo de carácter entretenido, informativo y formativo para los menores.

El programa *Cuentero de Colores*, no se involucra en aspectos relacionados con política y religión, predomina el respeto a la libertad de cultos e ideologías

#### ***IV. Estructura***

##### **-Introducción:**

Se refiere al comienzo del programa. Está supeditado al cabezote que es la presentación oficial, en él se encuentra el tema musical de Lina Luna "Colores- colores" como identificador del programa. Además del tema musical, el cabezote está acompañado de la voz de una niña que es la que invita a los oyentes a escuchar la radio revista.

##### **-El desarrollo o cuerpo:**

\*En esta parte de la estructura se muestra lo que es la radio revista *Cuentero de Colores*.

\*Se presenta el programa dándoles la bienvenida a los locutores y a los oyentes.

\*En la radio revista hay un concurso que se hace después de la presentación: es el separador *¡Adivina tú!* Que consiste en adivinar al personaje invitado al programa, puede ser un animal o un objeto, los locutores darán pistas y premiarán al niño o a la niña que adivine quién es el personaje invitado. El premio será para que hagan parte de los locutores en la próxima emisión de *Cuentero de Colores*. Lo que significa que para el próximo programa habrán 4 locutores, pero dos serán los oficiales, los que dirigen *Cuentero*, los otros dos, sólo son parte de la dinámica del programa. Este concurso tiene una duración de 1'15".

\*Cuando se adivine quién es el personaje invitado, éste entrará en contacto directo con los dos locutores oficiales, la niña y el hombre adulto. Irá describiendo el espacio en donde vive, lo que hace, cómo es, entre otras, durante los primeros 3 minutos de emisión del programa.

\*Se da a conocer el valor humano que se tratará durante la media hora de emisión, lo que da pie para continuar con el recorrido por cada una de las secciones de *cuentero*.

\*El tiempo completo de las secciones suma 20 minutos. Los otros 10 son el espacio para musicales, cuñas, cabezote de inicio y final

del programa, al igual que el de cada sección.

\*A partir de la segunda emisión, antes de la finalización del programa, se deben dejar cinco preguntas relacionadas con el desarrollo de la radio revista para que los niños resuelvan durante toda la semana, las envíen al programa por correo electrónico o a la dirección de domicilio. Se leerán las respuestas ganadoras en la siguiente emisión y el niño o la niña ganador, recibirá uno de los premios que Cuentero tiene para ellos.

**-El cierre:**

\*El final de cada emisión de Cuentero de Colores es tan importante como su presentación.

\*El final del programa es el que enganchará al público para que vuelva a escuchar el programa en su próxima emisión.

\*Se recapitulan las ideas de todo el programa, se reflexiona y se recuerdan los nombres de los ganadores y sus premios.

**-El guión de la radio revista:**

Debe ser elaborado en un lenguaje claro y sencillo para que los locutores del programa puedan emitir un mensaje estructurado en la información y el entretenimiento de los oyentes.

Antes de escribir el guión de debe tener en cuenta:

**-El tema central:** Los Valores Humanos: cuando decimos que algo tiene valor, estamos afirmando que ese algo es bueno, digno de prestarle atención y asumirlo como seres humanos que somos. Los valores son esencialmente cualidades que encontramos en el mundo que nos rodea para hacer que nuestras acciones tengan, en cierta medida, fuerza, estímulo, recompensa y evaluación. Los valores nos permiten vivir en comunidad con las demás personas, de esta manera aprendemos a identificar las conductas de los demás.

**-Lugar en el que se desarrolla el programa:** El programa se desarrollará en un espacio que tenga conexión directa con la actividad y el mundo en el que se desenvuelva el personaje invitado. Si es un animal simular que están en la selva, en un zoológico o en un safari. Si es un objeto, entonces hacer que estén en un almacén de muebles, electrodomésticos o talleres. La labor del personaje invitado es hacer que el programa sea dinámico, entretenido y alegre.

## V. Así habla "Cuentero de Colores"

### El Lenguaje Radiofónico:

El lenguaje radiofónico se constituye por la palabra, la música, los efectos de sonido y el silencio. Por eso es importante a la hora de realizar la radio revista, saber dónde se aplica, para que el mensaje sea captado por los oyentes, además de que su atención se centre en el producto que escucha.

#### \*La Palabra:

En Cuentero de Colores, las palabras pueden modificarse según lo que se desea transmitir:

- Las palabras deben expresar amabilidad, alegría, suspenso.
- Pueden expresar sentimientos y emociones para recrear los escenarios de los hechos, acontecimientos e historias que se están contando.
- Los niños que escucharán Cuentero de Colores necesitan palabras fáciles de entender, adaptadas a su nivel de conocimiento.
- Evitar el uso de palabras técnicas, abstractas o extrañas. Si es necesario usarlas, lo indispensable es la explicación y la

aclaración de su significado con ejemplos a los oyentes- sin abusar de las metáforas, ni adjetivos y mucho menos de oraciones rebuscadas- así entenderán mejor.

- El tono de la voz de los locutores debe sonar en forma de conversación, diálogo.
- Utilizar frases y oraciones cortas, de pocas sílabas; más palabras concretas y verbos.

#### \*La Música:

En la radio revista Cuentero, las imágenes visuales hay que transformarlas en imágenes auditivas.

- La música de identificación del programa, es un tema musical que habla de "Colores", apropiado para el título de la radio revista. Va en el cabezote del programa y al final.
- Tiene además de la música para identificar el programa, la que identificará y dará personalidad a cada sección
- Las cortinas musicales actuarán como los signos de puntuación, separando los contenidos y secciones.
- La música también estará como separador para dar descanso a la información que se está transmitiendo.

-La música tiene la tarea de ambientar, identificar, recrear y darle puntuación al programa.

-La música de recreación, es utilizada en Cuentero, como cápsula dentro del programa para darle agilidad y entretenimiento.

#### **\*Los Efectos de Sonido:**

Este elemento en la radio revista tiene la función de recrear los hechos que se están contando de manera real. Existen varias funciones que cumplen los efectos sonoros en Cuentero de Colores:

-**Función narrativa**, la cual va a ayudar a seguir la secuencia de la historia, de los hechos, las secciones, el cabezote y el final del programa. Los efectos se ponen al programa de acuerdo al sitio en el que está pasando la historia, si están en un bosque se pondrá los efectos que lleven al oyente a sentir que están en el bosque; si están en una fábrica, deberá escucharse que están ahí; si la historia se desarrolla en un estadio, entonces debe llevar al oyente a "estar" en el estadio.

-**Función descriptiva** que realizará la ambientación de los lugares en donde se encuentran los personajes.

-**Función expresiva**, en esta se encuentra que los efectos en la radio revista, son protagónicos. Están los efectos para darle entrada al desarrollo del programa y el cierre, además del inicio de cada sección conjugados con la música de acuerdo a lo que se quiera dar a conocer, sino es necesario, los efectos actuarán solos para realizar esa función; pero si el caso es que necesitan dar a conocer que están en un teatro u otro lugar, podrán conjugarse con la música.

#### **\*El Silencio:**

-Se usa en los momentos de tensión, suspenso, emoción o angustia, situando al oyente a sentir lo que se quiere expresar.

### ***VI. Características de los locutores***

**LOCUTOR 1:** Lo interpretará una voz masculina adulta, debe ser espontánea, creativa y dinámica.

- Es quién le dará el orden y coherencia al programa. Será quien dirija las secciones, la información y los demás locutores.

-Debe tener empatía con los niños/as. Con disposición a expresarse de manera que el público entienda.



-Debe tener credibilidad a la hora de emitir informaciones o comentarios.

-Debe ser amigable, divertido y respetuoso.

**LOCUTOR 2:** Se ha escogido a una niña para que acompañe, no sólo al locutor masculino, sino para que el público infantil se sienta identificado con el programa.

-El lenguaje que ella maneje le dará sentido a los mensajes en la audiencia, haciendo que ésta entienda lo que le están transmitiendo.

-Debe ser "cómplice" con el personaje invitado. Entre ellos dos está la esencia de que *Cuentero de Colores* pueda ser de entretenimiento. La niña es quien le proporcionará saciar la curiosidad a los oyentes de saber más sobre lo que hace el personaje, lo que come, cómo se viste, si es que necesita vestido, en dónde vive.

-La edad es importante, puesto que una niña de tres años no podrá hablar al igual que una de ocho, así que debe estar en el rango de los 8 a los 11 años de edad.

-La locutora debe ser espontánea, alegre, ágil, segura de lo que

piensa y expresa.

-Debe estar abierta a la interacción generando confianza con los oyentes.

**LOCUTOR 3:** En cada emisión del programa se invita o se caracteriza con la voz a un personaje, sea un objeto o animal, que puede ser interpretado por las voces del equipo del programa.

-Este personaje debe tener sentido del humor.

-Atraer al público por su picardía, entusiasmo, despiste, "locura", entre otros aspectos que los anteriores locutores no tienen.

-Este locutor, es el que más vigor y dinamismo le da al programa, brindando el espacio para la curiosidad y conocimiento a los oyentes.

### ***VII. Las secciones en "Cuentero"***

Como toda radio revista se comprende de secciones o segmentos- y *Cuentero de Colores* no es la excepción- cada una tiene su forma particular de presentarse, es decir, en un formato diferente, propio.

Hay una sección que gira en torno a tratar el tema de los valores humanos; otra informa los hechos más importantes de la ciudad,

el país y el mundo; está la que busca que los oyentes sepan datos curiosos sobre los cantantes o grupos musicales del momento; entre otras secciones que lleva a conseguir que los niños y las niñas se entretengan y consuman el producto.

### **SECCIONES:**

- **Noticias:** Ventana Parlanchina

Esta es la sección, en la que se les informa a los oyentes sobre los hechos o acontecimientos que son noticia en la ciudad y el país. Es para mantenerlos actualizados de lo que pasa.

-Pueden ser tres o dos noticias que se emitan en cada programa.

La selección de las mismas, se hace a partir de el hecho más importante que haya en el país o el mundo, seguida de la noticia local más importante y otra nacional. La selección se hace teniendo en cuenta, el criterio del menor que hace parte del equipo.

-Las noticias deben tener temas de interés para los oyentes. No se puede escoger noticias sólo por ser relevantes para el resto de público. Debe tener información donde los hechos de los niños son noticia, un campeonato deportivo, educativo; o simplemente

donde los niños han sido protagonistas de información.

-Las noticias que se emitirán, serán simples, pero importantes en su contenido. En ellas se narran los hechos respondiendo a la estructura clásica de la investigación de la noticia (qué, quién, cuándo, porqué, dónde y cómo).

-Las notas deben ser breves y comprensibles para los infantes. Con una duración no superior a los 40 segundos cada una.

-Las notas pueden tener dos fuentes, una oficial y otra no oficial.

-El lenguaje en las notas debe ser claro y sencillo, comprensible por los oyentes.

- **Cuentos- historias- relatos: Cuenta Cuenteros**

Es una sección donde se recrean hechos que pueden llevar a la reflexión y al entretenimiento de los niños y las niñas. Al mismo tiempo ayuda a fortalecer la capacidad de concentración.

- Las historias no deben ser superiores a los 3 minutos de duración. Deben contener los elementos inherentes a la producción radial.

-Se debe adaptar los sonidos, la música y los efectos a la historia que se está contando.

-De acuerdo al valor tratado en cada sección, existen historias o cuentos "graficados" a comprender mejor de lo que se está informando.

• **Opinión: ¿Qué dices tú?**

Esta es una sección en la que la participación de los niños y las niñas será de gran importancia.

-En cada emisión se tratará un valor humano diferente.

- Se da la información pertinente sobre ese valor. Se reflexiona y se da la enseñanza. De ahí se parte para hacer un comentario o una pregunta y dejarlas para que los oyentes las resuelvan.

-Las respuestas se escucharán al aire, puesto que ellos deberán llamar al programa para participar, dar su opinión, y los que tienen Internet en casa, lo podrán hacer desde la dirección del correo electrónico de Cuentero de Colores.

-Se busca que el comentario o la pregunta genere inquietud, polémica y se muestren ambas partes, los que están de acuerdo y los que no.

-Se conocerá la espontaneidad, la expresividad y por supuesto, el lenguaje que ellos manejan para dar a conocer sus puntos de vista

de un tema determinado.

-Los siguientes son los valores humanos que se tratarán en las diferentes emisiones del Cuentero de Colores:

- |                  |              |            |
|------------------|--------------|------------|
| -Responsabilidad | -Voluntad    | -Prudencia |
| -Paciencia       | -Sencillez   | -Respeto   |
| -Autenticidad    | -Generosidad | -Compasión |
| -Serenidad       | -Amistad     | -Alegría   |
| -Gratitud        | -Obediencia  | -Libertad  |
| -Compromiso      | -Confianza   | -Paz       |

**CÁPSULAS:**

• **Música: Cuentero Musical**

Es una cápsula dentro del programa. Permitirá el dinamismo en la radio revista. Hará que el público siga conectado con el producto. Consiste en que los oyentes puedan escuchar la música de su preferencia, el cantante del momento y el género que más les gusta: reguetón, hip hop, electrónica y pop y sus cantantes preferidos como Juanes, Wisin y Yandel, entre otros.

-Se hará una reseña contando quién es el cantante o los

cantantes que se presentarán en la sección. Su trayectoria musical y su éxito del momento.

-Se pondrá una canción del cantante o el grupo musical del que se está hablando.

• **Concursos: Concurriendo**

En cada emisión, se hace un concurso diferente. Los concursos serán de retos, entre ellos están: contar chistes, resolver acertijos y adivinanzas, decir trabalenguas, entre otros. En esta cápsula sólo el teléfono será el medio por el cual ellos puedan participar, obviamente, será en vivo para que todos los demás niños y niñas puedan escuchar y animarse a participar.

**VIII. Datos curiosos**

**c. Selección del medio por el cual podrán participar:**

Se utilizará el teléfono, por ser un medio de comunicación tradicional, utilizado en todos los medios de comunicación, además de ser de fácil acceso para los niños. El número de teléfono del programa es 8841450, ahí pueden marcar y se escuchará la opinión de los oyentes durante el programa en vivo.

También podrán enviar sus cartas a la siguiente dirección: carrera 9º N° 19-03, lugar donde se emite el programa. Las cartas que los oyentes envíen se leerán en cada emisión del programa. Al igual que las que envíen por el correo electrónico de Cuentero de Colores. Por este medio electrónico también podrán enviar sus opiniones para la sección de ¿qué dices tú? El correo electrónico es [cuenteros@gmail.com](mailto:cuenteros@gmail.com)

**d. Selección de los premios:**

Los premios son el "gancho" para que los niños y las niñas quieran participar, se animen y lo hagan.

-En cada emisión se premiará a cuatro niños y niñas.

-Los ganadores se seleccionarán por medio de los concursos que se hacen durante el programa.

-El primer premio: se invitará al niño o la niña para que haga parte del equipo de los locutores del próximo programa. Contará alguna anécdota o datos de su vida. Hará preguntas al personaje invitado.

-El segundo premio: entrada doble para ir a cine

-El tercer premio: un Kit. De material didáctico educativo

-El cuarto premio: según el evento que en la ciudad haya para niños y niñas. También puede ser un viaje, con un acompañante adulto, al parque Panaca de Quimbaya, Quindío, al Zoológico de Pereira o cualquier otro destino turístico donde los niños puedan conocer, aprendan y se diviertan.

*NOTA: Los premios serán obtenidos por medio de los patrocinadores del programa, lo que significa, que no siempre serán los mismos.*

**e. Selección de la Publicidad o cuñas radiales:**

- En Cuentero de Colores, habrán sólo dos cuñas por emisión.
- Las cuñas deben ser de empresas, organizaciones o comunidades que apoyen la niñez de Manizales.
- Las temáticas de las cuñas serán siempre en favor de la niñez.
- Cada cuña radial no deberá exceder los 45 segundos de tiempo de emisión.

## 8.1. Estructura del programa: Cuentero de Colores

SECCIÓN	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO	PARTICIPACIÓN DE LA NIÑEZ	TIEMPO
<i>Ventana Parlanchina</i>	Notas informativas de la ciudad y del país.	Buscar que los niños y las niñas, estén actualizados con los hechos que son noticia.	Radioescuchas	2 minutos 30 segundos
<i>¡Adivina tú!</i>	Concurso para adivinar al personaje invitado.	Conocer la habilidad de los niños para adivinar con descripciones	Participación activa por línea telefónica. Diciendo lo que creen que es el personaje.	1 minuto 15 segundos
<i>Niño o niña ganador</i>	Espacio que se le da para que los oyentes hagan parte del programa como locutores invitados.	Dar la oportunidad de estar en una de las emisiones del programa como locutores.	Participación activa desde las cabinas de emisión del programa como locutores.	30 minutos
<i>¿Qué dices tú?</i>	Tema de la semana: la <i>Honestidad</i> y se abre espacio para la opinión.	Conocer las opiniones del público infantil.	Participación activa por línea telefónica. Dando sus puntos de vista y conocimiento sobre el tema.	4 minutos

<i>Cuenta Cuenteros</i>	Cuento de dos mariquitas. Son vanidosas, envidiosas pero honestas.	Promover los valores humanos desde la recreación de las historias infantiles.	Escuchar la historia y luego enviarán las respuestas de las preguntas que se harán al final del programa.	3 minutos
<i>Cuentero Musical</i>	Vida y obra de Juanes, canción "Gotas de agua dulce."	Brindar un espacio de entretenimiento e información.	Serán radio escuchas pasivos.	5 minutos
<i>Concurriendo</i>	Trabalenguas donde están las letras R, s, p, b, d, entre otras.	Retar a los niños a que repitan el trabalenguas	Participar por línea telefónica. Tratando de repetir el trabalenguas.	5 minutos

## 8.1.2 LIBRETO

**PROGRAMA:** Radio revista: “¡Cuentero de Colores!”

**EMISIÓN:** N° 1

**DURACIÓN:** 30 Minutos

**TÍTULO:** La Sinceridad

**TEMA:** Los Valores Humanos

**CONTROL:** (CABEZOTE) ENTRA MÚSICA CD LINA LUNA –PISTA N.15  
TEMA COLORES COLORES - IDENTIFICADORA DEL PROGRAMA EN  
PP (3 SEG) PASA A FONDO.

**LOCUTOR 2 (Voz de niña):** (Voz de niña) ¡Ps! ¡Ps! ¡Ey! Si tú... (SILENCIO)  
¡Alístate, ya es hora!

**CONTROL:** Efecto de pasos de niños corriendo

**LOCUTOR 2 (MARÍA CAMILA):** Si, pon mucha atención porque ¡ya va a  
comenzar...!

**CONTROL (ENTRAN VOCES DE NIÑOS):** ¡Cuentero de Colores!

**CONTROL:** CD LINA LUNA –PISTA N.15 TEMA COLORES COLORES  
PP (3 SEG) PASA A FONDO, LUEGO DESAPARECE.



**LOCUTOR 1 (DANIEL):** ¡Buenos días, para todos los niños y niñas que nos están escuchando! Estamos muy contentos de poder transmitir hoy ¡Cuentero de Colores! Mi nombre es Daniel y junto con María Camila, les damos la bienvenida a este programa creado para ustedes, ¡hola María Camila!

**CONTROL: EFECTO SONIDOS DE NATURALEZA**

**MARIA CAMILA:** Hola Dani, les cuento que estoy muy muy emocionada porque estamos en un lugar muy bonito, es el Zoológico Colorinchudo que tiene muchos animales y mucha naturaleza. Amiguitos, hoy buscaremos el Lago de los mil colores, nos dijeron que queda por acá (SILENCIO) ¿están listos para comenzar a buscar el lago de los mil colores con nosotros?

**CONTROL: CD MADAGASCAR – PISTA 12 PP 3 SEG PASA A FONDO.**

**DANIEL:** Estoy seguro que así es, bueno, comencemos nuestro recorrido por este divertido zoológico, claro, no hay personas visitándolo porque a las 10 de la mañana se abrirá para el público en general.

**CONTROL: CD MADAGASCAR – PISTA 12 PP MIN 30 A MIN 60**

**DANIEL:** Vamos por donde están los mamíferos: ¡Oh, mira que elefante más grande!

**CONTROL: EFECTO BRAMIDO DE ELEFANTE 3 seg**

**MARIA CAMILA:** ¡Ay! (RISAS) si, parece que nos está saludando, ¿es verdad que las elefantas duran mucho tiempo embarazadas?

**DANIEL:** Si, el período más largo de embarazo de los mamíferos, es el de los elefantes, porque dura aproximadamente 22 meses; al nacer la cría tiene un peso de 100 kilos, se imaginan que animal más pesado, ¿no?

**CONTROL: EFECTO SONIDO DE SERPIENTE, EFECTO SONIDOS DE NATURALEZA (3 SEG)**

**MARÍA CAMILA:** ¿Escuchaste eso?

**DANIEL:** ¿Escuchar qué?

**MARIA CAMILA:** Ese sonido, es como de un animal....pero no recuerdo como se llama... es... es...

**CONTROL: EFECTO SONIDO DE SERPIENTE, EFECTO SONIDOS DE NATURALEZA (3 SEG)**

**MARIA CAMILA:** otra vez... ¿lo escuchaste?

**DANIEL:** Claro que si... cálmate... ese sonido es de... es de... ay se me olvidó también el nombre... pero mejor sigamos nuestro camino buscando el lago de los mil colores...

**MARIA CAMILA:** Ay si mejor, porque a mí me está dando como miedito...

**CONTROL:** EFECTO SONIDO DE NATURALEZA Y PASOS EN EL BOSQUE. (3 SEG)

**CONTROL:** EFECTO SONIDO DE SERPIENTE, EFECTO SONIDOS DE NATURALEZA (3 SEG)

**MARIA CAMILA - DANIEL:** (GRITO) ahhhhh!

**MARIA CAMILA:** ¿Quién eres tú?

**CONTROL:** EFECTO SONIDO DE SERPIENTE, EFECTO SONIDOS DE NATURALEZA (3 SEG)

**LOCUTOR 3 (PERSONAJE INVITADO):** Noooo más bien ¿quiénes son ustedes y que hacen aquí?

**DANIEL:** No te enojas... mi nombre es Daniel y ella es María Camila, ¿y tú quién eres? Te me haces muy conocida.

**LOCUTOR 3 (PERSONAJE INVITADO):** Yo me llamo Ana, y soy una... una... hay es que tengo tan mala memoria.... Soy...

**MARIA CAMILA:** No importa Ana, ya nos acordaremos, más bien ¿mejor por qué no nos ayudas a encontrar el lago de los mil colores?

**DANIEL:** Me parece muy buena idea...

**ANA:** ¡Ah! claro yo sé dónde queda el lago, pero entonces a cambio me ayudan a averiguar quién soy.

**DANIEL:** Y por qué no más bien todos los cuenterinos que nos están escuchando nos ayudan a averiguar quién es Ana, yo creo que podría ser una lagartija... pero está como flaquita, o tal vez una lombriz... pero tampoco creo porque Ana es muy larga.

**MARIA CAMILA:** Tengo una idea, porque no le damos pistas a los niños y niñas para que adivinen quién es... y el primero que llame y adivine, puede venir el otro programa a acompañarnos... ¿no te parece muy chévere?

**DANIEL:** Me parece una excelente idea, comencemos de una vez, Ana tiene muchas rallas, es muuuuy larga y flaca... también tiene colmillos y hace un sonido muy extraño...

**ANA:** ¿yoooooooo? ¿Cuál? ¿Este?....

**CONTROL: EFECTO SONIDO DE SERPIENTE (3 SEG)**

**DANIEL:** (RISA) Ese mismo, así que el cuenterino que sepa quién es, puede marcar ahora mismo el siguiente número telefónico: 884 14 50 (LO REPITE), y si adivina, podrá acompañarnos en nuestra próxima aventura.

**CONTROL:** IDENTIFICADOR DE LA SECCIÓN ¡ADIVINA TÚ! CD  
CUENTERO DE COLORES PISTA 6 PP (6 SEG) SE DESVANECE

**DANIEL:** A partir de este momento estaremos recibiendo tu llamada para que nos digas cuál es el personaje lleno de muuucho color que nos acompaña hoy.

**MARIA CAMILA:** Yo quiero darles otra pista, Ana me contó que toda su familia es de diferente tamaño y color y se oculta entre las ramas y el agua.

**CONTROL:** EFECTO SONIDO DE TIMBRE DE TELÉFONO (2 SEG)

**OYENTE:** Aló...

**DANIEL:** ¡Hola!, ¿cómo te llamas?

**OYENTE:** Me llamo Daniela

**MARIA CAMILA:** Daniela ¿sabes quién es Ana?

**OYENTE:** Si, Ana es una serpiente

**ANA LA CONDA:** ¿una serpiente? siiiii ya lo recuerdo todo, me llamo Ana la Conda porque soy una serpiente... claro, claro ya recuerdo... Daniela muchas gracias por refrescarme la memoria es que soy tan pero tan despistada...

**DANIEL:** Ay, claro, una serpiente.... Como no se me ocurrió antes, Daniela muchas gracias, y por habernos ayudado a saber que animal era Ana, nos

acompañarás en nuestra próxima aventura.

**CONTROL: TEMA SERPIENTE DE TIERRA CALIENTE - CD SERENATA INFANTIL PARA HALLOWEN - PISTA 9 - SEG 35 A SEG 40 PP**

**MARIA CAMILA:** Qué chévere que seas una serpiente....eh....pe-pero la verdad a mi me dan un poquito de miedo las serpientes... quiero que más adelante nos cuentes, ¿cuántas especies hay en el mundo?, ¿qué les gusta comer?, mejor dicho todo.

**DANIEL:** Me parece muy bien, pero antes de eso ¿qué te parece si dejamos que nuestra Ventana Parlanchina nos cuente muchas cosas interesantes?

**ANA LA CONDA:** Me parece una grandiosa idea, además porque en esta sección podremos enterarnos de todo lo que pasa en el país, nuestra ciudad y en el mundo entero, ya me puse el color violeta por saber qué información hay.

**CONTROL: IDENTIFICADOR DE LA SECCIÓN ¡VENTANA PARLANCHINA! CD CUENTERO DE COLORES PISTA 6 PP (6 SEG) SE DESVANECE.**

**LOCUTOR DE LA SECCIÓN:** El 5 de Junio el mundo celebra el Día mundial del medio ambiente con actividades coloridas como: carteles en escuelas, plantaciones de árboles, reciclaje, campañas de limpieza, entre otros, con el único fin de promover el respeto por el ambiente.

Este día fue elegido por las Naciones Unidas en el año de 1972. Se hace con la finalidad de que todos entendamos, la importancia de proteger y conservar nuestro ambiente, ya que éste no sólo está formado por las plantas, animales, suelo, aire y agua, sino que también lo forman las personas con sus diferentes culturas, costumbres, su forma de relacionarse y sus valores. Por lo tanto una forma de cuidar el ambiente es respetando a los demás, vivir en armonía.

**CONTROL: SEPARADOR DE NOTAS - TEMA VAYA MENTIRA - CD  
CUENTERO DE COLORES - PISTA 3 SUBE TRACK PP (3 SEG)**

**LORO PARLANCHÍN:** En la semana del 9 al 12 de marzo se realizarán actividades de danza, canto, baile, teatro y poesía en la Corporación Rafael Pombo, los invitamos a participar.

**CONTROL: SEPARADOR DE NOTAS - TEMA VAYA MENTIRA - CD  
CUENTERO DE COLORES - PISTA 3 SUBE TRACK PP (3 SEG)**

**LORO PARLANCHÍN:** Y el niño personaje de la semana en nuestra ventana parlanchina, es Andrés Felipe Monroy Tovar, un niño de 12 años que se convirtió en la revelación del tenis de mesa en el Huila, representará al departamento en la competición nacional.

A los 9 años Andrés Felipe inició a jugar tenis de mesa. Y a sus 10 años por su acelerado progreso hizo que ganara su primer campeonato nacional. A su vez fue campeón municipal y departamental.

Un año más tarde Felipe volvió a ser campeón nacional pero con doble reconocimiento: 'Pipe' no sólo venció a los competidores en su categoría (sub 11), sino que también le ganó a los participantes de la categoría sub 12.

**DANIEL:** Qué tal esa, ¿ah? es la primera vez que un tenista gana en dos categorías en la misma competencia. Gracias Loro parlanchín por esas notas tan importantes. Así que niños, esperamos que se animen, a seguir los pasos de Felipe, en cualquier deporte que les guste.

**CONTROL: TEMA TANGO LLORÓN - CD PATITO FEO – PISTA 2 SEG 01  
AL 30**

**MARIA CAMILA:** Bueno, quiero saber mucho más de las serpientes.

**ANA LA CONDA:** ¡Serpientes!, ahhhh ¿cuáles serpientes? ¿Dónde? ¿Dónde?

**DANIEL:** Señora Conda, usted es una serpiente, ¿se siente bien?

**ANA LA CONDA:** Aaaahhh si, ya recuerdo, jajaja, perdón, lo que pasa es que a veces se me olvidan las cosas. Bueno les cuento que hay alrededor de 2.600 especies de serpientes, pequeñas, medianas, largas, y créanme que pueden llegar a ser muuuuuy largas, con decirles que han llegado a alcanzar los 10 metros. Algo así como una fila 5 ó 6 adultos parados uno sobre otro...ssssssss! Además habitamos distintos lugares en todos los continentes, incluso en regiones frías, menos en el polo norte, porque nos congelamos, y nos volvemos hielo... Ah, y comemos sólo animales, en especial los ratonessssssssss.



**MARIA CAMILA:** Guacala no me gustan los ratones, me dan miedooo y un poquito de asco.

**DANIEL:** (RISAS) Nooo, (RISAS) Es normal que te miedo, pero a Ana no le da miedo, lo que pasa es que las serpientes son carnívoras y pues como no tienen manos para coger la presa, entonces se la tragan. Los ratones son animales que habitan en muchas partes, además tienen carne y están muy cerca de las serpientes. Claro que también comen aves pequeñas, ranas, insectos e incluso otras serpientes. Pero lo más importante: mientras no molestemos a las serpientes, ellas no nos harán daño. Y ¿sabes una cosa? (SUSURRO) a veces a las serpientes les da miedo los humanos...

**MARIA CAMILA:** Ay qué chévere saber todas estas cosas.

**CONTROL: EFECTO -PASOS DE PERSONAS EFECTO SONIDO DE NATURALEZA. (3 SEG)**

**MARIA CAMILA:** Ayyy ¿será que ya casi vamos a llegar?, yo creo que estamos perdidos, porque hemos caminado mucho y ya no sé donde estamos.

**DANIEL:** Noo cómo se te ocurre... aunque (NERVIOSO) este camino no se me hace conocido.... No te preocupes ya pronto llegaremos a el lago de los mil colores, que te parece si mientras tanto te cuento una historia....

**CONTROL: EFECTO VARITA MÁGICA 3 SEG**

**MARIA CAMILA:** Ayyy si, tú sabes que me gustan las historias, a ustedes los niños también les gusta ¿verdad?

**CONTROL: IDENTIFICADOR DE LA SECCIÓN ¡CUENTERO MUSICAL!  
CD CUENTERO DE COLORES PISTA 6 PP (6 SEG) SE DESVANECE**

**CONTROL: EFECTO DE VARITA MÁGICA 3 SEG**

**CONTROL: ENTRA CUENTO.**

*Cantarela, la mariquita de dos puntos, y cascadita, la mariquita de siete puntos, plantadas ante una gruesa gota de agua que les servía de espejo, porfiaban vanidosas.- Reconoce que de las dos, soy la más hermosa, porque mis puntos son más redondos. – Decía cantarela. ¡Te equivocas! Mis puntos son más finos y numerosos y resulto más bonita.- Contestó cascadita. De lo más acalorado de la discusión, apareció un abejorro negro, peludo y terrible, intentando tragarse a la pareja de vanidosas de un solo bocado. Las mariquitas trataron de esconderse, ocultándose entre las espinas de un rosal. ¡Un instante más sin levantar vuelo y hubieran sido devoradas! Las elegantes damitas se salvaron, desde luego, pero dejándose en la aventura parte de sus preciosas alas. Arrugadas, sucias y mal trechas, cantarela y cascadita ya no podrían presumir su belleza delante de las gotas de lluvia.*

**DANIEL:** Ayyy pobres Cantarela y Cascadita, terminaron todas sucias... y a veces nos pasa eso a nosotros... nos ponemos a pelear con las personas que queremos por unas tonterías...

**ANA LA CONDA:** Mi hermana Bejuquilla siempre pelea conmigo supuestamente porque me rio muy duro **(RISA)** pero luego nos contentamos. **(RISA)**.

**DANIEL:** Y tú María Camila, ¿qué piensas de esas peleas?

**MARIA CAMILA:** Puesss... yo a veces contesto mal y peleo con mi hermanita, pero es más lo que la quiero...

**ANA LA CONDA:** Qué linda, me parece muy bien, además cuando uno quiere, con mucho querer, y sigue queriendo, me querrán si quiero, a todos los que me quieren.

**MARIA CAMILA:** ¿Qué? **(RISA)** eso parece algo muy enredado, como un trabalenguas... repite lo que dijiste... Si puedes... **(RISAS)**.

**DANIEL:** Que divertido, pero que les parece si ustedes, junto con nuestros oyentes, intentan repetir un trabalenguas que yo me sé.

**ANA LA CONDA:** ¡ay! si sería estupendo, y ¿les podemos dar premios a todos mis amigos los cuenteritos que participen?

**MARIA CAMILA:** hmmm... pues sería chévere... pero ¿qué les damos?... hmm ya sé yo tengo dos entradas a Cinemark para ver la película Meteoro, me dijeron que es buenísima y se las podría regalar al niño que diga bien el trabalenguas de Dani, ¿te parece buena idea?

**DANIEL:** Me parece una buenísima idea, entonces presten mucha atención a este trabalenguas y si logran memorizarlo, llamen a nuestro teléfono 8841450 (REPITE).

**CONTROL: IDENTIFICADOR DE LA SECCIÓN ;CONCURSIANDO! CD CUENTERO DE COLORES PISTA 6 PP (6 SEG) SE DESVANECE**

**DANIEL:** Entonces... alisten lápiz y papel para que lo copien y se lo aprendan... ¡ahí va!: (LEE LENTO) “Risas recias ruidosas resuenan ricas rondas repican rechinan Ruca y Remo rieron rodando Rosa y Riso roncaron rebien”. (LO REPITE)

**CONTROL: REGUETÓN NEGRO CIRILO – CD LINA LUNA – PISTA 14 SEG 01 AL 30.**

**DANIEL:** ¡Ese trabalenguas está bien trabalengudo! ¿Será que resultarán muchos ganadores hoy? ¿Tú qué dices Ana?

**ANA LA CONDA:** Yo digo que sí, porque hay niños muy pilos para eso y como están tan pendientes de nuestro programa, entonces, ya empezará a sonar este teléfono colorido.

**CONTROL: ENTRAN LLAMADAS DE LOS NIÑOS Y NIÑAS (45 SEG) IMPROVISACIÓN DE LOS LOCUTORES**

**ANA LA CONDA:** Al escuchar tantas palabras con erres, me he entusiasmado mucho, por eso ahí les va de nuevo el trabalenguas: "Riendo roso ruidosas resuenan Ricos ratones ¡oh! ratones me como hmm ratones qué rico.

**MARIA CAMILA: (Risas)** No Ana la Conda, así no era (Risas) te equivocaste (Risas) me he divertido mucho en este programa, pero ya no quiero más trabalenguas, quiero saber más bien si ya casi llegamos al lago de los mil colores.

**DANIEL:** Si, no te preocupes que ya encontramos de nuevo el camino, ya vamos a llegar...

**CONTROL: EFECTO SONIDO DE CASCADA PP 3 SEG PASA 2P**

**ANA LA CONDA:** Todavía no hemos llegado, esta es la cascada musical... pero estamos cerca del lago...hmm prueben el agua...

**MARIA CAMILA:** hmmm Es dulce....una cascada musical con agua dulce, eso me recuerda a una canción de Juanes que es muy conocida sobre todo en estos días.

**ANA LA CONDA:** Siiiiii, yo me la sé.... Se llama gotas de agua dulce, esta canción está súper de moda.

**DANIEL:** ¿Sabían que Juanes, uno de nuestros artistas favoritos, nació en Medellín, Colombia y comenzó su carrera artística cuando tan sólo tenía 15

años?

**MARIA CAMILA:** Yo sé muy poco de la historia de Juanes, pero lo que sí sé es que me gustan mucho sus canciones, porque son fáciles de aprender y muy alegres.

**DANIEL:** Eso está muy bien, pero les contaré algo de Juanes antes de que escuchen la canción, ¿les parece bien?

**CONTROL: IDENTIFICADOR DE LA SECCIÓN ¡CUENTERO MUSICAL!  
CD CUENTERO DE COLORES PISTA 6 PP (6 SEG) SE DESVANECE**

**DANIEL:** A los 15 años, Juanes creó la banda metalera Ekhyrosis, banda que estuvo unida durante doce años y grabó cinco álbumes. En 1999, Juanes, decide iniciar su carrera musical como solista, y desde entonces, no ha parado de ser exitoso en su carrera como cantante.

**ANA LA CONDA:** A mí me contó mi hermana Bejuquilla, quien es súper fan de él, que su nombre real es Juan Esteban Aristizábal, y se puso Juanes, porque de la unión de sus dos nombres, salía uno más corto, y más fácil de recordar, con el que se lanzó en su carrera como solista. ¡Ay!... Juanes. (SUSPIRO) hay ya me puse rojita, porque me encanta....

**DANIEL:** ¡Uy! Ana, no sabía que suspirabas por Juanes. Bueno a las dos gracias por los datos que nos acabaron de dar, ojalá y todos nuestros oyentes hayan tomado nota de la historia de Juanes.

**MARIA CAMILA:** ¡Ay! Si... muy chévere, pero yo más bien quiero escuchar toda la canción ¿sí? di que si, por fa.

**DANIEL:** (RISA) está bien, escuchemos a Juanes con su canción, "Gotas de agua dulce".

**CONTROL:** ENTRA CD 3 CON LA CANCIÓN "GOTAS DE AGUA DULCE" DE JUANES PISTA 6 PP (3 MIN) DESAPARECE.

**CONTROL:** IDENTIFICADOR DE LA SECCIÓN ¡QUÉ DICES TÚ! CD CUENTERO DE COLORES PISTA 6 PP (6 SEG) SE DESVANECE

**DANIEL:** Después de escuchar a Juanes, llega la sección donde todos los niños nos dan sus opiniones, el día de hoy nos contarán qué piensan sobre el valor de la HONESTIDAD.

**ANA LA CONDA:** ¡Honestidad, honestidad!... me suena, me suena, ¡ah! es como ¿cuándo no le prestas las cosas a tus amiguitos? (PAUSA) Ah no, eso es otra cosa, honestidad es... cuando yo peleo con los otros porque me dicen que estoy gorda, ¿cierto?

**DANIEL:** (RISAS) Ana la Conda, no, como que estás un poquito perdida, la honestidad es un valor que los seres humanos deben practicar para relacionarse mejor con las demás personas. Recuerda que decir la verdad siempre, es muy importante, de esa forma, los demás creerán en ustedes y podrán confiar en todo lo bueno que harán.

**MARIA CAMILA:** ¿Entonces la honestidad es siempre decir la verdad? Nooooo es que a mí me da miedo decir la verdad, porque en el casa o en el colegio a veces lo regañan a uno, es mejor decir mentiritas de lo que pasó, para que no nos regañen.

**DANIEL:** No, María Camila, la honestidad significa que si tú haces un daño en la casa de algún vecino y por miedo a que te regañen, lo ocultas, lo único que estás buscando es que culpen a otra persona y la hagan sentir muy mal, además de que esa persona a quién están culpando se confunda y desee hacer daños para sacarse la ira de color verde oscuro que tiene en su corazón.

**ANA LA CONDA:** ¡Uy! (VOZ DE PERVERSA) Pero ocultar las cosas malas que se hacen entonces puede ser muy malo, y no sólo hace que regañen a otros, sino que la historia servirá para una película donde las serpientes seamos las princesas.

**MARIA CAMILA:** Pero (RISAS) ¿qué estás diciendo Ana? Nooo, otra vez te perdiste o estás loca (DICE EN VOZ BAJA) no estamos hablando de ninguna película. Daniel nos está explicando sobre qué es ser honesto.

**DANIEL:** Correcto, lo importante es que siempre digamos la verdad.

**ANA LA CONDA:** Por eso, estoy diciendo que con todas las mentiras que los niños y niñas dicen a sus papitos y a los adultos, podremos hacer una película donde yo sea la reina y las demás serpientes sean las princesas.



**MARIA CAMILA:** ¡Ah! Ya te entiendo, por eso es mejor decir la verdad, así nos regañen, debemos decirles a nuestros papitos o los adultos que estén a nuestro cuidado, todo lo malo que hagamos, porque así, ellos nos creerán y nos defenderán siempre. Y así no pondremos a Ana la Conda a hacer películas con las mentiras de los niños! (VOZ BAJA) ¡Qué tal, Ana la Conda como reina, con lo despistada que es! (RISAS).

**DANIEL:** (Risas) Exactamente María Camila, espero que a ti y a todos nuestros oyentes les haya quedado claro la importancia del valor de la honestidad, no sólo porque el corazón se vuelva de color verde oscuro, sino porque así habrá más personas que los querrán. Pero por ahora escuchemos a los niños y niñas acerca de lo que piensan sobre el valor de la honestidad. Recuerden que nuestras líneas están abiertas para escuchar sus opiniones sobre el tema.

**MARIA CAMILA:** Hemos hablado tanto, pero la verdad estoy un poco cansada de caminar, ¿qué les parece si descansamos un poquito aquí en esta montañita?

**DANIEL:** hmmm pues yo admito que también estoy un poco cansado, descansemos un rato y sigamos hablando con nuestra serpiente Ana La Conda.

**ANA LA CONDA:** Yo no estoy cansada, la verdad ahorita me estaba chuzando un poco una rama, pero no más, que flojos son, ya casi llegamos al lago de los mil colores, pero bueno, entonces mientras descansamos, digámosle a los niños y niñas que llamen y nos digan qué creen ¿qué es la honestidad?, recuerden que el número de teléfono colorido es el 8841450, para que nos llamen a partir de

este momento. (RISAS) ya me lo aprendí... me encanta este programa.

**CONTROL: TEMA "YO OPINO"- CD 31 MINUTOS- PISTA 2 SEG 03 AL 20**

**CONTROL: ENTRAN LLAMADAS DE LOS NIÑOS OPINANDO.  
IMPROVISACIÓN DE LOS LOCUTORES. (1 MIN Y 30 SEG)**

**MARIA CAMILA:** No pensé que los niños pensarán tantas cosas sobre la honestidad, son muy inteligentes.

**CONTROL: TEMA LA ESCUELA - CD MIGUELITO – PISTA 2 SEG 01 AL 30**

**ANA LA CONDA:** (VOZ ALEGRE) ¡Qué contenta estoy!

**DANIEL:** Y eso ¿por qué estás tan contenta?

**ANA LA CONDA:** Porque me he divertido mucho y tengo amigos nuevos.

**MARIA CAMILA:** ¡Ay! Qué bueno, nosotros también estamos muy contentos por esta fabulosa aventura en el Zoológico Colorinchudo.

**CONTROL: ENTRA TRACK 4 CD 2 IDENTIFICADOR PARA FIN DEL PROGRAMA PP (3 SEG) DESVANECE.**

**MARIA CAMILA:** (VOZ RÁPIDA) ¡Tiempo!

**ANA LA CONDA:** ¿Qué dices Maria Camila?

**MARIA CAMILA:** Que nos acaban de avisar que el tiempo se acabó.

**DANIEL:** Si, es una lástima que se haya acabado el tiempo, pero no se preocupen, porque en el próximo programa seguiremos en la búsqueda de el lago.

**MARIA CAMILA:** Niños y niñas ya casi son las 9 y 30 de la mañana.

**ANA LA CONDA:** (VOZ ABURRIDA) ¡Lástima que ya se acabó el tiempo! Gracias Maria Camila y Dani, por venir a mi programa, que vuelvan pronto.

**DANIEL:** ¿Cómo? Es cierto que es tu programa, y el de todos los niños y niñas que nos están escuchando, pero es que... la verdad, tu eres nuestra invitada del día de hoy, no nosotros.

**ANA LA CONDA:** ¿Ah? Cómo así, si es que ustedes son mis invitados, yo dirijo este programa... ¿o no?.. (PENSATIVA) ¡Ah!... (RISAS) perdón, perdón de nuevo, si ya lo recordé, ustedes tienen toda la razón, me puse color violeta y rojo, y eso que soy anaranjada.

**DANIEL:** (RISAS) Así es Ana la Conda, qué lástima que el tiempo en la radio sea tan corto, pero bueno, nos gustó mucho que estuvieras con nosotros y compartieras con los niños y niñas que escucharon nuestro programa. ¿No te parece María Camila?

**CONTROL: CORTINILLA COLORES COLORES CD CUENTERO DE COLORES SEG 02 AL 10 PISTA 15.**

**MARIA CAMILA:** Pues, la verdad, me reí mucho, es que Ana la Conda, fuera de ser muy graciosa, nos enseñó cosas importantes de las Serpientes, y porque tú haces que el programa sea muy bacano y por eso hoy aprendieron mucho los cuenterinos. Pero ¿qué pasó con el lago de colores?

**ANA LA CONDA:** No se preocupen, estamos muy cerca, es muy fácil de encontrar, sólo las personas divertidas pueden hacerlo. Lo encontraremos en el próximo programa, espero que todos allá en casa también hayan disfrutado de este programa tan divertido, yo no me lo voy a perder nunca.

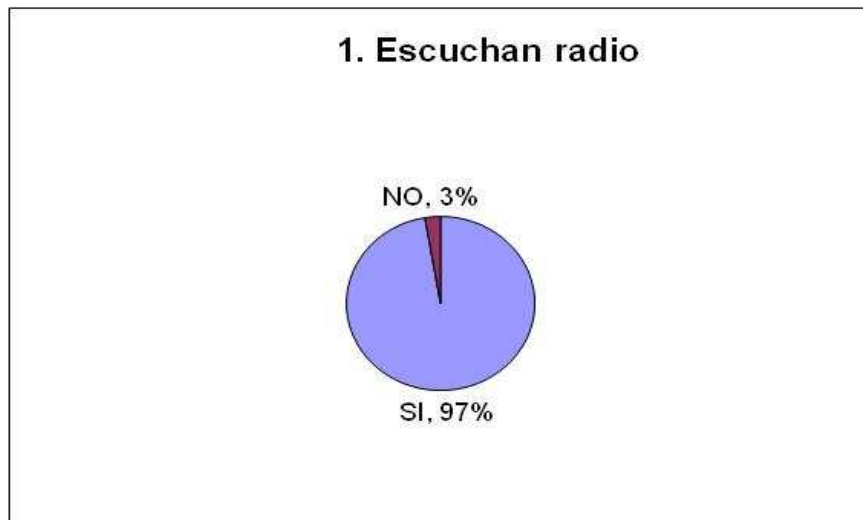
**DANIEL:** No olviden que todos los sábados de nueve a nueve y media de la mañana los estamos esperando para que vivan con nosotros divertidas aventuras.

**MARIA CAMILA:** ¡Los esperamos! En un nuevo “Cuentero de Colores”

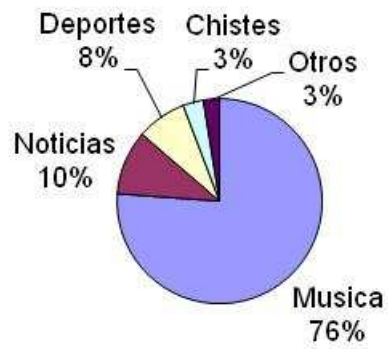
**CONTROL: ENTRA TRACK 7 CD 2 IDENTIFICADOR DEL PROGRAMA. CABEZOTE DE CIERRE (6 SEG).**

## 9. ANEXOS

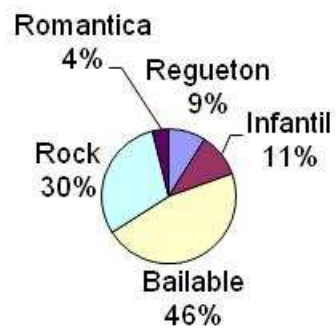
Gráficos comparativos de las encuestas realizadas en los colegios y escuelas a los niños y niñas entre los 7 y 10 años de edad de la ciudad de Manizales.



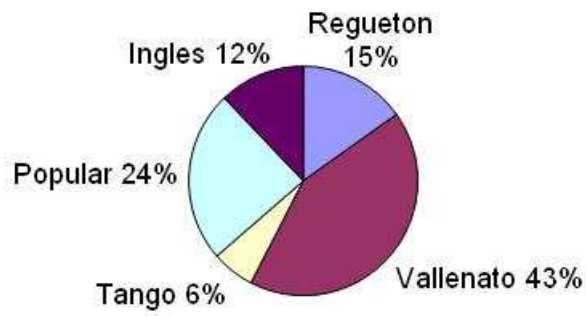
### 3. Programas que escuchan



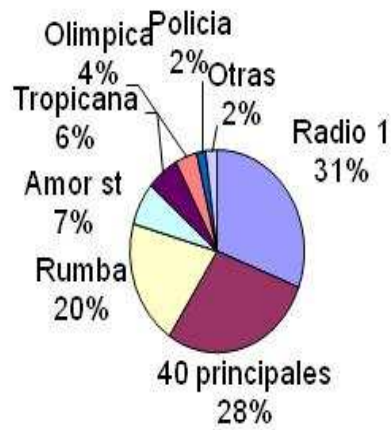
### Musica preferida



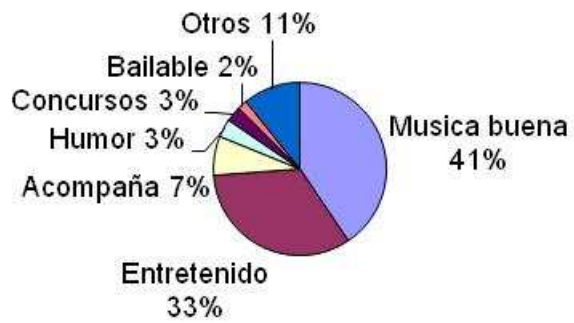
### Musica que nos les gusta



### 4. Emisora que escucha



### 5. Porque les gustan esos programas de radio que escuchan

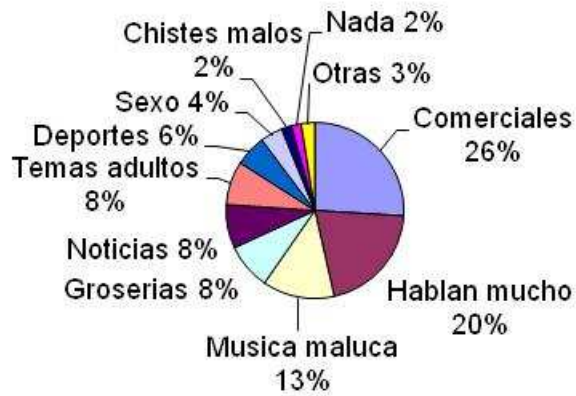


### 6. Entienden todos los temas que escuchan en los programas radiales





### 7. lo que menos les gusta de esos programas de radio



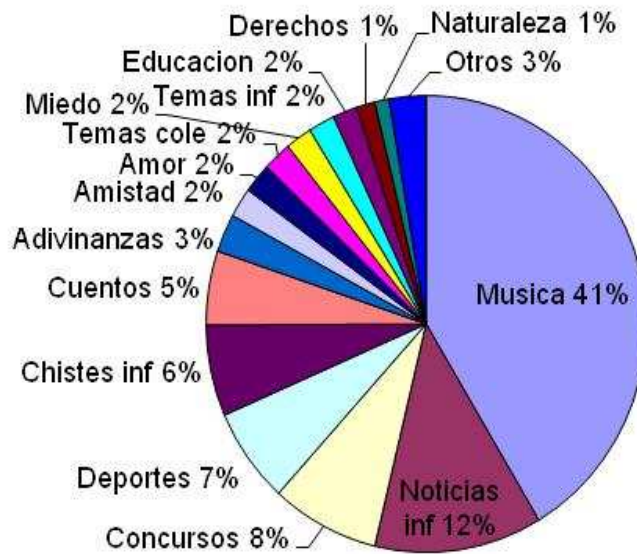
### 8. Han escuchado alguna emisora que sea sólo para niños



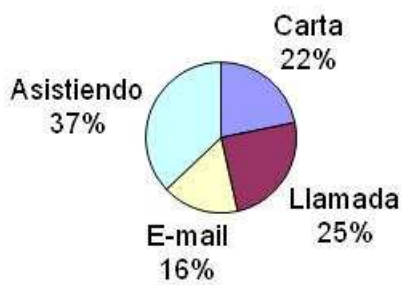
### 9. Han escuchado un programa infantil



### 10. Temáticas les gustaría escuchar en el programa



### 11. Medio seleccionado para participar en el programa



## 10. BIBLIOGRAFÍA

- ❖ **ÁLVAREZ, L; ÁLVAREZ, N** y colaboradores. El consumo va a la escuela. Barcelona: Laia. 1988.
  
- ❖ **ASESORÍAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. MERCADEO.** Consumer Kids. Agosto de 2002.
  
- ❖ **BALSEBRE, Armand.** El lenguaje radiofónico. Editorial Cátedra Signo e imagen. 2da edición. Madrid, España 1996.
  
- ❖ **BERRÍOS VALENZUELA, Llarela Alejandra.** Tesis doctoral. “Estudio descriptivo sobre la influencia de la sociedad de consumo en los valores y hábitos de los adolescentes de la provincia de Barcelona”. Barcelona. Abril, 2007
  
- ❖ **BLANCO, Alfonso Ignacio, FRENÁNDEZ, Martínez Pilar.** El lenguaje radiofónico: la comunicación oral. Editorial Fragua. Madrid, 2004
  
- ❖ **BAUMAN, Z. (1998).** Trabajo, consumismo y nuevos pobres. Gedisa. Barcelona. 2000.
  
- ❖ **CHION, Michel.** El Sonido. Música, cine, literatura...Ediciones Paidós Ibérica, S.A. Barcelona, España 1999.

- ❖ **DE LA ROCHE LÓPEZ**, Maritza; **BARBERO**, Jesús Martín; **RUEDA**, Amanda y **VALENCIA**, Stella. *“Los niños como audiencias”*. Investigación sobre recepción de medios. Da Vinci Editores y Cía. S. A. Bogotá. 2000.
  
- ❖ **DOCUMENTO DE EDUCACIÓN INFANTIL PARA DOCENTES DEL MUNICIPIO DE MANIZALES** *“Fiesta de la lectura”*. Un aporte de Luis Eduardo Marulanda. Marzo de 1998.
  
- ❖ **DOCUMENTO DE TRABAJO**. Agenda Social sobre el derecho a la comunicación. Una publicación del Proyecto Planeta PAZ. Programación concertada con el Ministerio de Cultura. Bogotá. Noviembre de 2003.
  
- ❖ **FIGUEROA BERMÚDEZ**, Romeo. *¡Qué onda con la radio!* Alambra Mexicana. México 1997.
  
- ❖ **GUERRERO**, Arturo. *“Anotaciones a una encuesta sobre hábitos de consumo”*. La Niñez y los Medios. Comunicación e Información para la Infancia y la Mujer. Ministerio de Comunicaciones, DNP con el apoyo de UNICEF. Bogotá 1997.
  
- ❖ **HART**, Roger A. *“La participación de los niños: de la participación simbólica a la participación auténtica”*. Ensayos Innocenti N° 4. UNICEF. Bogotá. Junio 1993.
  
- ❖ **LEWIS M.**, Meter y **BOOTH**, Yerry. *“El medio invisible”*. Radio pública, privada, comercial y comunitaria. Editorial Paidós Barcelona, España 1992.

- ❖ **LÓPEZ VIGIL**, José Ignacio. Manual *“Urgente para Radialistas apasionados”*. Artes gráficas Silva. Quito, Ecuador. Mayo de 1997.
- ❖ **MATA**, María Cristina. Curso a distancia en comunicación radiofónica UNDA\_ AL y ALER. *“Investigación radiofónica de las palabras a los hechos”*. Agosto 1995.
- ❖ **MEMORIAS DEL SEMINARIO: Comunicación y Ciudad**. Realizado en Medellín por: Facultad de Comunicación Social de la Universidad Pontificia Bolivariana, La Unesco y la Alcaldía de Medellín. Junio 15, 16, 17 de 1995.
- ❖ **MONTESSORI**, María. *“El Niño, el secreto de la infancia”*. Editorial Diana S.A., México D.F. 1985.
- ❖ **ONG**, J Walter. *Oralidad y escritura. Tecnologías de la Palabra*. Fondo de Cultura Económica. Santafé de Bogotá, Colombia 1994
- ❖ **OROZCO GÓMEZ**, Guillermo. *“El reto de conocer para transformar”*. Medios, Audiencias y Mediaciones. En. Revista Grupo Comunicar, Colectivo Andaluz para la educación en medios de comunicación. Andalucía, España. N° 8. Marzo de 1997.
- ❖ **PEREZ JOYA**, Renato. *“Los duendes de la cajita mágica”*. Manual de producción radiofónica para niñas, niños y adolescentes. Plan Rocca, Guatemala 2002.

- ❖ **REVISTA SIGNO Y PENSAMIENTO.** Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana- Bogotá y del Departamento de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana- Cali. Volumen XXVII Enero- junio 2008
- ❖ **UNICEF.** Oigamos a los niños y las niñas: encuesta sobre la vida, las percepciones y las opiniones de la niñez de Colombia; Litocamargo Ltda.; Bogotá. Mayo de 2000.

### 7.1 BIBLIOGRAFÍA EN INTERNET:

- <http://noticias.rcn.com.co/noticia.php3?nt=195>.
- [http://www.revistaplanetario.com.ar/archivo\\_planetario/reflexiones82.htm](http://www.revistaplanetario.com.ar/archivo_planetario/reflexiones82.htm)
- [www.Fnpi.org](http://www.Fnpi.org) MARTÍNEZ COSTA, María del Pilar. *“Un nuevo paradigma de la radio”*.
- <http://www.oei.es/linea3/inicial/colombiane.htm#7>
- <http://www.comminit.com/la/pensamientoestrategico/lasth/lasld-744.html>
- <http://www.unicef.org/venezuela/spanish/Cap5.pdf>
- <http://www.colorincolorradio.com.co/programa.asp>
- <http://www.geocities.com/vozinfantilcolombia/programas.html>
- <http://www.tuobra.unam.mx/publicadas/040715111347.html>
- [http://www.psicocentro.com/cgi-bin/articulo\\_s.asp?texto=art53001](http://www.psicocentro.com/cgi-bin/articulo_s.asp?texto=art53001)
- <http://www.redacademica.edu.co/redacad/export/REDACADEMICA/estudiantes/radioclic/curso/taller/taller5.html>
- <http://www.atei.es/recursos/doc/educonsumo.pdf>.