

**DISEÑO DE UN PROGRAMA RADIAL INFANTIL QUE PERMITA A LOS
NIÑOS Y NIÑAS DE CARTAGENA APRENDER Y ENTRETENERSE.**

MUÑOZ MUÑOZ DAISY MARIA

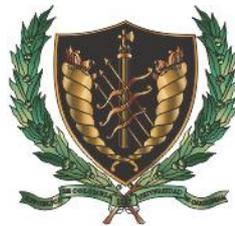
0390720025

NAVARRO AGUAS SILVIA MERCEDES

0390720002

PIZARRO ARRIETA ANDREA CAROLINA

0390720006



**Universidad de Cartagena
Facultad de Ciencias Sociales y Educación
Programa de Comunicación Social
X Semestre
Cartagena De Indias D. T. y C.
2012**

**DISEÑO DE UN PROGRAMA RADIAL INFANTIL QUE PERMITA A LOS
NIÑOS Y NIÑAS DE CARTAGENA APRENDER Y ENTRETENERSE.**

MUÑOZ MUÑOZ DAISY MARIA

0390720025

NAVARRO AGUAS SILVIA MERCEDES

0390720002

PIZARRO ARRIETA ANDREA CAROLINA

0390720006

Tutoras

BERTHA LUCIA ARNEDEO REDONDO

ZAYDA ARDILA CARRILLO

**Universidad de Cartagena
Facultad de Ciencias Sociales y Educación
Programa de Comunicación Social
X Semestre
Cartagena De Indias D. T. y C.
2012**

NOTA DE ACEPTACIÓN

Aprobado por el comité de grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por parte de la Universidad de Cartagena, para optar por el título de comunicadoras sociales.

Jurado

Jurado

Presidente del jurado

Cartagena de Indias, Junio de 2012

AGRADECIMIENTOS

Gracias Dios por ser mi ayudador y la espada de mi armadura. Gracias Ruth y Alberto porque son el árbol de sabiduría y amor que ha germinado en mi corazón, que en conjunto con Julia, mis hermanos Luis y Miguel, y a toda mi familia son una gran bendición y apoyo. Agradezco a mi grupo de tesis **WAS+** por los momentos maravillosos que hemos vivido en este proceso de investigación y a sus miembros Silvia y Andrea por su amistad. También a ese gran número de personas que de una u otra forma hicieron parte esencial de mi vida, antes y durante mi carrera; al igual que quienes nos colaboraron en esta última etapa, pues sin ustedes este proyecto no se hubiesen podido realizar.

Señor Jesús, ponte como un sello sobre mi corazón, como una marca sobre mi brazo, y sigue guiándome en la vida; a ti y a tu madre María les ofrezco esta tesis.

Daisy María Muñoz Muñoz

AGRADECIMIENTOS

Dios mío, es a ti a quien debo agradecer este trabajo. A ti porque me regalaste la vida. A ti porque me diste a mis dos padres llenos de salud y trabajo, lo cual hace que hoy pueda culminar mi carrera. A ti porque me diste una madre sabia, generosa y consentidora a quien especialmente dedico esta Tesis. A ti que me diste a mi familia, mi gran y divertida familia, a quienes quiero y agradezco por ser como son y estar siempre allí. A ti por darme a mis compañeros de clase y amigos, con quienes durante 5 años me divertí como nadie. A ti por aquellas amigas que desde niña han escuchado mis historias, me han aconsejado y acompañado en todo momento. A ti por darme esas hermosas y talentosas colegas, no hubiese podido encontrar un grupo de trabajo tan eficaz, divertido y perfecto como el que tuve. Por todas las personas maravillosas que pusiste en mi camino y de las cuales aprendí. Por tantas bendiciones y experiencias que me permites vivir a diario. A ti por hacerme tan afortunada: Gracias!

Silvia Mercedes Navarro Aguas

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios porque sin él nada existiera. Gracias a mis padres que me dieron los conocimientos y el amor necesario para salir adelante. A mis hermanos por estar siempre a mi lado, por cuidarme y ayudarme, sin duda alguna no hubiese sido lo mismo sin ustedes, los amo. A toda mi familia por apoyarme y estar muy pendientes de mí. A mis amigos y amigas, por estar siempre presentes. A todas las personas que aportaron a la realización de esta tesis, mil y mil gracias. Silvia y Daisy, la universidad nos hizo compañeras, las vivencias nos hicieron amigas, pero en mi corazón somos hermanas, las quiero montones.

A todas las personas que han hecho y siguen haciendo parte de mi vida, mis mejores deseos, y mis más sinceros agradecimientos, sus nombres no están en este papel, pero sí en mi mente y corazón. Gracias Totales!!!

Andrea Carolina Pizarro Arrieta

INTRODUCCIÓN

Es la radio un medio de comunicación que permite informar, educar y entretener de forma masiva a todo tipo de audiencia. Sin embargo dada la escasez de programas radiales infantiles a nivel nacional y local, y el tipo de programación inapropiada al que están expuestos los niños actualmente, surge la necesidad de crear un espacio dirigido a estos, que responda a sus gustos y propicie espacios educativos mediante el entretenimiento.

Elementos como la música y el lenguaje, inherentes a la radio, estimulan el desarrollo de la creatividad y habilidades cognitivas en los niños y niñas desde temprana edad, convirtiéndola en un educador no formal.

Es así como la educación y el entretenimiento se convierten en uno solo: en el edu-entretenimiento. Siendo así una herramienta eficaz para la comunicación para el desarrollo y su trabajo con la sociedad.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	
CAPITULO I	
1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	14
1.1 Enunciado del problema	14
1.2 Formulación del problema	15
2. OBJETIVOS	16
2.1 Objetivo general	16
2.2 Objetivos específicos	16
3. JUSTIFICACIÓN	17
CAPITULO II	
4. MARCO TEÓRICO	21
5. ANTECEDENTES	27
6. ESTADO DEL ARTE	30
7. MARCO CONCEPTUAL	40
7.1 La comunicación	40
7.2 Los medios	42
7.3 Conceptos pedagógicos	64
8. MARCO LEGAL	68
8.1 Denominación legal de la radio en Colombia	70
8.2 Los niños y niñas desde lo legal	72

CAPITULO III	
9. DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN	76
9.1 Tipo de investigación	77
9.2 Instrumentos de investigación	77
9.3 Población y muestra	80
9.4 Fuentes de información	82
9.5 Cronograma	84
9.6 Presupuesto proyecto de grado	85
CAPITULO IV	
10. ANÁLISIS DE RESULTADOS Y PROPUESTA DE SOLUCIÓN	87
10.1 Preferencias musicales de los niños y niñas de Cartagena, entre 6 y 10 años	87
10.2 Estrategias que articuladas con las características de la radio, propicien el entretenimiento y la educación	91
10.3 Diseño programa radial infantil basado en los gustos y necesidades encontradas en los niños y niñas cartageneros entre los 6 y 10 años	96
10.4 Propuesta de solución %UNIVERSO KIDSÍ	101
11. ELABORACIÓN PRODUCTO COMUNICACIONAL: GUIÓN PROGRAMA PILOTO Í UNIVERSO KIDS, mi lugar en la radioÍ	106
11.1 Guión Dramatizado La Candela viva	110
12. CONCLUSIONES	113
13. BIBLIOGRAFÍA	115
ANEXOS	120

SUMARIO DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO 1. ENTREVISTAS GRUPOS FOCALES	121
Anexo 1.1. Formato de entrevista para niños y niñas	121
Anexo 1.2 Entrevista a niños y niñas entre 6 y 7 años	122
Anexo 1.3. Entrevista a niños y niñas entre 8 y 10 años	126
ANEXO 2. ENTREVISTAS ESPECIALISTAS	135
Anexo 2.1. Entrevista Martha Amor	135
Anexo 2.2 Entrevista Ruth María Muñoz Madariaga	138
Anexo 2.3 Entrevista Luis Ramón Viña.	141
Anexo 2.4. Entrevista David Manotas	143
Anexo 2.5 Entrevista Diana Díaz	145
Anexo 2.6 Entrevista Vilma Cuesta	148
Anexo 2.7 Entrevista Bertha Arnedo	149
Anexo 2.8 Entrevista Margareth Rodríguez Pertúz.	157
ANEXO 3. FOTOGRAFÍAS.	161
ANEXO 4. CARTAS	167
Anexo 4.1 Carta N°1	167
Anexo 4.2 Carta N°2	168
Anexo 4.3 Carta N°3	169
Anexo 4.4 Carta N°4	170

SUMARIO TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Preferencias musicales de niños de entre 7 y 10 años de edad	32
Tabla 2: Programación UDC Radio 99.7	53
Tabla 3: Elementos de la naturaleza humana con elementos de la música	66
Tabla 4: Responsabilidades especiales de los medios de comunicación	73
Tabla 5. Cronograma de trabajo con grupos focales.	88
Tabla 6: ¿Qué temática y tipo de música te gustaría escuchar en un programa radial infantil?	98

SUMARIO GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico N°1: Gustos musicales	89
Gráfico N°2: ¿Alguna vez has escuchado un programa radial?	90
Gráfico N°3: ¿Te gustaría escuchar un programa radial?	90
Gráfico N°4: ¿Qué días escuchas radio?	97
Gráfico N°5: ¿En qué jornada escuchas radio?	97
Gráfico N°6: ¿Qué tipo de voz prefieres escuchar en radio?	99
Gráfico N°7: ¿Te gustaría llamar durante la emisión del programa de radio?	100

DISEÑO DE UN PROGRAMA RADIAL INFANTIL QUE PERMITA A LOS NIÑOS Y NIÑAS DE CARTAGENA APRENDER Y ENTRETENERSE.

CAPITULO I



1. DEFINICION DEL PROBLEMA

1.1 Enunciado del problema

La globalización de los medios es una realidad, para bien o para mal. Medios que se movilizan únicamente por intereses comerciales y la concentración de la propiedad de los medios en las manos de unos pocos, (o), señalan el lado sombrío de la globalización. La consecuencia es la falta de calidad y diversidad cultural¹.

En las emisoras de Cartagena no existe ningún tipo de programación dirigida al público infantil. A pesar de que existen dos emisoras de interés público; la emisora de la Universidad de Cartagena y la de la Policía Nacional; que se deben caracterizar por tener una programación orientada *principalmente a elevar el nivel educativo y cultural de los habitantes del territorio colombiano, y a difundir los valores cívicos de la comunidad²*. Ninguna de estas, incluye en sus contenidos, un espacio dedicado a los niños y niñas.

Es por esto que se genera la necesidad de crear un espacio en este medio, que les permita vivir plenamente su niñez identificando los elementos presentes en la relación de los niños con los medios, cómo los utilizan y aprovechan en el tiempo libre.

¹ CARTA DE RIO. 4ª Cumbre Mundial de los Medios para Niños y Adolescentes realizada. Río de Janeiro, Brasil 2004. Tomado de <http://www.unicef.org/colombia/pdf/CartadeRioCumbre.pdf> el 12 de enero de 2012.

² ARNEDO REDONDO, Bertha Lucía. En la onda de la Radio. Cartagena de Indias: Editorial Universitaria. Cartagena, Colombia, 2011. Pág. 33

1.2 Formulación del problema

Pregunta general

- ¿Cómo propiciar a través de la emisora UDC radio el aprendizaje y entretenimiento de niños y niñas entre 6 y 10 años en la ciudad de Cartagena?

Preguntas específicas

- ¿Cuáles son los gustos de los niños y niñas de Cartagena entre 6 y 10 años en materia musical infantil?
- ¿Cuáles son las estrategias que articuladas con las características de la radio, propician el entretenimiento y la educación?
- ¿Qué características debe tener un programa que responda a las necesidades de los niños y niñas entre los 6 y 10 años de la ciudad de Cartagena?

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo general

- Propiciar un programa radial piloto dirigido a niños y niñas entre 6 y 10 años de Cartagena, que fortalezca el aprendizaje y entretenimiento, a través de la emisora UDC Radio 99.5.

2.2 Objetivos específicos

- Identificar los gustos de los niños y niñas de Cartagena entre 6 y 10 años en materia musical.
- Indagar y definir estrategias que articuladas con las características de la radio propician el entretenimiento y la educación.
- Diseñar un programa radial infantil basado en los gustos y necesidades encontradas en los niños y niñas cartageneros entre los 6 y 10 años.

3. JUSTIFICACIÓN

No basta con otorgar a los niños el derecho a la participación: si han de desarrollar las capacidades para ejercer tal derecho, hay que proporcionar todo lo necesario para que puedan hacerlo. En este sentido pues, hemos de añadir un cuarto elemento a nuestro conjunto de elementos mediáticos, concretamente el derecho a la educación. Su objetivo será ampliar la participación activa y bien fundada de los niños a la cultura mediática que les rodea³.

En la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos de la Infancia, aprobada por la Asamblea General en el año 1989, se proclamó el derecho de los niños y niñas a ~~no~~ poder acceder a toda una variedad de medios, consignado en el artículo 17.

Durante la niñez empiezan a formarse las bases cognitivas, los sentidos están prestos a absorber toda la información del entorno. Entonces, el aprendizaje es una actividad que va más allá de las aulas de clase. La televisión, la radio, libros e ilustraciones se convierten en fuente de conocimiento.

Ahora bien, hay que reconocer la importancia, tanto de las fuentes de conocimiento, como de los elementos que favorecen y estimulan el aprendizaje.

³ BUCKINGHAM, David. Crecer en la Era de los Medios de Comunicación. Madrid, España: Ediciones Morata S.L. y Fundación Paideia. 2002. Pág. 219

La música tiene un gran poder e influencia en el ser humano, pues estimula la imaginación y la creatividad, al facilitar el aprendizaje, las relaciones interpersonales y otros ámbitos de la vida.

Edgar Willems dice que, *la música favorece el impulso de la vida interior y apela a las principales facultades humanas: la voluntad, sensibilidad, amor, inteligencia, imaginación creadora*⁴. Willems relaciona la musicoterapia con los tres elementos fundamentales de la música, que son paralelos a la vida humana: sonido como vida rítmica, sonido como vida melódica, y arte como vida armónica.

Además establece el empleo de la musicoterapia de tres maneras:

- Activa: el niño juega, canta, manipula instrumentos u otros objetos.
- Receptiva: el niño escucha.
- Receptivo-activa Interdisciplinar: como apoyo a otras actividades: dibujo, expresión corporal, modelado, tejido, cosido, etc.

Dada la naturaleza de la radio, la música es uno de los elementos más importantes en un programa radial infantil de carácter de *educación-entretenimiento*, que busque implementarla como estimulante del proceso de aprendizaje y difundir conocimientos; convirtiéndolo en una alternativa para los padres que desean ocupar el tiempo libre de sus hijos e hijas en actividades provechosas que a la vez los mantengan entretenidos, ayudando a los niños a vivir plenamente su etapa infantil.

⁴ WILLEMS, Edgar. Las Bases Psicológicas de la Educación Musical. Tomado de <http://www.buenastareas.com/en-sayos/Las-Bases-Psicologicas-De-La-Educacion/1724214.html> el 26 de septiembre de 2011

La música es importante en la radio porque este medio dirige su contenido a un solo sentido, el auditivo; además le permite ser más efectiva en sus tres funciones; educar, informar y entretener. Siendo la primera, la menos aplicada en la mayoría de los medios.

Es la comunicación social como disciplina de estudio, la que nos brinda las herramientas necesarias para identificar y aplicar los conceptos y las prácticas idóneas, a la hora de aprovechar un medio de comunicación, para educar y entretener a un público específico.

CAPITULO II



4. MARCO TEORICO

Teoría es un conjunto de ideas que pueden ayudar a EXPLICAR un fenómeno y PREDECIR una consecuencia⁵.

Cada una de las Teorías de la Comunicación y sobre el manejo de audiencias que existen, sugieren determinada forma de ver, conocer y entender, fenómenos y situaciones de la realidad social y la comunicación en sus distintos niveles.

Algunos de los teóricos más conocidos de la comunicación son Shannon y Weaver con su modelo lineal (emisor-mensaje-receptor); Lasswell postuló la formula de los cinco elementos (¿Quién . dice qué . por cuál canal . a quién . con qué efecto?); Emile Durkheim, Auguste Comte y Herbert Spencer con sus aportes al Estructural Funcionalismo.

Para la creación de un programa radial dirigido a la audiencia infantil, fue pertinente utilizar la Teoría Comunicativa de los Usos y Gratificaciones, pues ofrece los elementos necesarios para el análisis de las audiencias y sus intereses ante los medios; en conjunto con la Teoría de las Mediaciones, que reconoce la cultura como la gran mediadora en la interacción *popular/masivo*.

La Teoría de los Usos y Gratificaciones *se desarrolló entre los años 1950 y la segunda mitad de los años 1970, tiene su origen en el funcionalismo. Se basa en que las gratificaciones no sólo vienen de los contenidos mediáticos, sino del tipo*

⁵ MARTÍNEZ TERRERO, José. Teorías de la Comunicación. Universidad Católica Andrés Bello. 2006. Pág. 5. Ciudad Guayana, Venezuela.

de exposición al medio y del contexto social del consumo gratificante. Es decir, esta teoría considera a la audiencia como un elemento activo, pues elige los medios para satisfacer sus necesidades y gratificaciones⁶

Aquí se explora la conducta comunicativa del receptor alrededor de su experiencia con los medios, considerándolos como agentes activos ante los contenidos.

Los receptores de los medios masivos tienen objetivos de información, entretenimiento, identidad o integración social, con los que se exponen selectivamente a esos mensajes con el fin de darles denominados usos u obtener ciertas gratificaciones⁷.

En los últimos años, las investigaciones sobre los usos y gratificaciones se han enfocado en:

- *Los orígenes sociales y psicológicos*
- *Las necesidades que generan*
- *Expectativas respecto a;*
- *Los medios de masas y otras fuentes*
- *Esquemas diferenciales de exposición a los medios*

⁶ *Ibíd.* Pág. 74.

⁷ TORRICO VILLANUEVA, Erick. *Abordajes y Periodos de la Teoría de la Comunicación*. Bogotá. Grupo Editorial Norma. Pág. 130. 2004.

- *Gratificaciones de las necesidades*
- *Intentan hallar el grado en que las necesidades quedan gratificadas por los medios o por las fuentes⁸.*

Así entonces, la Teoría de los Usos y Gratificaciones aporta las bases para dar importancia a la audiencia, en este caso la población infantil, que de manera activa puede influir en los contenidos dirigidos a ellos, en la medida en que tienen claro, cuales son los elementos que buscan y necesitan en el medio radial.

Analizando los enfoques que en los últimos años se han desarrollado en torno a la Teoría de los Usos y Gratificaciones, se resalta el de una audiencia crítica y activa que tiene marcadas necesidades y expectativas, que a su vez están mediadas por su edad y contexto sociocultural.

Es en este último punto, donde se incluye la Teoría de las Mediaciones, la cual da las bases para entender las diferencias entre audiencias y a qué responden.

La Teoría de las Mediaciones sostiene que, toda comunicación es mediada desde la sociedad, la cultura, la política y la subjetividad. El sentido es la resultante de prácticas sociales de producción, recepción, apropiación y usos sociales que ponen en acto tanto competencias culturales y comunicativas de los sujetos como

⁸ MENÉNDEZ GÓMEZ, Patricia. 2004. Revista para dar a conocer el Instituto Poblano de la Mujer. Capítulo 3. Teoría de los usos y gratificaciones. Tesis Licenciatura. Ciencias de la Comunicación. Departamento de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias Sociales, Universidad de las Américas Puebla.
Tomado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/menendez_g_pi/capitulo3.pdf el 10 de febrero de 2012

*relaciones de poder entre ellos. La gran mediadora es la cultura; ella supone una gramática que interviene en la interacción popular/masivo*⁹.

Martín Barbero, uno de los principales exponentes de esta Teoría, sostiene que el eje del debate debe desplazarse de los medios a las mediaciones. La mediación ha sido conceptualizada por él como aquella instancia cultural desde la cual los significados y sentidos son producidos y apropiados por la audiencia. Las mediaciones son *"ese lugar desde donde es posible comprender la interacción entre el espacio de la producción y el de la recepción"*¹⁰.

Los mensajes pueden cambiar de significado al momento de la recepción, dependiendo del entorno y las características de sus receptores. Así mismo, dichas características definen los intereses y gustos por los cuales un receptor decide utilizar o no, cierta información.

Martínez Terrero, en su libro *"Teorías de la Comunicación"*, cita a Guillermo Orozco Gómez, doctor en Educación y Catedrático de Ciencias de la Comunicación, quien sostiene que *"la mediación se origina en varias fuentes: en la cultura, en la política, en la economía, en la clase social, en el género, en la edad, en la etnicidad, en los medios de información, en las condiciones situacionales y contextuales, en las instituciones y en los movimientos sociales."*

⁹ TORRICO, Op. Cit. Pág. 135

¹⁰ MARTÍNEZ TERRERO, Op. Cit. Pág. 82.

También se origina en la mente del sujeto, en sus emociones y sus experiencias¹¹.

Orozco sugiere cuatro grupos de mediaciones:

- *Mediación Cultural: el proceso cognitivo o de conocimiento está influenciado por la cultura.*
- *Mediación Individual: tiene que ver con lo que sucede dentro de la mente de cada sujeto receptor. El proceso cognitivo no es meramente racional, como tradicionalmente se ha considerado sino también emotivo y valorativo.*
- *Mediaciones situacionales e institucionales: este tipo de mediación se multiplica de acuerdo con los diferentes escenarios en los cuales se desarrolla la interacción televisión-receptores.*
- *Otras mediaciones: también están las mediaciones, que vienen de la política, de la economía, etc. Cada una de estas fuentes puede ser un objeto de mediación y pueden también mediar otras fuentes¹².*

Estos grupos de mediaciones permiten entender los gustos y comportamientos de las audiencias y su variación. Las reacciones y aceptaciones de mensajes e información no son las mismas en niños de la Costa Caribe colombiana, que en niños del interior del país; y aun estando en la misma zona geográfica y con componentes culturales similares, existen variables como el nivel socio-económico que influyen en el cambio de gustos e intereses.

¹¹ *Ibidem.* Pág. 83.

¹² *Ibidem.* Págs. 83,85.

Es así como las Teorías de los Usos y Gratificaciones, y la Teoría de las Mediaciones, sustentan y explican los elementos postulados y desarrollados en el proyecto.

5. ANTECEDENTES

En la actualidad, los programas infantiles en el mundo, Colombia y Cartagena son escasos. Tal vez su mayor aproximación sean las páginas web interactivas que dentro de su contenido incluyen música infantil. Generalmente estas páginas son de canales televisivos como Discovery Kids y Cartoon Network (www.cartoonnetworkla.com), o programas como Barbie, Hello Kitty, Pooh y Bob Esponja.

A nivel nacional existe una emisora: Colorin ColorRadio, de Caracol radio. La cual *estaba al aire en la ciudad de Bogotá desde el 11 de mayo de 1992 en el dial 1310 AM, pero en diciembre de 2006 la emisora desapareció de su dial y pasó a la red*¹³. Esta se puede escuchar en www.colorincolorradio.com, la cual es una página web con múltiples opciones como Wallpaper, juegos y rompecabezas. Convirtiéndola en una emisora y en una página web interactiva a la vez. Sin embargo en la programación priman las canciones comerciales no estrictamente infantiles, de artistas como Juanes, Shakira y Patito feo.

Al recorrer la historia de los programas infantiles en Colombia, encontramos una variedad de experiencias al respecto. Algunos de esos programas han sido:

¹³ QUINTERO GUERRERO, Ricardo. Chiquiradio un espacio seguro para niños en la red. Tesis de grado. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia. 2008. Pág. 31.

- **Radio Sutatenza**, fue una de las principales emisoras comunitarias que existieron a finales de los ochenta, allí por primera vez se hizo un programa infantil, el cual se llamaba **El tren de los osos en el parque**¹⁴.
- **Zona común**: es un magazín periodístico radial auspiciado por el Proyecto de Comunicación para la Infancia del Ministerio de Comunicaciones (PCIM), creado en 1.995, dirigido a todos los adultos que estén en contacto con niños ya sea en el hogar, el colegio, el barrio o la comunidad en general. Este espacio se emitía de 4:00 a 4:30 pm a través de la Radiodifusora Nacional de Colombia en el 570 AM. Allí se transmite información especializada sobre diferentes temáticas de infancia que puede ser de utilidad para los agentes de incidencias en el desarrollo de la niñez.
- **Í Viviendo historias: cuentos para gozar y pensarÍ** : era una serie radial dramatizada que trataba el tema de los derechos de las niñas y los niños. Salió al aire desde mediados de 1.997; transmitida en los 95.9 FM por la Radiodifusora Nacional de Colombia los sábados de 01:00 a 03:00 PM.
- **Alharaca**: es un espacio de radio infantil creado en 1.998, dirigido a niños y niñas entre 3 a 12 años. Se encuentra al aire desde finales del año de 1.996 y era transmitido en los 95.9 FM por la Radiodifusora Nacional de Colombia en Bogotá todos los sábados de 09:00 a 11:00 AM, con un cubrimiento nacional. En este programa sus personajes principales llamados TITA, NARDA FLOR Y ROMEO RUISEÑOR visitan diferentes lugares de Colombia, el mundo o el universo y cuentan historias divertidas a toda la niñez.

¹⁴ Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango. Radio Comunitaria. <http://banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per75.htm>. Tomado el 23 de septiembre de 2011.

Actualmente existe el programa **Tripulantes**. Es el programa radial de la Cátedra UNESCO en Desarrollo del Niño y de la Niña de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas en Bogotá, Colombia. Este programa es transmitido todos los sábados a las 10 am a través de la emisora de la Universidad mencionada en los 90.4 FM.

6. ESTADO DEL ARTE

En esta investigación el estado del arte incluye las tesis de pregrado de Comunicación Social de las universidades que cuentan con el programa en la ciudad de Cartagena: Universidad de Cartagena, Universidad Jorge Tadeo Lozano Seccional Caribe y Universidad Tecnológica de Bolívar.

A raíz de la escasez de proyectos de investigación semejantes a este, se analizaron las tesis relacionadas con los temas: **niños y niñas, y diseños o propuestas de programas radiales**, en el periodo de tiempo transcurrido del año 2000 al 2011.

A continuación se referencian las tesis que cumplen con los criterios de inclusión dentro de este estudio:

Tesis 1:

- Título: Cataplum¹⁵
- Autor: Diana Patricia Pinto
- Universidad Jorge Tadeo Lozano, Seccional Cartagena
- Objetivo: Servir como herramienta pedagógica para fomentar valores humanos en los niños.

¹⁵ PINTO, Diana Patricia. Cataplum. Cartagena, Colombia. 2001. Tesis de Grado para obtener el título de Comunicar Social. Universidad Jorge Tadeo Lozano. Facultad de Ciencias Humanas, Artes y Diseño.

- Metodología: la población objetivo es *niños entre las edades 7 a 10 años, pertenecientes a la etapa de desarrollo infantil denominada por los psicólogos como segunda infancia (entre edades 6 a 12 años).*

No se especifica las técnicas e instrumentos de recolección de información, sin embargo, en los anexos de la misma tesis se demuestra que se realizaron encuestas a 938 niños, niñas y jóvenes de entre los 3 y 18 años, estudiantes del Colegio Comfenalco, de los cuales 410 niños y niñas tienen el rango de edad de la población objetivo.

También se hizo encuestas a 150 adultos, de los cuales 85% son padres y el 15% no tienen hijos o hijas.

La investigadora entrevistó a una pedagoga infantil, Esperanza Álvarez y a una psicóloga, Zayda Acevedo Praday; y realizó investigación documental. Lo cual sabemos por sus anotaciones en su proyecto de tesis %Cataplum+

Con respecto al programa en sí, Cataplum, sus características son:

- ✓ *Formato: variedad*
- ✓ *Duración: 30 minutos*
- ✓ *Días sugeridos: sábado o domingo*
- ✓ *Franja sugerida: entre las 9 a 10:30 am.*
- ✓ *Público objetivo: 7 a 10 años¹⁶*

La investigadora aclara que las características del programa fueron escogidas después del análisis de las entrevistas realizadas.

- Resultados: La investigadora encontró que a *los niños no les gusta la música infantil, sino géneros juveniles como el Hard core, pop y ritmos*

¹⁶ *Ibíd*em

musicales, y explica que esto ocurre tal vez porque no tienen la opción de escucharla cotidianamente en las emisoras radiales.

En cuanto a las voces que les gustaría escuchar en un programa infantil, los niños y niñas *escogieron voces de adultos hombres como la de los locutores tradicionales de las emisoras tradicionales y voces de niños y niñas como ellos.*

De la programación comenta que los infantes *prefieren las historias y dramatizados, y en 50% novelas; y que en los personajes no se presenten padres, padres, profesores o cualquier otra figura que represente autoridad.*

- **Análisis:** la tesis se basa en la implementación de un programa de radio infantil dirigido a niños de entre 7 y 10 años, y busca su participación activa; sin embargo en el contenido de la misma solo se hace referencia al formato, a la programación, a lo que se desea conseguir con el programa, se realizó el guión; pero en ningún momento se habla de la puesta en marcha de Cataplum.

Un dato importante de la investigación es que refleja que a los niños de entre 7 y 10 no les gusta la música infantil:

Tabla 1. Preferencias musicales de niños de entre 7 y 10 años de edad

Preferencias musicales	% Niños y niñas de entre 7 y 10 años. (410)
Pop Latino	29
Música romántica	20
Pop Anglo	17
Hard Core	13
Música infantil	0.5

Fuente: Realizado por el grupo de investigación con información obtenida de Tesis Cataplum¹⁷.

¹⁷ Ibidem.

Tesis 2:

- Título: Propuesta de producción de programa de radio. %Contacto X+
- Autor: Diana Castillo Gómez
- Universidad Jorge Tadeo Lozano
- Año: 2001
- Objetivo: no se especifica en la investigación.
- Metodología: no se especifica en la investigación.
- Resultados: no se especifica en la investigación.
- Análisis: En esta tesis las autoras proponen un programa sobre las costumbres, creencias, tradiciones e idiosincrasia de la población de Cartagena, capaz de renovar el interés en el público por los programas culturales, y que al mismo tiempo eduque, informe y divierta.

Este programa perteneciente al género de reportaje periodístico, se transmitiría a través de la banda FM (no se especifica la emisora), los miércoles de 6:00 a 6:30 pm¹⁸.

Sin embargo esta tesis es simplemente la propuesta del programa, sin especificar si se realizó o no. Los objetivos, la metodología y los resultados no son claros en la tesis. Limitándose a contar la idea sin ningún tipo de investigación o proceso.

¹⁸ CASTILLO GÓMEZ, Diana. Propuesta de producción de programa de radio. Contacto X. Tesis de grado para obtener el título de Comunicar Social. Universidad Jorge Tadeo Lozano. Cartagena de Indias, Colombia. 2001

Tesis 3:

- Título: Diseño de un programa deportivo para radio. Programa deportivo radial para Cartagena con base en las teorías de la sociología del deporte.
- Autores: Elkin Fabricio Echeverría Reina, Ana Lucia Morales Sierra
- Universidad Tecnológica de Bolívar
- Año: 2009
- Objetivo: Diseñar un programa deportivo radial para Cartagena, que busca promover el deporte para todos, con base en la sociología del deporte.
- Metodología: Tipo de investigación constructiva, que consiste en presentar inicialmente una serie de opciones para luego realizar una selección que debe estar sostenida y justificada por la sociología del deporte, de esta manera se evitará la elección aleatoria de los conceptos y contenidos que serán incluidos en la propuesta final del diseño.

La población objetivo son oyentes entre 14 y 30 años, de estratos 1 y 2.

- Resultados: no se especifica en la investigación.
- Análisis: Para los autores el motivo de la creación de este programa es que la comunidad cuente con un espacio en el medio radial que haga seguimiento y difusión de los juegos deportivos de carácter comunitario¹⁹. Esta tesis al igual que la anterior (tesis 2) presenta su propuesta de manera narrativa, en un solo texto, siendo la introducción la carta de presentación del programa. No se especifican los resultados. Limitándose a la propuesta.

¹⁹ ECHEVERRÍA REINA, Elkin Fabricio y MORALES SIERRA, Ana Lucia. Programa deportivo para radio. Programa deportivo radial para Cartagena con base en las teorías de la sociología del deporte. Tesis de Grado para obtener el título de Comunicar Social. Universidad Tecnológica de Bolívar. Cartagena de Indias, Colombia. 2009.

Tesis 4:

- Título: Programa difusor de la cultura sostenible en Cartagena de Indias
- Autoras: Inés González, Marlin Vanegas, Rosa Pardo
- Año: 2000
- Universidad Jorge Tadeo Lozano, Seccional Cartagena
- Objetivo: ~~Propuesta~~ Propuesta de producción de un programa radiodifusor de la cultura sostenible y la ecología en Cartagena, a través del cual se promueva el conocimiento de los ecosistemas y educación ambiental+
- Metodología: no se especifica en la investigación.
- Resultados: no se especifica en la investigación.
- Análisis: Las autoras mencionan la necesidad de crear un programa que inculque valores ambientales en los cartageneros, como respuesta a la problemática de la contaminación. No utilizan marco teórico ni metodología. Se evidencia una investigación en temas ambientales, pues el documento contiene conceptos específicos sobre el cuidado del medio ambiente. No mencionan si el modelo de programa fue puesto en práctica.

Tesis 5:

- Título: Propuesta de diseño de la emisora escolar de la Institución Educativa Técnica de Pasacaballos IETP.
- Año: 2009
- Autores: Stefany Patricia Escandon Bernal, Kandya Gisella, Obezo Casseres, Dálida Rosa Orozco Ramos
- Universidad de Cartagena
- Objetivo: Contribuir al fortalecimiento de los procesos formativos de la Institución Educativa Técnica de Pasacaballos (IETP) a través de una propuesta de emisora escolar que permita a los estudiantes ser sujetos activos y protagonistas de su formación pedagógica.
- Metodología: Investigación cualitativa de tipo exploratorio con enfoques etnográficos y de la comunicación/educación. La recolección de información se hizo en dos etapas. La primera, consistió en el diagnóstico para conocer las dinámicas y composición interna de la escuela, las características de la comunidad y su interés por adelantar el proyecto de emisora escolar en la institución.

Los instrumentos utilizados fueron: entrevistas al cuerpo docente y directivos docentes de la IETP, al personero y representantes estudiantiles. Además de la observación directa y la aplicación de una encuesta a 246 miembros de la institución educativa.

Para la segunda etapa, de ejecución, los investigadores realizaron un encuentro de reconocimiento, un conjunto de talleres participativos y mesas de trabajo que capacitaron y aportaron las herramientas necesarias para el equipo de trabajo, compuesto por docentes y estudiantes.

La IETP contaba en ese momento con 2068 estudiantes, 67 docentes y 6 directivos docentes. De esta población los investigadores eligieron una muestra aleatoria de 201 estudiantes; sin embargo para mayor eficacia del proyecto realizaron una convocatoria abierta a quienes desearan ser partícipes, así 12 estudiantes de sexto, séptimo y octavo fueron elegidos mediante los siguientes criterios de selección: interés por participar, disposición de tiempo, disponibilidad para seguir trabajando.

- Resultados: Para los investigadores *el mayor logro del proyecto fue despertar y motivar el interés de los estudiantes por actividades formativas situadas por fuera del esquema tradicional de enseñanza-aprendizaje de la institución, a través del diseño de la emisora escolar de su centro educativo*²⁰. También resaltan la participación de toda la comunidad educativa en el proyecto, generándose un espacio para fortalecer el carácter etnoeducativo de este centro escolar.

Como resultado se expone una propuesta de solución, la Emisora Escolar Institución Educativa Técnica de Pasacaballos *La Técnica Stereo+*, cuyo objetivo es *contribuir al fortalecimiento de los procesos pedagógicos y comunicativos al interior de la Institución Educativa Técnica de Pasacaballos a partir de una emisora escolar diversa, participativa y dialógica y de contenidos de calidad basados en los conocimientos, valores y conductas vivenciados en la institución*²¹.

- Análisis: por la magnitud del proyecto, las investigadoras tuvieron que realizarlo en dos etapas (ya mencionadas), de lo que resultó una propuesta, el diseño de una emisora; sin embargo el tiempo no les alcanzó para la puesta en marcha de la misma.

²⁰ ESCANDON BERNAL, Stefany Patricia; OBEZO CASSERES, Kandy Gisella; OROZCO RAMOS, Dálida Rosa. PROPUESTA DE DISEÑO DE LA EMISORA ESCOLAR DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICA DE PASACABALLOS IETP. Tesis de Grado para obtener el título de Comunicar Social. Universidad de Cartagena. Cartagena de Indias, Colombia. 2009.

²¹ *Ibíd.*

Tesis 6:

- Título: Radio Rebelde, el eslabón perdido de la radio educativa.
- Año: 2010
- Autor: Alfonso Marrugo
- Universidad de Cartagena
- Objetivo: caracterizar la parrilla de la emisora Radio Rebelde (cuba), para sustraer los aspectos que puedan adaptar a un programa piloto de corte social y educativo de la emisora de interés público UDC radio²².
- Metodología: se empleó la investigación cualitativa y como instrumento el análisis de contenido que de acuerdo a lo expuesto en el trabajo es el conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados²³.
- Resultados: no se especifica en la investigación.
- Análisis: En la elaboración del proyecto se propone la creación de un programa radial, esta propuesta tiene como objetivo: *Desarrollar un programa de radio (genero radio revista) que recoja los referentes más significativos de la radio educativa de Cuba (Radio Rebelde) y que pueda integrarse en la programación radial de UDC radio²⁴*. El autor alude a que las conclusiones más importantes están enfocadas al concepto de radio educativa, pues gracias a radio rebelde y a sus características la radio educativa sigue vigente en América Latina.

²²MARRUGO, Alfonso. Radio Rebelde, el eslabón perdido de la radio educativa. Tesis de Grado para obtener el título de Comunicador Social. Universidad de Cartagena. Cartagena de Indias, Colombia. 2010.

²³ Ibídem pág. 39.

²⁴ Ibídem. Pág. 70.

Tesis 7:

- Título: Política editorial y agenda de contenidos en la emisora escolar de la Institución Educativa Soledad Acosta de Samper.
- Año: 2008
- Autoras: Natalie Cordero Díaz, Carmen De la Barrera y Yolanda Ortiz.
- Universidad de Cartagena
- Objetivo: Diseñar un modelo de radio escolar enfocado a rescatar la labor educativa de la radio
- Metodología: Tipo de investigación de acción participativa. Técnicas e instrumentos: encuestas, entrevistas y capacitaciones.
- Resultados: El proyecto muestra como producto final la elaboración de un programa radial piloto, de carácter educativo, que permitió la aplicación de los conocimientos dados por las investigadoras a los estudiantes que hicieron parte del proyecto.

Se concluye que los estudiantes se preocuparon por realizar un programa de calidad y de contenido educativo

- Análisis: La tesis evidencia el proceso de creación de contenidos de una emisora estudiantil, con participación activa de los estudiantes. El objetivo del contenido es educar y entretener, al tiempo que se genera en los estudiantes participantes, sentido de pertenencia por los asuntos relacionados con su formación.

7. MARCO CONCEPTUAL

7.1 LA COMUNICACIÓN.

La comunicación es un acto humano por primacía. Es siempre un proceso que se da entre personas en el que se construyen mensajes posibles. Es decir que es algo que se crea, un proceso humano cuyo proceso requiere la utilización de signos externos para representar el mundo y en ocasiones de medios técnicos para su ampliación²⁵.

De acuerdo con el Diccionario de Comunicación, *comunicación es la transmisión de un mensaje de un emisor a un receptor. Puede ser directa, como por ejemplo un sermón o discurso o indirecta a través de los medios y canales masivos de comunicación²⁶*. Y es gracias a la habilidad de comunicarse que el ser humano puede integrarse en sociedad.

Por su parte la Real Academia Española la define como la transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor

La comunicación, en sus redes de significación tiene que ver con los modos de transformación, las maneras de sentir, los estilos de imaginación y las formas de

²⁵ RESTREPO, Mariluz. Conformación Universitaria en Comunicación. En Revista Signo y Pensamiento. Universidad Javeriana. Facultad de Comunicación y Lenguaje. 1997. Bogotá, Colombia. Pág. 79.

²⁶ GONZALEZ ALONSO, Carlos. Diccionario de la Comunicación. Editorial Trillas, S. A. de C.V. México D.F. 2003. Pág. 38

*valorar de una sociedad*²⁷. Es entonces la comunicación una forma de mostrar la manera en que la misma sociedad se observa y representa. Es decir su cultura. Al ser entendida como el entorno creado por el mismo hombre, alrededor de sus actividades. *«Puede distinguirse entre la cultura particular de un individuo y la cultura de masas o social, ya que hoy en día no es posible separar a los medios de comunicación como vehículos por excelencia de toda esta cultura»*²⁸.

La necesidad y el poder de comunicar surgieron con el ser humano. Pero es a partir de la invención de los medios de comunicación cuando el modo de interactuar en la sociedad cambia radicalmente, desde poder narrar generación tras generación a través de los escritos como hablar en tiempo real con personas de otro continente.

Entonces, cuando aparecen los medios de comunicación, el proceso de comunicación es diferente. A continuación se analizan diversas formas de interacción.

Para Jhon B Thomson existen tres niveles de comunicación: *«El primero es la **interacción cara a cara**, en la cual los interlocutores están presentes y hay un flujo bidireccional entre emisor y receptor. **La interacción mediada**, hace referencia a la que tiene lugar por medio de instrumentos como teléfono, cartas y correos, donde los interlocutores no necesariamente comparten el contexto espacio-temporal. Y **la interacción cuasi mediada** es la establecida por los*

²⁷ RINCÓN, Omar. A nuestros lectores. En Revista Signo y Pensamiento. Universidad Javeriana. Facultad de Comunicación y Lenguaje. 1995. Bogotá, Colombia. Pág. 8

²⁸ GONZALEZ Alonso, Carlos. Diccionario de la Comunicación. Editorial Trillas, S. A. de C.V. México D.F. 2003. Pág. 46.

*medios masivos de comunicación (internet, radio, prensa, TV), la cual es unidireccional y está dirigida a un público generalizado*²⁹.

En conclusión, la interacción cara a cara y la interacción mediada están dirigidas a determinados interlocutores (se distinguen quienes son los receptores), lo cual posibilita mensajes específicos; mientras que en la interacción cuasi mediada, no se hace posible esta diferenciación, lo que genera los medios de comunicación la necesidad de crear mensajes más generales, que lleguen a mayor cantidad de personas.

7.2 LOS MEDIOS

Los medios de comunicación son definidos por el diccionario de la Real Academia Española como el órgano destinado a la información pública.

*Son los instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva; son la manera como las personas, los miembros de una sociedad o de una comunidad se enteran de lo que sucede a su alrededor a nivel económico, político, social, etc. Los medios de comunicación son la representación física de la comunicación en nuestro mundo; es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y, finalmente, se expresa, se comunica*³⁰.

²⁹Thompson John B. La Media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Ediciones Paidós Ibérica. S. A. Barcelona, España. 1998. Citado por BONI, Federico. Teoría de los medios de comunicación. Barcelona. 2006. Pág. 22.

³⁰ COLOMBIA. Banco de la República de Colombia. Biblioteca virtual Luis Ángel Arango. ¿QUÉ SON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN? Tomado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per2.htm> el 23 de septiembre de 2011

Son la manera más rápida y eficaz de transmitir un mensaje además de mostrar las virtudes y defectos de la sociedad.

El Diccionario de Comunicación³¹ los define como los dispositivos técnicos a través de los cuales se da el acto de comunicación entre masas. Para ser considerados como medios masivos deben reunir dos características fundamentales: llegar al público mediante una técnica que conjugue los elementos electrónicos y llegar efectivamente desde la fuente a números elevados de personas.

Estos medios de comunicación de masas tienen funciones paralelas y complementarias. De hecho la acción de uno de ellos repercute en los demás. La prensa, la radio y la televisión han sido por tradición los medios masivos por excelencia. Llegan a millones de personas en todo el mundo y prácticamente todo el planeta tiene acceso a estas comunicaciones.

En la actualidad, las personas pueden valerse de los Medios Masivos de Comunicación; la radio, la prensa, la televisión y el internet; pues estos las ayudan a mantenerse informadas, a comunicarse con los demás, también brindan acceso a información de otras culturas, que en vivo y en directo no se pueden conocer.

Cada uno de estos medios, dadas sus características, son utilizados unos más que otros y no todos por el mismo público consumidor.

³¹ GONZALEZ ALONSO, Op. Cit. pág. 102

Los medios impresos perduran, se pueden guardar y acceder a su contenido en cualquier momento o lugar. La Televisión integra el sonido y la imagen en movimiento. La Radio por su parte, va dirigida a un solo sentido, el oído; la característica principal de este medio es la inmediatez.

Radio

La radio es el medio de comunicación que permite a las personas movilidad, dando libertad de hacer otras actividades mientras se escucha. Aparece con la necesidad de relacionarse de las personas y como resultado de otros elementos creados por las sociedades a través de la historia.

La Comunicadora Social, Bertha Lucia Arnedo Redondo, sostiene en su libro *En la onda de la radio*, que *la radio llega a una gran cantidad de público transmitiendo una diversidad de mensajes informando, educando, recreando y comprometiendo a millones de radioescuchas dentro de la sociedad, lo que hace de este medio, uno de los de mayor auge a pesar de los vacíos que puedan existir³².*

En el siglo XIX y con el intercambio comercial iniciado por la Revolución Industrial, se presentó la necesidad de que los barcos se comunicaran con tierra para dar aviso de las acciones que pasaban mientras navegaban; entonces la información tenía que llegar más allá de los océanos, lo que implicaba la utilización de un medio que facilitará las comunicaciones de una forma más rápida.

³² ARNEDO REDONDO, Op. Cit. pág.11.

Es a partir de descubrimientos científicos y técnicos como el telégrafo (1837) y las ondas electromagnéticas (1864), que se desarrolla la radio de manera definitiva.

La emisora PGG de la Haya ñe Netherlands Radio-Industrie ñe comenzó sus transmisiones regulares el 6 de noviembre de 1919. La segunda de Estados Unidos, manifiesta ser la primera, puesto que comenzó sus transmisiones regulares el 6 de noviembre de 1920 (-). Fue la radiofusora KDKA³³. Es a partir de este momento que se da el auge de la radiodifusión en el mundo.

Influencia de la radio, como medio de comunicación.

Son muchas las ocasiones en que escuchamos decir referencias a que los niños de nuestro tiempo son hijos de la tan nombrada cultura audiovisual ñe el niño de hoy ha nacido con la imagen³⁴. Anteriormente la tradición oral tenía supremacía sobre la escrita o la visual. A tal punto que era la forma más importante de comunicación que tenían las antiguas civilizaciones, pues permitía que su cultura e idiosincrasia persistiera en el tiempo.

Con la aparición los jeroglíficos y más tarde la imprenta como medios de comunicación, se transformaron las relaciones humanas. Tiempo después se crea

³³ OCHOA GUERRERO, Cristian Fernando. Diseño y Producción de la Radio Revista HORA CERO 2006 Capitulo 1.Historia de la radio. Tesis, Comunicación Social. Fecha de publicación. 6-oct-2011.Tomado de <http://hdl.handle.net/123456789/306> el 10 de marzo de 2011

³⁴ RODERO, Emma. EDUCAR A TRAVÉS DE LA RADIO. En Revista Signo y Pensamiento N°52. Sonoridades y Oralidades. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia. 2008. Pág. 99

la radio, con la cual el poder de la cultura auditiva se agudizó. Y en adelante han aparecido otros medios de comunicación.

Actualmente, es predecible encontrar a un *padre que no logra entender el papel preponderante de la televisión, el cine, el internet o los juegos de video en la actividad diaria de su hijo*³⁵. Y es que todas estas tecnologías equiparan la atención de las nuevas generaciones, aunque para unos es más fácil apropiarse de los acelerados cambios, mientras que para otros el panorama no es tan positivo.

Sin embargo, entre tantos cambios lo sonoro sigue vigente, porque la mayoría de medios de comunicación hacen uso de este recurso. *La radio no puede ni debe competir con la televisión, el cine y las amplias redes informáticas. Pero si ha rentabilizar una de sus características esenciales, el estímulo de la imaginación*³⁶.

Así, la radio y en especial la música, se han convertido en el gran aliado de los niños y niñas, ayudándolos tanto a interactuar con las demás personas como a desarrollar su creatividad. *La radio puede ayudar a las personas a decidir por sí mismas, a aprender por cuenta propia, a comportarse libre, feliz y responsablemente*³⁷.

³⁵ *Ibíd.* Pág. 99

³⁶ *Ibíd.* pág. 107

³⁷ *Ibíd.* Pág. 107 Citando a Gascón Baquero, 1991.

Además, la palabra es el elemento que permite la radiodifusión, la comunicación entre emisor-receptor y la retro-alimentación; entonces cuando el ser humano escucha aprende a convivir, dialogar, a participar de manera activa y respetuosa del pensamiento y actitudes de los otros; pues *el lenguaje tiene una importancia especial con un instrumento con el que el niño se hará entender en la sociedad y ella a su vez, podrá transmitirle sus mensajes*³⁸.

Así los medios de comunicación ejercen en las personas una influencia extraordinaria; los estilos y personalidades por ejemplo son estandarizados y en ocasiones hasta formados por los medios. Y por estar en pleno proceso de formación tanto académico como cultural y físico, los niños son los principales sujetos afectados por los medios. *Estos ejercen una especie de educación informal en ellos quienes llegan a considerarla más llamativa e interesante que la obtenida en la escuela*³⁹.

Tipos de emisoras

Según el Ministerio de Comunicaciones de Colombia y sus Políticas para la Radiodifusión (2004), las emisoras de este país están clasificadas en tres categorías: emisoras comerciales, emisoras comunitarias y emisoras de interés público.

³⁸ *Ibíd.* Pág. 104. Citando a Tirone, 2003.

³⁹ CASTILLO BARRAGÁN, Carmen. Medios masivos de comunicación y su influencia en la educación. Tomado de <http://www.odiseo.com.mx/bitacora-educativa/medios-masivos-comunicacion-su-influencia-educacion/> el 13 de Febrero de 2011

Las primeras, son emisoras con ánimo de lucro responden 100% a intereses económicos, siendo el rating su principal preocupación. Sus objetivos son entretener e informar. Y su principal fuente de ingresos es la publicidad.

Por otro lado, las emisoras comunitarias *son espacios de creación de conciencia y democracia plural, no excluyentes y no discriminatoria*⁴⁰, cuyo objetivo es lograr una mayor participación ciudadana y satisfacción de las necesidades de comunicación de los municipios.

Siendo las emisoras de interés público⁴¹ las encargadas de contribuir a la educación y formación cultural de los radioescuchas. En esta categoría se encuentran las emisoras a cargo de gobernaciones, alcaldías, universidades públicas, cabildos indígenas y la fuerza pública.

En cuanto a las universitarias, Bertha Arnedo en su artículo **Radio para hacer historia** expresa: *La riqueza de conocimientos que se producen en el ámbito universitario para consumo y aplicación académica y científica deben poder traducirse en formatos amenos a la radio, a través de los cuales se divulguen y hagan circular los saberes que normalmente no pasan por los medios comerciales y por el conocimiento de las audiencias, limitados por las lógicas del mercado. Desde nuestras emisoras universitarias la pluralidad de conocimientos y la discusión de los mismos, los debates, encuentros y diálogos propios de la*

⁴⁰ COLOMBIA. MINISTERIO DE COMUNICACIONES. Radio y pluralismo. Políticas de Radiodifusión Sonora Comunitaria. Bogotá: Ministerio, 2008. Pág. 11.

⁴¹ COLOMBIA. MINISTERIO DE COMUNICACIONES. Políticas para la Radiodifusión en Colombia. Bogotá: Ministerio 2004. Pág. 11.

*dinámica universitaria, deben contribuir a la promoción y divulgación de cultura, educación y civismo*⁴².

Radio Universitaria en Colombia

Guillermo Gaviria, director ejecutivo de la emisora Javeriana Stereo 91.9, en el escrito *La radio universitaria en Colombia* comenta que las primeras emisoras universitarias en Colombia fueron la Emisora Cultural de la Universidad de Antioquia creada en 1933 y la Radio Bolivariana de la Universidad Pontificia Bolivariana en 1948, *posteriormente, hemos visto aparecer un número creciente de emisoras universitarias, particularmente en la última década del siglo pasado, hasta llegar a una cifra que supera las 30 en todo el país (en el año 2004). La mayoría de estas emisoras han nacido no como iniciativas institucionales sino como resultado de proyectos de individuos, que luego fueron acogidos por las universidades*⁴³.

Actualmente hacen parte de la Red de Radio Universitaria de Colombia 40 emisoras, pertenecientes a 29 universidades, y son emisoras de carácter educativo que *tienen a su cargo la transmisión de programas de interés cultural, sin ninguna finalidad de lucro, con el objeto, entre otros, de difundir la cultura, la ciencia y la educación, de estimular el flujo de investigaciones y de información científica y tecnológica aplicada al desarrollo, de apoyar el proyecto educativo*

⁴² ENSAYO Radio para hacer historia de Bertha Lucia Arnedo Redondo, Comunicadora Social con Magister en Comunicación. Obra Inédita. Cartagena, 2011.

⁴³ GAVIRIA, Guillermo. La radio universitaria en Colombia. Universidad Javeriana. Artículo publicado en la Revista Javeriana. 2004. Pág. 1. Tomado de http://www.javeriana.edu.co/javerianaestereo/portal/documents/radio_universitaria_en_Colombia_-_G_Gaviria.pdf el 15 de febrero de 2012

*nacional y, servir de canal para la generación de una sociedad mejor informada y educada*⁴⁴.

En Cartagena solo existe una emisora universitaria: UDC Radio, propiedad de la Universidad de Cartagena.

UDC Radio. 99.5 Í Sonidos que integranÍ .

La emisora UDC Radio pertenece a la Universidad de Cartagena y es de interés público. El proyecto UDC radio fue diseñado y realizado por Carlos Ospina Bozzi, Comunicador Social e Investigador apoyado por los docentes Ivan Torres y Bertha Amedo.

Ospina murió el 21 de octubre de 2006 dejando el proyecto inconcluso. Martha Amor, actual directora, ingresa a la emisora y define la programación de la señal de prueba que salió al aire en 9 de octubre de 2008. El primer programa en vivo salió al aire el 22 de noviembre de 2008⁴⁵.

Actualmente la emisora funciona 24 horas al día los 7 días de la semana en la ciudad de Cartagena, teniendo sus instalaciones en el laboratorio de comunicaciones %Carlos Ospina+ ubicado en la sede de San Agustín de la Universidad de Cartagena.

⁴⁴ COLOMBIA. MINISTERIO DE COMUNICACIONES. DECRETO 2805 DE 2008. Capitulo I. Consideraciones particulares. Título IV. Servicio de Radiodifusión Sonora de Interés Público. Bogotá: Ministerio, 2008. Tomado de http://www.cntv.org.co/cntv_bop/basedoc/decreto/2008/decreto_2805_2008_pr001.html

⁴⁵ Datos tomados de MARRUGO DE LUQUE, Alfonso Rafael. Radio Rebelde, el eslabón perdido de la radio educativa. Tesis de grado. Universidad de Cartagena. Colombia. 2010

De acuerdo con su página web UDC radio tiene como Misión Social: *“coadyuvar, desde el carácter propio de la educación superior pública en Colombia, al desarrollo de la ciudadanía cartagenera, a través de la generación de mensajes, productos y estrategias comunicativas tradicionales e innovadoras, que posibiliten la aprehensión de conocimientos formales”*⁴⁶.

Su Visión es: *“en un término de 3 a 5 años nos vemos trabajando con un equipo humano altamente competitivo en las áreas de administración, producción e investigación de la radio; actuando socialmente; reconocidos por la población, por las fuerzas vivas de la ciudad y por la comunidad nacional e internacional, como un medio que aporta desde la academia al desarrollo humano y es capaz de liderar procesos formativos y de organización ciudadana para la producción y el manejo del medio radial y de la información de interés público, generando apropiación social del conocimiento económico, político, social, ambiental y científico de la ciudad de Cartagena, desde una perspectiva cultural como contribución viva a la reconstrucción del tejido social colombiano y a la construcción de un proyecto nacional de convivencia pacífica, desde los principios de equidad, justicia social, solidaridad y respeto sagrado por todas las formas de vida”*⁴⁷.

En cuanto a programas infantiles, la emisora estipula en su Manual de Estilo que para la realización de los mismos se debe tener en cuenta los derechos de la infancia.

⁴⁶ Misión. Cartagena. Tomado de la página web de UDC Radio. www.udcradio.com el 17 de febrero a las 4:00 pm

⁴⁷ Ibídem. Visión.

- *Educar en valores, principios en derechos a los niños. También en el reconocimiento de su contexto social y explorar las maneras en que esta población puede aportar al desarrollo social de su localidad.*
- *Formación de audiencia sobre la lectura proactiva de medios, lenguaje de medios y sentido de la información.*
- *Reconocer la ciudadanía infantil.*
- *Promover campañas contra el maltrato y el abuso de la niñez.*
- *No violar el derecho a la comunicación y a la ciudadanía que tiene la niñez.*
- *Los programas infantiles deberán respetar las formas de expresión propias del universo infantil.*
- *Realizar programas orientados a los adultos con énfasis en defensa de derechos de la niñez.*
- *No ridiculizar ni minimizar ni comercializar la niñez en la producción radial.*
- *Reconocimiento de los gustos, preferencias y necesidades comunicativas de la audiencia infantil⁴⁸.*

Sin embargo, en las franjas y la programación de UDC Radio⁴⁹ se demuestra que no hay espacios destinados para los niños y niñas; ya que estas se basan mayoritariamente en los siguientes estilos musicales: jazz, blues, música clásica, rock and roll, electrónica y vallenatos; la emisora también cuenta con dos informativos, un espacio deportivo y uno de poesía.

⁴⁸ Manual de Estilo. UdeC Radio, 99.5 FM. Cartagena de Indias, Colombia. 2009. Pág. 23

⁴⁹ *Ibidem.*

Tabla 2: Programación UDC Radio 99.7

Programa	Definición
UDC Radio al Día	<p>Magazín informativo cultural de la Heroica y de lo que acontece en la Universidad de Cartagena. El programa radial que busca dar lugar al desarrollo social y la inclusión ciudadana de una manera juvenil, musical y con criterio ético periodístico.</p> <p>Encontrarás toda la información cultural de Cartagena, invitados especiales, actualidad en tecnología, cineclubes, buena música y un espacio ameno.</p> <p>Martes y viernes, de 9 a 10 AM.</p>
Universo U Radio	<p>Universo U Radio es el informativo institucional de la Universidad de Cartagena, que llega a su segunda temporada.</p> <p>Para esta temporada, el equipo de Universo U Radio ha preparado una serie de crónicas sobre la actualidad de la ciudad, además de entregar el más completo cubrimiento de la actividad académica y cultural de la Universidad de Cartagena.</p> <p>Lunes a viernes de 12 a 12:30 PM.</p>
Entretiempe	<p>Entretiempe es el primer programa deportivo de la Frecuencia Modulada en la radio de Cartagena, Colombia.</p> <p>Lunes a Viernes, de 12:30 a 1 PM.</p>
Cromática	<p>Un recorrido por los ritmos y los colores musicales de todo el mundo que produce la voz humana como único instrumento.</p>
Bossa Nostra	<p>Bossa Nostra es un programa de contenido que recorre ritmos como el Jazz, el Blues, la Música Popular Brasileña, el Choro, la Samba, la Bossa Nova, entre otros, explorando la historia de las canciones y de la vida de los artistas más importantes de</p>

	<p>estos géneros musicales. Jueves de 5 a 6 PM.</p>
Opus Vital	<p>Opus Vital es el programa que ofrece música clásica desde la perspectiva de la salud de una manera integral, describiendo los beneficios de esta sobre la salud y sobre el bienestar humano. Además en Opus Vital, discutimos la biografía médica de los grandes compositores e intérpretes. Viernes, de 1 a 3 PM.</p>
Versos y Universos	<p>Un espacio para la poesía. Las voces de grandes poetas, y los versos de escritores memorables, se toman el día, los viernes al atardecer. Viernes de 5 a 5:30 PM.</p>
Voces del Jazz	<p>Voces del Jazz es el espacio para esta música en la radio cartagenera. Junto a Manuel Lozano, recorreremos el universo de los artistas, las agrupaciones y las canciones más relevantes en el Jazz. Voces del Jazz es lo mejor del jazz en las noches de Cartagena. Lunes a miércoles de 6 a 7 PM.</p>
Voces del Jazz Latino	<p>El jazz también tiene intérpretes en esta parte del continente. Los mejores artistas de la escena jazzística de Colombia y Latinoamérica están aquí, en Voces del Jazz Latino. Jueves y viernes, de 6 a 7 PM.</p>
Ahi Na' Ma'	<p>El espacio de la buena salsa en UDeC Radio. Las mejores descargas salseras, las canciones más recordadas y los intérpretes y agrupaciones que hacen historia en la salsa. Lunes a viernes de 7 a 8 PM. Sábados, de 11 AM a 2 PM. Domingos, de 12 a 2 PM.</p>
Jurassic Rock	<p>Contextualiza todo el movimiento social que dio espacio a uno de los ritmos emblemáticos del mundo contemporáneo: el rock and roll,</p>

	<p>acogido como la expresión de la rebeldía de los jóvenes de la década de los 60's.</p> <p>Sábados, de 6 a 7 PM, con repetición los miércoles, de 9 a 10 PM.</p>
Eurocultura	<p>Las casas culturales europeas de la ciudad se unieron en esta propuesta que las representa. Es un poco del viejo continente en la ciudad de Cartagena, nos entregan las agendas culturales de la semana de cada una de ellas, alternado con una muestra de la música contemporánea de sus países.</p> <p>Sábados, de 4 a 5 PM.</p>
Tracklist	<p>Tracklist es un espacio alternativo para que escuches lo mejor de la música electrónica en Cartagena y el mundo.</p> <p>Sábados de 9 a 10 PM.</p>
Música del Patio	<p>El vallenato y ritmos de la Sabana, se hacen presentes con la fuerza de la historia.</p> <p>Domingos, 8 a 10 AM, con repetición en el mismo horario, los jueves.</p>
Lingalá Caribe	<p>Este programa recuerda aquellas canciones y ritmos que hicieron florecer la identidad Caribe de Cartagena, que dieron cuenta cuán en la sangre se lleva esta música y cómo ella misma nos lleva a disfrutarla y sentirla como propia.</p> <p>Domingos, de 10 AM a 12 PM.</p>
Encanto Caribe	<p>Una exclusiva selección de los grandes exponentes de este ritmo hacen de cada domingo de dos a cuatro de la tarde el espacio para una descarga total.</p> <p>Domingos, de 2 a 5 PM.</p>

Fuente: Realizado por el grupo de investigación con información de la página web de UDC Radio.
www.udcradio.com

Radio para el desarrollo.

La primera definición de desarrollo se refería *“a una idea de progresión lineal y de crecimiento ascendente”*⁵⁰, basado en los autores de la economía clásica Adam Smith y David Ricardo, y fue utilizado por primera vez el expresidente de Estados Unidos Harry Truman durante en un discurso en 1949.

Según, Amartya Sen, este concepto requiere de *“sangre, sudor y lágrimas”*⁵¹ de la sociedad que pertenece a estratos más bajo, minimizando su capacidad adquisitiva y su calidad de vida, suprimiendo totalmente sus libertades; pues las riquezas están en unas pocas manos, mientras que las otras se sacrifican.

Sen, propone al desarrollo como un Proceso Agradable⁵² donde las redes de protección social funcionen plenamente y se posibilite la expansión de las libertades - Libertades políticas, servicios económicos, oportunidades sociales, garantías de transparencia, seguridad protectora-, planteado así un desarrollo mas humano, que impulse las oportunidades sociales y garantice la mejora de la calidad de vida.

⁵⁰ Argentina. Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (United Nations Children's Fund) Unicef. Comunicación, desarrollo y derechos humanos 1. EDUPAS cuadernillo-1. Pág.10. 2006. Tomado de [http://www.unicef.org/argentina/spanish/EDUPAScuadernillo-1\(1\).pdf](http://www.unicef.org/argentina/spanish/EDUPAScuadernillo-1(1).pdf) el día 15 de febrero de 2012

⁵¹ SEN, Amartya. DESARROLLO Y LIBERTAD. Capitulo 2. Los fines y los medios del desarrollo. Pág. 54. Madrid, España. Editorial Planeta. 2000

⁵² *Ibíd.*

Al Relacionar los términos comunicación y desarrollo, se encuentra que la comunicación para el desarrollo surgió después de la Segunda Guerra Mundial, con *los programas de ayuda internacionales (o) para los países de Latinoamérica, Asia y África que estaban luchando contra la pobreza, el analfabetismo, la mala salud y la falta de infraestructura económica, política y social (o)*. Comúnmente se refiere a la aplicación de estrategias y principios de comunicación en el mundo en vías de desarrollo⁵³.

En ese momento, *la comunicación para el desarrollo hacía énfasis en una tecnología apropiada, que pudiera ser asumida por el campesino pobre, y planteaba además la necesidad de establecer flujos de intercambio de conocimiento y de información, entre las comunidades rurales y los técnicos y expertos institucionales, en lugar de asumir que la solución es una transferencia unidireccional de conocimientos*⁵⁴. Los medios de comunicación servían para llevar a la población la información necesaria para utilizar las nuevas herramientas tecnológicas.

Desde entonces son diversas las definiciones y la relación que se hace entre comunicación y desarrollo: instrumento para alcanzar la democracia, crecimiento económico, crecimiento tecnológico, participación, equidad social, etc. Pero el sociólogo y comunicólogo Adalid Contreras Baspineiro, expresa en el texto Comunicación-desarrollo para "otro occidente", que **la relación debe ser integral y no segmentada**, pues *la comunicación-desarrollo significa el reto de asumir la heterogeneidad como un valor articulable a la construcción de un nuevo tejido de*

⁵³ WAISBORD, Silvio. ÁRBOL GENEALÓGICO DE TEORÍAS, METODOLOGÍAS Y ESTRATEGIAS EN LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO Preparado para la Fundación Rockefeller. Pág. 2. Tomado de http://www.washingtonuranga.com.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=81:arbol-genealogico-de-teorias-metodologias-y-estrategias-en-la-comunicacion-para-el-desarrollo&catid=43:textos-recomendados&Itemid=2 el 16 de junio de 2011

⁵⁴ GUMUCIO, Alfonso. COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL: clave del desarrollo participativo. Pág. 18 Tomado de <http://www.communicationforsocialchange.org/publications-resources?itemid=20> el 3 de marzo de 2011.

*lo colectivo, de nuevas formas de solidaridad produciendo dinámica social ligada a alguna noción de comunidad, ciertamente no estancada en el pasado sino invadiendo el futuro*⁵⁵.

Baspineiro se refiere a algunas premisas para lograr esa integración:

- *Participación ciudadana en la construcción de estado.*
- *Revalorar las políticas y estrategias de comunicación.*
- *Aprender de la práctica, poner la teoría al día.*
- *Comunicación desarrollo-cuestión de educación.*
- *Información y periodismo para el desarrollo.*
- *Comunicación-desarrollo con pactos éticos por la vida: Es necesario un pacto ético sobre el uso de los medios de comunicación, tradicionales y nuevos, porque si bien son instrumentos, a la vez son también promotores de nuevos lenguajes, sensibilidades, modos de ser, estar y pensar que coadyuvan a que la mundialización sea un proceso producido desde adentro de las sociedades. El pacto en torno a la producción y la difusión tiene que reivindicar las producciones de calidad y de factura continental, con énfasis en el desarrollo*⁵⁶.

Entonces, la comunicación para el desarrollo permite la participación activa de los ciudadanos y el ejercicio pleno de sus derechos y libertades.

⁵⁵ CONTRERAS BASPINEIRO, Adalid. Comunicación-desarrollo para "Otro Occidente". Pág.9. Tomado de http://www.bantaba.ehu.es/sociedad/files/view/Comunicacion_desarrollo_para_otro_occidente.pdf?revision_id=62830&package_id=33955 el día 25 de marzo de 2011.

⁵⁶ *Ibidem*. Pág. 9

En este contexto la radio para el desarrollo ha permitido la participación de los pueblos sin importar estrato socio-económico ni espacio de residencia, pues por su amplio espectro y su relativo bajo costo (con respecto a otros medios de comunicación) se ha empleado en comunidades y localidades por muy alejadas que estén de los centros periféricos.

La radio en la comunicación para el desarrollo incluye tres aspectos, según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación FAO en el manual sobre el Diseño Participativo para una Estrategia de Comunicación.

- *La noción común de transmisión de radio desde una estación central hacia un área determinada. En el contexto del desarrollo comúnmente se le llama la radio rural.*
- *La radio comunitaria, programas de audio producidos localmente o por otro centro y transmitidos a la comunidad a través de altoparlantes situados en el poblado, y*
- *Las cintas de audio, tanto para utilizarlas al interior o al exterior de la comunidad o para producir y grabar programas locales sobre temas cruciales⁵⁷.*

Los medios de comunicación, en general, tienen tres funciones principales: informar, entretener y educar. La radio para el desarrollo, asume estas tareas desde la comunidad, desde los intereses de quienes serán afectados

⁵⁷ ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA AGRICULTURA Y LA ALIMENTACIÓN FAO. Manual sobre el Diseño Participativo para una Estrategia de Comunicación. Capítulo III. Los materiales de comunicación y los temas para los medios. Edición de la FAO. Segunda edición. Pág. 2. Italia, Roma. 2008. Tomado de <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/011/y5794s/y5794s03.pdf> el 15 de febrero de 2012

directamente, y no solo desde terceros. Además que es *multifacética y entre otras cosas, puede servir para transmitir mensajes, mejorar la organización de grupos y organizaciones, ampliar el foro para el diálogo social, proporcionar la construcción de capacidades de la comunidad, incrementar la conciencia y el conocimiento sobre los temas de la comunidad, llevar la voz de la gente hasta los altos niveles de la estructura política y movilizar a la comunidad para que se haga cargo de temas de interés colectivo*⁵⁸.

Una de las primeras experiencias sobre radio para el desarrollo en América Latina fue la de Radio Sutatenza en Colombia creada por el sacerdote José Joaquín Salcedo Guarín en 1947, la cual fue utilizada como *vehículo más efectivo para llevar la educación a los adultos de las zonas rurales más apartadas*. Su objetivo era llegar a la población con un programa de capacitación basado en cinco ejes: salud, alfabeto, números, trabajo y espiritualidad. Los programas incluían temas de higiene y primeros cuidados de salud, lectura y escritura, aritmética elemental, mejora de la productividad agrícola y reconocimiento de la dignidad humana⁵⁹. Después la emisora se convirtió en la entidad *Acción Cultural Popular* (ACPO), lo que le permitió expandir su espectro y llegar a más ciudadanos.

Otro caso significativo es el de las Radios Mineras de Bolivia, que fueron instaladas por grupos sindicales y financiadas por los propios mineros. La primera empezó a funcionar en 1949 en Catavi y de allí el ejemplo se extendió a otros distritos. Estas emisoras fueron de tipo comunitario, y su impacto social radicó en *el proceso de construcción de una identidad cultural en los centros mineros y en las comunidades campesinas aledañas* (Además) se convertían en la única

⁵⁸ *Ibidem*. Pág. 3

⁵⁹ GUMUCIO, Alfonso. *Haciendo Olas. Historias de comunicación participativa para el cambio social*. Pág. 43. Publicado por la Asociación Rockefeller. Estados Unidos de América. 2001

fuerza de información confiable. Mientras los militares atacaban periódicos, y estaciones de radio y televisión en las ciudades, la única información disponible llegaba a través de las radios mineras⁶⁰.

Entre las estrategias de comunicación para el desarrollo encontramos la de los cassette foro+creada en Uruguay por Mario Kaplún, que consiste en un sistema *para la promoción comunitaria y la educación de adultos, puesto al servicio de organizaciones populares --rurales y urbanas-- centrales cooperativas, centros de educación popular, etc. El método es intergrupar y bidireccional. Mediante el intercambio de mensajes grabados en cassettes permite establecer una comunicación de doble vía y entablar un diálogo a distancia entre los miembros de base de una organización popular y el núcleo dirigente de la misma; y entre los grupos entre sí⁶¹.* Los cassettes eran escuchados y debatidos entre los miembros de los grupos que participaban.

¿Quiénes nos escuchan? Audiencias radiales.

El público de la radio es muy diverso, en cuanto diversas son las temáticas y tipos de música que se transmiten a través de este medio de comunicación. Sin embargo, se ha hecho necesario segmentar este público en grupos identificables, lo que ha permitido a la radio enfocarse en una programación específica.

⁶⁰ *Ibidem*. Pág. 49,50.

⁶¹ KAPLÚN, Mario. Comunicación entre Grupos. El Método del Cassette-Foro. Pág. 11 International Development Research Centre. Canadá. 1984. Tomado de <http://idl-bnc.idrc.ca/dspace/bitstream/10625/6371/1/57403.pdf> el 16 de febrero de 2012

Cada estación procura hacer su programación para un grupo específico de auditorio fiel, a los que trae un formato particular con cierto tipo de música. Incluso, las estaciones de radio suelen fragmentar a su grupo potencial en grupos de intereses que podrían estar escuchando una emisión en algún lugar especial (el hogar, el trabajo, el automóvil) y a determinada hora del día o de la noche⁶².

Estas audiencias radiales se hacen necesarias a partir de la aparición de la televisión, cuando la radio se ve opacada por la combinación de imagen y sonido que permite el nuevo invento del siglo XX. *Las estrellas que podían verse tenían mucho más atractivo que las que solo podían escucharse⁶³.*

En ese entonces se creía que la radio se extinguiría. Pero este medio de comunicación se acogió a las innovaciones tecnológicas para poder avanzar y no quebrantarse ante la crisis. La radio se incorpora a la FM, que le proporciona mejor calidad al sonido; y *con la invención del magnetófono la radio seguía sus transmisiones en directo, pero además, podía registrar la información, elaborarla y difundirla en cualquier otro momento⁶⁴.*

Igualmente se concentra en *definir su audiencia mediante música grabada, canción tras canción⁶⁵.*

⁶² HILLIARD, Robert L. Guionismo para radio, televisión y nuevos medios. International Thomson Editores. Séptima edición. Pág. 3. México. 2000

⁶³ HAUSMAN, Cart; BENOIT, Philip y; y O'DONELL, Lewis. PRODUCCIÓN EN LA RADIO MODERNA. Capítulo C. Una cápsula histórica sobre la radio: el pasado y el futuro se encuentran para el moderno programador y productor. Pág. 388. V edición. Editorial Color S.A. México. 2001

⁶⁴ *Ibidem*.

⁶⁵ *Ibidem*.

En aquella época los jóvenes estadounidenses que buscaban ser escuchados y tener parte en la sociedad, encontraron en un nuevo género musical, el rock, una forma de expresión: *Las estaciones de radio percibieron este nuevo despertar y a medida que millones sintonizaban los sonidos de los primeros roqueros Los programadores musicales descubrieron algo de enorme importancia, esto era más que música. El Rock era un estilo de vida*⁶⁶. Así los jóvenes pasan a ser una gran audiencia radial, pero también *los adultos encontraron en la radio un acompañante ameno*⁶⁷.

Sin embargo, la audiencia infantil ha sido relegada. Cada vez hay menos espacios radiales para los niños y niñas, y ellos a su vez han sido atraídos por la televisión y las nuevas tecnologías.

Por eso sería interesante abrir espacios radiales donde los infantes puedan incluirse con sus gustos e intereses, porque la radio estimula la creatividad y el aprendizaje a través de la música y los sonidos.

⁶⁶ Ibidem.

⁶⁷ Ibidem. Pág. 389

7.3 CONCEPTOS PSICOPEDAGÓGICOS.

Entreteniendo también se puede educar.

Los niños y niñas en la actualidad, están familiarizados con las nuevas tecnologías y los medios de comunicación. En muchos casos, la forma de diversión que tienen niños y niñas alrededor del mundo, depende de la televisión o un computador con acceso a internet.

De esta forma, la población infantil, se convierte en un público con requerimientos específicos, que demandan de los métodos tradicionales de educación, un replanteamiento del modelo educativo. Procurar enseñar, sin saturar.

Rafael Obregón, Clemencia Rodríguez y Jair Vega, sostienen en su libro, *“Estrategias de Comunicación para el Cambio Social”*, que *“la combinación sistemática del entretenimiento y la educación ha dado lugar a la estrategia denominada **edu-entretenimiento**”*⁶⁸, que, como su nombre lo indica, propone mezclar juego y educación para lograr un desarrollo integral de las habilidades y el aprendizaje.

Plantean además, el uso estratégico de medios de comunicación de una forma entretenida, fácil de entender y capaz de influir de forma constructiva en el pensamiento y las conductas de las audiencias.

⁶⁸ OBREGÓN, Rafael; RODRÍGUEZ, Clemencia; y VEGA, Jair. *Estrategias de Comunicación Para el Cambio Social*. Editorial Friedrich-Ebert-Stiftung. Proyecto Latinoamericano de medios. Quito, Ecuador. 2002. Pág. 51. Tomado de <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/vifa-latam/c02-02534.pdf> el 1 de octubre de 2011

El edu-entretenimiento se caracteriza por la *participación activa de la audiencia con el fin de garantizar que los receptores tengan la oportunidad de incidir en la estructura, diseño y contenido de las intervenciones*⁶⁹.

Aquí es cuando los niños y niñas se convierten en sujetos exigentes de los medios de comunicación a cumplir con su papel de informar, educar y entretener, todo a la vez y sin colmar su paciencia.

Entonces la radio, y con aportes especiales de la música, puede ser el gran aliado de los infantes, ayudándolos tanto a interactuar con las demás personas, y al ser la palabra el elemento que permite la radiodifusión, se convierte en un medio que permite el dialogo, la comunicación entre emisor y receptor y la retroalimentación.

Recordemos que cuando escuchamos aprendemos a convivir, a participar de manera activa respetando el pensamiento y actitudes de los otros. *El lenguaje tiene una importancia especial con un instrumento con el que el niño se hará entender en la sociedad y ella a su vez, podrá transmitirle sus mensaje*⁷⁰.

⁶⁹ Ibidem. Pág.52

⁷⁰RODERO, Op. Cit. Pág. 104.

El mundo de la educación en la música y el sonido.

El ser humano, vive constantemente en un proceso de formación, donde cuenta tanto con la educación de tipo académico, (escolar, tecnológico, universitario, etc.), como con la educación que ejerce en él la sociedad, la familia, la cultura y sus costumbres. En este sentido, hombres y mujeres son lo que son, gracias a un proceso de educación que vivieron durante su infancia y adolescencia, y que siguen viviendo en la edad adulta, en el que aportan, la escuela, la familia, la sociedad y los estilos de vida que se imponen en el momento.

Ahora bien, cuando se desarrollan los procesos educativos se han de emplear diferentes técnicas o métodos que faciliten el propósito, uno de ellos es la educación a través de la música.

Edgar Willems, creador del método Willems de pedagogía musical, sostiene *que la música está relacionada con la Naturaleza humana, ya que despierta y desarrolla las facultades del hombre*⁷¹. En la siguiente tabla se observa la relación:

Tabla 3: Elementos de la naturaleza humana con elementos de la música

HOMBRE	Música
Instinto	Ritmo
Afectividad	Melodía
Intelecto	Armonía

Fuente: Realizado por el grupo de investigación, basado en la información obtenida de Willems, Edgar. Valor humano en la educación musical. Paidós. España, Barcelona. 1994

⁷¹ WILLEMS, Edgar. Valor humano de la educación musical. Paidós. España, Barcelona. 1994

La música actúa en el ser humano como terapia, como apoyo en procesos formativos, como ayuda a la educación de niños y niñas especiales, o como complemento a procesos médicos.

El proceso de desarrollo integral en los individuos se logra cuando su personalidad *presenta cambios cualitativos y cuantitativos de acuerdo con sus necesidades, potencialidades y grado de madurez psicomotriz*⁷². La música tiene una fuerte influencia en las etapas tempranas del ser humano, *los niños les gusta la música, les encanta oír, cantar, seguir y vivir un ritmo; danzar, dar vuelta en rondas*⁷³. Por lo tanto es el medio más adecuado para el aprendizaje, en cuanto posibilita la libre expresión de sentimientos y estados de ánimo mediante la escucha y los movimientos corporales que se propician cuando ritmo, melodía y armonía se fusionan.

Los elementos constitutivos de la sonoridad residen en la propia naturaleza humana. El medio ambiente y nuestra relación con él, las situaciones vividas individual o colectivamente son las que se expresan en cada canción, mostrando quienes somos, nuestra cultura e identidad.

⁷² RESTREPO, Clara Teresa; TELLEZ, Luis Eduardo. EDUCACIÓN MUSICAL EN EL PREESCOLAR. Universidad de Quindío. Programa de Educación Abierta y a Distancia. Ministerio de Educación Nacional. ICFES. Armenia, Quindío. 1986. Pág. 21

⁷³ *Ibidem*. Pág. 167

8. MARCO LEGAL

La Constitución Política Colombiana a través de diferentes artículos respalda y garantiza la libre creación y funcionamiento de medios masivos, así como diferentes decretos que limitan y regulan los contenidos de los mismos.

En el artículo 20 de la Carta se enuncia: *se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social*⁷⁴.

Aunque en el artículo anterior se expresa que toda persona puede fundar medios de comunicación, en el caso del uso del espectro electromagnético, es el Estado quien lo supervisa, pues *es bien público inenajenable e imprescriptible sujeto a la gestión y control del Estado. Se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso a su uso en los términos que fije la ley. Para garantizar el pluralismo informativo y la competencia, el Estado intervendrá por mandato de la Ley para evitar las prácticas monopolísticas y el uso del espectro electromagnético*⁷⁵.

El uso del espectro electromagnético es fundamental en el funcionamiento de la radiodifusión en Colombia, que a su vez es regida por *el Estatuto de*

⁷⁴ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Constitución Política de Colombia. Derechos Fundamentales. Bogotá. Congreso.1991. Art. 20.

⁷⁵ *Ibidem*. Art. 75

Radiodifusión Sonora, de la mano de una serie de leyes y decretos que han sido dispuestos en pro de asegurar una mejor prestación del servicio⁷⁶.

La Ley 74 de 1966 reglamenta la transmisión de programas por los servicios de radiodifusión. En su artículo Segundo expone que *los servicios de radiodifusión estarán básicamente orientados a difundir la cultura y a afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana. En los programas radiales deberá hacerse buen uso del idioma castellano, y atenderse a los dictados universales del decoro y del buen gusto⁷⁷.*

Y en el Quinto especifica que *por los servicios de radiodifusión podrán transmitirse programas culturales, docentes, recreativos, deportivos, informativos y periodísticos*

⁷⁶ ARNEDO REDONDO, Op. Cit. Pág. 27.

⁷⁷ COLOMBIA. CONGRESO. Ley 74 de 1966. Por la cual se reglamenta la transmisión de programas por los servicios de radiodifusión.

8.1 DENOMINACIÓN LEGAL DE LA RADIO EN COLOMBIA

Las emisoras han sido clasificadas según el Decreto 1446 de 1995, bajo los criterios de: Gestión del servicio, Orientación de la Programación, Nivel de cubrimiento y Tecnología de Transmisión.

Según el Ministerio de Comunicaciones de Colombia y sus Políticas para la Radiodifusión (2004), las emisoras están clasificadas según su contenido o la orientación de su programación en:

- Emisoras comerciales
- Emisoras de interés público
- Emisoras comunitarias.

Emisoras comerciales

Este tipo de emisoras responden a intereses económicos. Procuran satisfacer los gustos del oyente y en su programación prima lo que más venda.

Ahora bien, la Ley no las exime de la responsabilidad de aplicar el propósito educativo, recreativo, cultural e informativo de la radio.

Este tipo de emisoras, en su mayoría son administradas por empresas con ánimo de lucro que adquieren una licencia concedida por el ministerio de comunicaciones, encargado de regular en tema.

Emisoras comunitarias

Gracias a la Constitución de 1991, se garantizó el derecho a fundar medios masivos de comunicación, como se expresa en el artículo 20; *las comunidades organizadas lideraron procesos de comunicación social en el nivel local, lo que dio origen a la radio comunitaria*⁷⁸.

El objetivo de estas emisoras según lo establecido por el Ministerio de Comunicaciones, es lograr una mayor participación ciudadana y satisfacción de las necesidades de comunicación de los municipios.

Emisoras de interés público

La Ley 74 de 1966 que en su artículo N°5 sostiene que:

%Se entiende por programas culturales aquellos en que prevalecen manifestaciones artísticas o científicas; docentes, los dedicados a la enseñanza colectiva; recreativos, los destinados al sano esparcimiento espiritual; deportivos, los orientados a informar y comentar sobre eventos de esta naturaleza; informativos (radionoticieros), los que consisten en suministrar noticias sin comentarios; periodísticos (radioperiódicos), los que utilizan modalidades de la prensa escrita como editoriales y comentarios de noticias o sucesos con carácter crítico o expositivo.+

En esta categoría se encuentran emisoras a cargo de gobernaciones, alcaldías, universidades públicas, cabildos indígenas y la fuerza pública.

⁷⁸ *Ibidem*. Pág. 36.

8.2 LOS NIÑOS Y NIÑAS DESDE LO LEGAL

En este punto se distinguen los términos infante, niños, niñas y adolescentes para evitar equívocos en sus denominaciones. Estos conceptos pueden cambiar según determinación legal de cada país. En Colombia la Ley (Sentencia T-474/96.Corte Constitucional) hace una división clara de los menores de 18 años, en infantes o niños (menores de 7 años), impúberes (7 a 12 años para las mujeres y 7 a 14 para los varones) y adultos menores (12 a 18 años para las mujeres y 14 a 18 para los varones)

Ahora bien, según el Código de Infancia y Adolescencia de Colombia, en el artículo 3, se publica la siguiente clasificación: *“Sujetos titulares de derechos. Para todos los efectos de esta Ley son sujetos titulares de derechos todas las personas menores de 18 años. Sin perjuicio de lo establecido en el artículo 34 del Código Civil, se entiende por niño o niña las personas entre los 0 y los 12 años, y por adolescente las personas entre 12 y 18 años de edad”*⁷⁹.

Medios, niños y niñas.

Los niños, niñas y adolescentes, en la actualidad, tienen acceso a los medios de comunicación y a las nuevas tecnologías, los cuales influyen en los niños y niñas quienes están en pleno proceso de formación, tanto académico como cultural y físico, por lo que *“ejercen una especie de educación informal en ellos quienes llegan a considerarla más llamativa e interesante que la obtenida en la escuela”*⁸⁰.

⁷⁹ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA . CÓDIGO DE INFANCIA Y ADOLESCENCIA. LEY 1098 DE 2006 (noviembre 8) Diario Oficial No. 46.446 de 8 de noviembre de 2006. Tomado de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2006/ley_1098_2006.html

⁸⁰ CASTILLO BARRAGÁN, Carmen. Medios masivos de comunicación y su influencia en la educación. Tomado de <http://www.odiseo.com.mx/bitacora-educativa/medios-masivos-comunicacion-su-influencia-educacion/> el 13 de febrero de 2011

De acuerdo con el art. 44 de la Constitución Política colombiana, los derechos fundamentales de los niños entre otros son: (ò) **la educación y la cultura, la recreación y la libre expresión de su opinión**. Así mismo en el Código de Infancia y Adolescencia de Colombia, Artículo 47 expresa las Responsabilidades especiales de los medios de comunicación:

Tabla 4: Responsabilidades especiales de los medios de comunicación

Los medios de comunicación, en el ejercicio de su autonomía, deberán:	
Promover, mediante la difusión de información, los derechos y libertades de los niños, las niñas y los adolescentes, así como su bienestar social y su salud física y mental.	Abstenerse de transmitir mensajes discriminatorios contra la infancia y la adolescencia.
El respeto por la libertad de expresión y el derecho a la información de los niños, las niñas y los adolescentes.	Abstenerse de realizar transmisiones o publicaciones que atenten contra la integridad moral, psíquica o física de los menores, que inciten a la violencia, que hagan apología de hechos delictivos o contravenciones, o que contengan descripciones morbosas o pornográficas.
Adoptar políticas para la difusión de información sobre niños, niñas y adolescentes en las cuales se tenga presente el carácter prevalente de sus derechos.	Abstenerse de transmitir por televisión publicidad de cigarrillos y alcohol en horarios catalogados como franja infantil.
Promover la divulgación de información que permita la localización de los padres o personas responsables de niños, niñas o adolescentes cuando por cualquier causa se encuentren separados de ellos, se hayan extraviado o sean solicitados por las autoridades competentes.	Abstenerse de entrevistar, dar el nombre, divulgar datos que identifiquen a los niños, niñas y adolescentes que hayan sido víctimas, autores o testigos de hechos delictivos, salvo cuando sea necesario para garantizar el derecho a establecer la identidad del niño o adolescente víctima del delito, o la de su familia si esta fuere desconocida. En cualquier otra circunstancia, será necesaria la autorización de los padres o, en su defecto, del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar.

Fuente: Realizado por el grupo de investigación con información obtenida del Código de Infancia y Adolescencia⁸¹.

⁸¹ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Op. Cit. 77

Durante la 4ª Cumbre Mundial de los Medios para Niños y Adolescentes realizada en Río de Janeiro, Brasil en abril del 2004, se declaró:

Ya que los medios se han vuelto fundamentales para el desarrollo y la educación de niños y adolescentes - influenciando no apenas sus actitudes, pero también sus comportamientos e identidades - estamos profundamente preocupados con los valores negativos y estilos de vida estimulados por la mayor parte de los medios hoy. Los medios están jugando papeles antes asumidos por los padres y profesores, casi siempre sin preparación para enfrentar un reto de tal magnitud. Niños y adolescentes merecen algo mejor que lo que están recibiendo de los medios⁸².

En lo anterior, se disponen los conceptos legales, y lineamientos que regulan el funcionamiento de las emisoras a nivel nacional, y que se deben tener en cuenta a la hora de investigar o analizar sus contenidos. Igualmente las normas que respaldan los derechos de los niños y niñas, reconocidas nacional e internacionalmente.

⁸² CARTA DE RIO. 4ª Cumbre Mundial de los Medios para Niños y Adolescentes realizada. Río de Janeiro, Brasil. 2004. Tomado de <http://www.unicef.org/colombia/pdf/CartadeRioCumbre.pdf> el 12 de enero de 2012.

CAPITULO III



9. DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

*El término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para responder a las preguntas de investigación. El diseño señala al investigador lo que debe hacer para alcanzar sus objetivos de estudio, contestar los interrogantes que se han planteado*⁸³.

*Los acercamientos de tipo cualitativo reivindican el abordaje de las realidades subjetiva e intersubjetiva como objetos legítimos de conocimiento científico; el estudio de la vida cotidiana como el escenario básico de construcción, constitución y desarrollo de los distintos planos que configuran e integran las dimensiones específicas del mundo humano y, por último, ponen de relieve el carácter único, multifacético y dinámico de las realidades humanas*⁸⁴.

Es así como el diseño de esta tesis se enmarcó en un enfoque de investigación predominantemente cualitativa, porque indagó los gustos de los niños y niñas de Cartagena entre 6 y 10 años en materia musical infantil, y las estrategias que articuladas con la naturaleza de la radio propicien el entretenimiento y la educación de los mismos.

Sin embargo, la investigación incluyó lo cuantitativo, en cuanto implicó la obtención y sistematización de datos sobre las preferencias de niños y niñas en materia educativa, radial y de entretenimiento.

⁸³ HERNADEZ R, Fernández C, Baptista P. Metodología de la investigación: Diseños experimentales de investigación: pre-experimentos, experimentos verdaderos y causiexperimentos. Segunda edición. México: Mc.Graw-Hill Interamericana S.A. 1998. Pág 106.

⁸⁴ SANDOVAL CASILIMAS, Carlos A. Obra completa ESPECIALIZACIÓN EN TEORÍA, MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL. Módulo cuatro. Investigación cualitativa. Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior, ICFES. Editado por ICFES. Bogotá, Colombia. 1996. Pág. 15. Tomado de http://desarrollo.ut.edu.co/tolima/hermesoft/portal/home_1/rec/arc_6667.pdf el 12 de marzo de 2012

9.1 Tipo de investigación

El tipo de estudio fue el descriptivo, pues permitió identificar las formas de conducta y actitudes en la población objeto de estudio, por ejemplo, las preferencias de consumo, tal como sostiene Carlos Méndez Álvarez *este estudio identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación*⁸⁵.

*Los estudios descriptivos acuden a técnicas específicas en la recolección de información, como la observación, entrevistas y cuestionarios*⁸⁶.

9.2 Instrumentos de investigación

Los instrumentos permitieron conocer las motivaciones, actitudes y opiniones de los niños y expertos en relación con el objetivo de comunicación.

Los instrumentos a utilizados en la investigación se referencian a continuación:

- **Análisis documental:** *Los documentos fuentes pueden ser de naturaleza diversa: personales, institucionales o grupales, formales o informales. A través de ellos es posible capturar información muy valiosa para lograr el encuadre (o).Dicho encuadre incluye, básicamente, la descripción de los acontecimientos rutinarios así como de los problemas y reacciones más usuales de las personas o cultura objeto de análisis. De otra parte, permiten conocer los nombres e identificar los roles de las personas clave en la*

⁸⁵ MENDEZ ALVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Tercera edición. Bogotá, Colombia: Mc.Graw-Hill Interamericana S.A. 2001. Pág. 137.

⁸⁶ *Ibidem* Pág. 137

*situación socio-cultural, objeto de estudio. Finalmente, es oportuno señalar que los documentos son una fuente bastante fidedigna y práctica para revelar los intereses y las perspectivas de comprensión de la realidad, que caracterizan a los que lo han escrito*⁸⁷.

Los documentos fueron utilizados desde el comienzo del proceso de este proyecto, como base para la realización del mismo, para justificarlo y obtener información necesaria. Utilizamos textos y documentos especializados en las áreas de educación, niñez y medios de comunicación en general, radio.

- **Encuesta:** *permite el conocimiento de las motivaciones, las actitudes y las opiniones de los individuos con relación a su objeto de estudio (o) Es el medio constituido por una serie de preguntas que sobre un determinado aspecto se formulan a las personas que se consideran relacionadas con el mismo*⁸⁸.

Las encuestas se realizaron a 10 estudiantes (4 niños y 6 niñas) del Colegio Bilingüe de Cartagena, entre los 6 y 10 años, a manera de entrevistas, debido a que por su edad, conseguir una respuesta escrita puede ser difícil, por factores como pocos hábitos de lectura, no saber leer, escritura de difícil comprensión y atención dispersa, ya que como lo afirma la pedagoga Vilma Cuesta *para los niños todo es un juego y esto hace que no estén del todo concentrados*⁸⁹.

⁸⁷ SANDOVAL CASILIMAS. Op. Cit. Pág. 137-138

⁸⁸ MENDEZ ALVAREZ. Op. Cit. 155-156

⁸⁹ Entrevista con Vilma Cuesta, Pedagoga Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. Cartagena de Indias, marzo 30 de 2012.

- **Entrevista individual participante:** se realizaron entrevistas a expertos, con el fin de sustentar el segundo objetivo de esta investigación, indagar y definir estrategias propicien el entretenimiento y la educación a través de la radio. Pues *el enfoque cualitativo con que se asume este tipo de entrevista abre la oportunidad para que, con cada una de las respuestas a las preguntas del cuestionario, se exploren de manera inestructurada (esto es, no preparada de antemano, pero sí sistemática) aspectos derivados de las respuestas proporcionadas por el entrevistado*⁹⁰.

Las personas entrevistadas son especialistas en las áreas de psicología, pedagógica infantil y radio.

- **Entrevista de grupo focal:** esta técnica de recolección de información, en general, facilita trabajar con los niños y niñas en distintos grupos con un número reducido de participantes, y funciona para obtener datos básicos o profundizar en temáticas.

Además lo focal *se centra en el abordaje a fondo de un número muy reducido de tópicos o problemas; (o) la configuración de los grupos de entrevista se hace a partir de la identificación de alguna particularidad relevante desde el punto de vista de los objetivos de la investigación, lo que lleva a elegir solamente sujetos que tengan dicha característica, por lo general entre seis y ocho*⁹¹.

Así, se trabajó con dos grupos focales, conformados cada uno por 5 participantes; el primero, conformado por niños y niñas entre los 6 y 7 años; y el segundo integrado por niños y niñas entre los 8 y 10 años.

⁹⁰ Ibidem. Pág. 144-145

⁹¹ Ibidem. Pág. 145-146

9.3 Población y muestra

Esta propuesta se dirigió a niños y niñas entre los 6 y 10 años, de la ciudad de Cartagena de Indias.

Sin embargo, por limitaciones económicas, de acceso y de tiempo, se delimitó la población a los niños y niñas del Colegio Bilingüe de Cartagena, que son en total 320, de los cuales 100 están en el rango de edades de esta investigación, y en el estrato socio-económico 1, 2 y 3. Este tipo de población, dadas sus características socio-económicas, tienen más posibilidades de acceder a la radio como un medio de entretenimiento.

Según la Ley General de Educación en Colombia o Ley 115 de Febrero 8 de 1994, dicho rango de edades se encuentra entre los grados primero y quinto de primaria. Dado que la edad en promedio para ingresar a la educación básica es de 6 años.

Muestra: Se trabajó con 10 niños y niñas (4 niños y 6 niñas) equivalentes al 10% de la población total (100) que conforma la básica primaria en la institución educativa.

La muestra fue seleccionada mediante un proceso no probabilístico, es decir, *la selección de las unidades de análisis dependen de las características, criterios personales, etc. del investigador*⁹².

Los 10 niños y niñas fueron seleccionados a través de una muestra intencional que se *caracteriza por el empleo del criterio y por un esfuerzo deliberado para obtener muestras representativas mediante la inclusión de áreas típicas o grupos*

⁹² ÁVILA BARAY, Héctor Luis. Introducción a la Metodología de la Investigación. Capítulo 3. Los Métodos de la Investigación Social. Editado por eume.net Chihuahua, México. 2006. Tomado de <http://www.eumed.net/libros/2006c/203/> el 8 e abril de 2012

supuestamente típicos en la muestra. Todos los elementos muestrales de la población serán seleccionados bajo estricto juicio personal del investigador. En este tipo de muestreo el investigador tiene previo conocimiento de los elementos poblacionales ⁹³.

El sistema de selección consistió en analizar ciertas características bien definidas de los sujetos participantes:

- Audacia
- Capacidad de relacionarse
- Creatividad
- Escucha
- Espontaneidad
- Fluidez
- Iniciativa
- Originalidad

Entonces, la primera la etapa del muestreo consistió en el acercamiento de las investigadoras hacia las personas con conocimiento de las anteriores cualidades en los niños y niñas. Comenzando con el psicólogo y coordinador David Manota, y seguidamente, por sugerencias de él, con los profesores de artística.

Para trabajar con los niños podemos aprovechar los docentes de artística. Aquí la damos en artes plásticas, teatro, música y baile. Ellos en artística no ven solo manualidades, sino que trabajan en diferentes espacios.

Para comenzar ustedes hablan con los profesores para identificar los niños con habilidades y nos ahorramos una cantidad de tiempo. La escogencia de los niños

⁹³ NAMAUFOROOSH, Mohammad Naghi. Metodología de la investigación. 2ª edición. Editorial Limusa S.A. México. 2005. Pág. 189. Tomado de <http://books.google.com.co> el 8 de abril de 2012

se puede hacer de acuerdo a las habilidades que tienen y que se han explorado en la institución y son identificadas por sus profesores⁹⁴.

Esto, también, sustentado en que ~~la~~ Educación Artística es el campo de conocimiento, prácticas y emprendimiento que busca potenciar y desarrollar la sensibilidad, la experiencia estética, el pensamiento creativo y la expresión simbólica, a partir de manifestaciones materiales e inmateriales en contextos interculturales que se expresan desde lo sonoro, lo visual, lo corporal y lo literario, teniendo presentes nuestros modos de relacionarnos con el arte, la cultura y el patrimonio⁹⁵.

En la segunda etapa del muestro, las investigadoras en conjunto con los docentes de artística del colegio, seleccionaron a los 10 niños y niñas quienes participaron de esta investigación.

9.4 Fuentes de información

Fuentes primarias: teniendo en cuenta que las fuentes primarias son las que brindan ~~la~~ información oral o escrita que es recopilada directamente por el investigador a través de relatos o escritos transmitidos por los participantes en un suceso o acontecimiento⁹⁶, se utilizó como fuentes primarias a expertos en el área de psicología, pedagógica infantil y radio; específicamente:

- Diana Díaz. Exdirectora de la emisora infantil Colorín ColorRadio.

⁹⁴Entrevista con David Manotas, psicólogo y coordinador del Colegio Bilingüe de Cartagena. Cartagena de Indias, marzo 28 de 2012.

⁹⁵ COLOMBIA. MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Orientaciones Pedagógicas para la Educación Artística en Básica y Media. Primera edición. Bogotá, Colombia. 2010. Pág. 13. Definición de Educación Artística y Cultural divulgada por el Plan Nacional de Educación Artística, en virtud del Convenio 455 celebrado entre los ministerios de Cultura y de Educación de Colombia, en el marco del Congreso Regional de Formación Artística y Cultural para la región de América Latina y el Caribe. Medellín, 9 de agosto de 2007.

⁹⁶ *Ibidem*. Pág. 152

- Martha Amor Olaya. Directo de la emisora UdeC Radio.
- Luis Ramón Viñas. Comunicador Social.
- Bertha Lucia Arnedo. Magister en Comunicación. Autora del libro En la Onda de la Radio.
- Ruth María Muñoz. Licenciada en Educación Infantil con Énfasis en Educación Física, Recreación y Deporte.
- David Manotas. Psicólogo del Colegio Bilingüe de Cartagena.
- Vilma Cuestas. Pedagoga Reeducadora, orientadora familiar y promotora social. Instituto Colombiano de Bienestar Familiar
- Margaret Rodríguez Pertuz. Maestra en música con especialización en canto lírico. Universidad de Bellas Artes.

Fuentes secundarias: es ~~la~~ información escrita que ha sido recopilada o transcrita por personas que ha recibido tal información a través de otras fuentes escritas o por un participante en un suceso o acontecimiento. Por ejemplo, textos, revistas, trabajo de grado, prensa⁹⁷. Para el caso del Diseño de un Programa Infantil que Propicie un Espacio Dinámico que Permita a Los Niños y Niñas Aprender y Entretenerse, se utilizaron libros y páginas online especializadas en el tema de la radio y la infancia.

⁹⁷ *Ibíd.* Pág. 152

9.5 CRONOGRAMA

Mes	Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio			
Actividad																				
Investigación y redacción Anteproyecto.																				
Tutorías.																				
Acercamiento a la muestra: Colegio Bilingüe de Cartagena.																				
Entrega Anteproyecto.																				
Entrevistas a especialistas.																				
Correcciones Anteproyecto.																				
Acercamiento y actividades con el grupo focal.																				
Redacción y análisis de resultados.																				
Diseño y grabación programa piloto																				
Entrega y sustentación Proyecto final																				

9.6 PRESUPUESTO PROYECTO DE GRADO

CONCEPTO	VALOR TOTAL \$
Transporte	1.500.000
Alimentación	3.000.000
Papelería	200.000
Gastos grupo focal	
Pago Pedagoga	400.000
Materiales para actividades	25.000
Refrigerio	50.000
Alquiler de cámara de video	600.000
Transporte cámara de video	12.000
Total grupo focal	1.087.000
TOTAL	\$5.787.000

CAPITULO IV



10. ANÁLISIS DE RESULTADOS Y PROPUESTA DE SOLUCIÓN

10.1 Preferencias musicales de los niños y niñas de Cartagena, entre 6 y 10 años.

Para responder el primer objetivo específico, **Í** identificar los gustos de los niños y niñas de Cartagena entre 6 y 10 años en materia musical, se trabajó con dos grupos focales conformados por 10 niños y niñas entre las edades requeridas, estudiantes del Colegio Bilingüe de Cartagena.

Por sugerencia del sicólogo y coordinador del colegio, profesor David Manotas (Entrevista 3) se dividió a los estudiantes en dos grupos:

- **Grupo 1:** niños de primero y segundo grado. (6-7 años)
- **Grupo 2:** niños de tercero, cuarto y quinto grado. (8-9-10 años)

Se trabajó una sesión diaria con cada grupo, siendo un total de cuatro sesiones, es decir cuatro días. Las actividades lúdico recreativas se realizaron en el aula múltiple del colegio asesoradas por la pedagoga re educadora Vilma Cuesta, con el fin de conocer los gustos en materia radial y musical de los y las integrantes del grupo focal, de manera práctica y dinámica.

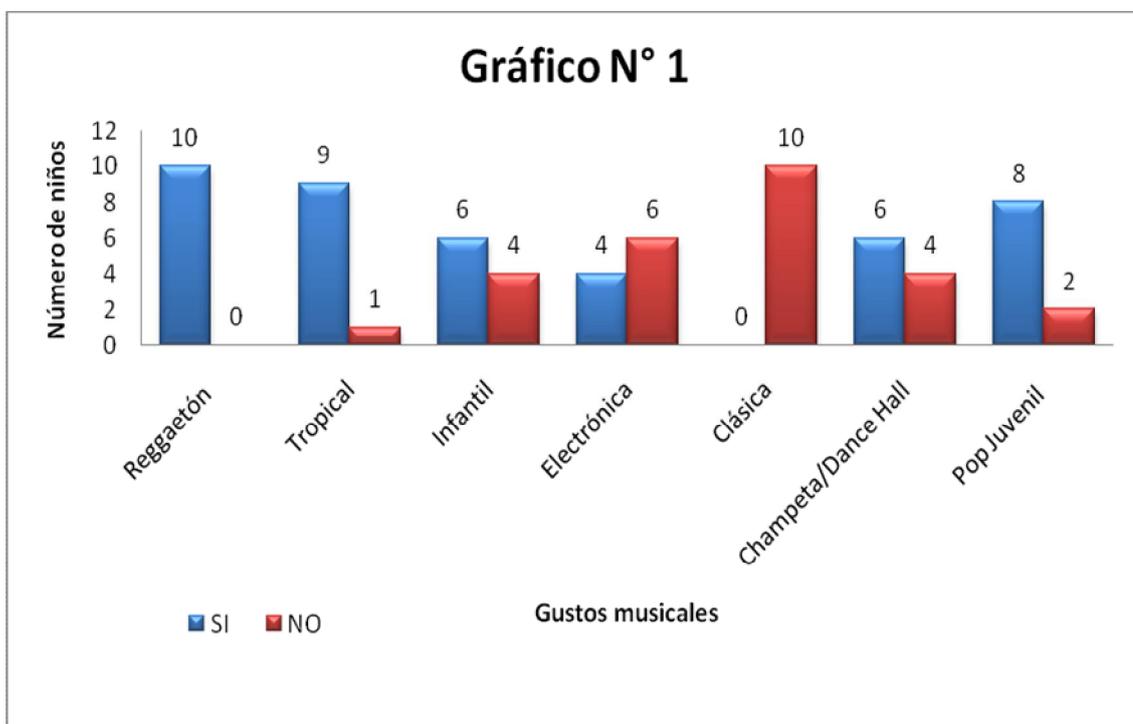
El cronograma de trabajo se desarrolló de la siguiente manera:

Tabla 5. Cronograma de trabajo con grupos focales.

N° de día	Fecha	Grupo	Actividad
1	19 de abril	1	Luego de realizar una presentación personal de cada uno de los participantes y del objetivo de actividad, la pedagoga Vilma Cuesta realizó una dinámica de motivación de entrada llamada "Cuando tengas muchas ganas" + Luego se jugó el Tingo, tingo, tango, que consiste en pasar de jugador en jugador un objeto mientras se canta la canción Tingo, tingo, tango hasta que esta se interrumpe quedando en alguno de los jugadores, quien debería responder una pregunta referente a sus gustos musicales. Al terminar la sesión se entregó el refrigerio. (Ver foto 1)
2	20 de abril	2	Para iniciar se hizo una presentación personal de cada uno de los participantes. Luego, encabezada por la pedagoga, se hizo una dinámica en pro de generar confianza con los niños. Posteriormente se realizó la actividad "Alcanzar una estrella" en la que de acuerdo a la canción tingo, tingo, tango quien quedaba con el objeto, en este caso un palo de madera, se acercaba a una cartelera y tomaba alguna de las preguntas referentes a sus gustos musicales o radiales y responderla en voz alta. Se finalizó con la entrega de refrigerios. (Ver fotos 2-3-4)
3	26 de abril	2	El segundo día, se inició con la actividad "Ratos al agua", liderada por la pedagoga acompañante. Durante la segunda actividad los niños se acercaron a las palabras, "sí o no", según su gusto frente a los diferentes tipos de canciones que sonaron. Luego se dio inicio a las entrevistas individuales y paralelo a esto los demás niños que esperaban su turno recortaron y pegaron el nombre que ellos le pondrían a un programa radial infantil. Para concluir se les entregó un refrigerio y un detalle de agradecimiento. (Ver fotos 5-6-7)
4	27 de abril	1	Se inició la dinámica "El rey ordena", que consistió en que los niños debían seguir las ordenes del rey, siempre y cuando la canción que sonará en ese momento fuera de su gusto. Luego se procedió a las entrevistas individuales. Se clausuró la jornada con la entrega de los refrigerios y el detalle. (Ver fotos 8-9-10)

Fuente: Realizado por el grupo de investigación.

El resultado (Ver grafico N°1) de las actividades de las dos últimas sesiones, ~~de una ordena+ y %i y no+~~ demostraron que los niños y niñas disfrutaban escuchar música en su mayoría de los géneros Tropical (salsa, vallenato y merengue) y Reggaetón, y que esos gustos responden a canciones que se encuentran de moda o que son las de mayor reproducción en emisoras populares.

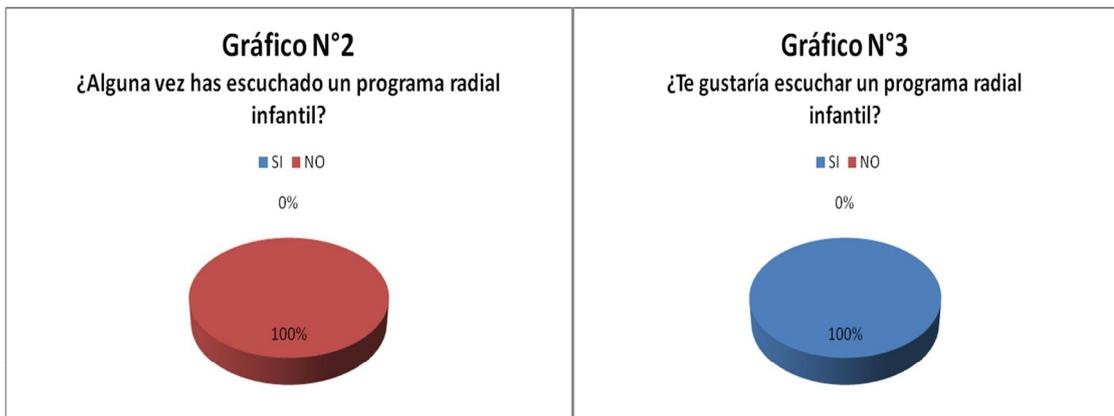


Además, que las canciones infantiles, que en su mayoría son rondas o bandas sonoras de programas para niños, sí llegan a gustar a la mayoría de ellos, sin embargo no son de sus favoritas, prefiriendo la música urbana o reggaetón.

También disfrutaban de las canciones de habla inglesa en la categoría pop, que conocen a través de programas de televisión que transmiten canales como Disney Junior.

Por el contrario la música clásica y electrónica son las menos escuchadas, siendo prácticamente ignoradas por ellos y ellas.

Las entrevistas individuales realizadas el tercer y cuarto día arrojan como resultado que los niños y niñas nunca han escuchado un programa radial infantil, sin embargo manifiestan el deseo de escucharlo (Gráficos 2 y 3).



Por otro lado, demostró que los niños y niñas acceden a la radio en su mayoría a través de los teléfonos celulares de sus padres y los equipos de sonido que tienen en sus casas. No todos la sintonizan por sí mismos, pues generalmente algún adulto es quién realiza el proceso.

10.2 Estrategias que articuladas con las características de la radio, propicien el entretenimiento y la educación

Para definir las estrategias que propicien el entretenimiento y la educación a través de la radio, en niños y niñas entre los 6 y 10 años, es necesario tener claridad sobre las características de este medio.

Bertha Arnedo, Comunicadora Social y Magister en Comunicación, sostiene que algunas de las características más importantes de la radio son, la rapidez, la inmediatez, el feed-back y los bajos costos; que al tiempo pueden ser consideradas grandes ventajas de este medio.

La rapidez con la que emite el mensaje, eso es fundamental porque es lo que hace que uno se conecte mas con la audiencia, saber que estamos en tiempo real conversando con alguien que está ahí al otro lado del radio.

El feed-back, la retroalimentación que nos puede brindar, porque el hecho de que yo pueda decir, bueno todos los niños que están escuchando desde sus casas y que quieran llamar a participar del programa y que ellos puedan llamar o puedan marcar y enseguida conectarse, hace que haya una retroalimentación o un encuentro mucho más personal con ese personaje que está en la radio.

Por supuesto el tema de los costos, el tema de la cobertura, con radio vamos a llegar a mucha más gente, y para producir un programa no van a necesitar mayor inversión en dinero, distinto a si les tocara hacer tomas para televisión, para un video⁹⁸.

⁹⁸ Entrevista a Bertha Arnedo, comunicadora social, Magister en Comunicación. Cartagena de Indias. 7 de mayo de 2012.

Otras características de la radio son: *El lenguaje radiofónico se basa en la combinación de cuatro elementos básicos: Voz + Música + Efectos sonoros + Silencio (como ausencia de sonido)*⁹⁹.

Entonces, estas características cobran mayor importancia y se pueden considerar ventajas del medio, al convertirse en herramientas que posibilitan, no solo la transmisión de un mensaje, sino la transformación de pensamientos y costumbres a través de contenidos específicos.

Además, el ser unisensorial, y necesitar solo del oído, hace que la radio sea un medio masivo de fácil acceso, pues no es preciso saber leer para descifrar su contenido. Así la audiencia infantil no tiene ninguna dificultad para divertirse o aprender mediante lo que escucha.

Ahora bien, para poder educar y entretener a niños y niñas a través de un medio con dichas características, es oportuno identificar modelos pedagógicos que se acoplen a las necesidades y particularidades de la audiencia. En este caso, la infantil.

Los niños y niñas en edad escolar, desarrollan capacidades cognitivas y motoras que necesitan practicar. Son activos y prestos a absorber conocimiento. Su mente y vitalidad exige una forma práctica, ágil y dinámica de transmitir el conocimiento.

⁹⁹ CENTRO REGIONAL DE INNOVACIÓN Y FORMACIÓN CRIF ÑLAS ACACIASö. La Radio. Madrid, España. 2008. Texto tomado de <http://tiscar.wikispaces.com/file/view/3.1.radio.pdf> el día 24 de mayo de 2012.

Educar y entretener, conlleva a plantear el aprendizaje como una actividad interesante y activa, lejos de los modelos clásicos de escuela en las que el conocimiento se transmitía de forma simple y directa. *La combinación sistemática del entretenimiento y la educación ha dado lugar a la estrategia denominada **edu-entretimiento***¹⁰⁰

En el caso de la radio, aplicar el edu-entretimiento como estrategia pedagógica, requiere tener claridad sobre el mensaje y la audiencia a la cual va dirigido. Así, se pueden crear formatos radiales, diseñados especialmente para suplir las necesidades del público.

*La educación que se da en la radio, como lo dice José Ignacio López Vigil y como lo afirma Kaplún en uno de sus libros, es una educación que está basada en las competencias que a través de la información que brindamos podemos orientar a las personas, es decir, en todo caso la educación se está mirando en la radio como una manera de aportar a las personas a su integridad como personas*¹⁰¹

Así, la radio se convierte en un educador informal que a través de elementos como la música, el lenguaje y las historias, ayuda a formar a sus oyentes.

Desde la pedagogía musical, la música tiene una influencia *100% cognitiva, por lo que les desarrolla el oído, la motricidad gruesa, el que toque un instrumento la motricidad fina (...) está demostrado que es una herramienta que hace que el niño*

¹⁰⁰ OBREGÓN, Rafael; RODRÍGUEZ, Clemencia; y VEGA, Jair. Estrategias de Comunicación Para el Cambio Social. Editorial Friedrich-Ebert-Stiftung. Proyecto Latinoamericano de medios. Quito, Ecuador. 2002. Pág. 51. Tomado de <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/vifa-latam/c02-02534.pdf> el 1 de octubre de 2011

¹⁰¹ Entrevista a Bertha Arnedo, comunicadora social, Magister en Comunicación. Cartagena de Indias. 7 de mayo de 2012

entienda mas porque está atento, porque escucha, y eso algo por lo que a veces los niños no aprenden la lecciones en el colegio porque no escuchan¹⁰²

De acuerdo con el neurosicólogo Howard Gardner *la inteligencia musical influye en el desarrollo emocional, espiritual y corporal del ser humano. La música estructura la forma de pensar y trabajar, ayudando al aprendizaje de las matemáticas, el lenguaje y las habilidades espaciales¹⁰³.*

Y es que a través de la música se puede enseñar a niños y niñas tanto en valores como en áreas del conocimiento, lecciones como las tablas de multiplicar, la geografía, colores, animales, entre otras, que se han incluido en contenidos de canciones, permiten que a través del ritmo y diferentes melodías, el aprendizaje resulte dinámico y efectivo para los niños y niñas, que inconscientemente aprenden mientras cantan y juegan.

El buen uso del lenguaje a través de los locutores, las canciones, las historias y demás elementos que integran la radio, hacen que niños y niñas tomen esto como ejemplo, y lo imiten o apliquen. Un buen locutor que se exprese claramente y con un vocabulario apropiado, contribuye a la educación de los niños y niñas, de forma indirecta. Las canciones con sus contenidos y las historias narradas en la radio, pueden transmitir valores o antivalores.

¹⁰² Entrevista a Margareth Rodríguez Pertúz. Maestra en Música. Cartagena de Indias. 8 de mayo de 2012

¹⁰³ Citado en RUIZ, Viena. Pongámoslo en contacto con la música: Valores agregados. En: Revista NUEVA. No.1271, abril, 2012. Pág. 10.

Diana Díaz, ex directora de la emisora Colorincoloradio, explica la experiencia de creación de contenidos para una emisora infantil, y plantea que *uno como creador debe intentar abstraerse de la rutina y hacer de ella algo extraordinario* la radio nos da esa posibilidad, nos permite hacer todo eso, los efectos de sonido, hacen que uno se pueda inventar un mundo y se va a crear.

*En el caso de Colorincoloradio, el criterio de programación como era en un rango de edad muy específico, lo que buscaba era pensando en los niños preescolares, que acompañara la rutina del niño, desde que se levantaba hasta que se dormía. Entonces por ejemplo había unas canciones específicas hechas para la emisora, había una canción para levantarse, para lavarse los dientes, para hacer las tareas, hasta la canción para dormir*¹⁰⁴

De esta forma, vemos como los elementos y características que integran el medio radial, se pueden aprovechar para la transmisión de contenidos específicos adaptados a los intereses y necesidades de la audiencia infantil de forma masiva. Valiéndose del edu-entretenimiento, aprovechando herramientas como la música, el buen uso del lenguaje y en general la inclusión de contenidos educativos transmitidos de forma dinámica y creativa.

¹⁰⁴ Entrevista a Diana Díaz, Comunicadora Social, Ex Directora de Colorincoloradio, 28 de marzo de 2012

10.3 Diseñar un programa radial infantil basado en los gustos y necesidades encontradas en los niños y niñas cartageneros entre los 6 y 10 años.

A partir de la aplicación de la entrevista como instrumento de investigación, los resultados muestran que es evidente la necesidad de un programa radial infantil. El consenso de los diferentes expertos en radio y de los niños del grupo focal evidencia que actualmente no existen programas de este tipo y que sería una propuesta novedosa. Además coinciden en que a pesar de que el público infantil es difícil, sí es posible llegar a ellos.

Luis Ramón Viñas, afirma que *“la radio narra desde un concepto, urbano (que responda al ritmo de vida urbano), rural (que responda al ritmo de vida rural) y joven (que responda al ritmo de vida de los jóvenes) en los últimos años de la vida y de la historia que se pensó ya en los jóvenes. Entonces ¿dónde está el niño?, porque siempre ha sido olvidado ya que es difícil que concentre su atención, difícil, no imposible”*¹⁰⁵.

Con el fin de suplir esta necesidad surge el programa **Universo Kids, mi lugar en la radio**, dirigido a esta audiencia. Cuyo objetivo es: **Educar y entretener a los niños y niñas de Cartagena entre los 6 y 10 años**. Basado en los resultados obtenidos con el grupo focal donde se indagó sobre las características que debería tener el programa, desde el horario y las voces, hasta el contenido musical y temático. En las siguientes gráficas se mostraran los resultados:

¹⁰⁵ Entrevista a Moncho Viñas. Comunicador Social, profesor de diseño y producción de radio. Marzo 27 de 2012



Basados en este resultado, se decidió que el horario del programa **Universo Kids**, es los días sábados de 3:30 pm a 4:00 pm, porque generalmente los fines de semana los niños están dedicados a sus actividades recreacionales y lúdicas, sin compromisos académicos.

Es la jornada vespertina la elegida por los niños, ya que en la mañana ellos suelen estar en actividades extracurriculares relacionadas con música, deportes o demás artes.

En materia de contenido el consenso arroja que en su mayoría a los niños les gusta la música moderna sobretodo la que está basada en instrumentos de percusión como el reggaetón y el dance hall (**ver grafica N°1**). Esto confirma lo que la maestra en música Margareth Rodríguez afirma: *“Cuando los niños están en el vientre materno el primer sonido que escuchan es el latido del corazón de su mama entonces el bip que es un ritmo siempre será un sonido importante para ellos, todo lo que tenga un ritmo constante un bip siempre les llamara la atención, y desafortunadamente ese sonido lo tenemos en el reggaetón +*

A continuación se muestra el resultado a la pregunta: ¿Qué temática y tipo de música te gustaría escuchar en un programa radial infantil?, en la que se basó el equipo de investigación para la selección de la música a utilizar y temáticas a desarrollar en el programa **Universo Kids**.

Tabla 6: Temática y tipo de música

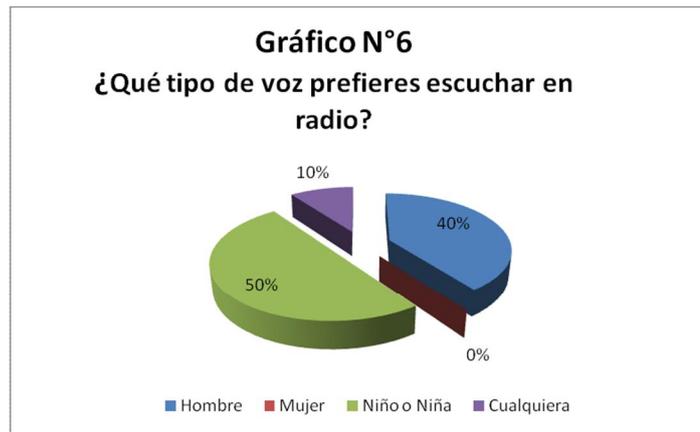
Edad del niño o niña (años)	Temática y tipo de música
6	Rosita Fresita, canciones infantiles, cuentos.
6	Música infantil como la Vaca Lechera, y los pollitos dicen, a la rueda rueda. Que hablen de juguetes, de eventos.
7	Canciones infantiles, cuentos, música.
7	Música infantil, historias, cuentos. Salsa, vallenato y reggaetón.
8	Música infantil, cuentos, historias de cantantes, noticias.
8	Solo música Rock.
9	Música navideña en diciembre, no sólo música infantil, cuentos, oraciones, mensajes.
9	Música infantil de programas de televisión como los de Discovery Kids.
10	Canciones, dancehall, reggaetón, pop, vallenato, que hablen de las actrices y que lean cuentos.
10	Sólo reggaetón.

Fuente: Realizado por el grupo de investigación con información de obtenida de las entrevistas realizadas a los 10 niños y niñas del Colegio Bilingüe de Cartagena.

Como se visualiza en la tabla N°6 a los niños les atraen las historias, sobre todo los cuentos. Esta es una herramienta que el edu-entretenimiento utiliza en pro de motivar la lectura y la creatividad infantil ya que *al escuchar un cuento, el niño comienza a interesarse en adquirir habilidades por la lectura y la escritura. Asimismo, amplía su vocabulario, enriquece su imaginación y creatividad, desarrolla habilidades lingüísticas, aprende a escuchar, comienza a comprender los sentimientos de los demás*¹⁰⁶.

¹⁰⁶ TAMANAJA, Jennifer. Profesora de Educación Inicial. Lima, Perú. Pág. 1. Tomado de http://www.santabeatriz.org/site/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=121, 21 de mayo de 2012

En cuanto a la voz conductora del programa, las actividades con el grupo focal, demostraron que los niños y las niñas, mayoritariamente entre los 8 y 10 años prefieren escuchar voces masculinas en la radio, también les gustaría escuchar niños, pero en compañía de un adulto. Así queda evidenciado en la siguiente gráfica:



Margareth Rodríguez, sostiene que esto se debe a que *los niños de los 6 a los 8 años todavía están en una etapa infantil, entonces a ellos les da igual porque están descubriendo, mirando lo que el entorno les ofrece, pero los niños de 9 en adelante ya quieren un modelo a seguir ellos no van a querer que un niño más pequeños que ellos sea el que les hable ellos quieren una persona más grande que escuchen y digan: ay! yo quiero ser como Jonny el de la emisora, yo quiero conocerlo, y masculina por la figura de la autoridad ellos quieren tener un modelo a seguir*¹⁰⁷

Respecto a la participación de los niños como audiencia, les gustaría poder llamar a la emisora y participar durante el programa, enviar saludos y pedir canciones.

¹⁰⁷ Entrevista a Margareth Rodríguez Pertúz. Maestra en Música. Cartagena de Indias. 8 de mayo de 2012

Bertha Arnedo, sostiene que *el tema de la llamada al aire, además de que hace parte de las facilidades de la retroalimentación de la radio, tiene que ver mucho con una necesidad de reconocimiento del ser humano y en la radio lo encuentran muy fácil*¹⁰⁸.



El gráfico anterior evidencia la unanimidad entre los niños en cuanto al gusto e interés por llamar a la emisora y poder escucharse participando en un programa radial. Sin embargo, al ser **Universo Kids** un programa pre grabado, no existe la posibilidad de tener llamadas al aire, entonces se acude a otra forma de interacción, los saludos grabados previamente.

Con todo lo anterior se plantea la siguiente propuesta de solución:

¹⁰⁸ Entrevista a Bertha Arnedo, comunicadora social, Magister en Comunicación. Cartagena de Indias. 7 de mayo de 2012

10.4 PROPUESTA DE SOLUCIÓN

Presentación programa radial infantil

Í UNIVERSO KIDSÍ

NOMBRE: Universo Kids.

La palabra **Universo** representa la directriz del programa ya que al ser un espacio netamente infantil está basado en sus necesidades y peticiones convirtiéndose en su **Universo**.

Por su parte la palabra **Kids**, además de ser una de las propuestas de los mismos niños, está referenciada en las mentes de ellos gracias al canal infantil Discovery Kids, lo que hace al nombre de fácil de recordación.

ESLOGAN: Mi lugar en la radio.

OBJETIVO: Educar y entretener a los niños y niñas de Cartagena entre los 6 y 10 años.

GÉNERO: Magazín infantil.

CONTENIDO O SECCIONES: todas estas secciones son basadas en los resultados del grupo focal en donde ellos los niños expresaron las temáticas que les gustaría escuchar en un programa radial.

- **Í Cuéntame un cuentoÍ**: en esta sección se realizarán dramatizados basados en cuentos, mitos y leyendas de la Costa Caribe colombiana. Con el fin de rescatar la tradición oral que siempre ha caracterizado a esta región.
- **Í Significado de los nombresÍ**: como su nombre lo indica, aquí se explicarán los significados de los nombres que los mismos niños sugieran.
- **Í Educando a mi mascotaÍ**: los niños grabarán preguntas y dudas que tienen con respecto a su mascota para que se resuelvan al aire.
- **Í Tema del díaÍ**: se tratarán temas educativos para los niños de manera entretenida y acompañado de música apropiada. Por ejemplo se hablará de autores, ciencias naturales, hechos históricos etc., los cuales generalmente van ligados a días especiales.
- **Í El mensaje del díaÍ**: al finalizar el programa se darán tips diarios en pro de cómo cuidar la naturaleza desde nuestro hogar.
- **Í Programación musicalÍ**: el programa se caracterizará por su programación musical diversa, con canciones modernas, con letras sanas y ritmos pegajosos, además de tradiciones canciones infantiles.

LOCUTORES: los hermanos Sol y luna.

- **Sol:** es el hermano mayor, un joven con voz fresca, juvenil y amigable.
- **Luna:** es la hermana menor, tiene 5 años, y se caracteriza por ser alegre, tierna y preguntona.

EMISIÓN: Sábado 3:30 a 4:00 pm

PÚBLICO O TARGET: Niños y niñas entre 6 y 10 años.

EQUIPO DE TRABAJO:

➤ **Locutores: Luna:** Luna Montoya Pizarro

Sol: Amilkar Wong

➤ **Directora:** Andrea Pizarro Arrieta

➤ **Productoras:** Silvia Navarro Aguas

Daisy Muñoz Muñoz

➤ **Control:** Randolph Raccini

IMAGEN: el logo de **Í Universo KidsÍ** (página siguiente) está basado en su nombre y en los componentes del universo, como es el fondo oscuro, la luna y el sol representando la U y la O respectivamente. Además de ser estos (Luna y Sol) los nombres de los personajes principales del programa. Por su parte la clave de sol simboliza el carácter musical, mientras que el eslogan escrito con letras infantiles representa a los niños, audiencia del programa.



“Mi Lugar en la Radio”

PRESUPUESTO POR EMISIÓN DE PROGRAMA:

CONCEPTO	VALOR TOTAL \$
Director	2.000.000
2 Productores	3.000.000
Master (3 horas)	300.000
2 Locutores (3 horas)	600.000
Estudio de producción (3 horas)	105.000
Transporte reporteros	50.000
Llamadas	50.000
Papelería	50.000
TOTAL \$	6.155.000

11. PRODUCTO COMUNICACIONAL

GUIÓN PROGRAMA PILOTO Í UNIVERSO KIDS, mi lugar en la radio

DURACIÓN: 10´ aprox.

PRESENTADORES:

LOC1: Amilkar Wong Í SOLÍ

LOC2: Luna Montoya Pizarro Í LUNAÍ

MASTER: Randolf Raccini

FECHA DE GRABACIÓN: 17 de mayo de 2012

CONTROL: Cabezote 25+

SOL: hola a todos y todas, feliz tarde, bienvenidos a Universo Kids.

LUNA: ¡mi lugar en la radio!

SOL: Nosotros somos los hermanos Soló

LUNA: ¡Y Luna!

SOL: hoy en nuestro programa conoceremos un nuevo amigo

LUNA: (interrumpe) hermano, hermano, ¿quién es?

SOL: pues es Rafael Pombo.

LUNA: ¿y qué más tendremos?

SOL: para los que tenemos mascotas aprenderemos cómo cuidarlas y quererlas. Conoceremos los significados de nuestros nombres. Y también mucha música y diversión.

Para empezar escucharemos ~~la~~ la rebelión+, del Joe Arroyo. Luna ¿estás lista?

LUNA: siiiiiiiiiiiii

CONTROL: Canción La Rebelión 00: 32+. 00:57+

Pisador.

CONTROL: Primer plano Mirringa Mirronga 00:07+. 00:14+baja a segundo plano

LUNA: ahora sí hermano dime, ¿quién es Rafael Pombo?

SOL: Luna, Rafael Pombo fue un poeta colombiano que escribió muchos cuentos y fabulas para niños como tú, entre ellos Mirringa mirronga, que acabamos de escuchar, La pobre viejecita, Simón el bobito y el Renacuajo paseador de quien escucharemos su historia a ritmo de Rap:

CONTROL: entra rap El Renacuajo Paseador 33+

LUNA: súper chévere.

SOL: así es. Desafortunadamente Rafael Pombo ya murió pero nos dejó un legado de cuentos y fabulas maravillosas que todos los niños y niñas de Colombia deben conocer. Ahora sigamos con mas música!

CONTROL: Pisador Universo Kids

Canción Sinfonía inconclusa en el mar 0:55-01:15

LUNA: hermano me encanta esta canción

SOL: pero a quién no, si es súper bacana yailable.

CONTROL: Pisador Universo Kids

CONTROL: entrada sección %Educando a mi mascota+10+

SOL: Hoy en nuestra sección %Educando a mi mascota+ Sofía, nos hará una pregunta sobre su mascota.

CONTROL: Grabación (Hola soy Sofia tengo 9 años y tengo un perrito llamado Mariano y mi me molesta mucho que me pida comida mientras yo estoy en la mesa comiendo, qué hago?)

Canción música animal en segundo plano.

SOL: Sofía es cierto, eso molesta y además es de mala educación, por eso, antes de sentarnos en la mesa a comer démosle un juguete para que muerdan, así se entretienen y no nos molestan.

LUNA: gracias hermano. Ahora vamos a escuchar a uno de nuestros amigos que tiene algo que decirnos.

CONTROL: saludo Adriana 10+

SOL: gracias Adriana un saludo grande para ti y aquí está tu canción favorita.

CONTROL: canción Baby de Justin Bieber 00:42+00:57+

Pisador Mi lugar en la radio

Entrada sección %Cuéntame un cuento+10+

SOL: Hoy en %Cuéntame un cuento+, escucharemos la historia de %la candela viva+ leyenda del Caribe colombiano

Cuento: La Candela Viva (Guión Adjunto) 3q

Coro canción La Candela Viva

Canción la Candela Viva segundo plano

LUNA: me gustó mucho esa historia hermano

SOL: a mi también me gusta mucho Lunita, de hecho hay una canción inspirada en esa historia.

LUNA: Ayy escuchémosla

CONTROL: Canción la candela viva 0:29 . 0:57

Pisador Universo Kids

Saludo Kevin Flórez 10+

Canción %Negra+Kevin Flórez 1:44+. 2:06+

Pisador Mi lugar en la radio

Canción instrumental en segundo plano

SOL: Luna, ¿tu sabes qué significa tu nombre?

LUNA: no

SOL: pues a partir de hoy en todos nuestros programas aprenderemos el significado de nuestro nombre, por ejemplo el tuyo significa brillar, iluminar.

LUNA: ¿de verdad? ¡Ay qué bonito! Ahora con otro, otro

SOL: ¿cuál quieres saber?

LUNA: mmm yo tengo un amiguito que se llama Daniel

SOL: Daniel significa justicia de Dios

LUNA: otro, otro eeee, Andrea

SOL: Andrea significa valiente y bella, ¿bonito verdad?

LUNA: sí, ¿podemos saber más?

SOL: claro, pero en nuestro próximo programa.

CONTROL: saludo Juan David pidiendo canción BEN 10 10+

Canción BEN 10 00:33+00:59+

SOL: Juan David, espero que hayas disfrutado la canción de BEN 10

CONTROL: CANCIÓN BEN 10 primer plano (50)

Pisador

SOL: amiguitos y amiguitas, desafortunadamente se nos acabó el tiempo

LUNA: espera hermano no me has dicho ¿cuál es el mensaje del día para cuidar el medio ambiente?

SOL: claro a eso voy. Hoy cuando se bañen recuerden cerrar la pluma mientras se enjabonan así ahorrarán agua y ayudarán a preservar el medio ambiente.

LUNA: una canción, más, una más

SOL: claro, nos despedimos con la canción Color esperanza de Diego Torres que se a muchos les encanta. Los esperamos la próxima semana con más de Universo Kids

LUNA: ò mi lugar en la radio.

SOL Y LUNA: chaooo!

CONTROL: canción Color esperanza 01:56+02:15+

Cabezote 25+

11.1 Guión Dramatizado La Candela viva

Personajes:

1. **Narrador: Manuel Lozano**
2. **Voz de la candela: Daisy Muñoz**
3. **José: Iván Torres**
4. **Campesino: Mayco Padilla**
5. **Esposa: Yina Muñoz**

Narrador: en el departamento de Sucre, los campesinos acostumbran a quemar el monte para preparar la tierra y sembrar sus cultivos de yuca, maíz y ahuyama.

Control: Sonido de grillito de noche o animalito de noche.

José: hija mañana temprano me voy para el monte, porque ya se acercan las lluvias y hay que preparar la tierra para sembrar los cultivos. Me haces la comida para llevármela.

Esposa: ah bueno mijo, yo te empaco la comida.

Narrador: esa noche, el campesino soñó que una candela en forma de persona le decía

Control: Sonido candela.

Voz candela: no deben quemar la naturaleza, porque mueren muchos arboles, animales, y los ríos y lagunas se secan.

Narrador: el campesino despertó asustado.

José: Transpiración (asustado).

Control: Gallo

Narrador: al día siguiente, el campesino salió a quemar el monte, tal como lo había planeado.

Control: Sonido de pasos en el monte.

Sonido Pajaritos

Narrador: al llegar allí, José se encontró con los otros campesinos que se dirigían a quemar la tierra.

Control: Pajaritos

José: aja compadre, ¡buenos días! ¿Cómo amaneció?

Campesino 1: Pues ¡ahí! ¡Será bien! Pero imagínate que anoche tuve un sueño bien raro. Una mujer me decía que no debía quemar la naturaleza.

José: ¿de verdad? ¡Yo también soñé lo mismo! (Sorprendido)

Campesino 1: sii??!! ¡Este Carlos también, justo ahorita me estaba contando! ¿Qué será eso? ¿Qué pasara?

José: bueno compadre, ¡pero no le prestemos mucha atención! ¡Eso son puras supersticiones de uno!

Narrador: Los campesinos se internaron en el monte para quemarlo, pero esta vez las cosas no salieron como se esperaba.

Control: Sonidos pasos en el monte

José: compadre, ¡yo me encargo de esta parte! ¡Usted queme por allá!

Control: Sonido de la candela

Narrador: cuando comenzó la quema, los animalitos que vivían en el monte salieron corriendo a refugiarse.

Control: Sonido pasos de animales corriendo y sonido de animalitos.

Sonido de angustia.

Narrador: a medida que pasaban las horas, la candela crecía y crujía lamentándose.

Voz candela: aaaaaaaaaaaaaay aaaaaaaaaayyy (lamentándose).

Control: Sonido de la candela

José: compadre traigan palos y machetes para bajar el fuego.

Control: Sonidos de palos golpeando el monte.

Sonido de fuego crujiendo.

Narrador: a pesar de los esfuerzos de los campesinos, la candela crecía mas y mas, se hacia mas fuerte y se extendía por todo el monte.

José: ¡compadres, compadres! ¡Salgamos de aquí porque esta es la candela viva! La candela viva que arrasa todo!!

Control: Sonido de gente corriendo y gritos.

Narrador: Los campesinos no tuvieron otra opción más que salir del monte, y a partir de ese momento, cuando se quema el monte, aparece la candela viva, castigando a quienes no cuidan la naturaleza.

Control: canción Candela Viva

12. CONCLUSIONES

La ausencia de un espacio para los niños y niñas en la programación radial de la ciudad de Cartagena, genera la necesidad de crear un espacio diseñado y dirigido especialmente para la audiencia infantil.

Para ello fue necesario trabajar con un grupo focal integrado por niños y niñas entre los 6 y 10 años, quienes expresaron sus gustos y preferencias en materia musical y en cuanto a temáticas para contenidos radiales. Basado en estos resultados se realizó el diseño del programa radial infantil, **%Universo Kids, mi lugar en la radio+**, cuyo objetivo principal es Educar y entretener a los niños y niñas de Cartagena entre los 6 y 10 años.

Durante el proceso de investigación y el trabajo con el grupo focal, se llegó a las siguientes conclusiones:

- La radio es un medio de comunicación que puede educar y entretener de manera informal, pero con grandes impactos.
- Históricamente los niños han sido relegados de la programación radial. Un ejemplo claro es el caso colombiano, donde solo ha existido una emisora dedicada a la audiencia infantil, llamada Colorincoloradio, la cual funcionó en el dial durante un corto tiempo, y en este momento se encuentra en la web, como emisora on-line.
- Actualmente los gustos musicales de los niños y niñas están influenciados por la programación comercial que se escucha a diario en las diferentes

emisoras de la ciudad, siendo el reggaetón y la música tropical los preferidos.

- Los niños entre 6 y 7 años son más receptivos ante la música infantil, ya que les recuerda su etapa preescolar, en la cual escuchaban con mayor frecuencia este tipo de música. Mientras los mayores de 8 años que ya tienen más tiempo en la primaria, han cambiado sus gustos por las canciones comerciales modernas, ya que su prioridad en esta edad es buscar modelos a seguir en actitudes y comportamientos adultos, entonces relacionan la música infantil con los niños más pequeños.
- La música es una herramienta de aprendizaje que estimula el desarrollo de habilidades cognitivas y facilita al niño el saber expresarse, disminuye la ansiedad y la timidez.
- A través de los contenidos musicales, se puede educar indirectamente. Las letras de las canciones influyen de acuerdo a su intención, a educar o mal educar a los niños. Quienes adoptan de ellas su vocabulario, mensajes, entre otros elementos.
- La comunicación social, a través de la comunicación para el desarrollo es la encargada de hacer que los medios de comunicación además de entretener e informar como tradicionalmente lo han realizado, también eduquen.

Esta investigación demuestra la necesidad y la pertinencia de crear y ejecutar un programa radial infantil como **UNIVERSO KIDS**, que brinde educación y entretenimiento acorde a su edad y necesidades, a la población infantil de Cartagena de Indias.

13. BIBLIOGRAFIA

ARNEDO REDONDO, Bertha Lucía. En la onda de la Radio. Cartagena de Indias: Editorial Universitaria. Cartagena, Colombia, 2011. Pág. 33

BUCKINGHAM, David. Crecer en la Era de los Medios de Comunicación. Madrid, España: Ediciones Morata S.L. y Fundación Paideia. 2002. Pág. 219

CASTILLO GÓMEZ, Diana. Propuesta de producción de programa de radio. Contacto X. Tesis de grado para obtener el título de Comunicar Social. Universidad Jorge Tadeo Lozano. Cartagena de Indias, Colombia. 2001

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Constitución Política de Colombia. Derechos Fundamentales. Bogotá. Congreso.1991. Art. 20.

COLOMBIA. MINISTERIO DE COMUNICACIONES. Políticas para la Radiodifusión en Colombia. Bogotá: Ministerio 2004. Pág. 11.

COLOMBIA. MINISTERIO DE COMUNICACIONES. Radio y pluralismo. Políticas de Radiodifusión Sonora Comunitaria. Bogotá: Ministerio, 2008. Pág. 11.

ECHEVERRÍA REINA, Elkin Fabricio y MORALES SIERRA, Ana Lucia. Programa deportivo para radio. Programa deportivo radial para Cartagena con base en las teorías de la sociología del deporte. Tesis de Grado para obtener el título de Comunicar Social. Universidad Tecnológica de Bolívar. Cartagena de Indias, Colombia. 2009.

ENSAYO Radio para hacer historia de Bertha Lucia Arnedo Redondo, Directora del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena. Cartagena, 2011.

ESCANDON BERNAL, Stefany Patricia; OBEZO CASSERES, Kandy Gisella; OROZCO RAMOS, Dálida Rosa. PROPUESTA DE DISEÑO DE LA EMISORA ESCOLAR DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICA DE PASACABALLOS IETP. Tesis de Grado para obtener el título de Comunicar Social. Universidad de Cartagena. Cartagena de Indias, Colombia. 2009.

ESPITIA, Adriana; PASTRANA, Cleris; PUENTE Laura. Aplicación del mercadeo social como estrategia para diseñar y promocionar el programa radial "Al rescate del patrimonio". Tesis de Grado para obtener el título de Comunicar Social. Universidad de Cartagena. Cartagena de Indias, Colombia. 2008.

GUMUCIO, Alfonso. Haciendo Olas. Historias de comunicación participativa para el cambio social. Pág. 43. Publicado por la Asociación Rockefeller. Estados Unidos de América. 2001

HAUSMAN, Cart; BENOIT, Philip y y O'DONELL, Lewis. PRODUCCIÓN EN LA RADIO MODERNA. Capítulo C. Una cápsula histórica sobre la radio: el pasado y el futuro se encuentran para el moderno programador y productor. Pág. 388. V edición. Editorial Color S.A. México. 2001

HERNADEZ R, Fernández C, Baptista P. Metodología de la investigación: Diseños experimentales de investigación: pre-experimentos, experimentos verdaderos y causiexperimentos. Segunda edición. México: Mc.Graw-Hill Interamericana S.A. 1998.Pág 106.

HILLIARD, Robert L. Guionismo para radio, televisión y nuevos medios. International Thomson Editores. Séptima edición. Pág. 3. México. 2000

MARRUGO, Alfonso. Radio Rebelde, el eslabón perdido de la radio educativa. Tesis de Grado para obtener el título de Comunicador Social. Universidad de Cartagena. Cartagena de Indias, Colombia. 2010.

MARTÍNEZ TERRERO, José. Teorías de la Comunicación. Universidad Católica Andrés Bello. 2006. Pág. 5. Ciudad Guayana, Venezuela.

MENDEZ ALVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Tercera edición. Bogotá, Colombia: Mc.Graw-Hill Interamericana S.A. 2001. Pág. 137

PINTO, Diana Patricia. Cataplum. Cartagena, Colombia. 2001. Tesis de Grado para obtener el título de Comunicar Social. Universidad Jorge Tadeo Lozano. Facultad de Ciencias Humanas, Artes y Diseño

QUINTERO GUERRERO, Ricardo. Chiquiradio un espacio seguro para niñ@s en la red. Tesis de grado. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia. 2008. Pág. 31.

RESTREPO, Clara Teresa; TELLEZ, Luis Eduardo. EDUCACIÓN MUSICAL EN EL PREESCOLAR. Universidad de Quindío. Programa de Educación Abierta y a Distancia. Ministerio de Educación Nacional. ICFES. Armenia, Quindío. 1986. Pág. 21

RESTREPO, Mariluz. Conformación Universitaria en Comunicación. En Revista Signo y pensamiento. Universidad Javeriana. Facultad de comunicación y lenguaje. 1997. Bogotá, Colombia. Pág. 79.

SEN, Amartya. DESARROLLO Y LIBERTAD. Capítulo 2. Los fines y los medios del desarrollo. Pág. 54. Madrid, España. Editorial Planeta. 2000

TORRICO VILLANUEVA, Erick. Abordajes y Periodos de la Teoría de la Comunicación. Bogotá. Grupo Editorial Norma. Pág. 130. 2004.

THOMPSON John B. La Media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Ediciones Paidós Ibérica. S. A. Barcelona, España. 1998. Citado por BONI, Federico. Teoría de los medios de comunicación. Barcelona. 2006. Pág. 22.

WILLEMS, E. Valor humano de la educación musical. Paidós. España, Barcelona. 1994

PAGINAS WEB

Biblioteca virtual Luis Ángel Arango del Banco de la República:
www.banrepcultural.org/blaavirtual/

Comisión Nacional de Televisión Colombia: www.cntv.org.co

Comunicación para el Cambio Social: www.communicationforsocialchange.org

Congreso de la República de Colombia: www.secretariasenado.gov.co

Emisora UdeC Radio: www.udcradio.com

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación FAO:
www.fao.org

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia: www.unicef.org

ANEXOS



"Mi Lugar en la Radio"

ANEXO 1. ENTREVISTAS GRUPOS FOCALES

Anexo 1.1. FORMATO DE ENTREVISTA PARA NIÑOS Y NIÑAS

La siguiente entrevista fue realizada a 10 niños y niñas del Colegio Bilingüe de Cartagena de los grados 1ro, 2do, 3ro, 4to, 5to. Con el objetivo de identificar los gustos de los niños y niñas de Cartagena entre 6 y 10 años en materia musical.

1. ¿Cómo te llamas?
2. ¿Qué edad tienes?
3. ¿Dónde vives?
4. ¿Escuchas radio?
5. ¿Qué días escuchas radio?
6. ¿A qué horas escuchas radio?
7. ¿Qué medio utilizas para sintonizar la emisora o dónde escuchas radio?
 - a) Grabadora
 - b) Equipo de sonido
 - c) Celular
 - d) Computador/internet
8. ¿Qué emisora escuchas?
9. ¿Por qué escuchas esa emisora?
10. ¿Qué música te gusta?
11. ¿Conoces la emisora UdeC Radio, 99.5 F.M.?
12. ¿Cuál es tu canción favorita?
13. ¿Quién es tu cantante favorito?
14. ¿Conoces o has escuchado un programa infantil en radio?
15. ¿Te gustaría escuchar un programa infantil en radio?
16. ¿Qué temáticas o tipo de música te gustaría escuchar en ese programa?
17. ¿Qué voz te gustaría escuchar en un programa de radio para niños y niñas?
 - a) Adulto/hombre
 - b) Adulto/mujer
 - c) Niño/niñas
18. ¿Te gustaría que tú pudieras llamar al programa para dar tus opiniones?
19. ¿Qué días escucharías un programa de radio infantil?
20. ¿A qué hora escucharías un programa de radio infantil?

Anexo 1.2 ENTREVISTA A NIÑOS Y NIÑAS ENTRE 6 Y 7 AÑOS

Grupo focal 2. Niños y niñas estudiantes del Colegio Bilingüe de Cartagena, de los grados 1ro y 2do.

Fecha: 27 de abril de 2012

Nota: aunque previamente se realizó un formato de entrevista, al momento de su ejecución, las preguntas formuladas y su orden variaron de acuerdo al interés de los niños y niñas y de sus respuestas.

Anexo 1.2.1 ENTREVISTA A JULIANA CORREA BENEDETTI EDAD 6 AÑOS. BARRIO TRECE DE JUNIO.

1. Cuéntame ¿escuchas radio?

J: Unas veces.

2. ¿Cuándo escuchas radio? ¿Cuáles veces?

J: Cuando esta mi mamá.

3. ¿Y eso generalmente es los fines de semana?

J: Si.

4. ¿Y dónde escuchas radio?

J: En Radio Tiempo.

5. ¿Y quién prende la grabadora, tu o tu mamá?

J: En el teléfono de mi mamá.

6. ¿Tú sabes buscar emisoras en el celular de tu mamá?

J: Si, es fácil.

7. ¿Y qué música te gusta más?

J: Mossa (Ai se eu te pego)

8. ¿Y qué cantante te gusta? Uno que te guste mucho.

J: uhõ

9. De los que acabamos de escuchar, que tu bailaste porque te gustaba, ¿recuerdas?

J: Cual es esa. La de. La otra.

10. El reggaetón. La de Danza Kuduro. Esa que dice *las manos arriba cintura sola, da media vuelta danza kuduro*.

J: Si, esa.

11. ¿Te gusta el reggaetón o solo esa canción?

J: Mossa y las manos arriba.

12. ¿Y te gustan las canciones infantiles? ¿La música de muñequitos te gusta?
¿De cuál te acuerdas ahorita?

J: La de Rosita Fresita.

13. ¿Alguna vez, cuando has estado con el teléfono de tu mamá, has escuchado un programa infantil?

J: Nunca. Solo cuando yo grabo.

14. ¿Te gustaría escucharlo, qué existiera un programa infantil en la radio?

J: Si me gustaría, pero no lo he visto.

15. Y si ese programa existiera, ¿qué te gustaría escuchar?

J: Rosita Fresita.

16. ¿Te gustaría que hablaran niños y niñas, o que hablaran los grandes?

J: Los niños.

17. ¿Y qué te gustaría que hablarán?

J: Lo del Patito Juan.

18. ¿Eso es un cuento?

J: No, una canción infantil.

19. ¿y te gustaría que contarán cuentos, por ejemplo, en ese programa de radio?

J: Si.

20. ¿Qué días escucharías ese programa ese programa de radio?

J: Los sábados.

21. ¿Los sábados en la mañana o en la tarde?

J: En la tarde porque mi mamá esta en la casa.

GRACIAS JULIANA

Anexo 1.2.2 ENTREVISTA A WILL SIERRA

EDAD 6 AÑOS

BARRIO LA CENTRAL

1. Will ¿Tú escuchas radio?

Will (W): Si.

2. ¿En donde?

W: En el celular.

3. ¿Tú solo buscas la emisora?

W: (asiente con la cabeza)

4. ¿Y qué músico o emisora escuchas?

W: ñ negra

5. ¿Negra? ¿Cuál es esa? ¿Cómo dice?

W: negrañ

6. Esa es la de Kevin Flores. ¿Qué música te gusta? ¿Salsa, reggaetó?

W: Reggaetón.

7. ¿Y te gusta la música infantil?

W: Si.

8. ¿Cómo qué canción te gusta?

W: La vaca lechera (la canta)

9. ¿Qué otra música te gusta? ¿El vallenato?

W: No.

10. ¿La champeta?

W: Si.

11. ¿Alguna vez has escuchado un programa infantil en radio?

W: (asiente)
12. ¿Cuál?
W: ò mmmò el celular
13. ¿Has escuchado en el celular música infantil?
W: Si.
14. ¿A ti te gustaría escuchar un programa radial infantil?
W: (asiente)
15. ¿Qué música te gustaría que pusieran?
W: La vaca lechera, los pollitos dicen, ò , la rueda rueda, el lobo
16. ¿Te gustaría que hablaran niños en el programa?
W: Si.
17. Te gustaría que tú pudieras llamara al programa?
W: (asiente)
18. ¿Qué días escuchas radio?
W: Los miércoles.
19. ¿A qué hora?
W: Cuando llego a la casa.
20. ¿Y los fines de semana?
W: (asiente)
21. ¿A qué hora en la mañana o tarde?
W: En la mañana.
22. ¿Qué más te gustaría escuchar cuando hablan los niños? ¿Te gustaría que hablaran niños o grandes?
W: Niños.
23. ¿Y de qué te gustaría que hablaran?
W: De juguetes.

GRACIAS WILL

Anexo 1.2.3 ENTREVISTA A JAVIER LAMBIS

7 AÑOS

BARRIO OLAYA

1. ¿Tú escuchas radio?
Javier (Ja): (asienta)
2. ¿En donde?
Ja: En el computador.
3. ¿Buscas alguna emisora o tienes música allí?
Ja: Yo busco la música no la emisora.
4. ¿Qué música te gusta?
Ja: Mosa (Au se eu te pego), color esperanzaò
5. ¿Qué cantante te gusta?
Ja: Silvestre.
6. ¿O sea te gusta el vallenato?

Ja: (asiente) y la salsa.
 7. ¿Qué días escuchas radio?
 Ja: Varios días.
 8. ¿Cómo cuales?
 Ja: Los sábados, los domingos.
 9. ¿En la mañana o tarde?
 Ja: En la mañana.
 10. ¿Alguna vez has escuchado un programa infantil?
 Ja: (niega con la cabeza)
 11. ¿Te gustaría escuchar uno?
 Ja: (asiente)
 12. ¿Qué te gustaría escuchar
 Ja: ñ mmmñ
 13. ¿Te gusta la música infantil?
 Ja: (señala más o menos con la mano)
 14. ¿Qué canción te gusta?
 Ja: ñ
 15. ¿Te gustaría que en el programa hablara un niño o un adulto?
 Ja: Adulto.
 16. ¿De que te gustaría que hablaran?
 Ja: De una isla.
 17. ¿Te gustaría que hablaran cuentos y cosas así?
 Ja: ñ (asiente)
 18. ¿Qué tipo de música te gustaría que pusieran?
 Ja: La reina, salsa, vallenato, a mi me gustan todas las canciones, reggaetón
 19. ¿Y te gustaría que el programa fuera en la mañana o tarde?
 Ja: En la mañana.
 20. ¿Los fines de semana?
 Ja: ujum (asiente)

GRACIAS JAVIER

Anexo 1.2.4 ENTREVISTA A ANA SOFÍA CONTRERAS RICARDO

BARRIO CHIPRE 7 AÑOS

1. Ana, cuéntame ¿tú escuchas radio?
 Ana (As): Sí.
 2. ¿Dónde la escuchas?
 As: En el radio de mi abuela o en el celular de mi mamá.
 3. ¿Y tú buscas la emisora o alguien te ayuda?
 As: Yo sola la busco.
 4. ¿Y qué emisora escuchas?
 As: Tiempo cristiano.

5. Entonces te gusta la música cristiana.
As: Sí, y también la salsa del Joe Arroyo.
6. ¿Y te gusta la música infantil?
As: Si. Me gusta la canción de la vaca lola. La escucho en el televisor, que se pone las canciones y los videos en el dvd. Lo escucho a todo volumen y despierto a los vecinos.
7. ¿Y por qué a todo volumen y despertar a los vecinos?
As: Porque me gusta.
8. ¿Alguna vez has escuchado un programa radial infantil?
As: No. Pero si me gustaría escucharlo.
9. ¿Y te gustaría que hablaran niños o adultos?
As: Niños.
10. ¿Y qué te gustaría escuchar en ese programa?
As: Me gustaría escuchar cuentos, música, que pudieran llamar más niños a la emisora y saludar y pedir canciones.
11. ¿Y a qué horas te gustaría escuchar el programa?
As: En la tarde los días de semana y en los fines de semana todo el día y que sea desde las 4 de la mañana para despertar al vecino con música.
12. ¿Y por qué quieres despertar al vecino?
As: Porque sii
13. ¿Ana has escuchado alguna ve la emisora udec radio?
As: No.

GRACIAS ANA SOFIA

ANEXO 1.3. ENTREVISTA A NIÑOS Y NIÑAS ENTRE 8 Y 10 AÑOS

Grupo focal 2. Niños y niñas estudiantes del Colegio Bilingüe de Cartagena, de los grados 3, 4 y 5.

Fecha: 26 de abril de 2012

Nota: aunque previamente se realizó un formato de entrevista, al momento de su ejecución, las preguntas formuladas y su orden variaron de acuerdo al interés de los niños y niñas y de sus respuestas.

Anexo 1.3.1 ENTREVISTA A SOFÍA PERÉZ PERÉZ

EDAD 8 AÑOS- BARRIO CASTILLETE

1. Sofía, ¿tú escuchas radio?
Sofía (So): Si.
2. ¿Dónde la escuchas?
So: En mi casa.
3. ¿Qué días?
So: Los viernes y los jueves.
4. ¿En la tarde?

So: Si, en la tarde.

5. ¿Y, generalmente cuando escuchas música en las emisoras, tú prendes la radio o la escuchas en el celular, en el computador, en el MP3?

So: En el celular.

6. ¿En el celular de quién?

So: De mi papá.

7. ¿Y tu misma buscas lo que quieres escuchar?

So: Si.

8. ¿Y qué te gusta escuchar?

So: Vallenato.

9. ¿Qué cantante te gusta? ¿De todos cuál te gusta más?

So: Rafael Orozco.

10. ¿Alguna vez has escuchado un programa infantil?

So: Si, Discovery Kids.

11. ¿Y en la radio?

So: No, nunca.

12. ¿Te gustaría escuchar un programa infantil?

So: Si.

13. ¿Qué te gustaría escuchar en ese programa?

So: Muñequitos.

14. Pero, en un programa de radio ¿qué te gustaría escuchar?

So: Una música infantil.

15. ¿Y qué más?

So: Ya.

16. ¿Te gustaría que quién hablará fuera un niño o una niña o una persona grande?

So: Una persona grande.

17. ¿Y por qué no te gustaría un niño o una niña?

So: Es como aburrido.

18. ¿Qué te gustaría que esa persona hablará, el locutor grande?

So: Me gustaría que hablará de historias de cantantes, las noticias y ya.

19. ¿Te gustaría escuchar cuentos?

So: Si.

20. ¿Y te gustaría que pudieras llamar y decir yo me llamo Sofia y me gustaría saludar a mi mamá y a mi papá, a mi hermana?

So: Si.

GRACIAS SOFIA

Anexo 1.3.2 ENTREVISTA A DANIEL ESCORCIA.

8 AÑOS

BARRIO LA CONCEPCION.

1. ¿Tú escuchas radio?

Daniel (D): Si.

2. Si ¿y cuando escuchas radio generalmente la escuchas en donde?

D: Allá donde mi abuela ella tiene una grabadora.

3. ¿Y quien pone la música ella o tu?

D: Yo, porque ella no la sabe poner.

4. ¿Qué emisoras buscas generalmente?

D: Nooñ busco la música que me parezca.

5. ahh no una emisora sino mas bien donde estén poniendo música que te guste?

D: Si.

6. ¿Y qué música te gusta?

D: Me gusta bastante el rock.

7. ¿En ingles o en español?

D: Cualquiera de las dos.

8. ¿Cuál es tu canción favorita?

D: mmm, no tengo favorita.

9. Una así que cuando estén dando tú dices ¡ay esa me gusta!

D: Todas.

10. Recuérdame una.

D: ò mmmñ . No me acuerdo

11. ¿Un cantante de rock?

D: ò

12. ¿Más o menos como suena eso?

D: Suena como con guitarra, con guitarra de rock, eléctrica.

13. ¿Y aparte del rock qué más te gusta?

D: mmmñ a veces un poquito el vallenato, algunas canciones.

14. ¿Cómo de quién, de Silvestre, Felipe Peláez, de los viejosñ

D: a veces del Joe

15. pero el Joe es salsañ

D: (asiente con la cabeza)

16. Entonces quedamos en qué te gusta el rock, el joe y algunos vallenatos

D: (asiente con la cabeza)

17. ¿La champeta?

D: No.

18. La salsa?

D: Más o menos.

19. ¿El merengue?

D: No.

20. ¿El reggaetón?

- D: Más o menos.
21. ¿Pero te gusta el rock?
- D: (asiente con la cabeza)
22. Bueno entonces cuéntame, ¿cuándo escuchas radios, a qué hora, todos los días?
- D: ò me gusta irme donde mi abuela los domingos a escuchar
23. ¿En la semana poco escuchas radio?
- D: Poco.
24. ¿Entonces me dijiste que tienes emisora favorita?
- D: (niega con la cabeza)
25. ¿Has escuchado hablar de UDC radio?
- D: No.
26. UDC radio es la emisora de la Universidad de Cartagena y está en el 99.5 fm. ¿Tienes algún cantante favorito?
- D: mmm Justin Bieber
27. Si te dicen que van a hacer un programa para niños de tu edad ¿qué te gustaría que pusieran?
- D: El rock.
28. ¿No te has acordado de alguna canción?
- D: No. No me acuerdo
29. ¿Y qué te gustaría en voces escuchar? ¿Cuando alguien va hablar, que sea grande, hombre, niño?
- D: Ambas.
30. Ambas, grandes y niños, hombres y mujeres, todos, ¿no te molesta?
- D: No.
31. Cuando no ponen música ¿de qué te gustaría que hablaran?
- D: hablaran de ò mmmm
32. ¿Te gustaría poder llamar?
- D: Si, y hacer preguntas.
33. ¿Qué te felicitaran en tu cumpleaños y ese tipo de cosas?
- D: Si.

GRACIAS DANIEL

Anexo 1.3.3 ENTREVISTA A ISABELLA GÓMEZ QUEZADA

EDAD 9 años. - BARRIO CASTILLETE

1. Isabella, ¿tu escuchas radio?
I: Si.
2. ¿Cuándo escuchas radio? ¿Qué días o qué horario?
I: Yo escucho más que todo el sábado.
3. ¿Los sábados en la mañana o en la tarde?
I: Los sábados a cualquier hora. En la mañana, al medio día o en la tarde.
4. ¿Y dónde sintonizas la emisora?
I: En la grabadora.
5. ¿Qué emisora escuchas?
I: Me gusta escuchar Tropicana.
6. Tropicana ¿Por qué?
I: Tropicana porque pone mucho reggaetón. Me gusta escuchar también oxígeno.
7. ¿Y por qué?
I: Porque ponen salsa. Y a veces rumba.

8. ¿Cuál es la música que más te gusta?
I: Salsa.
9. ¿Cuál es tu cantante favorito de salsa?
I: No tengo.
10. ¿Qué canción te encanta, qué apenas la escuches la bailes?
I: Aahhh. Mi cantante favorito. Si tengo. Me encanta Juan Luis Guerra, y la canción de él que me encanta es la Guagua. No se si las escuchado.
¡Tira la palanca y endereza, que la guagua va en reversa!
11. ¿Tú conoces la emisora UdeC Radio?
I: No.
12. ¿Alguna vez has escuchado un programa infantil en la radio, los días que escuchas?
I: No, nunca. Siempre estoy tratando de sintonizar uno, pero nunca.
13. ¿No has encontrado un programa infantil?
I: En la televisión si vi que Audio Cuento o algo así, pero mi papá dijo que eso era solo no más para Bogotá, que aquí no se podía escuchar.
14. ¿Es decir que a ti te gustan los cuentos?
I: Si. Me encantan.
15. ¿Y te gustaría que hubiese programa radial infantil?
I: ¿Cómo así?
16. ¿Que existiera un programa radial que fuera infantil, hecho para niños?
I: Si.
17. ¿Y en qué horario te gustaría? ¿En qué día lo escucharías?
I: Sábados, días festivos y domingos también. Más que todo me gustaría en diciembre.

18. ¿En diciembre?
- I: Si, porque o que pusieran música navideña y decir cosas navideñas.
19. ¿Y qué te gustaría que hubiese en el programa además de música navideña, en el caso de diciembre? ¿En general que te gustaría escuchar?
- I: No solo música infantil; también escuchar cuentos, oraciones, mensajes. Y no solo música infantil. También puede ser de otro tipo.
20. ¿Y te gustaría escuchar a niños o niñas que fueran presentadores o prefieres que sean adultos?
- I: No niños.
21. ¿Te gustaría que fueran niños?
- I: Si.
22. ¿Y te gustaría que tú, por ejemplo pudieras llamar y hablar y enviar mensajes?
- I: Si

GRACIAS ISABELLA

Anexo 1.3.4 ENTREVISTA A ANDREA RODRÍGUEZ GALVIS

EDAD 9 AÑOS- BARRIO LOS CARACOLES

1. Andrea, cuéntame ¿tú escuchas radio?
- Andrea (A): Si.
2. ¿Qué escuchas?
- A: Escucho con mi prima canciones de reggaetón, todo eso. A veces escucho salsa, porque a mi prima también le gusta eso, entonces por eso.
3. ¿Y qué emisora escuchas?
- A: La Reina y Tropicana.
4. ¿Tu prima es la que pone la música, pero tú sabes buscar una emisora en radio?
- A: Más o menos.
5. Y generalmente, cuando tu solita escuchas música ¿cómo lo haces? En el celular, en un MP3, en el computador.
- A: En la grabadora.
6. ¿Tú vas buscando y lo que te gusta lo dejas?
- A: Exacto, la canción que me gusta.
7. ¿Cuál es la música que más te gusta Andrea?
- A: Dutty Love de Don Omar y una canción de Selena Gómez.
8. ¿Tus cantantes favoritos quienes son?
- A: Selena Gómez, Demi Lovato, el dueño del sistema Raycon, Don Omar, Daddy Yankee y entre otros.
9. ¿Pero esos son los que más te gustan?
- A: Si los que más me gustan.
10. ¿Y qué tipo de música te gusta más, el reggaetón, la salsa, el merengue, el vallenato, infantil?

- A: El reggaetón y dance hall, y las canciones en ingles.
11. ¿Cuándo escuchas emisoras, alguna vez has escuchado un programa infantil?
- A: ¿En las emisoras?
12. ¿En la radio alguna vez has escuchado un programa infantil?
- A: No.
13. ¿Y te gustaría escucharlo?
- A: Si.
14. ¿Qué días escucharías ese programa?
- A: Con mi hermanita lo escucharíamos los viernes, sábados y domingos que nos vemos más. Y los lunes.
15. ¿Los viernes y los lunes por la tarde porque estudias?
- A: Si.
16. ¿Y los sábados y domingos a qué horas? En la mañana, en la tarde o en la noche.
- A: En la noche.
17. ¿Actualmente, qué días escuchas radio?
- A: Todos los días, porque yo hago mi tarea y después estudio y después me pongo a escuchar música.
18. ¿Los fines de semana escuchas más o todos los días igual?
- A: Todos los días no; pero los fines de semana me dedico a estudiar y a veces a jugar con mis amiguitos, pero nunca.
19. No escuchas radio ¡Claro, porque puedes salir!
- A: Puedo cuando arreglo mi cuarto, cuando hago los oficios en mi casa.
20. ¿Mas que todo en las mañana cuando todavía estas esas?
- A: Exacto.
21. ¿Tú conoces la emisora UdeC Radio?
- A: No.
22. Andrea, ¿qué te gustaría escuchar en un programa que fuera hecho para ustedes, para los niños y niñas de tu edad?
- A: Canciones, obvio. Muñequitos, que participarán actrices.
23. Pero es un programa de radio ¿Qué tipo de música te gustaría escuchar?
- A: Dance Hall, reggaetón; pop, poquito en ingles; y el vallenato.
24. ¿Y qué te gustaría que hablen?
- A: Que hablen algo mas de las actrices y que leyeran cuentos, todo eso.
25. ¿Te gustaría escuchar la voz de niños o niñas, o de un hombre o mujer adultos?
- A: Depende. Más me gustaría un hombre grande.
26. ¿Pero si te gustaría participar a ti en el programa llamando o enviar mensajes, que se escuche tu voz?
- A: Si

GRACIAS ANDREA

Anexo 1.3.5 ENTREVISTA A SEBASTIÁN OROZCO ARROYO

EDAD 10 AÑOS- BARRIO BOSTON

1. ¿Tú escuchas radio?
Sebastián (S): Si.
 2. ¿Dónde la escuchas?
S: En mi casa.
 3. ¿Qué días?
S: Los viernes.
 4. ¿A qué horas?
S: En la tarde. Escucho La Mega.
 5. ¿Y, generalmente cuando escuchas música en las emisoras, tú prendes la radio o la escuchas en el celular, en el computador, en el MP3?
S: En el equipo de sonido que está en la casa.
 6. ¿Y tú mismo buscas lo que quieres escuchar?
S: Si.
 7. ¿Y qué te gusta escuchar?
S: Reggaetón
 8. ¿Qué cantante te gusta? ¿De todos cuál te gusta más?
S: Reikon
 9. ¿Alguna vez has escuchado un programa infantil?
S: No.
 10. ¿Te gustaría escuchar un programa infantil?
S: Si.
 11. ¿Qué te gustaría escuchar en ese programa?
S: Reggaetón.
 12. ¿Y qué más?
S: Solo Reggaetón y champeta.
 13. ¿Te gustaría que quién hablará fuera un niño o una niña o una persona grande?
S: Un niño.
 14. ¿Qué te gustaría que esa persona hablarán?
S: Me gustaría que contaran historias y dijeran cosas de los cantantes.
 15. ¿Te gustaría escuchar cuentos?
S: Si
 16. ¿Y te gustaría que pudieras llamar y decir tu nombre o saludar a alguien?
S: Si
- GRACIAS SEBASTIÁN**

Anexo 1.3.6 ENTREVISTA A ELLYS YULIETH SEQUEDA VÉLEZ

10 AÑOS-BARRIÓ LOS EJECUTIVOS

1. ¿Tú escuchas radio?
Ellys (E): Si.
2. ¿Cuándo escuchas radio? ¿Qué días o qué horario?
E: Los sábados y domingos, mis hermanos la ponen cuando van a hacer el aseo.
3. ¿En la mañana o en la tarde?
E: Todo el día.
4. ¿Y dónde sintonizan la emisora?
E: En el equipo.
5. ¿Qué emisora escuchas?
E: Me gusta escuchar Tropicana, La reina y la mega.
6. ¿Cuál es la música que más te gusta?
E: el reggaetón, la salsa y el vallenato.
7. ¿Cuál es tu cantante favorito?
E: poncho Zuleta, Diomedes, Selena Gómez
8. ¿Tú conoces la emisora UdeC Radio?
E: No.
9. ¿Alguna vez has escuchado un programa infantil en la radio, los días que escuchas?
E: No
10. ¿Y te gustaría que existiera un programa radial infantil?
E: Si
11. ¿Y qué te gustaría que hubiese en el programa?
E: Música infantil,
12. ¿Solo música infantil, no quieres incluir otro tipo de música también?
E: Sí. Porque no me parece que la música infantil quede bien con vallenato o salsa, eso no pega. Es mejor que sea solo música infantil.
13. ¿Y si un día que estés escuchando radio encuentras un programa con música infantil y en otra emisora están poniendo vallenato, con cual te quedas?
E: Con el vallenato.
14. ¿Y te gustaría que tú, por ejemplo pudieras llamar y hablar y enviar mensajes?
E: Si. Poder saludar a mi familia y amigos y pedir canciones.
15. ¿Y te gustaría que la voz del programa fuera de un niño o un adulto?
E: Un adulto mejor.
16. ¿Y porque no un niño o una niña?
E: no me gustaría, creo que sería aburrido.

GRACIAS ELLYS

ANEXO 2. ENTREVISTAS ESPECIALISTAS

Anexo 2.1. ENTREVISTA A MARTHA AMOR

Directora de la emisora UDC Radio 99.5 FM.

Comunicadora social-periodista.

1. ¿Cuáles son los antecedentes de programas infantiles en UdeC radio?

M: Bueno nosotros la primera experiencia que tuvimos respecto a esto fue una propuesta presentada por Plan Internacional y el programan se llamó %universo Plan+. La idea era trabajar con niños que están beneficiados por el programa social que tiene esta ONG internacional, porque era dirigido a ellos y era además, que fuera hecho por ellos.

2. ¿Cómo fue la experiencia?

M: Fue una experiencia muy bonita, dejó muchos aprendizajes, una de las dificultades más grandes fue que se pensaba que hacer radio era sencillo y se dieron cuenta porque querían cambiar cada semana que no fueran los mismos locutores, los mismos reporteritos, y resultó que el talento lo tenían unos cuantos, además que no solo era talento sino que también había que entrenarlos entonces era una tarea muy ardua entrenar cada semana un grupo distinto, además que tenían que buscar notas además que tenían que hacer el programa, entonces básicamente eso se desarrollo cuando se identificaron los niños adecuados, porque las pretensiones eran tener niños diferentes y pequeños cada semana. Entonces contrataron un egresado que conocía la emisora para que trabajara el programa y guiara los niños. Y aunque en su primera etapa no pasó, se realizaron las correcciones y ajustes respectivos para hacer una mejor propuesta.

Empezó el programa, los jóvenes ya no eran tan jóvenes, al final quedó un grupo que estaba entre los 13 y 16 años, no se pudo cambiar cada semana de voz, siempre fue el mismo grupo de jóvenes. A ellos les tocaba hacer reportería en diferentes barrios y la experiencia que ellos nos cuentan fue bien interesante, pero lo más chévere que me parece a mí fue que se pudo cambiar ese formato de programa que era hecho por adultos ya ellos mismos lo hacían con su propio lenguaje, se apropiaron mas del lenguaje de la radio y tocaron temáticas que los afectaban directamente. Tanto es así que era un programa muy de contenido, con poca música y los jóvenes se interesaban por esos temas y sí les gustaba que pares de ellos trabajaran la temática, eso lo supimos por algunos oyentes que nos lo hicieron saber.

La otra buena experiencia de Plan fue que como esta es una ONG que está en muchísimas partes del mundo, ellos se reúnen cada tanto y hay unos informes regionales y la experiencia de Plan Internacional Cartagena con el programa de radio fue premiada y reconocida a nivel internacional por todo el mundo, ósea el presidente del mundo de Plan lo exaltó como una experiencia Piloto, como una experiencia para mostrar al mundo, en la conferencia anual que creo que

realizaron en México. Y la periodista más importante de Noruega creo, porque creo que ese es el país de la sede base de Plan, vino acá a la ciudad de Cartagena y entrevistaron a los jóvenes que realizaron el programa, para que contaran su experiencia porque querían replicarla en otras sedes.

Desafortunadamente el programa se acabó, cumplió su ciclo. El jefe de prensa de ellos salió y parece que el nuevo jefe de prensa que entro, no continuó con el proyecto. La directora de plan me ha manifestado su intención de continuarlo pero realmente no ha sido posible.

Yo pienso que una de las cosas que ha detenido esto es que nosotros inicialmente cuando la emisora comenzó necesitábamos muchas colaboraciones para tener la programación al día y nosotros pues básicamente estimulábamos la programación que nos podía llegar y no cobrábamos, pero pues ya por políticas de la institución, de la universidad, no es cobrar pero sí que los gastos que representa la producción de un programa radial, debe asumirlo una institución si viene de fuera. Eso por un lado y por otro lado, la institución también tiene unas líneas muy claras y se podría ver como celos pero realmente es una razón de ser muy poderosa y es el hecho de prevalecer la mayoría de los programas de contenidos realizados por la misma universidad, porque la universidad como institución de educación superior, maneja el conocimiento, los docentes, los investigadores, los semilleros, están todo el tiempo produciendo conocimiento específico sobre un área, y hay unas líneas de investigación estratégica que se manejan en la universidad y lo que quiere decir que el conocimiento que se ha construido ahí es de autoridad o de un nivel mucho más amplio como para que personas de pronto de afuera que no están manejando la misma área del conocimiento vayan a tratar la misma temática. No puede la emisora de la universidad, que se asocia directamente con lo que produce en conocimiento, tener por fuera de su regulación o por fuera de su manejo, un tema sobre conocimiento que se está produciendo y elaborando desde la universidad.

Entonces eso ha hecho, como les decía que las instituciones que no sean la universidad de Cartagena tienen que surtir un proceso mucho más largo para poder entrar, aunque no es el caso de plan, porque tiene convenios con la universidad de Cartagena, pero sí, nos han manifestado que no tienen recursos.

3. ¿Cuánto tiempo demoró el programa al aire?

M: Me tocaría mirar en los registros, nosotros tenemos una permanencia mínima de 6 meses, yo creo que de ejecución fueron 6 meses o un año. Eso empezó en el segundo semestre de 2008.

4. ¿Qué otra experiencia han tenido en materia de programas infantiles?

M: Bueno ya después de eso no ha habido más. Pues nosotros teníamos una reporterita que nos hacía un %Sabías queõ +de un programa, era como una nota, pero no un programa infantil, y fue muy bonita la experiencia la niñita muy pila.

Después hubo un proyecto presentado por la hija de un profesor de la universidad ella tenía como unos 11 o 10 años, ella tenía un proyecto que fue descrestan te porque tú te imaginas que te van a hablar de los pitufos o un tema muy infantil, pero realmente era un programa que se llamaba, %Sociedad, tecnología y medio ambiente+ y bueno entonces en sociedad hablaban de tribus urbanas, de todo de los emo, ósea me pareció demasiado. El programa yo lo vi súper bien estructurado, y entonces como mi hijo estaba más o menos en esa edad, conformaron un equipo de trabajo y estaban emocionado, pero al final no continuaron el proyecto, al parecer la niña se desmotivó o estaba muy ocupada y no continuaron con eso.

5. ¿En qué horario podría ser un programa infantil radial?

M: Bueno eso es un trabajo que hay que hacer delicada y concentradamente porque los niños no consumen radio, porque es difícil, hay otras opciones de consumo más familiares a los niños, mira que ni hay programación infantil en las emisoras.

ANEXO 2.2 ENTREVISTA A RUTH MARÍA MUÑOZ MADARIAGA

Licenciada en Educación Infantil con Énfasis en Educación Física, Recreación y Deporte.

Vía telefónica

Fecha: 26 de marzo de 2012

1. ¿Cuál es la mejor manera de llegarles a los niños y niñas?

R: Al trabajar con los niños y niñas en el aula de clase o en cualquier lugar debemos empezar con una motivación de entrada.

La motivación de entrada prepara al niño y a la niña para que estén dispuestos a recibir las orientaciones pedagógicas y a comunicar sus ideas previas con relación al tema que se va a trabajar.

Esta motivación puede hacerse con chistes, adivinanzas canciones o poemas, es decisión de quien dirige la actividad, que a su vez permite a la docente acercarse a los pequeños y ganarse su confianza.

Tú cortas la motivación cuando se pierda el interés.

Recuerden que para trabajar mejor con los niños y niñas es fundamental la parte lúdica.

2. ¿Qué métodos nos recomienda utilizar para mantener la concentración de los niños y niñas, desde su experiencia laboral?

R: Hay que sacar a los niños y niñas de las cuatro paredes y permitirles que ellos sean creativos y hagan lo que quieran hacer.

Tú, como docente, en el salón de clases puedes preparar canciones o dinámicas alusivas al tema que vas a dar sea cual sea. Sin embargo, hay que tener en cuenta, por ejemplo, que las rondas y la música que usemos debe adecuada a la edad de los niños y niñas.

También puedes contar anécdotas de las cuales saques moralejas sobre la temática. Otra forma de atraer y mantener su atención es darle unos minutos al iniciar la clase, para que ellos se expresen, ya sea cantando o narrando historias. Claro que después le toca el turno a la profesora o profesor, quien debe demostrar su creatividad, también por medio de canciones o historias.

Te repito, la prioridad es dejar de ser el docente y tratar de ser su amigo, para ganarte la confianza de las niñas y los niños.

3. ¿Qué estrategias podemos utilizar para trabajar con los niñas y niños?

R: Pues yo considero que pueden utilizar canciones, adivinanzas, rondas, dinámicas; siempre teniendo en mente que la parte lúdica es primordial.

Al final todo depende de cómo el docente o de quién realice las actividades oriente la clase.

4. ¿Qué actividades nos recomienda realizar para saber cuáles son los gustos musicales de los niños y niñas de entre 6 y 10 años?

R: Ustedes para saber los gustos musicales de las niñas y niños pueden buscar canciones de diversos géneros, como reggaetón y rondas infantiles. Entonces como actividad lo que hacen es cantar un pedazo de la canción que ustedes ya han seleccionado previamente, o se las colocan a escuchar por medio de una grabadora.

De cualquier manera ustedes podrán notar cuáles les llaman la atención, y también pueden preguntarles entre una y otra canción si les gusta o no, o al final de todas las canciones pueden hacer el mismo ejercicio. ¿Les gustó la actividad? ¿Qué canción les gustó más? ¿Por qué? O las preguntas que ustedes consideren. Otra estrategia puede ser que ellos canten las canciones que les gustan.

5. ¿Qué actividad podemos realizar para saber el tipo de voz que les gustaría escuchar en un programa de radio?

R: Una opción es poner a cantar a varios adultos una canción, después que la misma canción la cante uno o varios niños, también pongan a algunos jóvenes.

A cada grupo por separado lo graban y esto se lo muestran a los niños y niñas con los que van a trabajar.

Ustedes pueden analizarlos mientras escuchan y les pueden preguntar al final cuál les gustó más.

6. ¿Cómo podemos saber las temáticas que les prefieren o que les llaman la atención a los niños y niñas?

R: Bueno, una opción es que ellos creen un cuento hayan escuchado y que sea el que a ellos más les guste. Después los ponen a hablar, que ellos cuenten lo que escribieron. Esta actividad también la pueden hacer para saber sus gustos.

Otra posibilidad es darles hojas y lápices para que dibujen. El dibujo puede mostrar lo que los niños llevan dentro, porque es el reflejo de sus gustos, su vida, sus odios, tristezas y alegrías.

Sin embargo no les recomiendo utilizar colores, aunque les posibilita ser más creativos, pero los niños se entusiasman más y se demoran, y con sus limitaciones de tiempo cada segundo cuenta.

7. ¿Cuál sería la actividad apropiada para que los niños y niñas nos digan el nombre que les gustaría para un programa de radio infantil?

R: Pueden realizar un concurso. Les preguntan que nombre les gustaría que llevara un programa de radio dirigido a ellos.

Tengan en cuenta que en un concurso infantil nadie pierde, porque no hay competencia. Todos ganan.

8. ¿Cuánto tiempo estima usted que debe demorar un programa de radio infantil, dirigido a niños y niñas de edades de entre 6 y 10 años?

R: No más de 30 minutos. Aunque me parece mucho tiempo para que un niño este concentrado totalmente. Un tiempo estimado entre 15 y 30 minutos, para que sea realmente efectivo.

Yo les recomendaría que el programa fuera de 15 minutos, repartidos en 5 minutos de motivación y 10 de desarrollo del programa.

Anexo 2.3 ENTREVISTA LUIS RAMÓN VIÑA.

Comunicador social. Profesor de diseño y producción de radio de la Universidad Tecnológica de Bolívar de Cartagena

Marzo 27 de 2012

1. ¿Qué opina de los programas infantiles?

M: Yo no creo en la existencia de emisoras o programas infantiles ni juveniles, lo que sí creo es que existen estaciones radiofónicas donde hay programas que se deben destinar a un público que puede estar comprendido entre ciertas edades que se denominan ~~radio~~ *radio joven* que es una categoría más concreta y más fácil de manejar.

2. ¿Qué antecedentes conoce de programas infantiles en Colombia?

M: Yo llevo más de 25 años haciendo radio, especialmente en Bogotá, sobretodo en emisoras de interés público. En la Radiodifusora Nacional habían 2 programas diseñados a la población infantil, uno se llamaba Gotita de Agua, cuyos materiales, programas se hicieron en cinta de carreta abierto, y tenía una duración de media a una hora, y solo se emitía los sábados. En la emisora Javeriana que es cultural privada nunca que yo sepa ha existido un programa infantil. Yo no conozco la experiencia a nivel mundial de radio destinada narrativamente.

Hablando de radio destinada a niños creo que es muy difícil establecer radio destinada a esa población, primero porque es muy difícil de manejar lo mismo que la radio joven.

La radio tiene una especie de doble estructura la radio narra desde una programación en continuidad es decir que se establece 360 días al año continuamente que tiene doce meses de duración que va cambiando y surgiendo las cosas, una programación en continuidad es una programación que se establece domingo a domingo y que se establece de 12 a 24 horas. A mí lo que me parece es que es muy posible desde la narrativa de continuidad, y una segunda que es que la radio narra desde los programas, géneros, formatos desde esa perspectiva si podríamos hablar de que es posible diseñar programas para los niños, porque una población infantil es muy difícil fijar su atención en una narrativa en continuidad y de 24 horas, es muy complicado, porque no están constantemente fijos, igual que el joven. El Crossover se creo para el joven.

3. ¿Cuánto debería demorar un programa infantil, y en qué horario?

M: Máximo una hora. Si debería pensarse en horas de la mañana pero no tan mañana, sino mas bien entre las 10 y 12 del día, cuando están más activos y sería sábados y domingos, ya que el domingo generalmente se destina a lo familiar. Eso es lo difícil de establecer.

4. ¿Es viable diseñar un programa radial infantil para la audiencia cartagenera?

M: La radio si es vista desde lo comercial. Al mercado le interesa mucho más un tipo de información para determinado público que para una población infantil y mucho más en esta ciudad. Así que el diseño de un programa infantil sí es posible viéndolo desde el cómo narrar la radio y que implique un programa donde se de la participación, el niño tiene que participar.

Ustedes tienen que mirar que ese programa se convierta en un ritual para ellos. Yo llego ahí porque me gusta. El diseño como tal que se diseña para el entretenimiento o para ese programa se convierte en un tiempo, referente, marca, y es ahí donde se convierte en un ritual.

5. Entonces, explíquenos ¿cómo narrar la radio?

M: La radio narra desde un programa, desde un formato y género. Y por género entendemos de información y opinión, de entretenimiento y de opinión e interpretación. Y qué entenderíamos por formato: noticia, crónica, reportaje, biografía, tertulia, debate.

Ahora también se narra desde múltiples temporalidades. Ese concepto deviene de algo que se llama programación en continuidad eso está interviniendo en el diario vivir. Programas para música, al género, al ambiental, eso se establece en la parrilla de programación. Esa grilla de programación es lo que va a generar en las audiencias, un espacio de programación y dos identidades.

Ese programa diseñado para niños debe tener todos los elementos posibles articulados, en el concepto de montaje, lenguaje radiofónico, las historias por contar.

La radio narra desde un tiempo estético y desde el tiempo estético nunca ha estado el concepto de radio infantil, la radio narra desde un concepto, urbano (que responda al ritmo de vida urbano), rural (que responda al ritmo de vida rural) y joven (que responda al ritmo de vida de los jóvenes) en los últimos años de la vida y de la historia que se pensó ya en los jóvenes. Entonces ¿dónde está el niño?, porque siempre ha sido olvidado ya que es difícil que concentre su atención, difícil, no imposible.

Anexo 2.4. ENTREVISTA DAVID MANOTAS

Psicólogo. Coordinador del Colegio Bilingüe de Cartagena.

28 de marzo de 2012

1. ¿Cómo podemos acercarnos a los niños y niñas, y trabajar con ellos?

D: Para trabajar con los niños podemos aprovechar los docentes de artística. Aquí la damos en artes plásticas, teatro, música y baile. Ellos en artística no ven solo manualidades, sino que trabajan en diferentes espacios.

Para comenzar ustedes hablan con los profesores para identificar los niños con habilidades y nos ahorramos una cantidad de tiempo. La escogencia de los niños se puede hacer de acuerdo a las habilidades que tienen y que se han explorado en la institución y son identificadas por sus profesores.

O si quieren hacer el grupo focal, no hay problema, pero va a ser una actividad complicada, cuando ustedes vayan a hacer ese diagnostico se van a demorar mucho porque eso requiere de mucho tiempo.

Me imagino que para lo que ustedes quieren necesitan niños con actitudes y aptitudes específicas y eso es en lo que podemos colaborarles.

2. ¿Qué debemos tener en cuenta a la hora de seleccionar a los estudiantes?

D: En la selección de esos estudiantes deben tener en cuenta que ellos son más dados a la lúdica, al juego, a las actividades que los entretengan. Sentarlos va a ser un poco complicado, pero me imagino que en algún momento ustedes van a tener que hacer algún tipo de entrevistas con esos niños, porque cuando tú sientas un niño y le preguntas y él te responde y da respuestas claras y contundentes, pueden decir que ese niño puede servir para lo que necesitan.

Ustedes se pueden apoyar de los profesores y luego hacer una constatación, de que esa información dada, sea veraz, al momento de ver el comportamiento de los niños. Que ustedes digan cual es más apropiado.

3. ¿Es apropiado aplicar la entrevista como instrumento para saber los gustos de los niñas y niñas?

La averiguación de los gustos de los estudiantes sí lo puede hacer a manera de entrevista personal. Pueden trabajar en un espacio abierto, en el que ellos sientan que es más recreativo, como la cancha o el aula múltiple.

Ahora, yo les recomiendo que dividan los grupos, porque los de primero y segundo que son los más pequeños, pueden sentirse cohibidos por los grandes y así no van a ser tan abiertos, tal vez no participen tanto, como ustedes necesitan. Pueden trabajar dos grupos. Uno con primero y segundo y otro con tercero, cuarto y quinto.

4. ¿Cuál sería el horario más apropiado para trabajar con los y las estudiante del colegio?

Para trabajar con los niños el mejor horario es a las 8 am y que no sea ni lunes ni martes porque está comenzando a semana y tienen demasiada energía y puede que no le presten mucha atención. Lo ideal es que sea jueves o viernes.

Anexo 2.5 ENTREVISTA DIANA DÍAZ

Exdirectora emisora Colorincoloradio

28 de marzo de 2012

1. ¿Cuál ha sido tu papel en colorincoloradio?

DD: Bueno, yo arranque en colorincoloradio escribiendo libretos para la emisora, la idea era aportar historias en la que los personajes de la emisora interactuaran y con esa interacción tuvieran la oportunidad de aprender algo sobre algo, además con una lógica bien interesante de un universo infantil que teníamos.

Luego pasé a ser productora, establecía condiciones para la producción, la grabación, la realización, los actores, y además la realización de las historias que se grababan, buscar los mejores efectos para darle mayor credibilidad a la historia.

Y, por último, fui nombrada directora de la emisora y fue una labor muy chévere porque fue ya como marcar la dirección estratégica, sacar la emisora a la calle, hacer alianzas con otros medios, con entidades estatales que luchaban por los derechos de los niños.

2. ¿Las historias de donde surgían?

DD: Digamos que la fuente de inspiración es como la vida misma. Uno como creador debe intentar abstraerse de la rutina y hacer de ella algo extraordinario. Recuerdo que la primera historia que por fin logro como el tono que se buscaba, era que a los personajes que iban caminando por la calle, soplaban un ventarrón y se los llevaba volar y en ese vuelo el viento se llamaba *Alturo* y allí en ese vuelo les explicaba cual era la importancia de que él existiera. Era como hacer de cada cosa de la vida cotidiana algo extraordinaria.

Aquí pasaron muchas cosas muy chéveres porque la radio nos da esa posibilidad, nos permite hacer todo eso, los efectos de sonido, permite que uno se pueda inventar un mundo y se va a crear.

3. ¿Los niños tenían participación en la elección del contenido del programa?

DD: ¡Claro! A mí la experiencia de Colorincoloradio me permitió como darle forma justamente como un medio de comunicación puede trabajar de la mano con los niños, sin que el adulto pierda la responsabilidad que tiene para que ese medio de comunicación sea solido. Es decir, tampoco se trata de relegar en los niños una responsabilidad que no les corresponde. Pero el niño tiene una participación y se puede construir de manera colectiva.

Por ejemplo en términos de música, había una pedagoga musical que se llama Martha Lucia Gómez, que tenía unos criterios de selección de la música muy rigurosos, porque un poco, uno de los objetivos de la emisora era estimular en los oyentes una apreciación musical, que escucharan cosas que estaban bien

elaboradas, que musicalmente eran solidas, bellas, que el contenido era apropiado para las edades, en fin! Había una serie de criterios ahí.

Luego lo que pasaba era que había un top 10 y los oyentes todo el día llamaban y votaban por las canciones que más le gustaban y se hacía un recuento de esas canciones y así habían unas canciones que durante todo el tiempo que estuve en Colorincoloradio no bajaron del top 5. Y lo otro fue la participación de los oyentes en la mayoría de los programas que eran en vivo pues estaba todo el tiempo, los temas que se ponían, los temas del día, los saludos a los personajes, al equipo de trabajo, las cartas que mandaban, la participación en los concursos, pues todos eran espacios como muy importantes que yo creo que tanto el equipo de trabajo de Colorincoloradio como los mismos niños valoraron mucho, y creo que hay hubo una generación que hoy en día ya son adultos, están estudiando o están egresados de la universidad pero tienen un recuerdo como muy bonito porque fue un elemento en su infancia que agenciaba diversión y alegría.

4. ¿Las canciones que se mantenían en el Top 10, eran de rondas infantiles o comerciales infantiles como de dibujos animados, qué características tenían esas canciones?

DD: Era una cosa bien diversa, porque había temas como, Manuelita la Tortuga de María Elena Walsh que es una ronda infantil, una elaboración musical súper bonita, de una mujer súper comprometida socialmente, y con una historia muy bonita, pues no es una canción comercial pero la pedían un montón. También había la música que hacía un grupo mexicano que se llama la onda vaselina que era rock infantil, estupendo! Y música de una banda producida por Fito Paez, entonces el trabajo de curaduría que se hacía de buscar la música y de traer la música, la emisora era muy importante para traer cosas también distintas, o sea, quien va a escuchar una canción infantil producida por Fito Paez, eso es muy difícil, se escuchaba en colorincoloradio. Pero también había cosas como las bandas sonoras de las películas de Disney, también estaban en el top 5. El Rey León, Pocahontas, peor todas esas canciones se caracterizan por ser de mucha calidad musicalmente, de un ritmo animoso y juguetón en sus letras.

5. ¿A qué target estaba dirigido la emisora en un principio?

DD: La emisora estaba pensada para niños preescolares hasta los 7, 8 años y se quiso respetar ese modelo lo mas que se pudo, por varias razones, porque no había en la radio colombiana una oferta para esas edades, los mas grandecitos pues se identificaban mas con la oferta de programación que tenían las emisoras juveniles, pero para niños chiquitos no había nada y de hecho no hay casi nunca, entonces fue como llenar ese espacio por lo menos en la capital que era donde se escuchaba.

Digamos que el criterio de programación, como era en un rango de edad muy específico, lo que buscaba era pensando en los niños preescolares, que la programación acompañara la rutina del niño, desde que se levantaba hasta que se

dormía. Entonces por ejemplo había unas canciones específicas hechas para la emisora, fueron hechas por Misi, y había una canción para levantarse, para lavarse los dientes, para bañarse, otra canción para desayunar, para hacer las tareas, hasta la canción para dormir. Entonces era como una línea de tiempo musical que atravesaba la rutina de los niños y los contenidos también eran adaptados a cada momento del día, entonces en algunos momentos había una cosa muy bonita que era la ~~aeróbimovidaq~~ que eran aeróbicos por radio y sonaba como a las nueve de la mañana, y luego había la lonchera musical que era como en el recreo, y luego estaba abc radio que era para hacer las tareas en la tarde, entonces había programas que eran para cada momento del día y eso se intento sostener lo mas que se pudo.

6. ¿En el programa, los niños y niña iban a la cabina, o alguno tenía la posibilidad de tener un programa? ¿Cómo participaban además de ser oyentes?

DD: No, como que hubiera un niño responsable de hacer el programa, no. Había ya adolescentes muy cerca de los 18 años que iban y ayudaban en la producción y a veces también hacían participación en los programas pero no eran los chiquitos. Por varias razones, en su momento lo que se pensó fue que queríamos que los niños se la gozaran como oyentes.

7. ¿En cuánto los resultados que tuvieron con la emisora qué nos puedes comentar?

DD: En relación con los resultados sucede lo que pasa mucho digamos que con la oferta de medios infantiles, y es que los resultados cualitativos son inigualables pero los cuantitativos no le hacen justicia. No había manera de determinar cuanta audiencia había en coloriancoloradio por las edades de los oyentes. Entonces cuantitativamente era muy difícil de determinar, cualitativamente yo creo que lo que pasaba en los eventos, con las llamadas, los testimonios, ese tipo de cosas nos hizo conocidos como en una oferta de medios muy responsables, comenzamos a tener entonces relaciones estratégicas con revistas y medios de comunicación, con UNICEF, con la presidencia de la republica, porque nuestra experiencia tenía un aporte incalculable.

Anexo 2.6 ENTREVISTA VILMA CUESTA

Vilma Cuestas. Pedagoga Reeducadora, orientadora familiar y promotora social del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar

Marzo 30 de 2012

V: Trabajar con niños es difícil pues se debe tener mucho dinamismo y paciencia yo estuve hace dos meses en una escuela en Marialabaja y esos niños les echaba un cuento y me pedían otro, y yo solo llevaba dos cuentos entonces tú crees que vas a hacer una actividad y se van a cansar y no, te piden más, hay que ser muy creativa, muy audaz, muy viva, tener un plan b, hacer una actividad y tener otra. Los niños no se guardan las cosas. Al niño hay que orientarle las actividades, por eso es bueno tener un cronograma para que no se aburran.

1. ¿Qué podemos hacer para que los niños respondan nuestras preguntas?

V: Ustedes con una ronda, puede hacer un círculo y ustedes en la mitad les preguntan, qué programa les gusta? O también individual le meten el tema para saber. Yo puedo prepararles una dinámica y voy ese día y las ayudo.

2. ¿Cómo mantenemos la concentración de los niños?

V: El niño se concentra en la actividad en la medida en que yo lo tenga motivado porque hay actividades que son fastidiosas o aburridas. Cuales son las actividades en las que se concentran? De pronto la ronda, un trabajo de títeres, un rompecabezas pero para mantenerlo motivados tiene que ser motivante valga la redundancia, lo otro es que la actividad no sea muy larga más bien corta. No más de 20 o 25 minutos, lo importante es que sea motivante.

3. En su experiencia, ¿podríamos utilizar la encuesta como instrumento?

V: Es difícil, para descubrir sus gustos es mejor utilizar una dinámica.

4. ¿Por qué los niños y niñas son tan distraídos?

V: Porque para ellos a esa edad, todo es un juego así sea en pro de aprender algo, ellos piensan es en eso, en el juego.

Anexo 2.7 ENTREVISTA BERTHA ARNEDO

Comunicadora social. Magister en Comunicación. Autora del libro En la Onda de la Radio.

7 de mayo de 2012

1. ¿Cómo se puede educar a través de la radio?

Hay que tener claro dos cosas, desde las dos aristas, radio y educación, la primera que la radio es un medio de comunicación bastante disponible para llevar un mensaje muy concreto a la gente, y de hecho esa ha sido una de sus ventajas, que la radio todo el tiempo ha facilitado que mucha gente tenga acceso a la información, en todo sentido, llámese entretenimiento, llámese noticia, educación, porque sabemos que las primeras experiencias fueron experiencias de formación a través de la radio, como radio Sutatensa, las radios mineras, etc. Pero la radio siempre va a estar dispuesta como a restarse para que a través de ella se pueda llevar mensaje de todo tipo, pero lo que debemos tener claro es que la educación vista desde la radio no es una educación formal como la que nosotros normalmente podríamos asociar que es eso de 1+1 es 2, o la geografía de Colombia, no! Entre otras cosas porque los tiempos cambiaron, entonces antes cuando en Colombia existía la necesidad, cuando era más la gente que vivía en el campo y en lo rural que en las ciudades por supuesto la radio adquiriría un valor muy importante para eso para la educación formal, para que la gente que no tenía acceso a las escuelas o universidades en las grandes ciudades, tuviera por lo menos la oportunidad de alfabetizarse aprender e leer y a escribir. Y eso fue lo que hicieron por mucho tiempo, nuestras radios y no solo la radio sino también la televisión, daban programas a través de los cuales le enseñaban a la gente a sumar a restar, pero ya hoy cambió, ya hoy la mayoría de la gente vive en la ciudad y quienes viven en el campo también tienen acceso a esa educación formal.

Entonces qué ocurre, la educación que se da por la radio no es una educación formal, y tampoco es una educación que debemos asociar al didactismo, es decir, a eso que uno tiene como cuadriculado y encerrado que cuando hablan de educación uno enseguida se imagina al profesor orientando una clase o a la persona leyendo un libro. La educación que se da en la radio, como lo dice José Ignacio López Vigil y como lo dice Kaplún en uno de sus libros, es una educación que está basada en las competencias que a través de la información que brindamos podemos orientar a las personas, es decir, en todo caso la educación se está mirando en la radio como una manera de aportar a las personas a su integridad como personas. Un ejemplo, cuando uno ve un programa infantil de caricatura o dibujos animados, el chavo o Tom y Jerry, uno creería que sus hijos solo se están entreteniendo y que se divierten y por eso uno los coloca ahí a ver televisión para que se diviertan y resulta que cuando uno empieza a ver que su hijo se comporta como Tom o como Jerry, o que el hijo quiere ser como el chavo, pero en cambio el hijo es capaz de burlarse del vecino y decirle que se parece a

niño, entonces uno se da cuenta que el hijo no solo se entretuvo sino que aprendió, captó un mensaje y para bien o para mal lo está poniendo en práctica.

Entonces de alguna manera uno diría que todo el tiempo los medios de comunicación lo que hacen es educar o mal educar, porque si mi hijo se comporta como el niño de la novela que se porta bien y que es un buen compañerito, pues que rico, pero si mi hijo adquiere es las conductas del antihéroe o el antagonista, entonces también quiere decir que se mal educo o tomé lo negativo de ese programa que aparentemente era de entretenimiento. Entonces, cómo educamos, sencillamente transmitiendo un mensaje, el que queremos transmitir a nuestra audiencia, pero que no tiene que ser explícito es decir, no tengo que decir yo, la amistad es tal y cual y definir, sino que a través de una canción, un juego, una dinámica, yo puedo estar digamos revelando el don o la cualidad de la amistad, no tiene que ser explícito ni mucho menos sinónimo de aburrimiento y mucho menos cuando los públicos con como el de ustedes, infantiles.

Entonces ¿cómo se educa?, sencillamente teniendo un mensaje claro para una audiencia o un público claro que en este caso ustedes lo tienen, y que basado en las características de ese público así debe llevar las características el mensaje. Entonces aquí el tema no es educar o enseñarles a ellos lo que en el colegio están aprendiendo sino transmitir la información que pueda ayudarlos a ir formándose como personas integrales, divertidas, entretenidas, pero que les genere unas competencias adicionales, como que el niño pueda despertar el amor al canto a la lectura de un cuento, que sepa quién es Rafael Pombo, estoy poniendo unos ejemplos que no se si caben, pero que son esas las posibilidades, entonces básicamente es eso.

2. Este tema es muy de la teoría de los usos y gratificaciones.

B: Sí en gran parte y de otra manera es entender, como dice Guillermo Orozco cuando también se refiere a las audiencias radiales que hace tiempo dejamos de ser unas audiencias pasivas, y que somos audiencias todo el tiempo activas aunque no creamos. Entonces no, yo no estoy escuchando la canción porque si, de pronto yo voy manejando y tengo un reggaetón en el carro y aparentemente vamos es conversando en el carro pero a mi hijo le queda y cuando el vuelve a cantarla o empieza a bailar o se refiere a la mujer desnuda que salió en el video si era televisión, entonces quiere decir que él no era pasivo frente al mensaje y que no se quedó solo con la diversión sino con todos los elementos que eso estaba brindándole en ese sentido así funciona, ellos van a captar lo que les interesa y van a actuar dependiendo de eso.

3. Esto es en la arte educativa, y en cuanto al entretenimiento ¿cómo un programa radial entretiene a un niño?

Con el entretenimiento es mucho más fácil, porque ocurre que la radio ha sido normalmente un medio de información y de entretenimiento básicamente. Entonces la gente busca la radio por compañía, para entretenerse, para no

aburrirse, no sentirse solo, entonces todo eso tiene que ver con el entretenimiento, y ocurre que la radio por tener las características connaturales a nosotros que son la oralidad, digamos el poder escucharnos, hablarnos, contarnos las historias, pues históricamente ha sido un medio de entretenimiento, ¿a través de que formato? Principalmente de la música, todo el tiempo ha estado allí, digamos que si tuviéramos que dividir en una torta la radio por porcentajes entre educación, información y entretenimiento, diríamos que el entretenimiento ha sido básico en un 40%, la información el otro 40% y la formación el 20% restante.

¿Cómo se entretiene? Aprovechando los formatos, las cualidades de la radio, la voz es fundamental, entonces ahí parece que tenemos que digamos, nuevamente ponernos a repasar todo lo que tiene que ver con la voz porque en este caso, dado el público, la entonación tiene que ser fundamental, cómo yo le digo a ese niño para que no se aburra, para que se interese, qué pausas hago, de qué manera subo los tonos, entonces eso es importante, la entonación en el tema de la voz.

En el tema de los sonidos, todo. Efectos que nos trasladen, que nos ubiquen a sitios, momentos específicos, por ejemplo. Y por supuesto la música que en algunos momentos va a ser protagonista ellas ola con una canción y que en otros momentos sencillamente va a acompañas las voces de esos personajes que están transmitiendo información. Entretener es muy fácil siempre y cuando yo sepa quién es mi público y cuál es mi objetivo, porque los elementos están dados, efectos, voz y música. Con eso les queda muy fácil.

Ahora, ¿Qué opciones para entretener tengo? Ya además de la música, sería un formato, el tema de los dramatizados, radio cuentos, fabulas, siempre va a ser atractivo para un niño encontrase con un personaje que sea distinto al papá, a la mamá, al abuelo, al profesor, que son con los que están interactuando todo el tiempo. Entonces cuando se encuentra un personaje como salido de la ficción llaman mucho la atención, por eso es que los niños se quedan entretenidos con un títere, porque están descubriendo un personaje que es nuevo y que se parece a ellos además, que hablé como ellos, se interesa por sus juegos de ellos etc., entonces básicamente eso.

4. ¿Cuáles son las características de la radio?

B: Bueno, básicamente la radio se ha caracterizado, en principio por la rapidez con la que emite el mensaje, eso es fundamental porque digamos es lo que hace que uno se conecte mas con ellos, saber que estamos en tiempo real conversando con alguien que está ahí al otro lado del radio, la inmediatez de la radio, la rapidez de la radio.

En segunda instancia el feed-back, la retroalimentación que nos puede brindar, porque el hecho de que yo pueda decir, bueno todos los niños que están escuchando desde sus casas y que quieran llamar a participar del programa, y

que ellos puedan llamar o les puedan marcar y enseguida conectarse, hace que haya una retroalimentación o un encuentro mucho más personal con ese personaje que está en la radio.

Por supuesto el tema de los costos, el tema de la cobertura, con radio vamos a llegar a mucha más gente, y ustedes saben ahora que están pensando en programas virtuales ya en la plataforma, a cuantas personas no vamos a llegar en ese sentido, entonces si antes tenía gran cobertura, ahora con más razón, los costos por supuesto al hacer radio, ustedes para producir este programa no van a necesitar mayor inversión en dinero, distinto a si les tocara hacer tomas para televisión, para un video, ya ustedes saben lo que se necesita.

La calidez del medio, costos, a flexibilidad de a radio para poder mezclar varias cosas al tiempo, mezclarlas bien, es decir que todo tenga un sentido, pero me permite a mí ser muy flexible en tiempos, ya hoy la radio tiene formatos de 5 minutos, de 2, de 3 y tiene formatos de 120 minutos, la televisión sigue siendo muy ajustada a los tiempos porque precisamente cuesta mucho hacerla. La flexibilidad para mezclar sonidos, efectos, para hacer propuestas de la radio es increíble, el hecho de que no necesitamos con la radio, ni saber leer ni escribir, entonces los niños no tienen la dificultad, por ejemplo mi hija para ver una película que tiene subtítulos, a los 8 años todavía le cuesta, y sabe leer, ella me lee un cuento a mí, pero en la agilidad de una imagen con otra me dice a veces, quedé en la mitad, que terminó diciendo? Entonces eso un niño de ocho años en la radio no le genera dificultad, preocupación, porque le está hablando alguien en lo que él ya sabe. Entonces básicamente esas son las características que tenemos que potencializar en la radio aprovechando todos estos elementos, música, lenguaje, voz, sonido, de los que estamos hablando. Y es sencillamente unir una capacidad de entretenimiento con una capacidad de educación, y es cuando entramos en el tema del Edu-entretenimiento, y entramos a una posibilidad de que a través de ese Edu-entretenimiento podemos usar la comunicación para construir, para desarrollar, para cambiar y transformar a esa audiencia.

5. ¿Para ti cual es la importancia de un programa radial infantil?

B: Bueno, tiene mucha importancia desde diferentes puntos de vista, la primera que se tiene en cuenta una audiencia que generalmente no ha tenido espacios en la radio, es decir cuando se ha pensado en radio siempre se ha pensado en audiencias adultas, entre otras cosas porque la radio que nos hemos acostumbrado a usar es una radio comercial que está marcada por esas dinámicas de mercado en las que se enfocan los programas, así como los mensajes, a unas audiencias que a futuro puedan reinvertir en nosotros, es decir, cuando yo hago una especial sobre J Balbín, estoy esperando que lo escuchen a quienes les gusta para luego traer a J Balbín en concierto y que vayan al concierto, o cuando yo promociono un sitio o un evento, un lugar estoy pensando que quienes pueden son los adultos, lo que pasa es que ya eso se modificó y hoy día los niños aunque no tienen el poder monetario, tienen la influencia y ya son sujetos no era antes,

antes eran objeto, uno ni preguntaba que se iba a poner o que iba a comer y punto. Entonces hoy el niño ya decide, dice no que quiero poner un suéter rojo sino que quiero un suéter blanco, no quiero el shampoo este sino el shampoo Johnson, entonces todas estas decisiones que él va tomando, va determinando nuestra capacidad de compra, yo invierto más o menos donde él se sienta satisfecho.

Entonces primero eso, que pondríamos atención a un público que ha sido olvidado en la radio, porque bueno, ustedes saben en los antecedentes que con excepción de Colorincoloradio, y uno que otro en minuto de Dios, no han existido programas de radio infantil y sería un gran aporte desde la universidad y desde ustedes a ese público y a esa audiencia.

Lo segundo es que aportaría grandes elementos a esa formación no formal de nuestra niñez, y ya metiéndonos en el tema de la comunicación para el cambio social estaríamos dando pie para transformar unas realidades que hoy por hoy no son tan fáciles para los niños, y es que como no tienen lugar en ninguna parte, entonces en una casa escuchan reggaetón porque el papá está escuchando, o la salsa la escucha todo el día, entonces uno después dice, ese niño ¿por qué baila así el reggaetón? ¿Por qué se expresa así? ¿Por qué habla de esa manera? Porque es lo que escucha todo el tiempo, porque no ha tenido otra opción de escuchar que hay cosas distintas. Entonces nosotros estamos, a través de esta propuesta que es mediática yendo más allá trascendiendo el tema de la transformación social, yo creo que ahí está el valor de e tema.

6. ¿Que nos recomendarías a la hora de realizar el programa infantil?

B: Yo diría que hay que tener muy claro que si bien el público objetivo al que se quiere influir son los niños, hay un factor clave que deben tener en cuenta que es cuando empiecen a hacer la redacción del mensaje, pensar en últimas si van a llegar al niño como tal o si van a llegar a los adultos que están con el niño. Les digo esto porque pasa muchas veces que yo digo, vamos a hacer un programa infantil y entonces sacó una sección de notas, novedades y digo que está a la venta el libro infantil que se llama tal, del autor al, y esa es una información que al niño no le interesa mucho, pero sí al papá porque piensa comprarle el libro al niño. Entonces tener muy claro que si yo estoy imaginando que me están escuchando los niños o los papás de los niños.

Pasa que a veces nos emocionamos tanto que no sabemos que meter, que hacer, como que todo se nos ocurre, o conseguimos información muy valiosa, pero si yo voy a hablar por ejemplo de la salud infantil, de cómo prevenir una gripa en los niños, eso no le interesa al niño, eso le interesa al papá. Es decir, cabe perfectamente en un programa infantil, pero en uno dirigido a los padres o que tenga una sección para los papas y otra para los niños. Entonces es eso, que tengan bien claro, a quien se van a dirigir ustedes. Si es a los dos, o si es con una sección y así. De hecho no es malo ni bueno. Si ustedes saben y son conscientes

de que su programa tiene que estar, debe tener la compañía de un adulto o de un cuidador o algo, entonces pensar eso.

Lo otro es, bueno ya la pedagoga se los dirá, ya ustedes lo deben ya percibir y es que todos esos niños a los que van están permeados por la televisión primero, ósea ellos ya saben de televisión, ya tienen personajes de televisión, entonces uno tiene que tratar desde la radio de marcar diferencias con eso, en cuanto a los personajes, ósea tener la capacidad de crear otros personajes, o tener la capacidad de conseguir una música que los enganche igual. Por ejemplo a mí en su momento me gustaba la música de Heidi ~~abuelito~~ dime tu ñ +, quien sabe si a un niño de hoy le interese, con tanta influencia que tiene de la televisión de la música, etc. Entonces siempre pensar en eso, que la audiencia infantil es infantil pero ya viene marcada por la tecnología y miles de cosas. Tratar de hacer un programa muy dinámico, muy activo, y muy ~~metido~~ dentro de la modernidad+en la que vivimos, para que ellos sientan que están percibiendo algo muy similar a lo que viven en su rutina diaria.

Lo otro es, independientemente de si lo que van a manejar son personajes o locutores, ustedes saben que por lo general hay dos opciones para programas infantiles; un personaje que no existe, ósea un osito o un hada; o un locutor que sencillamente lo presenta, uno lo ve también aquí a diario en la televisión, esta Barnie, pero también hay un programa en Disney Junior donde hay dos pelaos que lo manejan muy bien, hacen un programa súper divertido, y ya son pelaos como de 17, 18, pero lo manejan muy chévere.

Entonces, si yo hoy decido que lo voy a hacer con locutores, esos locutores tienen que lograr esa empatía, esa entonación, esa alegría, prácticamente les toca actuar en el estudio, nadie los está viendo pero les toca actuar, porque es la manera como ellos van a percibir y a sentir eso. Acuérdense que los niños son muy sensibles, ósea ellos van saber.

7. En el grupo focal resultó que a los niños sí les gustaría escuchar a un niño o una niña pero acompañado de la voz de un adulto. Y otra cosa que les emociona es la parte de las llamadas y pedir una canción o saludar.

B: Lo de la llamada que en la emisora de la Universidad no se da, en caso tal, podrían sustituirlo con otros ejercicios como grabar mensajes, o hacer una pregunta y obtener de cada uno las presupuestas, ~~hola~~ yo soy Ana Paola y creo que los niños si tenemos derecho a tal cosa+por ejemplo, porque en ultimas, el tema de la llamada al aire, además de que hace parte de las facilidades de la retroalimentación de la radio, tiene que ver mucho con una necesidad de reconocimiento del ser humano y en la radio lo encuentran muy fácil, entonces, digamos la gente llama, e, por eso es que uno se pregunta, bueno y la gente por qué, ese cómo solo llamo para saludar al locutor. ~~¿~~ ¿a qué llamas+, ~~no~~ mi hermano, para saludarte, y bueno pá decirte, que chévere+, y tú dices, ~~bueno~~ quien se gasta, quien sabe cuántos minutos hasta que le sale la llamada+

La gente que llama a la W, yo sufro cada vez que dicen que Cartagena. Yo digo, se supone que la W es un programa, un noticiero de debate, de opinión fuerte, de argumentos, ósea que quien llama es porque quiere decir algo contundente que aporte a algo o denunciar algo. Pero no, %aja, a ver señor Juan Pablo+, que me imagino lleva miles de días hasta que le salga la llamada, %no Julito quiero decirle que le escucho todos los días+. Entonces tú dices, pero ¿por qué ocurre? Porque en últimas aunque a uno le de risa y uno ridiculice, tiene una ansiedad de reconocimiento. Es como decir, yo salí en la W, es eso, yo acá en el Guamo tal, yo salí en la W, yo acá en la tienda tal, y dan datos muy concretos como para que digan este es, no es un Juan Pablo cualquiera, es Juan Pablo el de la tienda tal. Es necesidad de reconocimiento.

Entonces los niños también, todos jugamos a tener ese espacio de reconocimiento público, ósea, que otros diferentes a mi metro cuadro me conozcan y me reconozcan. Entonces en los niños pasa igual, la experiencia de escucharse ellos, ósea, es como en cuerpo ajeno, así como ya no soy yo el que me estoy escuchando les agrada, por eso les encanta tener e micrófono en la mano en las obras de teatro; es una manera de mostrarse, de visibilizarse; eso se puede sustituir con esos ejercicio que ya veo que ustedes tienen claro.

8. En tu experiencia radial, ¿has tenido la oportunidad de trabajar en un programa radial infantil? ¿en ese caso qué se tenía en cuenta para llegar a los niños?

B: nosotros hicimos un programa infantil en minuto de Dios, que se llamaba %Soldaditos de Jesús+y lo hicimos con niños de 6 años en adelante, porque el formato de nosotros sí tenía contemplado que fueran ellos los protagonistas, ósea ellos prácticamente eran quienes hacían el programa, yo les ayudaba a hacerlo, yo hablaba también al aire igual, yo era la voz líder que los conectaba a unos con otros, entonces por ejemplo %legó el momento de conocer el mensaje del día, entonces aquí esta Bryan+y hablaba él y decía lo que le correspondía. Y yo era la que recibía las llamadas telefónicas luego los conectaba, entonces era una manera como de no soltarlos del todo, pero ellos hacían casi todo, entonces necesitábamos que supieran leer, para leer su mensaje, que tuvieran esas aptitudes que ustedes dicen, que tuvieran capacidad de interactuar, de preguntar cosas, de hablar con los invitados y mantener una conversación o con los que llamaban, que pudieran hacer una pregunta, por ejemplo, si teníamos un medico invitado ellos podían preguntar %Doctor díganos que debe tener en cuenta mi papá para cuando salimos de viaje+ entonces ese tipo de situaciones ameritaban que ya ellos fueran más adultos, para que se desempeñaran mejor, pero ellos eran los protagonistas. Por lo general debería ser así una edad escolar de unos 5, 6 en adelante que ya tienen más capacidad de conversar, de interactuar, de leer si es el caso, etc. Que captan mejor las instrucciones de uno, porque en ocasiones tu le dices que debe hacer y el niño no da, pero porque su edad no se lo permite.

Ese programa lo hacíamos creo que lunes, miércoles y viernes a las 4 de la tarde por minuto de Dios, y los papás llevaban a los niños, era en vivo además que era un reto superior, y al principio por supuesto como todo, había muchas debilidades pero luego esos pelaos se soltaron de una manera, yo me acuerdo que yo me fui como seis meses a Bogotá a estudiar y ellos siguieron, con la orientación de otra persona, pero siguieron súper sueltos.

Anexo 2.8 ENTREVISTA MARGARETH RODRÍGUEZ PERTÚZ.

Maestra en música con especialización en canto lirico. Universidad de Bellas Artes.

8 de mayo de 2012

1. ¿Por qué a los niños les gusta en reggaetón?

P: Principalmente por el ritmo, cuando los niños están en el vientre materno el primer sonido que escuchan es el latido del corazón de su mamá entonces el bip que es un ritmo siempre será un sonido importante para ellos, todo lo que tenga un ritmo constante un bip siempre les llamara la atención, y desafortunadamente ese sonido lo tenemos en el reggaetón, el reggaetón siempre tiene un tiempo constante que lleva el bajo todo el tiempo y eso es súper llamativo para ellos, principalmente esa sería la razón natural de por qué les gusta tanto el ritmo como tal, también interfiere como la letra de pronto les gusta las cosas que dicen, que si rima eso va más que todo en el gusto principal del niño, pero principalmente eso va en el ritmo.

2. ¿Cuál debería ser el enfoque del programa radial infantil?

P: Musicalmente que haya otro tipo de música aparte de la que usualmente escuchan, que sepan inculcarle un poco la música clásica, que haya una sección que sea la canción clásica del día porque si me estas hablando de niños de 6 a 10 años y no se si han oído hablar del efecto Mozart que les ayuda en sus habilidades cognitivas, es más yo lo puedo demostrar tengo un hermano de 8 años y desde que estaba en el vientre le poníamos canciones de Mozart, le compré el CD porque no son todas las canciones de Mozart es una selección y entonces mi hermano es precoz ya va para 1ero de bachillerato y tiene una inteligencia que no te digo hasta para la maldad y se puede decir que fue gracias a eso, entonces es recomendable que tengan eso, la canción clásica del día, que las metieran ahí pero no directamente porque se aburren. Otra cosa que yo pienso que sea algo empático que siempre les deje una enseñanza que sean diferentes tipos de temas que sea de la naturaleza la familia, ese, pienso yo, debe ser el enfoque que siempre hay algo que les quede, que a parte de divertirse, educarlos, sobretodo eso y entretenerlo y darles un espacio para que conozcan más de la música que no sea la misma de siempre.

3. ¿Consideras importante la existencia de un programa radial infantil?

P: Por supuesto, primero porque no lo hay, segundo porque es un espacio sano para niños que todas las emisoras que se oyen ahora no son aptas para niños, manejan un lenguaje soez, que no entienden, son muy ruidosas, la música que se usa, no dejan ningún tipo de enseñanza porque la mayoría de las emisoras aquí son de entretenimiento y la idea es que la de ustedes sea de entretenimiento y educativa a la vez, porque lo enfocado a lo niño debe tener una enseñanza entonces es necesario, yo pienso que es necesario.

4. ¿Cómo se educa a través de la música?

P: Eso es una pregunta bastante amplia la música acompaña la pedagogía de muchas maneras. Está demostrado que es una herramienta que hace que el niño entienda más porque está atento, porque escucha, y eso algo por lo que a veces los niños no aprenden las lecciones en el colegio porque no escuchan, la música es un puente propicio para eso. Tu sabes que está la musicoterapia son muchas herramientas, tu a un niño le pones un CD y él automáticamente hará sus tareas de cualquier materia con la música porque yo lo he hecho, por supuesto con la música apropiada, yo estaba en un párvulo y las matemáticas las enseñaba con música para que memorizaran los números, para que aprendieran a contar, que los colores con una canción que las figuras geométricas con una canción. Y eso los saca de la metodología, es que de por sí la música es una gran herramienta.

5. ¿Por qué los niños prefieren escuchar una voz masculina que femenina en radio?

P: Los niños de los 6 a los 8 años todavía están en una etapa infantil, entonces a ellos les da igual porque están descubriendo mirando lo que el entorno les ofrece pero los niños de 9 en adelante ya quieren un modelo a seguir ellos no van a querer que un niño más pequeños que ellos sea el que les hable ellos quieren una persona más grande que ellos escuchen y digan, ahí yo quiero ser como Jonny el de la emisora, yo quiero conocerlo. Por qué masculina, por la figura de la autoridad, ellos quieren tener un modelo a seguir. Fíjate que en los programas de TV el muñequito tal y tu te das cuenta de eso y ellos al principio por ejemplo en Discovery Kids ellos ven Los Banyardigas, que Dora la exploradora y cuando crecen ya no quieren eso, quieren Ben 10, etc., ya después pasan por una edad en la que cambian y ya no ven muñecos sino gente, Hanna Montana, cuando salen de esa etapa tan infantil quieren modelos a seguir, ay yo soy como no se quien, es recomendable que sea una persona un poco mayor que sea quien hable, a quien admirar. Acuérdate que los niños es todo por imitación.

6. ¿Qué se debe tener en cuenta a la hora de hacer el programa infantil?

P: Principalmente el objetivo del programa. Deben buscar las herramientas para hacer ambas cosas a la vez que sea atractiva, que vayan de la mano, que no sea aburridora, acuérdense que estamos tratando con niños hay que innovar a los niños les gustan las cosas del nuevo no les gusta repetir, bueno si se le ponen por ejemplo la voz de Topollillo lo voy a prender porque de pronto ponen la voz de Topollillo, pero no caer en lo mismo, porque se aburren fácilmente. El lenguaje que no sea ni muy infantil ni muy adulto. Distribuirlo bien por edades, que hayan cosas infantiles y no tan infantil porque recuerden que tiene un rango de 4 años de edad. No caer en la monotonía, el lenguaje y la enseñanza, y algo sobre la enseñanza cosas de su entorno cosas reales, de la casa, cómo cuida tal cosa. No se vayan

tan lejos como el río, el cielo y el espacio, porque está lejos, cosas que puedan tener en práctica en la vida cotidiana.

7. ¿Por qué los niños ya no escuchan música infantil?

P: Ellos cuando llegan a los 7 años no quieren saber de eso. Es por eso por la tendencia, los niños pueden ser muy crueles si ellos ven a un niño cantando música infantil dicen: ahí tu eres un niño, un nene, un bebé y es que ellos mismos en una etapa de 7-8 años quieren y volvemos otra vez, un modelo a seguir entonces ellos no te van a decir, Sammy el heladero, o el negro Cirilo, o las hormiguitas sino que ya quieren, ellos van creciendo y van viendo en su entorno y eso es inevitable, yo pienso que es natural que tengan una etapa en que ya no les gusta más eso.

8. ¿Qué tipo de música entonces es la apropiada para los niños de 6 a 10 años?

Aquí canciones infantiles que ya no son tan infantiles que se pueden usar, el submarino amarillo, el negro Cirilo, que son canciones que no son tan infantiles que le gustan deben tener en cuenta la música que acompaña la canción si tienen un acompañamiento todo lento, todo sencillo y ellos se van a aburrir, si ustedes le ponen los pollitos con ritmo les va a gustar, te lo digo porque eso es así a los niños le gusta el ritmo, le gusta mover su cuerpo, expresarse, y eso lo hacen por medio del ritmo, ahorita hay muchos grupitos adolescentes eso le sirve.

La música del programa de TV, es muy importante para ellos, que ellos viendo toda la semana ese programa y luego escuchar la música en la radio, maravilloso y obviamente canciones que están sonando pero que sean neutras, que no manejen un lenguaje de esas palabras que se oyen ahora sobretodo el reggaeton... y a las niñas les gustan las canciones de cantantes que cantan agudo, porque las personas que cantan se sienten identificadas con los cantantes que cantan en su mismo tono de voz y por lo general los niños tienen las voces agudas, que son las voces blancas y ellas cuando la oyen mujeres que suben que cantan agudo, a ellas les gustan porque se sienten identificadas, si tu le dices dime una canción de mujer te va a decir una que suba. Fanny Lu, Paulina Rubio, Anahi, esas que son en inglés, Selena Gomez, Demi Lovato, esas que son hacia el amor, pero no directamente no dicen que estoy enamorada sino en voz baja, ellas como están en esa etapa de que puede que me guste este o el otro entonces se sienten identificadas. Los niños les gusta el reggaetón y el rap. Los niños están muy influenciados por el ritmo.

9. ¿Qué influencia tiene la música en los niños?

P: Primero lo que habíamos hablado desde el punto cognitivo, desde el punto del lenguaje, ellos tomarán muchas palabras de las que escuchen. Desde el punto social muchas veces se dividen grupos por el tipo de música que oyen los que les gusta o no el reggaetón, el rap, hasta en el modo de vestir, la música influencia a las personas directa o indirectamente tu sabes que a una persona le gusta el reggaetón por su modo de vestir que le gusta el vallenato hasta en la manera de

hablar, la música siempre va a influenciar culturalmente a la persona. Como habla, como se relaciona si a mi me gusta el vallenato no me voy a relacionar igual con alguien que si, en una parranda vallenata me sentiré mal. Desde el punto pedagógico 100% cognitivo, por lo que te digo les desarrolla el oído, la motricidad gruesa, el que toque un instrumento la motricidad fina.

ANEXO 3. FOTOGRAFÍAS.

Fotografía N° 1.



Fotografía N° 2



Fotografía N° 3.



Fotografía N°4.



Fotografía N°5.



Fotografía N°6.



Fotografía N°7.



Fotografía N°8



Fotografía N°9



Fotografía N°10



Fotografía N°11



Fotografía N°12



ANEXO 4. CARTAS

Anexo 4.1 Carta N°1

Cartagena de Indias, 28 de marzo de 2012

Doctor
David Manotas
Director Colegio Bilingüe de Cartagena
Ciudad

Cordial saludo.

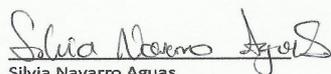
Por medio de la presente nos permitimos solicitar su autorización para realizar un estudio sobre las preferencias y gustos radiales de algunos estudiantes de los grados 1ro, 2do, 3ro, 4to y 5to del Colegio Bilingüe de Cartagena que usted dirige.

Esto en el marco de nuestro proyecto de tesis: "Diseño de un programa infantil que propicie un espacio dinámico que permita a los niños y niñas aprender y entretenerse", requisito para obtener el título de Comunicadoras Sociales de la Universidad de Cartagena.

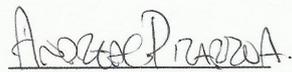
Agradeciendo su atención,



Daisy Muñoz Muñoz.
Estudiante. Comunicación Social. Universidad de Cartagena.



Silvia Navarro Aguas.
Estudiante. Comunicación Social. Universidad de Cartagena.



Andrea Pizarro Arrieta.
Estudiante. Comunicación Social. Universidad de Cartagena.



Anexo 4.2 Carta N°2

Cartagena de Indias, 28 de marzo de 2012

Doctor
David Manotas
Coordinador Colegio Bilingüe de Cartagena
Ciudad

Cordial saludo.

Por medio de la presente le notificamos las propuestas del cronograma de trabajo a desarrollar con los estudiantes del Colegio Bilingüe de Cartagena de los grados 1ro, 2do, 3ro, 4to y 5to. Aclarando que los mismos están sujetos a cambios según su criterio y agenda académica,

Propuesta 1.

Fecha	Hora	Grado
Jueves 19 de marzo	8-9 am	1er y 2do.
Viernes 20 de marzo	8-9 am	3ro, 4to y 5to.
Jueves 26 de marzo	8-9 am	1er y 2do.
Viernes 27 de marzo	8-9 am	3ro, 4to y 5to.

Propuesta 2.

Fecha	Hora	Grado
Jueves 19 de marzo	8-9 am	1er y 2do.
Viernes 20 de marzo	8-9 am	1er y 2do.
Jueves 26 de marzo	8-9 am	3ro, 4to y 5to.
Viernes 27 de marzo	8-9 am	3ro, 4to y 5to.

Agradeciendo su atención, Daisy Muñoz Muñoz, Silvia Navarro Aguas y Andrea Pizarro Arrieta estudiantes Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.



Anexo 4.3 Carta N°3



**COLEGIO
BILINGÜE
DE CARTAGENA**
CIENCIA - RESPETO - AMOR A DIOS

Aprobado por resolución 1742 del 31 de Diciembre de 2002

Aprobado por Resolución 0249 del 27 de febrero de 2006

NIT: 806.014.913-4

Barrio Tesca Nuevo cll 31B N°50-82

TEL: 6753078

Cartagena 9 de abril del 2012

Cordial saludo.

Por medio de la presente me permito darle respuesta a la solicitud hecha por ustedes el día 28 de marzo del 2012, referente a sus proyectos de grado de comunicador social. El colegio bilingüe de Cartagena, autoriza a las estudiantes solicitantes, a hacer uso de las instalaciones y autoriza la participación de nuestros estudiantes en el proyecto llamado "Diseño de un programa infantil que propicie un espacio dinámico que permita a los niños y niñas aprender y entretenerse".

Cordialmente,


David Manotas Gomez

Coordinador académico, jefe de talento humano

Anexo 4.4 Carta N°4

Cartagena de Indias, 20 de abril de 2012

Doctor
David Manotas
Coordinador Colegio Bilingüe de Cartagena
Ciudad

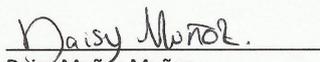
Cordial saludo.

Por medio de la presente nos permitimos solicitar los siguientes recursos para los días jueves 26 y viernes 27 de abril:

Grabadora con reproductor de CD, extensión eléctrica, dos sillas plásticas y una mesa.

Esto para la realización de las actividades con los niños y niñas de su institución, en el marco de nuestro proyecto de tesis: "Diseño de un programa infantil que propicie un espacio dinámico que permita a los niños y niñas aprender y entretenerse", requisito para obtener el título de Comunicadoras Sociales de la Universidad de Cartagena.

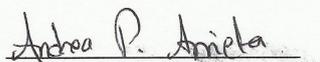
Agradeciendo su atención,



Daisy Muñoz Muñoz.
Estudiante. Comunicación Social. Universidad de Cartagena.



Silvia Navarro Aguas.
Estudiante. Comunicación Social. Universidad de Cartagena.



Andrea Pizarro Arrieta.
Estudiante. Comunicación Social. Universidad de Cartagena.

Recibido
20/04/2012
Bautista