

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

**SEDE QUITO**

**CARRERA:**

**COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de: LICENCIADAS EN  
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**PROGRAMA RADIAL DIBUJANDO SUEÑOS PARA RADIO MENSAJE A  
TRAVÉS DE RADIO FONOLA**

**AUTORAS:**

**MIRIAM ALEJANDRA CADENA LOOR**

**NELLY ANDREA GUERRA TERAN**

**DIRECTOR:**

**MIGUEL ÁNGEL SOTO SANDOVAL**

**Quito, octubre del 2014**

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DEL USO DE  
TRABAJO DE TESIS**

Nosotras autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaramos que los conceptos, análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

Quito, octubre del 2014.

---

Miriam Alejandra Cadena Loor

171290921-5

---

Nelly Andrea Guerra Terán

172275368-6

## DEDICATORIA

A mis padres: Freddy Guerra y Nelly Terán por su total entrega y apoyo, por sus eternas noches de desvelo y largas tertulias llenas de ejemplo y consejos demostrando que la vida no me pudo brindar mayor privilegio que contar con padres como ellos.

A mi alma gemela y brújula: mi hermano Freddy, quien a lo largo de mi vida me ha brindado las herramientas necesarias para aprender a ser un buen ser humano y quien desde muy temprana edad planteo en mí las ganas de “no dejar ningún rincón tranquilo” en el mundo, de saber que venimos al mundo a dejar huella.

A mi amiga, confidente y compañera de batallas: Alejandra Cadena, con quien más allá de compartir las aulas universitarias pudimos compartir ideales, sueños, proyecciones y filosofías de vida que harán que las dos encontremos nuestros mejores lugares para existir.

Andy Guerra

A Dios y a mis padres: Marco Cadena y Mariany Loor por ser mis pilares, mi base, mi soporte en todo momento, por su apoyo económico y espiritual, por no dejar que desmaye y por inculcar en mí el amor, dedicación y responsabilidad en cada tarea de mi vida.

A mí hermana: mi alma gemela Gaby, por ser tan fundamental en mí vida, mi motor para seguir superándome cada día para ser una guía en mi camino.

A mi novio: Jhair Mena, que cada día me enseña que las personas tienen que dejar huellas, por transmitirme tantos conocimientos y por su apoyo incondicional.

Y a mi compañera, futura colega, mi gran amiga Andy Guerra por hacer que juntas sea posible, porque cuando las promesas se las hace con el corazón llegan a ser realidad. Porque a pesar de que la vida nos ha puesto en distintas direcciones, sé que siempre estaremos ahí.

Alejandra Cadena

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias a la Universidad Politécnica Salesiana por permitirnos ser parte de sus aulas y conocer a excelentes docentes que aportaron en nuestra formación.

Gracias a nuestro director de tesis: Miguel Ángel Soto, quien supo guiarnos de la manera adecuada para el desarrollo de nuestro producto. Un eterno agradecimiento por la paciencia y entrega a nuestro trabajo.

A la Directora de Carrera de Comunicación Social, María del Carmen Ramírez, por estar dispuesta a resolver nuestras dudas e inquietudes, además por la total predisposición a la solución de problemas.

Gracias

## **RESUMEN**

La presente tesis es un producto comunicacional que pretende aportar en el buen uso de la imagen del niño a través de los medios de comunicación. Que en los mismos se les de las herramientas adecuadas para que surja protagonismo infantil en distintos espacios.

Además, se realiza una convocatoria a la niñez para que intervengan en medios de comunicación y busquen generar espacios de participación infantil.

De igual forma, se hace un análisis y muestreo en una escuela de la ciudad de Quito, para conocer la cantidad de niños que desean participar en un producto comunicacional y su interés y conocimiento por la radio.

Con este trabajo de tesis, se concluye la influencia de los medios de comunicación en la imagen del niño a través de los mismos, el interés de la niñez por espacios de participación y se aporta en la motivación para que este sector de la sociedad sea parte de espacios comunicacionales.

## **ABSTRACT**

The thesis is a communicational result which it intends to contribute the best way presenting the childhood on media. Therefore, it provides appropriate tools to increase their role in different spaces.

Furthermore, the thesis realizes a call to children with the aim that they are able to search and find their participation in different communication channels.

In the same way, the thesis makes an analysis and it takes a sample at a school from Quito's city in order to quantify the number of children who wish participate on media, their interest and their knowledge by the radio.

In conclusion, the main influence to children by media is the participation and the role in the society, it increases their interesting in this area in order to improve their motivation and it generates the communicational spaces in the field of society

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>CAPÍTULO 1</b> .....	3
<b>CONCEPTOS FUNDAMENTALES</b> .....	3
1.1. Comunicación .....	3
1.2. Educomunicación.....	4
1.3. Opinión Pública.....	4
1.4. Radio .....	4
1.5. Participación.....	5
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	6
<b>LA COMUNICACIÓN EN LA SOCIEDAD</b> .....	6
2.1. La comunicación como proceso de participación .....	10
2.2. Historia de la radio .....	19
2.3. Nuevas espacios radiales de la Información y Comunicación .....	21
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	23
<b>EDUCOMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA RADIAL PARA LA NIÑEZ</b> .23	
3.1. Intervención de la niñez en la realización del producto mediático “Dibujando Sueños” (Protagonismo) .....	26
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	37
<b>IMAGEN DEL NIÑO A TRAVÉS DE LA RADIO</b> .....	37
4.1. Aplicación de la ética profesional como generador de la credibilidad del niño en espacios de comunicación.....	40
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	45
<b>PRODUCCIÓN DE PROGRAMA RADIAL DIBUJANDO SUEÑOS</b> .....	45
5.1. Introducción al taller para niños.....	45

5.2. Guión de Programa “Dibujando Sueños” .....	63
<b>CONCLUSIONES</b> .....	65
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	67
<b>ANEXOS</b> .....	68
<b>LISTA DE REFERENCIAS</b> .....	70



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Criterios de clasificación en la presente tipología .....	16
Tabla 2. Planificación de actividades del taller: Historia de la Radio .....	52
Tabla 3. Planificación de actividades del taller: Formatos radiales .....	53
Tabla 4. Planificación de actividades del taller: La estructura del guion radiofónico .....	54
Tabla 5. Planificación de actividades del taller: Técnica del micrófono .....	55
Tabla 6. Guión de Programa “Dibujando Sueños” .....	63

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Propuesta de participación. ....	31
Figura 2. Tarea del diálogo. ....	36
Figura 3. ¿Te gusta la radio? .....	58
Figura 4. ¿Qué tipo de programa de radio te gusta escuchar? .....	58
Figura 5. ¿Te gustaría recibir talleres sobre la radio? .....	59
Figura 6. ¿Te gustaría participar en un programa radial? .....	59
Figura 7. ¿Crees que hacen falta espacios de comunicación para tu participación?.....	60
Figura 8. ¿Te gustó conocer sobre el mundo radial? .....	60
Figura 9. ¿Te gustó participar en un programa radial? .....	61
Figura 10. ¿Consideras que los talleres aportaron en tu formación? .....	61
Figura 11. Evalúa los talleres que recibiste.....	62

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Taller para niños de escuela María Auxiliadora.....	68
--	----

## INTRODUCCIÓN

El desafío de construir una propuesta del programa radiofónico “Dibujando Sueños” en Radio Mensaje a través de Radio la Fonola, que hoy en día tiene el nombre de In Radio, dirigida por niños y niñas empezó hace varios años en nuestras aulas universitarias, cuestionándonos una serie de temáticas para promover el derecho de niños y niñas a la libre expresión, al igual que a la participación en un programa que trate y desarrolle temáticas reales, en donde el niño se sienta parte de la realidad actual.

“Dibujando Sueños” es una propuesta de participación, una brecha para la niñez y su introducción a la opinión pública, es encontrar el medio para legitimar sus voces, validar y respetar sus opiniones.

Tomando en cuenta que en los primeros años de vida de un ser humano se desarrollan una serie de conductas y visiones en la sociedad, que a lo largo de la vida determina su personalidad. Asumimos el desafío de crear un espacio comunicacional hecho por y para niños, en donde los mismos sean generadores de conocimientos y opinión desde su posición en el quehacer social.

Dicho espacio pretende abrir una puerta que permita a la niñez generar la posibilidad de ser reconocidos como seres con derechos y formas de actuar con las que pueden involucrarse en la sociedad, siendo entes participativos y activos en la toma de decisiones.

Dibujando Sueños promoverá el ejercicio de la comunicación del niño, buscando propiciar formas de participación a través de un producto comunicacional en donde se empezara a tomar en cuenta la voz de la niñez como parte del desarrollo social, es por eso que hemos tomado en cuenta las recomendaciones de nuestro lector de tesis, no obstante reiteramos que el producto es un programa piloto que puede ser usado a futuro.

La imagen de este sector ha sido bastante vulnerada por varios ámbitos de la sociedad. Actualmente la gran mayoría de espacios comunicativos usan a la imagen de la niñez para atraer público o como anclaje a la intención de generar raitting, por lo cual son en ocasiones hasta burlados por su postura en la sociedad, por eso la necesidad de aportar al

involucramiento del niño en una realidad no tan ajena a lo que es su mundo a través de este producto comunicativo. No obstante, los niños tienen la misma categoría y valor que los adultos, se requiere entender que no son únicamente la posición de sus padres, sino también son dueños de su verdad y de sus derechos.

Buscando instaurarlos en la realidad creamos la iniciativa Dibujando Sueños para dejar de verlos como débiles ante la opinión adulta, siendo conscientes que en los años de infancia es en donde se forma la verdadera vida.

“Dibujando Sueños” tenderá a crear puentes y canales de expresión ciudadana de niños adentrándonos en un mundo antes apartado y relegado por la niñez, en el cual se abordaran temas de coyuntura social, que serán interpretados por este grupo social.

## CAPÍTULO 1

### CONCEPTOS FUNDAMENTALES

#### 1.1. Comunicación

Germán Parra Albarracín en su obra “Bases Epistemológicas de la Comunicación” define que:

“La comunicación es un hecho social omnipresente y permanente, que se expresa en el intercambio de experiencias, conocimientos, emociones, pensamientos, de modo que quienes participan en ese intercambio se encuentran en capacidad de presuponer sentidos o conceptos similares: la comunicación, entonces, hay que asumirla como una praxis colectiva que, se instituye y manifiesta a través de formas simbólicas y de sistemas de significación, cuya esencia radica en la percepción, generación, producción, intercambio, aceptación-negación de realidades” (Albarracín, 2000, pág. 10)

Con este concepto, el autor asegura que se revelan los procesos de transformación en los que ha participado históricamente el hombre, habiendo logrado dominar la naturaleza y creación de la cultura.

Además, Parra señala que la comunicación es un hecho social que nos conduce a tomar en cuenta la importancia que ha tenido en el desarrollo de estudios en torno a los modos en como los mundos y sociedades se producen, intercambian mensajes.

Mientras que para Nixon Raymond, Comunicación es:

“El acto por el cual se transmite un mensaje de una persona a otra o de un grupo a otro grupo. Podemos transmitir informaciones sobre un objeto, una persona o una idea” (Raymond, 2000, págs. 24-28)

## 1.2. Educomunicación

La Educomunicación es un campo de estudios que se sustenta en unas proposiciones, conceptos y categorías que tienen vinculación con elementos teóricos y prácticos desarrollados por la educación y la comunicación. Esas proposiciones, conceptos y categorías, así como las prácticas, metodologías y procedimientos puestos en uso, hacen una síntesis organizada e interrelacionada. Esta última cualidad, aunque no tengamos la absoluta seguridad de que se encuentre definitivamente desarrollada, confiere a la Educomunicación una aproximación al carácter de disciplina científica. (Albarracín, 2000, pág. 11)

## 1.3. Opinión Pública

“La opinión pública no es algo estático sino algo sujeto a la transformación, a la alteración en el transcurso de la historia. Esa es la primera inducción, la segunda: La opinión pública cambia y se modifica con otros factores, está influida por diferentes elementos y las interrelaciones que existen entre ellos: por consiguiente la opinión pública es siempre descriptible y comprensible como función de un conjunto de factores interrelacionados”. (Prada, 1995)

“La Opinión Pública” refiere que cuando hablamos de la misma decimos que esta tiene dirección porque incluye una cierta cualidad emocional o afectiva de aprobación o rechazo de algo. “Tiene una cualidad pro anti” (Robert E. Lane, 1956, pág. 156)

## 1.4. Radio

María Lorena Garzón en su texto, el periodista español José María Burriel señala que la principal característica de la radio es “su virtualidad para trascender hasta la categoría de auténtico fenómeno social” porque se ha convertido en un instrumento que se ha incluido dentro de los acontecimientos, además de

convertirse en un “instrumento de comunicación personal” (Burriel, Maria Lorena Garzon Abad , págs. 110-115)

En ese sentido, Kaplún establece que la radio posee “amplia difusión popular” (Kaplun, 1999) por lo que llega a miles de hogares siendo vista como “un vehículo dócil y sumiso, que se limita a esparcir la voz a la distancia y diseminar la información” (Kaplun, 1999, págs. 55-58)

### 1.5. Participación

“La participación indica la interacción de cada miembro con la meta común del cuerpo”. Esta noción se utiliza para designar las relaciones que se establecen entre un miembro del grupo y la meta común. (Saint-Arnaut, 1981, pág. 88)

Para que se ejecute la participación se identifican 5 posiciones que son “posición del centro, posición del emisor, posición del receptor, posición de satélite, posición del ausente” las cuales deberán ser analizadas dentro de un mismo espacio en donde interactúen.

Es así que según Arnaud el problema de participación consiste “en precisar” cual es para un miembro la mejor forma de interactuar con la meta común.

- Grupo: “Es diferente de la suma de los individuos que lo conforman” (...) puede ser considerado como una pequeña sociedad” (Saint-Arnaut, 1981, pág. 89)
- Meta común: Es “el primer elemento esencial del nacimiento de un grupo, se utiliza de forma descriptiva” (Saint-Arnaut, 1981, pág. 90)

Esta meta común “es posible en la medida en que esté justificada la suma de energía movilizada para alcanzarla”.



## CAPÍTULO 2

### LA COMUNICACIÓN EN LA SOCIEDAD

En la actualidad los medios de comunicación se han convertido en una herramienta útil e importante en el diario convivir, ya que los mismos nos brindan la oportunidad de mantener a la población en contacto con lo que ocurre en su entorno; es este ámbito en el cual se involucra La radio, como ente de los medios de comunicación, a pesar de que algunos especialistas consideran que compite con la televisión en realidad son medios que se complementan y coexisten en un mismo espacio, al hablar se considera que es la creación de imágenes mentales que se proyectan en las palabras. Es por eso que la imaginación es libre.

La radio así como los demás medios de comunicación es utilizada actualmente como un instrumento de poder la misma trata de ingresar en la mentalidad de la gente a través de ella imaginación.

De esta forma se requiere tomar en cuenta que los comunicadores sociales, periodistas o personas naturales que realizan radio tienen en sus manos un gran poder que es la palabra con la cual se pueden llegar incluso hasta la manipulación, ellos son actores de la realidad, esto convierte a la radio en un medio de difusión muy importante en nuestros días.

En la investigación se abordara la acción comunicativa definiéndola como una interacción que es mediada a través de símbolos. Dicha acción tiene como base reglas que son obligatorias las que definen formas recíprocas de conducta y son reconocidas intersubjetivamente.

Habermas, sociólogo y filósofo alemán, principal representante de la "segunda generación" de la Escuela de Frankfurt asigna al marco institucional de la sociedad, las siguientes funciones:

- Organización colectiva para la conservación de la especie, la cual no está asegurada exclusivamente por el instinto.

- Institucionalización del aprendizaje y acomodación.
- La represión y canalización de tendencias libidinosas o agresivas que resultan disfuncionales para la propia conservación colectiva de la sociedad.

Esta última función del marco institucional de la sociedad, implica un doble factor que es necesario tomarlo en cuenta: La organización del poder a fin de reprimir dichas tendencias agresivas y la articulación y satisfacción de nuestras necesidades.

Habermas examina la acción comunicativa y el mundo de la vida como conceptos que los define como complementarios. Entonces la acción comunicativa puede considerarse como algo que ocurre dentro del mundo de la vida: como un espacio trascendental del hablante y oyente en el que se da un modo recíproco que hacen que sus posiciones encajen en el mundo.

De esta forma se pretende basar el producto radiofónico en esta teoría buscando interpretar el mundo de la vida, como le establece Habermas, suponiendo “una conexión interna entre las estructuras del mundo de la vida y la imagen lingüística del mundo“. El lenguaje y la cultura son elementos que forman parte del mundo de la vida, los cuales también están involucrados en la construcción del producto.

El postulado de la teoría de la acción comunicativa establece que existen tres mundos, los que constituyen conjuntamente el sistema de referencia que los hablantes suponen en común en los procesos de comunicación. El mundo externo alude a los mundos objetivo y social, y el interno al mundo subjetivo. Es decir que, para esta concepción, el hablante, al ejecutar un acto de habla, entabla una relación pragmática con:

Algo en el mundo objetivo (como totalidad de las entidades sobre las que son posibles enunciados verdaderos); o algo en el mundo social (como totalidad de las relaciones interpersonales legítimamente reguladas); o algo en el mundo subjetivo (como totalidad de las propias vivencias a las que cada cual tiene un acceso privilegiado y que el hablante puede manifestar verazmente ante un público), relación en la que los referentes del acto de habla aparecen al hablante como algo objetivo, como algo normativo o como subjetivo.

El hablante y el oyente se entienden desde y a partir del mundo de la vida que les es común, (porque esta simbólicamente estructurado) sobre algo en el mundo objetivo, en el mundo social y en el mundo subjetivo. De esta manera entender un acto de habla, significa, para el oyente, saber qué lo hace aceptable. Entonces la acción comunicativa se basa en el consenso simbólico. Al cual se pretende llegar dentro de cada edición radial. Siendo así el ser humano vive en un mundo de sentidos donde prácticamente todo.

La teoría de Frank Dance indica que la comunicación es el "estudio de la teoría y principios... del origen, emisión, recepción e interpretación de mensajes..." (Dance, 1973, págs. 32-35) independientemente de la cantidad y de la calidad de mensajes emitidos, por lo que "cobra sentido cuando se busca un objetivo" , la comunicación aparece como una acción con una finalidad. De esta forma la palabra transforma el signo en símbolo y representa abstracciones.

Siendo así, Frank Dance menciona que el ser humano tiene una voz distintiva, que lo identifica como individuo, y hace de la comunicación interpersonal una "singular sensación". "Comunicación es la elicitación de una respuesta"; (Dance, 1973, págs. 38-40) tomando en cuenta que la elicitación advierte que el ser que inicia la comunicación tenga un objetivo determinado, esta puede ser una conducta o respuesta realizada conscientemente del por qué, ejecuta dicha acción.

Este modelo que se expone fue presentado en el año 1967, e incluye un desarrollo en donde Dance concluyó algo que lo lleva a las bondades de la comprensión de la comunicación como proceso circular más que lineal. Por medio de un espiral o esquema helicoidal, entendiendo que cada avance en la comunicación se convierte en soporte para lo que sucederá luego, tanto en estructura como en contenido:

“Si encaramos el desarrollo comunicativo de un individuo de una manera helicoidal, podemos sugerir que desde el momento de la concepción, el helicoide de comunicación del individuo comienza a desarrollarse y a avanzar hacia delante y sobre sí mismo en forma simultánea” (Dance, 1973, pág. 41).

Es decir se habla de una visión dinámica en la cual la comunicación, en lugar de regresar al punto de partida, recibe una serie de realimentaciones de las partes, al mismo tiempo que en el proceso de comunicación se fortalece, cuando el campo de conocimiento se amplía al igual que los actores se afianzan en el conocimiento del otro y de la información que éste les entrega.

La propuesta de Frank Dance (Dance, 1973, pág. 45) estudia la comunicación básicamente desde su componente verbal; para él:

“Una teoría de la comunicación mediante el habla ofrecería una estructura que describiera y explicara satisfactoriamente la génesis, el desarrollo y el rol de la comunicación por el habla, en el individuo y en la sociedad”

En detalle, (Dance, 1973, pág. 48) explica que tras la formación del concepto de sí mismo y de la emergencia de la persona por medio de la interacción del recién nacido con su medio, empieza a desarrollarse la comunicación mediante el habla. Este proceso será durante toda la vida a modo “helicoidal” o “de espiral”.

Los tres niveles del inicio de este proceso son:

- 1) Nivel de la comunicación verbal intrapersonal, “el de la actividad neurofisiológica”
- 2) Nivel de la comunicación interpersonal: éste es el punto donde, a juicio de Dance, comienzan las fallas y bloqueos de los análisis de comunicación. Éste incluye la mayoría de las formas de interacción verbal comunicativa persona a persona.
- 3) Nivel de la comunicación verbal persona a grupo y es también el nivel que suma las características de los tres niveles, lo cual no debe comprenderse como superposición de cada uno sobre el anterior sino como envolvente helicoidal de las condiciones permanentes de comunicación. Así mismo, el autor reconoce tres funciones en la comunicación verbal.

- 1) La integración del individuo con su medio.

2) El desarrollo de procesos mentales.

3) La regulación de la conducta.

Aquellos niveles y funciones de la comunicación en la sociedad son ejes que los ejecutaremos en el desarrollo de “Dibujando Sueños” para cumplir con los objetivos planteados.

### 2.1. La comunicación como proceso de participación

Dentro de todo proceso de comunicación existen diversas formas de participación que permiten llegar a la realización de la información que será emitida. De esta forma al basarnos en la participación dentro de medios de comunicación social, se requiere reflexionar y analizar el sentido de los medios en la sociedad y el aporte encaminado hacia la comprensión/incomprensión de la realidad.

Además se requiere establecer un análisis de las condiciones que permiten hacer de esta cualidad humana algo positivo o negativo para la sociedad.

Para realizar un tipo participación en los medios de comunicación que sea realmente constructiva, se debe hacer algunas consideraciones sobre la participación y su valor en la ciudadanía.

La participación aparece como un valor crucial en sociedades democráticas y también un valor de gran importancia para considerar como válido cualquier modelo educativo. Al hablar del tema no puede hacer referencia a una herramienta de distracción, ni al entretenimiento, ni al activismo, sino más bien a un compromiso interno en la búsqueda y consecución de algo valioso, en este caso lo valioso resulta el hecho de poder transmitir a través de un medio comunicativo y que esto pueda trascender.

Siendo así, la participación favorecida y que interviene en los actuales medios de información y comunicación pretende establecer un compromiso de un real diálogo que busque educar para la participación, lo que implica hablar de comunicación, valor, verdad, etc.

“Dibujando Sueños”, es un producto radial que basa sus condiciones en formar seres humanos prudentes, en este caso niños, para la participación en los medios de comunicación, los mismos que desarrollen y cuenten con la capacidad necesaria que permita discernir diversas teorías aplicadas en la realidad, esto además facilita el aprendizaje de niños y la formación de personas con criterio de opinión.

Comunicación participativa “es un modelo y una forma de hacer comunicación que facilita la recuperación de la vida cotidiana, las necesidades e intereses de los grupos socioculturales, así como a sus protagonistas, mediante la planificación de propuestas que contribuyan a mejorar su presencia e incidencia tanto en los procesos de desarrollo, y de toma de decisión, como en los medios de comunicación” (López, 1999, págs. 85-86)

Dicho modelo de comunicación hace posible las relaciones en las que las personas comparten experiencias e información, tanto de forma individual como colectiva. Por lo cual la comunicación participativa cambia el modelo tradicional de comunicación, en el cual existe únicamente un emisor y un receptor, por eso la comunicación participativa reconoce que los dos responsables.

Según este autor se establecen principios del proceso comunicativo los cuales generan dicha comunicación participativa.

- Función informativa: Se refiere al intercambio de mensajes con diferentes sentidos y significados. (Se ejecuta en el desarrollo del programa)
- Función reguladora: la comunicación “organiza” la actividad de los interlocutores.
- Función afectiva: A través de los mensajes se transmiten emociones y afectos que de alguna manera influyen en la percepción interpersonal y complementan las dos funciones anteriores.

De esta forma, la comunicación aporta a las relaciones interpersonales de manera directa.

Primer Principio: cuando dos personas entran en contacto, resulta imposible no comunicar. El principio comunicativo se desarrolla mediante el intercambio de diversos mensajes por diferentes canales, esto es por el canal verbal y por el canal no verbal (tono de la voz, ritmo del habla, mirada, gestos, posturas, proximidad física, entre otras formas). Veamos un ejemplo: una bella joven se encuentra sentada en el banco de un parque esperando a su novio, y un desconocido llega, se sienta a su lado e inmediatamente intenta establecer una comunicación con ella. La joven se corre de lugar e interpone entre ella y “el intruso” el bolso de mano, como para delimitar el espacio; permanece en silencio mirando hacia delante y mantiene esta postura a pesar de la insistencia del individuo, quien trata inútilmente de atraer su atención.

Con su postura en general, la joven ha comunicado: “no se esfuerce que no deseo mantener ningún tipo de relación con usted”, todo a través del lenguaje no verbal.

Segundo Principio: en toda comunicación cabe distinguir entre aspectos de contenido y relacionales. Una niña a la que hemos dado un dulce, lo saborea y al concluir nos dice: “ya se acabó” (contenido manifiesto; pero si atendemos correctamente el aspecto relacional, en verdad nos está comunicando su intención de obtener un nuevo dulce, de modo que en el sentido relacional su mensaje significa ¿no hay otro?.

Tercer Principio: la definición de una interacción está condicionada por las secuencias de comunicación entre los participantes (circularidad).

La esposa alega que “ella pelea porque el esposo llega tarde y ebrio”. El esposo responde que “él llega tarde y ebrio porque su esposa le pelea”. Como se aprecia, la circularidad en esta interacción está en que el comportamiento del uno influye y refuerza el comportamiento del otro.

Cuarto Principio: Toda comprensión es siempre una interpretación, el significado está siempre en el sujeto. A cierto especialista muy calificado en el tratamiento del alcoholismo, le solicitan que brinde una conferencia a un grupo de alcohólicos para

sensibilizarlos respecto a la necesidad de abandonar esta adicción. El especialista decide mostrar a los sujetos el daño que el alcohol puede producir en el organismo, valiéndose de un experimento demostrativo y habilita para ello unos vasos. En uno pone agua y en el otro alcohol. Realizados todos los preparativos, el especialista se dirige al grupo y dice:

“Observen estos dos vasos; en uno hay alcohol y en el otro agua”, y deja caer la lombriz en el vaso con agua. El animal nada y sale del vaso sin gran dificultad. “¿Vieron?, ahora miren esto” – entonces toma la lombriz y la deposita dentro del vaso con alcohol; como resultado la lombriz muere inmediatamente. “¿Vieron?, a qué conclusiones podemos llegar - silencio absoluto -, “Vamos, ¿cuáles son sus conclusiones? Finalmente uno de los presentes levanta la mano y dice. “Pues que el que toma alcohol, no tiene lombrices en el estómago”. (López, 1999, pág. 91)

En una sociedad de la información, el público no cuenta con una madurez crítica que se enfoque en la democracia, por esta razón se ausentan los espacios en donde la niñez interactúe y sea protagonistas de su propio espacio, se requiere que el papel que jueguen los medios sean de gran trascendencia en la formación de masas y que de esta manera incentiven a la participación ciudadana.

Por otro lado, no se puede ignorar la participación directa por parte de los oyentes en el producto radiofónico, ya que el mismo brinda la posibilidad de intervención en el contenido y desarrollo del tema a tratar o el programa en sí.

De hecho la participación si es manejada de manera adecuada puede ser usada como una herramienta que aporte en la producción de contenidos, facilitando el intercambio con el público que permitan formar modelos de representación.

Hoy en día la radio permite llegar al oyente de manera directa, extendiendo el mensaje para su mejor comprensión. Es así que los oyentes son piezas fundamentales en la consolidación del producto.

Un elemento determinante en el funcionamiento del producto es la actitud del oyente, el cual se medirá en base a la participación de los mismos a través de redes sociales,



facebook y twitter, así como por llamadas telefónicas. Para lograr resultados satisfactorios en la aceptación del producto radiofónico se debe crear lazos de armonía entre el conductor y el oyente, por esta razón los niños locutores formaran representaciones propias de la niñez que determinen la correlación entre participantes del programa. Los niños oyentes tendrán que contra la oportunidad de identificarse con los locutores y temas a tratar, para que tras el proceso de identificación se pueda generar dialogo, debate y conclusión.

La participación del público oyente es una técnica utilizada que se adapta de manera fácil al locutor, tomando en cuenta que este debe poseer la debida experiencia para saber manejar la trama de cada programa realizado.

El hecho de que un niño oyente participe por cualquiera de los mecanismos de contacto establecidos, le permite al mismo adaptarse a la pluralidad de contenidos que se pueden abordar en la radio, llegando a obtener la debida cantidad de información para su corta edad. Sin embargo de las modalidades de participación no se puede obtener un perfil preciso del oyente, en lo que se refiere a variables como edad, hábitos de escucha, actitud hacia el programa, por eso hay que tomar en cuenta estas variables que reducen las posibilidades que ofrece el programa. Es recomendable que la tecnología sea un elemento bien usado y se convierta en el dinamizador al concretar y planificar las intervenciones.

Para establecer la participación adecuada tanto de los conductores como de los oyentes aplicaremos la importancia que se requiera a la participación de audiencia, llamadas de oyentes, radio, programación radiofónica.

Según el texto “Tipología de la participación de los oyentes en los programas de radio” de Susana Herrera Damas se establece que las modalidades participativas pueden clasificarse en función de criterios relativos al contenido: Finalidad y temática de las intervenciones y de criterios referidos a las técnicas de producción, utilización de códigos lingüísticos, realización técnica y planificación temática.

De esta manera se aplican criterios de clasificación para dar lugar a la tipología mencionada, que son los siguientes:

En función de la finalidad

Prestando atención a la finalidad con la que los oyentes se pueden dirigir a un programa de radio, hay que mencionar nueve modalidades participativas:

Tabla 1.  
Criterios de clasificación en la presente tipología

<b>Ámbito</b>	<b>Criterios de clasificación</b>
Según contenido	1) Finalidad 2) Temática
Según técnica de producción	3) Utilización de códigos lingüísticos 4) Realización técnica 5) Planificación temática
Según sus intervenciones pretendan:	1) expresar una opinión, 2) rectificar una información, 3) aportar información, 4) relatar un caso propio o ajeno, 5) consultar una información, 6) denunciar un hecho o situación, 7) desahogarse, 8) pedir información u opinión o 9) concursar

Nota: Adaptado de la investigación, por: A. Cadena & A. Guerra, 2014

### **Expresar**

Todo oyente acude al medio de radio para expresar opinión y puntos de vista, respecto al tema a tratar. Esta es una modalidad participativa frecuente en la radio ya que permite formar interés común en determinados casos. Desde esta visión, la intervención de los oyentes puede servir para contradecir u oponerse a la realidad social sobre el que existe un cierto consenso entre los colaboradores de una emisión.

En la radiodifusión se permite que los oyentes ejerzan el papel de contertulios y expresen sus opiniones e incluso desarrollen el programa junto al locutor. En algún caso, la popularidad de esta modalidad participativa, la autora del libro anteriormente mencionado señala que ha llevado a sobreestimar su influencia y a inventar nuevos términos para caracterizar a este fenómeno, denominado como la radiocracia, el poder de la radio. A través del cual el ciudadano puede expresar su adhesión o su reprobación a gobernantes y políticos. La niñez será parte de esto porque podrán opinar de diversos temas, entre ellos política, para defender o realizar críticas desde su inocencia y naturalidad. Bajo reglamentos internos del personal.

La participación de los oyentes en el programa representa la apertura de la radio y la concede un elemento interactivo que fomenta el interés de la audiencia por el medio de comunicación y el programa.

El tiempo que se debe otorgar a cada oyentes se recomienda sea de dos minutos, con el objetivo de permitir el mayor número posible de participantes.

Por su lado, el presentador o locutor tendrá que limitarse a coordinar y dar paso a las intervenciones, normalmente seleccionadas por el productor. En ocasiones el conductor del programa solicita también de los oyentes información adicional que permita desarrollar las argumentaciones.

### **Aportar información**

En varias algunas emisiones de carácter informativo suelen incluir modalidades participativas, cuando el oyente se dirige al medio para brindar información. En este caso ocupa el papel de testigo de un acontecimiento, presenciado normalmente de manera involuntaria. La intervención de la audiencia puede resultar de gran utilidad en el tratamiento informativo de sucesos.

De igual forma el oyente puede acudir al programa para relatar un caso propio, es así que la información que aporta en la amplificación del tema. “Dibujando sueños” crea esa apertura a que el oyente intervenga para relatar casos propios.

Esta modalidad usara el producto radial porque por medio de historias propias, anécdotas se establecerá contacto e interrelación directa entre el oyente y el conductor.

Los demás conductores, invitado o colaboradores del programa serán capaces de enriquecer entre todos y reconstruir nuestra propia historia colectiva.

### **Consultar una información**

Esta modalidad posee una mayor trayectoria en la historia de la radio. Durante la emisión se advierte, la existencia de los tres rasgos que constituyen todo género.

La popularidad que han alcanzado estas emisiones puede deberse a que el consultorio desarrolla buena parte de la información que la gente necesita en el desarrollo de su vida cotidiana ya que el mismo otorga la información que no está en los noticiarios y que se relega de otros programas informativos. La función de los consultorios para contar con la capacidad de atender las consultas y demandas ciudadanas ha sido aprovechada por una gran cantidad de emisiones.

### **Denunciar un hecho o situación**

Los oyentes se dirigen a un programa radial para denunciar en base a cierta situación considerada como injusta expuesta en el desarrollo de la emisión. Esta modalidad es similar a la de expresión de la opinión, aunque en esta quien denuncia está involucrado en el hecho. Los niños podrán llamar y realizar denuncias en el contexto real, manejado de manera seria o cómica dependiendo el segmento.

En este caso el presentador debe profundizar en la situación expuesta y contribuir a hacer pública la autoridad si ese es el caso.

### **Desahogarse**

Esta modalidad participativa contiene un alto componente de expresividad, porque los oyentes llaman a la radio para desahogarse haciendo públicos sus problemas e inquietudes.

Además se posibilita un cierto sentimiento de liberación para quien llama, ya que le permite compartir una situación de desdicha, por lo que el presentador será percibido como un amigo y confidente con quien el oyente podrá liberarse.

### **Pedir información u opinión**

El oyente acudirá al programa para pedir información sobre determinados temas en los que están interesados. La audiencia se convierte en entrevistadora y desplaza parcialmente al periodista. Es similar al consultorio, sin embargo, a diferencia de lo que ocurre en los consultorios, en la modalidad de petición de información, no suele

advertirse una preocupación por algo que se considera problemático para los oyentes. Lo que existe más bien es una simple demanda de información u opinión.

### **Concursar**

El concurso será uno de los máximos exponentes del programa, porque mediante la intervención del oyente radiofónico se motivara a la audiencia a que sea parte del desarrollo del programa. También aplicaremos en el producto radial en función del contenido

(Damas, 2014, pág. 91) "El segundo criterio de clasificación utilizado en la tipología de Susana Herrera Damas se refiere al tema que aborda el oyente en su intervención. Una vez analizada la finalidad que persigue el oyente con su llamada, interesa conocer ahora la naturaleza de los contenidos a los que alude. Determinar los diferentes temas a los que se pueden referir los oyentes en sus intervenciones es una tarea compleja, habida cuenta de la misma variedad temática del propio discurso programático. Sin embargo, a pesar de estas dificultades, sigue resultando interesante conocer no sólo para qué llaman los oyentes al medio, sino también qué es lo que cuentan en sus llamadas. En este punto, se ha visto la conveniencia de establecer dos categorías de clasificación genéricas a partir de las cuales enmarcar de manera precisa y operativa las diferentes modalidades participativas en función del contenido al que se aluda en cada intervención".

## 2.2. Historia de la radio

Los antecedentes más remotos de la radio se sitúan alrededor de los principios del siglo XIX, cuando Alessandro Volta inventa un objeto común para todos como la pila voltaica o, una pila que podía producir electricidad.

Desde aquel entonces empiezan a construirse los primeros telégrafos, aparatos primitivos pero que fueron evolucionando gracias a las aportaciones Samuel Morse,

quien en 1840, introduce dos transformaciones fundamentales en esos rudimentarios telégrafos.

En primera instancia sustituye las agujas magnéticas que utilizaba su antecesor en este campo (Henry Cook) para el proceso de identificación de las señales, por una tira de papel y luego el código Morse; un código que a través de una combinación de puntos y rayas, puede transmitir cualquier tipo de mensaje.

Posteriormente 1875, Graham Bell, propicia el nacimiento de la telefonía. Este inventor consiguió que los sonidos pudieran propagarse a través de un cable.

Por eso la importancia de la telegrafía y la telefonía en la aparición de la radio.

Otros fenómenos fueron igual o más importantes que éstos en la historia de la radio como fue el descubrimiento y la posterior medición de las ondas electromagnéticas, también llamadas Hertzianas porque la persona que ideó el proceso para medirlas fue Heinrich Hertz en 1887, propició la creación del primer receptor de radio.

Sin embargo, hasta la llegada de la telegrafía sin hilos, de la mano de Guillermo Marconi, la transmisión era muy limitada. La aportación de Marconi permitió que las señales sonoras pudieran propagarse a algo menos de 20 Kilómetros de distancia.

En ese sentido, a inicios del siglo XX cuando las aportaciones de A. Fleming y R.A Fessenden permiten la transmisión de la voz humana, se inicia la radio que hoy conocemos.

Si bien decíamos al principio de este texto que la radio en España comenzó el pasado siglo, concretamente en la década de los veinte, en Estados Unidos su andadura se inició un poco antes.

En 1916 se inaugura la primera emisora en la ciudad de Nueva York y, en el período comprendido entre 1914 y 1918, la radio se consolida en este país y en otros importantes estados europeos, como Francia y Gran Bretaña.

Tal es el crecimiento del medio en Norteamérica que, en 1935, se funda la Columbia Nexus Service, una agencia de noticias encargada de distribuir la información entre las emisoras existentes en aquel momento en Estados Unidos.

### 2.3. Nuevas espacios radiales de la Información y Comunicación

Los medios de comunicación, en busca de la recuperación de la responsabilidad y reflexión social, han propiciado la apertura de nuevos espacios para el desarrollo de intereses comunes en diferentes ámbitos de la sociedad. Es así que en esa búsqueda los medios de comunicación, incluimos nuestro producto, que se enfocan en una nueva orientación de gestión y representación de imaginarios comprometido con la sociedad.

La sociedad está asumiendo su responsabilidad social como su nueva realidad, incorporando en su oferta, preocupaciones e inquietudes que se destacan en la realización de un producto asumiendo su compromiso social, dan cabida en su programación actual a estas demandas.

De esta forma, nuestros objetivos siguen la premisa de que los medios de comunicación comienzan a asumir su responsabilidad social con la integración de nuevos espacios que responden a demandas sociales.

En la actualidad la intervención de la niñez en productos comunicacionales se ha destacado por la singularidad de los niños, sin embargo se considera no ha sido enfocado en progreso de la educación de la niñez, es en lo que enfocaremos nuestro producto.

Otro aspecto relevante es la calidad de los nuevos espacios y la importancia que tienen para el propio medio, ya que se debe impulsar la imagen del niño desde un medio con la debida responsabilidad social, tomando en cuenta que hoy en día existe una nueva era de la comunicación que ha generado diversos espacios los cuales abren puertas a la formación de una sociedad versátil.

Analizaremos en este caso a la radio que es el medio en el que se basara el producto comunicativo, y la misma que realiza el papel de un medio de comunicación y difusión.



Este medio llega al radio-escucha de forma personal, se establece que es el medio de mayor alcance, ya que llega a todas las clases sociales, por lo que establece un contacto bastante personal al ofrecer al radio-escucha cierto grado de participación en el acontecimiento o noticia que se está transmitiendo. La importancia de la radio como medio de difusión posee una calidad íntima de tú a tú, es decir que la mayoría de los otros medios no tienen.

## CAPÍTULO 3

### EDUCOMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA RADIAL PARA LA NIÑEZ

En la realización del programa radial hacemos uso del Periodismo Educativo “la producción y distribución de mensajes informativos de actualidad que logren interesar a un público determinado” (Latina, 2008). De esta forma la visión sobre la educación es indispensable cuando transmitimos los modelos por los que el mundo pueda ser explicable o cuando nos vamos adaptando a ellos en el mundo.

La idea de crear un espacio radial educativo e informativo, invita al público a orientar, pensar y actuar desde un medio de comunicación, en el que realizamos un función social como facilitadores y promotores de conocimientos y de relatos de actualidad que puedan ser incorporados a procesos de sentido, racionales y personales o no.

Identificamos a la educación para la comunicación ya que el objetivo es establecer una relación EMIREC (EMISOR-RECEPTOR). De tal forma que se alcance un aprendizaje colaborativo y la comunicación efectiva. Ésta última entendida como una interacción entre todas las partes del proceso comunicativo que conlleva a una retroalimentación constante.

La Educación en la comunicación es entendida como un aspecto de la Tecnología Educativa, es decir, usar los medios de comunicación en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Según la Real Academia de la lengua:

Comunicación: “Acción y efecto de comunicar o comunicarse; Trato, correspondencia entre dos o más personas; Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.” (Freire, 2011)

Educación: “Guiar, conducir, formar, instruir. Proceso multidireccional mediante el cual se transmiten conocimientos, valores, costumbres y formas de actuar” (Freire, 2011)

La comunicación es más básica ya que los hombres necesitaron entenderse y cooperar los unos con los otros mediante la comunicación interpersonal y debemos comprender que el conocimiento es un poder en potencia: sólo se convierte en realidad cuando sea comunicado al Universo y transformado en acción.

Por otra parte, la educomunicación es entendida como “La interacción de la comunicación en la educación” (Freire, 2011), es cambiante según los avances de la tecnología.

Paulo Freire, para quien la educación debe buscar la humanización y liberación del hombre, desarrolló la teoría de la acción dialógica, basada en el diálogo, relacionó la educación y la comunicación identificándolas como dos procesos que forman parte de un mismo fenómeno: La educomunicación. Frente a esto precisamos indicar, que existen relaciones humanas que pueden ser altamente constructivas o deteriorantes.

La UNESCO menciona que la Educomunicación (educación en materia de comunicación) incluye que:

"Todas las formas de estudiar, aprender y enseñar, a todos los niveles y en toda circunstancia, la historia, la creación, la utilización y la evaluación de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas, así como el lugar que ocupan los medios de comunicación en la sociedad, su repercusión social, las consecuencias de la comunicación mediatizada, la participación, la modificación que producen en el modo de percibir, el papel del trabajo creador y el acceso a los medios de comunicación" (Freire, 2011)

Siendo así, en nuestro producto entendemos a la Educomunicación como un espacio teórico-práctico formado por las interrelaciones entre dos campos muchas veces separados: la educación y la comunicación (con especial hincapié en su vertiente mediática). Consideramos la Educomunicación como una herramienta para el autoconocimiento y desarrollo de las personas en este caso de los niños y desde ahí, para el desarrollo de las sociedades. Se desarrolla o ejemplifica la Educomunicación en varias direcciones: educación sobre el papel de los medios de comunicación en la sociedad en

general y en nuestras vidas en particular, desarrollo de las capacidades comunicativas de las personas para la creación de sus propios mensajes alternativos, creación de productos mediáticos.

Indudablemente el hecho educativo implica un hecho comunicativo. Los procesos de comunicación son componentes pedagógicos del aprendizaje.

La educomunicación solamente se puede entender en un contexto de cambio cultural, revolucionario, dialógico, que nunca se acaba, dialéctico, global, interactivo, que adquiere su pleno sentido en la educación popular, en la que comunicadores/educadores y receptores/alumnos, enseñan y aprenden al mismo tiempo, pues son alternativamente emisores y receptores. La relación pedagógica se convierte en una situación de aprendizaje compartido entre los que se comunican entre sí y que, al hacerlo, construyen el hecho educativo, cuyo principal objetivo es el de desarrollar un pensamiento crítico ante la situación del mundo y sus mensajes.

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación nos ayudan a aportar nuevas visiones y contactos, es así que nosotros incluimos en esta visión a los niños creando un espacio educativo e informativo que implica avances espectaculares.

Proponemos una alternativa para incorporar los medios como objeto de estudio en lo que llamamos una educación en medios de comunicación, que enseñe a los niños a analizar crítica y reflexivamente la realidad desde la inocencia diaria.

Debemos ser conscientes que los medios de comunicación enseñan a los niños contenidos (sobre los dinosaurios, sobre la contaminación o sobre un conflicto mundial...) y comportamientos de la vida.

La forma en que los medios establecen relación con los niños y en qué medida aporta los mismos en el aprendizaje y la educación es en gran escala y se crea vínculos que se construyen con los medios en general, y radio en particular, nos permitirá entender el potencial educador de la misma en la sociedad actual.

Sin embargo, los niños no escapan al efecto de las diferencias sociales según la edad, los niños tienen diversas maneras de elegir y de interpretar una emisión comunicacional. Esto depende de una serie de consumos culturales en las cuales los niños adquieren significaciones según el medio social al que pertenecen.

La educación en medios, es decir, propone aprender a interrogarse sobre las representaciones del mundo que transmiten los medios, a fin de comprender la forma en que damos sentido a la realidad y el modo en que los medios le dan sentido para nosotros. Respecto a esto la niñez a través del programa aprenderán a analizar la manera en que los medios de comunicación construyen el mundo y se presentan como mediadores entre el universo y nosotros.

De esta forma entendemos al producto comunicacional como la construcción de la identidad de los niños. La educación en medios, finalmente, busca revalorizar la cultura de los niños, sus experiencias cotidianas, su vida en el barrio y sus consumos mediáticos. Propone conocer, integrar y resignificar sus saberes previos y preguntarse por aquello que la niñez aprenden dentro de la escuela y, no menos importante, fuera de ella.

### 3.1. Intervención de la niñez en la realización del producto mediático “Dibujando Sueños” (Protagonismo)

Hoy en día, los niños están en constante contacto con todos los medios de comunicación que rodean su espacio, es por ello que resultan fácilmente influenciados y son entes dispuestos a imitar todo lo que escuchan y ven. Los medios de comunicación contribuyen en gran medida en la fijación de pensamientos, ideologías y visiones específicas en la niñez.

De esta forma entendemos que los niños pueden absorber de manera instantánea diversas concepciones en la sociedad, es así que resulta necesario encaminar a la creación de estrategias para atender una demanda urgente de formación y capacitación, para todos a quienes les interesa la comunicación e información hecha para la infancia.

El niño debe asumir su papel en un medio y concebir la importancia de transmitir a nivel global.

En primera instancia se trabaja con la gente adulta que va a liderar el proyecto, en esta parte establecemos herramientas adecuadas de orientación para personas que están interesados en dedicarse a la comunicación e información dirigida a la niñez y adolescencia, o para quienes ya lo hacen. Es necesario identificar y crear colaboración entre los participantes del programa, esto permitirá dimensionar la responsabilidad ética y la función social de todo comunicador interesado y/o especializado en oyentes infantiles, ya sea niño o adulto.

En la realización del programa radial “Dibujando Sueños” se pretende reconocer y ubicar el periodismo infantil asumido como un medio de vinculación indispensable entre los actores, para establecer el nivel de importancia que conlleva realizar un trabajo de difusión en temas del acontecer social, cultural, político, deportivo, educativo, ambientalista y realizado por niños.

La radio es un medio de comunicación tan integrado a la vida contemporánea que crea relaciones comunicativas profundizando un diálogo social, es por ello que puede convertirse en una verdadera aliada de la educación.

Según el Código de la Niñez y la Adolescencia en el capítulo Derechos de Participación en el art. 59 se menciona el derecho a la libertad de expresión.- Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a expresarse libremente, a buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, oralmente, por escrito o cualquier otro medio que elijan, con las únicas restricciones que impongan la ley, el orden público, la salud o la moral públicas para proteger la seguridad, derechos y libertades fundamentales de los demás. Es así que tenemos claro la no discriminación de los niños, y ellos desde su espacio tienen el pleno derecho al interés superior del mismo, el derecho a la participación y el derecho a ser escuchado. Por lo cual nosotros nos preguntamos si los medios de comunicación brindan oportunidad a la real expresión infantil.

Los niños deberían tener acceso a más espacios en los que sean protagonistas de los mismos y desde su visión aportar a temas de interés social actual.

Indiscutiblemente se requiere trabajar en la concepción del niño. Expertos explican cómo la autoestima de los niños crece al ver que se les escucha y que su opinión cuenta en la sociedad, esto genera cambios positivos en el crecimiento del niño.

A pesar de que los niños han tomado espacios en los medios, es muy baja la participación sin ser usados como imágenes que venden. En nuestro país los niños se presentan vulnerables frente al mercado ya que el negocio toma mayor valor frente a lo que es recomendable para la edad determinada del niño, que es parte de un medio de comunicación.

Cada vez son menos los canales temáticos que dedican un espacio determinado a los niños de entre 3-4 y 10 años y que se dejan llevar por potencial público adolescente, que puede resultarle mucho más rentable y fácil de llegar.

En la realización de nuestro producto radial ayudaremos al niño participante en el medio a que se informe y asimile la actividad de un niño frente a los medios, que iría en el siguiente orden: niño como espectador, receptor, perceptor crítico y perceptor participante.

Desde este punto partimos para que el niño sepa lo que dice y entienda como llega al público.

La Convención sobre los Derechos del Niño, CDN, es un referente por excelencia para promover y estimular la participación de los niños. Los artículos 12 y 13 consagran los Derechos de los Niños a formarse su propio juicio y expresar libremente su opinión en todos los asuntos que los afecten, el artículo 15 establece el derecho a asociarse libremente y celebrar reuniones pacíficas.

La UNICEF a nivel mundial ha estimulado diversas experiencias de participación, las cuales han planteado elementos importantes a considerar en la propuesta de avanzar en la construcción conjunta de enfoques y metodologías para promoverla, entre ellas está la

importancia de formar la apertura de los adultos y su capacidad de “escuchar” la voz de los niños, ya que este es un componente esencial de la realización de los Derechos. Sin embargo necesitamos trabajar para que no se distorsione el valor de la participación y se adultere la posibilidad muy real de que esa expresión de una visión distinta pueda ayudar a la sociedad, como un todo, a recrearse y aporte en función del desarrollo.

La participación no puede ser vista únicamente como un “proceso” para llegar al público, sino más bien es un derecho civil y político básico para todos los niños y, por lo tanto, es también un fin en sí mismo.

La CDN también plantea la necesidad que los niños tengan canales adecuados para expresarse en todos los ámbitos de interacción (familia, escuela y comunidad) y particularmente les permita hacer denuncias en relación con su situación de Derechos. Es así que “Dibujando Sueños” abre un espacio de recreación que busca la oportunidad para que el niño se exprese de manera libre.

Mencionaremos tal como afirma Roger Hart, la participación en un proyecto o situación dada se puede dar a diferentes niveles:

### **No participación**

La manipulación: Se trata del nivel más bajo, el uso de este nivel, esta demuestra un desconocimiento de las habilidades de los niños y una violación a sus Derechos. Que son aquellos casos en que los niños son sumados por ejemplo a manifestaciones de protesta sin conocer de fondo las problemáticas y el porqué de sus acciones.

La decoración: Es el segundo nivel en la escalera, muy frecuente en diferentes ámbitos particularmente institucionales y comunitarios, donde a los niños se les coloca una camiseta y una cachucha alusiva a... sin tener el sentido del evento, conocerlo o haber participado en su diseño. Los niños son atraídos con los refrigerios y las actividades lúdicas como pretexto para que los medios de comunicación o las comunidades vean los “espacios llenos” y se crea una falsa imagen de convocatoria y éxito del mismo.



Simbolismo: Supone aquellos casos en que el niño se puede expresar de tal manera que siga las orientaciones propuestas por los adultos sin que tenga la oportunidad realmente de construirle sentido y significado a sus propias opiniones. Ejemplo común, es cuando se selecciona a niños particularmente habilidosos y con competencias comunicativas sobresalientes para que hablen en “eventos relevantes para los niños”, pero sin que el niño haya tenido la oportunidad de elaborar, documentarse y construir su propia propuesta.

### **Participación genuina**

Asignado pero informado: Los requisitos según el autor para llegar a este cuarto peldaño son: Los niños comprenden las intenciones del proyecto, ellos saben quién tomó las decisiones sobre su participación y por qué, ellos tienen un papel significativo (no decorativo), se ofrecen como voluntarios para el proyecto después que se les explica el proyecto claramente.

Consultados e informados: El proyecto es diseñado y dirigido por los adultos, pero los niños comprenden el proceso y sus opiniones se toman en serio.

Proyectos iniciados por los adultos, decisiones compartidas por los niños: Es el sexto peldaño de la escalera, los proyectos son diseñados por los adultos pero los niños comparten el proceso de toma de decisiones

Iniciados y dirigidos por los niños: Proyectos que surgen como iniciativa de los niños donde ellos ponen en juego sus conocimientos y habilidades y el adulto es apenas un facilitador, pero los procesos de decisiones y organización se da desde los niños.

Proyectos iniciados con los niños decisiones compartidas por los adultos: Los niños proponen y actúan y los adultos sugieren en la medida que son convocados por ellos.

Como se puede observar en los niveles de participación genuina por lo menos se cumplen algunos requisitos: que los niños comprendan las intencionalidades del proyecto, conocimiento sobre quien tomó las decisiones, cómo y por qué, que tengan un papel realmente protagónico. En este proceso de avance de la escalera, la incidencia y

participación en los procesos de toma de decisiones es fundamental y la etapa en que ingresan al mismo, lo último significa que el niño incorpora al proyecto a los adultos.

Por su parte Jaume Trilla y Ana Novella quienes hablan sobre la educación y participación social de la infancia, tomando a modo de sugerencias algunos de los aspectos de la escala de participación de Hart, proponen una tipología de participación distinta, en la que parten de cuatro clases más amplias de participación. Dentro de esta propuesta se afirma que desde el primero hasta el último tipo, se da un incremento progresivo en cuanto a la complejidad de la participación como se muestra en siguiente tabla.

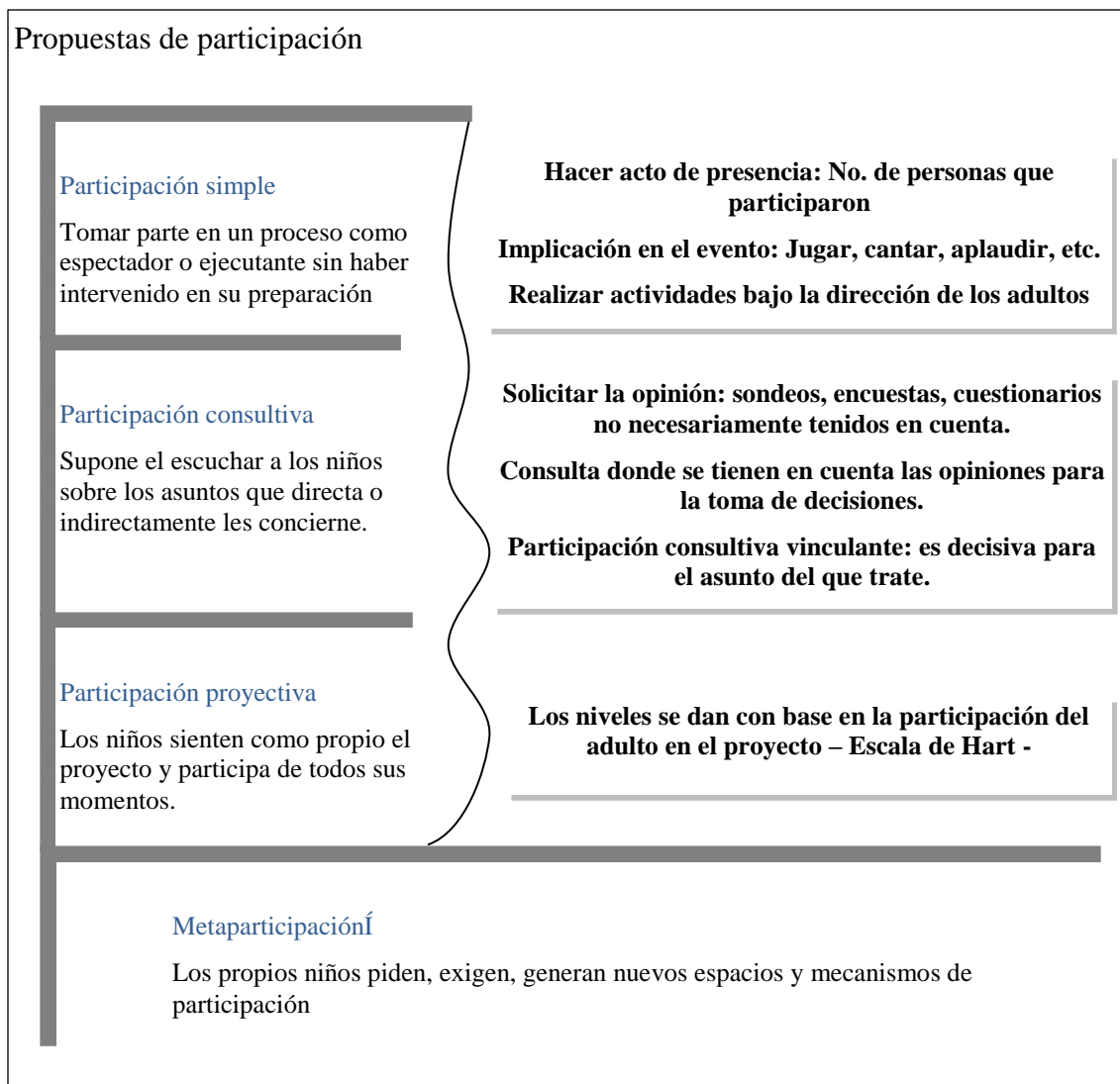


Figura 1. Propuesta de participación. Adaptado de la investigación, por: A. Cadena & A. Guerra, 2014

De acuerdo con esta propuesta, nos basamos en cuatro criterios o factores moduladores de la participación: implicación, información/conciencia, capacidad de decisión y compromiso/responsabilidad, cada uno de los cuales puede darse en grados diferentes, y según sea la resultante de su combinación cabe hablar de mayor o menor nivel de participación.

Por implicación se entiende el grado en que los participantes se sienten personalmente afectados por el asunto de que se trate y así este es un elemento que se juega sobre todo en la dimensión emotiva de la participación, y se constituye en un factor de motivación favorable a la participación del niño.

El segundo criterio de modulación/conciencia se aplica en la dimensión cognitiva; se trata del nivel de conciencia que tienen los sujetos sobre el sentido y las finalidades del proyecto, y de la calidad y la cantidad de la información que disponen sobre el objeto o contenido del mismo. El factor de la capacidad de decisión es fundamental en la participación. Tiene dos significados diferentes aunque relacionados; por una parte, puede referirse a la competencia psicológica de que dispone un individuo para tomar determinadas decisiones y se encuentra en relación directa con el nivel de desarrollo del sujeto, experiencias previas de participación, información disponible, etc. Pero el hecho de estar preparado para decidir sobre algo, no significa necesariamente que se tenga capacidad efectiva de decisión sobre ese algo, ya que no depende sólo de las competencias psicológicas del sujeto sino de aspectos contextuales, legales, políticos, económicos, etc.

Finalmente, el criterio de compromiso/responsabilidad subyace en el hecho de que toda participación éticamente defendible exige también un cierto compromiso previo con el asunto de que se trate; en otras palabras, el compromiso antecede a la participación y la responsabilidad la sucede. Tomando como referencia esta propuesta se amplía el comprensivo del sentido y formas de la participación infantil.

Desde esta propuesta afirmamos de gran manera la importancia de la participación, y resulta un hecho que aquí se necesitan condiciones hechas particularmente para la niñez, desde donde la gradualidad, el nivel de desarrollo, las oportunidades educativas, y su mismo bienestar son determinantes para fomentar su capacidad de participación y desenvolvimiento en la sociedad por medio de un medio de comunicación.

Roger A. Hart, profesor de la Psicología Ambiental y el codirector del Grupo de Investigación en Ambientes de los Niños, plantea factores que afectan la habilidad del niño para participar: el desarrollo emocional, habilidad para identificar diferentes perspectivas, las variaciones en la clase social; la autoestima es una de las condiciones más críticas que afecta la participación del niño, igualmente la capacidad para ver otra perspectiva mientras se mantiene en su propio punto de vista.

El niño desde el espacio comunicacional que se le otorgue debe entender su responsabilidad asumiendo que es un espacio de recreación y aporte ciudadano, es así que se requiere analizar los conceptos de recreación.

“La recreación se asume como el medio a partir del cual se crean las condiciones para que personas, grupos o colectivos alcance experiencias óptimas de ocio, a través de alternativas estructuradas o no estructuradas, basadas en decisiones autónomas que le permiten a las personas separarse de las actividades de la vida cotidiana y comprometerse psicológicamente con la vivencia”. (Correa, 2011)

Entonces para crear condiciones de posibilidad favorables para el desarrollo humano, se apuesta por un espacio de educación para la recreación y el tiempo libre, donde los niños desarrollan la capacidad para tomar decisiones autónomas y responsables acerca de cómo usar su tiempo y el cómo articularlo en la vida social

“Dibujando Sueños” es creado para informar, transmitir, recrear y sobretodo re plantear el papel del niño en el ámbito comunicacional.

A través de la responsabilidad que le creamos al niño se le permite concebir la recreación como parte fundamental de sus días, es así que inducimos a la niñez a formar

parte del ámbito comunicacional sabiendo que principalmente es un espacio de recreación y responsabilidad social.

El impacto en la niñez que genera la imagen de un niño en los medios de comunicación es de gran importancia para la evolución del desarrollo, ya que el niño al ocupar un espacio en los medios es ejemplo a seguir y su actuar da lugar a diversas posturas. Por eso inducir a la niñez a la participación en este caso en radio dará lugar al notable aumento de su autoestima y les permitirá crear un espacio para comunicar sus intereses, gustos y opiniones, contagiando su natural alegría. Sin embargo en contextos de alta vulnerabilidad sociales una aliada para promover intereses, despertar inquietudes y vocaciones, generar nuevos aprendizajes y un sentido de pertenencia social que siempre apunta a fortalecer la identidad personal y colectiva. Desde este punto de vista el niño desarrolla interés en ser el protagonista cuando de transmitir se trata.

Paulo Freire decía que pronunciar la palabra es pronunciar el mundo, lo que significa transformarlo. Lo que va a caracterizar a este grupo de niños es que han aprenderán a tomar la palabra a su manera y a reapropiarse de los instrumentos de comunicación, sin duda se genera apertura a producciones radiales hechas por y para niños.

“Los seres humanos se hacen en la palabra, en el trabajo, en la reflexión. Decir la palabra es derecho de todos e implica el encuentro de los sujetos para la transformación de este mundo. El diálogo es el encuentro de los Seres-Sociedades-Naciones, mediatizados por el mundo, para pronunciarlo sin agotarse en una relación yo-tú” (Correa, 2011)

Dentro de la realización de un producto comunicacional, el pensamiento crítico es un elemento que produce el diálogo, por lo que se percibe la realidad como un proceso y la capta en constante devenir y no como algo estático.

En ese sentido, el sujeto de pensamiento crítico no se ocupará únicamente de la conciencia de la temporalidad en sí misma, la superación de la situación de opresión y el espacio temporalizado, sino también resulta un campo en continua transformación por la acción propia de los seres y/o grupos sociales, sociedades y/o naciones.

Tomando en cuenta que sin diálogo no hay comunicación y sin la misma no hay educación, Freire señala que la educación instaurada como situación gnoseológica en que los sujetos inciden su acto cognoscente sobre el objeto cognoscible que los mediatiza, por lo que para ejecutar dicha concepción

Para llevar a cabo esta concepción de la educación como práctica, debemos tomar en cuenta que la dialogicidad empieza cuando el educador-educando se pregunta respecto a qué va a dialogar con los educandos-educadores. Los niños presentadoras del programa se convierten en educandos, al ser una imagen de ejemplo a través de un espacio comunicacional.

Esto permite el acercamiento a las masas populares, por medio de dicha práctica se conocen varios niveles de percepción que tengan de sí mismos y del mundo que les rodea.

Freire hace la siguiente deducción: plantearle al pueblo, a través de ciertas contradicciones básicas, su situación existencial, concreta y presente como problema y que, a su vez, lo desafíe; este hecho le exigirá una respuesta, no a nivel intelectual, sino al nivel de la acción: una pedagogía de la duda, de la pregunta; es decir, de la problematización. (Freire, 2011)

Partiendo desde allí, Freire señala que la visión del mundo expresada en diversas formas de acción, refleja la situación en el mundo en el que se constituyen, por lo cual la niñez podrá asimilar la realidad a través de un panorama que les involucre en el mundo en que se desenvuelven.

“El diálogo el que instaura ese momento de búsqueda. Es en ese momento cuando se lleva a cabo la en esta dialéctica existe una continua búsqueda del contenido programático de la investigación del "universo mínimo temático" o "temática significativa" del Ser/Sociedad, o del conjunto de sus temas generadores. La tarea del diálogo es llevar a cabo una acción concreta que consiste en proporcionar” (Freire, 2011)

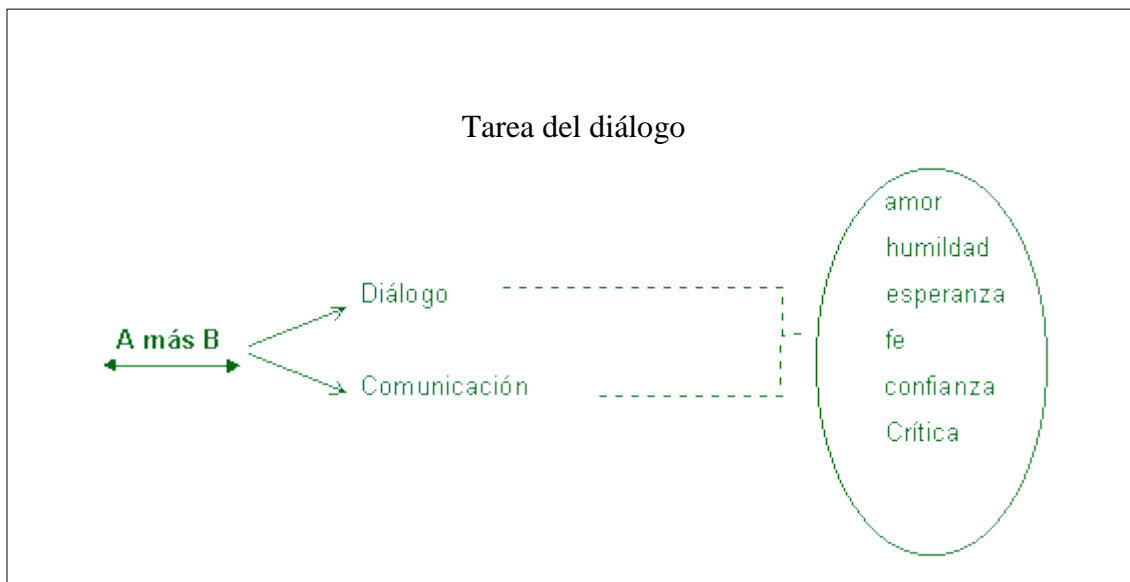


Figura 2. Tarea del diálogo. Adaptado de la investigación, por: A. Cadena & A. Guerra, 2014

Freire busca diferenciar entre existir y vivir:

“Existir es más que vivir, porque es estar en el mundo y con el mundo. Trascender, discernir, dialogar, comunicar y participar, son exclusividades de la condición de existir. Es esta capacidad o posibilidad de unión comunicativa del existente con el mundo objetivo que da al existir el sentido de crítica que no hay en el simple vivir. Existir es individual y, con todo, sólo se da en relación comunicativa con otros sujetos. De ahí la importancia de la comunicación para Freire, porque surge del planteamiento de origen: el Ser” (Freire, 2011)

Es así que la idea fundamental de dicho planteamiento surge en base a la existencia y el diálogo:

“La existencia del ser humano sólo se da en el diálogo, en la comunicación; y pensar/hablar de diálogo -en Freire- no es hablar de elementos componentes y/o procesos de comunicación, o a través de Medios Tecnológicos de Comunicación; sino de la esencia, el alma, el motor, la potencialidad, la provocación en el diálogo-comunicación” (Freire, 2011)

## CAPÍTULO 4

### IMAGEN DEL NIÑO A TRAVÉS DE LA RADIO

Según Mario Kaplún, una nueva estrategia educativa se debe orientar a responder las demandas y necesidades sociales, además de prestar atención a los acelerados cambios, que ocupan espacios en ámbitos económicos, científicos, técnicos y culturales, por lo cual se requiere establecer “la necesidad de acceder a la información, la necesidad de pensar y expresarse con claridad, la necesidad de resolver problemas y la de vincularse con los demás” (Kaplún, 1998, págs. 54-55)

En ese sentido, el autor resalta la importancia de que en la educación se debe preparar de mayor manera para enfrentarse a lo imprevisto que para cumplir la norma, es decir “capacitarnos para hacer justamente aquello que no hemos aprendido, facilitar el efecto transbordo que haga posible transferir las competencias adquiridas durante el proceso educativo a la resolución de problemas nuevos”. (Kaplún, 1998, pág. 58)

Asimismo Kaplún establece la necesidad del desarrollo de la aptitud para poder vincularse con los demás, en ese sentido, generar la formación de un sujeto eminentemente social. Y, finalmente, la capacidad para pensar y expresarse.

“Anteriormente, las habilidades comunicativas habían sido consideradas sólo como un aspecto del desarrollo. Ahora está claro que son una condición previa” (Kaplún, 1998, pág. 60)

En aquello se necesita basarse para realizar un producto comunicativo, conocer y desarrollar un dominio de las destrezas comunicativas, la posesión y apropiación de los signos, el desenvolvimiento de la capacidad de expresarse y de comunicar con el fin de adquirir una competencia comunicativa que sea parte de un proceso comunicativo.

Kaplún destaca que:

“El aprender a aprender implica, mucho más que el memorizar y retener nociones, al estudiante investigando, intercomunicándose, interactuando. Deja de adquirir gravitación prevalente el volumen de contenidos que se entrega



(máxime, habida cuenta de la rápida obsolescencia a la que estos contenidos están destinados) y ocupa en cambio un papel decisivo el MODO en que son entregados; vale decir, la dimensión pedagógica y metodológica del accionar educativo. Se impone una revitalización metodológica de la educación. En lugar de persistir en la acumulación de informaciones, la educación ha de formar para buscar, procesar e interpretar la información; formar asimismo para el trabajo en equipo: hacer adquirir no tanto contenidos y aptitudes como la experiencia de la colaboración y del trabajo en grupos con vistas a un fin común” (Kaplún, 1998, pág. 62)

Tomando en cuenta que vivimos en una sociedad en donde de manera constante estamos ligados a medios de comunicación, hemos creado una consciencia que entiende que en varias ocasiones la influencia de los mismos aporta o afecta nuestras vidas, por lo cual a través de dichos media la ciudadanía conoce sobre acontecimientos políticos, culturales, etc.

Contar con la apertura de acceder a espacios de comunicación es derecho de todo ser humano, por lo cual debemos ser conscientes que la información que se reciba en un espacio de comunicación puede generar o determinar actitudes en los seres humanos.

Schramm señala que los medios masivos no determinan tanto los niveles del gusto sino que antes bien usados por el niño según sus gustos ya existentes, es decir estos gustos pueden ser generados por factores ajenos a los medios: educación, familia, amigos, entre otros.

Es así que los medios de comunicación fortalecen este tipo de actitudes o predisposiciones establecidos en el niño.

Conocemos que los niños en la actualidad tiene contacto con medios de comunicación y pasan horas ligados a uno de ellos, por eso se requiere calcular los mensajes emitidos en los medios los cuales serán absorbidos por determinado sector, que en este caso será la niñez.

Algunos expertos han coincidido en que la reacción de los niños frente a un medio de comunicación pues resultaría ser la reacción de un pequeño adulto. Esto determina que el niño fácilmente adquiere un pensamiento tras ser parte de un espacio radial.

No obstante, el acercamiento del niño con la radio es mínimo porque su contacto se limita en varias ocasiones al tiempo que permanece en un auto, se encuentra desayunando o haciendo una actividad adicional. Este es uno de los principales objetivos del producto radial, lograr que el niño aporte hacia su público infantil a través de la radio, que no deje de tener influencia, debido a que es un espacio que si se le otorga el uso adecuado puede ser un ente de desarrollo.

La radio logra despertar la imaginación de los niños porque les invita a un mundo de sonido, música, voces y silencios, dando paso a la creatividad.

El locutor de encuentra relacionado con el radioescucha porque este último genera lazos a través de imaginación, la cual envuelve a la memoria y posteriormente a la actitud de cada radio escucha.

El medio mental despierta la imaginación de los niños por la creación de imágenes mentales. Los programas radiales al ser unisensoriales permiten que el niño construya imágenes visuales a diferencia de otros medios de comunicación que en muchas ocasiones no permiten la participación del ser humano, porque presentan un producto ya creado.

De esta forma, la imagen del niño a través de la radio se basa en gran medida en la percepción de la audiencia sobre determinado contexto. Para procesar la información los niños involucran atención, comprensión y retención, por lo que puntualizamos lo siguiente:

- Los niños prestan atención a lo que quieren comprender y si algo no llega a hacerlo desvían su atención.

- El niño al crecer modifica sus intereses, por lo que la atención cambia, incrementa la capacidad de retención y comprensión. Además aquí influye el género del niño.
- Asimismo, los niños mayores ya no requieren de imágenes para capturar ideas y brindar su atención. Siendo así la información que procesa el niño depende de la capacidad para interpretarla, entonces si los locutores aprenden a emitir de manera correcta el mensaje, el niño obtendrá aquella información de tal forma. No obstante, también dependerá del contexto en el que se desenvuelve para asimilar dichos mensajes.

La imagen del niño ha sido desgastada en una serie de medios de comunicación. Al escoger la radio como un espacio para generar conocimiento y aporte social. El actor principal que será el niño no puede perder su naturalidad propia de la edad, porque dejaría de ser para empezar a actuar. Esto generaría que el público infantil se desconecte de una línea radial que va enfocada a la participación de la niñez desde sus espacios sociales.

Se pretende que el niño sea un ente transportador de conocimiento, que su audiencia se involucre con determinadas prácticas e intereses y al mismo tiempo usen el espacio radial como parte de un crecimiento personal.

#### 4.1. Aplicación de la ética profesional como generador de la credibilidad del niño en espacios de comunicación

Código de Ética Periodística que formulamos como instrumento que usaremos para la realización del producto:

1.1. El presente código define los valores y los principios que perfilan el quehacer periodístico de todos los miembros del medio informativo y pretende hacer públicos sus compromisos profesionales ante la ciudadanía, los poderes y el gremio periodístico.

1.2. El objetivo medular de Radio se resume en las siguientes tareas específicas:

1.2.1. Ofrecer un recuento veraz de los hechos de interés público.

1.2.2. Escrutar el ejercicio de los poderes públicos y privados.

1.2.3. Proveer un foro libre y plural para el intercambio de opiniones, críticas y comentarios.

1.2.4. Estimular el debate público para contribuir a la toma de decisiones informadas.

1.2.5. Brindar espacios de expresión a los sectores diversos de la sociedad.

1.2.6. Hacer comprensible la realidad en torno a los hechos de trascendencia política, social y cultural.

2. Valores:

2.1. Apego a la veracidad: Nuestros comunicadores deberán ajustarse profesionalmente y en todo momento a la fidelidad de los hechos, con exactitud, equilibrio e imparcialidad en la presentación.

2.2. Responsabilidad: Los informadores han de tener plena conciencia de sus actos y sus consecuencias y, por ende, asumen una postura sensata y reflexiva ante las implicaciones de sus tareas periodísticas, anteponiendo siempre el beneficio social y la defensa y promoción de la democracia.

2.3. Compromiso con la independencia: Para describir los sucesos con veracidad y responsabilidad, el medio rechaza la intervención de actores políticos o económicos en el proceso informativo.

2.4. Servicio a la sociedad: Ofrecerle a la comunidad informaciones y comentarios para entender su mundo y su país, constituye el motor primigenio del medio de comunicación respaldándose en los tres primeros.

3. Principios editoriales del Código de Ética.

3.1. Veracidad y equilibrio informativo:

3.1.1. Deben desarrollar su tarea con rigor profesional, apegándose a los criterios de veracidad, equilibrio, precisión e imparcialidad, sin omitir ni distorsionar información.

3.1.2. El equilibrio y la imparcialidad suponen la búsqueda, obtención y difusión de versiones o puntos de vista contrapuestos en torno a un mismo hecho o conflicto, expuestos bajo un amplio criterio y sin prejuicios.

3.1.3. La publicación de declaraciones ha de coincidir fielmente a lo expresado por los informantes y referir el contexto en que fueron vertidas.

3.1.4. El medio rechaza rumores, especulaciones o versiones interesadas.

3.1.5. La información que emite la radio se basa en fuentes precisas confiables y hechos corroborados.

3.1.6. Es menester ser cuidadosos en la selección de las fuentes informativas a fin de que éstas tengan representatividad, conocimiento del tema o autoridad moral.

3.2. Distinguir entre información y opinión:

3.2.1. Se diferenciará en espacios distintivos lo que es material informativo de lo que son artículos de opinión o segmentos editoriales, con la aclaración tanto al inicio como al final de la intervención.

3.3. Respeto a la vida privada:

3.3.1. Los periodistas están obligados a respetar la vida privada, la dignidad y la intimidad de las personas.

3.3.2. No obstante, cualquier acto de carácter privado de una persona, que sea de interés público y por ello impacte en la vida social, significará materia de cobertura periodística.

3.3.3. El interés público significa todo hecho que permita ejercer de mejor manera los derechos ciudadanos, cumplir con las obligaciones legales y promover el derecho del público a la información.

### 3.4. Secreto profesional:

3.4.1. El secreto profesional es un derecho y un deber de los informadores en el afán del derecho a la información del público, y por ello se compromete guardar la identidad de algún informante cuando éste haya ofrecido información sustancial y haya solicitado confidencialidad ante el riesgo de ver afectada su integridad física, profesional o de cualquier otra índole.

3.4.2. El ejercicio del secreto profesional debe considerarse una práctica excepcional que preferentemente ha de verse contrastada en otros frentes antes de divulgarse la información.

### 3.5. Derecho de réplica:

3.5.1. Los individuos y las instituciones referidos en el espacio informativo de la radio podrán ejercer el derecho de réplica si consideran que alguna entrevista o noticia publicada es inexacta o les resulta agravante.

3.5.2. Los oyentes tienen el derecho a conocer la verdad de los hechos y si existe algún error u omisión involuntaria, el medio informativo asume el compromiso de corregir de manera inmediata y satisfactoria para el afectado aun si no hay petición de parte agraviada.

### 3.6 No discriminación:

3.6.1. El medio de difusión ejerce las libertades informativas sin hacer distinción alguna de edad, sexo, raza, religión, capacidad económica o cualquier otra consideración que implique una visión parcial o la defensa de intereses particulares.

## **Normas de aplicación**

Referidos a la dignidad humana:

- a. Respetar la honra y la reputación de las personas;
- b. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y,

c. Respetar la intimidad personal y familiar.

Relacionados con los grupos de atención prioritaria:

a. No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud;

b. Abstenerse de usar y difundir menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades;

c. Evitar la representación positiva o valorativa de escenas donde se haga burla de discapacidades físicas o psíquicas de las personas;

d. Abstenerse de emitir menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos; salvo el caso que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por autoridad competente;

e. Proteger el derecho a la imagen y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia; y,

f. Abstenerse de emitir contenidos que atenten contra la dignidad de los adultos mayores, o proyecten una visión negativa del envejecimiento.

## **CAPÍTULO 5**

### **PRODUCCIÓN DE PROGRAMA RADIAL DIBUJANDO SUEÑOS**

#### **5.1. Introducción al taller para niños**

Sin duda la radio les hace bien a los niños, debido a que los mismos son elocuentes, interesantes y divertidos. Sin embargo, en muchas partes del mundo no se les ha dedicado espacio a este grupo, porque la radio se ha centrado en los gustos de los adultos, se dirige a los mayores de quince años, ignorando a los más pequeños.

Pero ni las autoridades, ni medios de comunicación se han dedicado a reflexionar sobre aquello, por lo que Dibujando Sueños le apuesta a un cambio en la visión y quehacer social, planteando una reflexión sobre el fenómeno de la radio al servicio de los niños. Tomando en cuenta que la producción de radio con niños confirma que este es un medio de fácil acceso para ellos y que posee un fuerte potencial de desarrollo. De esta manera se pretende establecer un espacio generador de aprendizaje que a la vez se sume a un alto potencial de comunicación expuesto en la programación.

Indudablemente, los adultos son excelentes creadores de contenido, no obstante, pueden convertirse en herramientas de transportación de contenidos, es decir los niños expresan y los adultos se encargan de que la palabra se diga y se transmita.

El uso de la radio para los niños debe estar abierto a una serie de géneros musicales y contenidos políticos, sociales, culturales y artísticos, porque este medio de comunicación aporta en la imaginación, nutre los sueños y anima a jugar.

Pero los radioescuchas no pueden olvidar que el medio de comunicación ofrecerá a los niños una información adaptada a su entorno y les permitirá estar activos, lo cual sin duda promueve la socialización.

Dicha socialización es el inicio de una serie de anclajes que llevarán a los niños a generar, establecer y desenvolverse en un mundo real e interpretado por ellos.



La curiosidad es el punto de partida, ya que los niños escucharán y hablarán de acuerdo a sus criterios, sin que los mismos sean imágenes o estereotipos creados para dar lugar al consumo, es decir los infantes crean y recrean su espacio en la sociedad y al mismo tiempo crean una visión de los hechos que los adultos ven desde otra perspectiva. Que el niño no tenga una visión amplia de determinada realidad, no quiere decir que no pueda apreciarla e incluso experimentarla desde su espacio.

Esto hace que los niños asimilen realidades en función de ellos, lo cual dará lugar a criterios diversos en diferentes contextos sociales, ya se apolítico, económico o cultural.

La infancia no está únicamente para divertirse. Mucho se quejan de una sociedad adulta inculta y poco responsable, pero no se detienen a pensar las causas y los vacíos que provocan aquello. Al darles a los niños un espacio radial, ellos aportan, aprenden, crecen, interactúan y generan conocimiento.

Debido a que desde el otro lado del micrófono hay una población de niños esperando identificarse para tener seguridad en expresar sus pensamientos. Al mismo tiempo el niño locutor o presentador es consciente de la responsabilidad que esto implica y toma las precauciones, preparación y conocimientos necesarios para entrar en varios hogares que se enganchan con la transmisión y hacen de Dibujando Sueños, su espacio para expresar, dialogar y crear.

La radio es una forma de aprender y a través de ella, la niñez va a crear opiniones en torno a temas trascendentes e importantes socialmente, que desafortunadamente no han sido tomados en cuenta desde una visión infantil.

Los niños son parte del mundo, sin duda aún carecen de formación y criterios establecidos pero pueden generar aprendizaje y que mejor si ellos mismos son parte de un mecanismo comunicacional como Dibujando Sueños.

Siendo así, los niños educan y crean a través de la radio.

La radio incluye una actividad educativa, en donde a través de una programación ofrece conocimientos que en gran parte se aprenden jugando, curioseando, lo que refleja su propio universo.

Los medios de comunicación han restado valor a esta forma de educar, debido a que muy poco interesa lo que un niño pueda decir detrás de un micrófono, siempre y cuando eso no venda, no genere ganancia para el medio.

Si bien es cierto, han dedicado espacios para el aprendizaje, en gran parte lo que un programa de cualquier medio de comunicación hace al tener niños en su producción es destacar cualidades que se promocionen en determinado contexto y en un específico lugar, con el fin de que el niño logre capturar la atención del público y de esta forma se enganchen con la programación.

Pero sería mucho más enriquecedor proyectarnos más allá, que la radio sea un espacio de debate, coyuntura y promueva el aprendizaje desde la visión infantil.

Este programa propone no crear una imagen del niño, sino más bien que el niño genere su actitud y comportamiento frente al medio, que se apodere de su mundo y dé a conocer su mundo para así encajar en un espacio que exprese sus conocimientos, intereses preocupaciones.

Por otro lado, la comunicación es un importante un motor de desarrollo y de manera principal para los niño, por lo cual usando a las tecnologías, los niños darán lugar a un proceso comunicacional participativo.

Ese es el reto de Dibujando Sueños, ser parte de una comunicación moderna, junto a nuevas tecnologías que hacen de la radio un medio accesible al mundo.

Una ventaja, es que los niños aprenden de forma rápida el uso de nuevos medios, lo que hace que se pueda imaginar estos servicios de radio a disposición de cuyo contenido principal provendrían de los niños. Sin quitar la importancia de un equipo técnico conformado por adultos.

La intención de generar una producción radial hecha por y para niños surge a raíz de un objetivo de participación que tenga un fin práctico y útil en la sociedad, poniendo a disposición del público recursos y herramientas que creen lazos de fraternidad entre los actores de este programa para de esta forma, llegar a la sociedad contando experiencias y aprendizajes, como ideas para pensar nuevas propuestas de radio para los niños de hoy.

El taller busca habilitar un espacio para la experimentación de las nuevas formas en que la radio pueda reconectarse con niñas y niños como oyentes, protagonistas y principales actores de la coyuntura social.

“Dibujando Sueños” toma en cuenta que la radio puede ser una expresión cultural enriquecedora para niños y niñas, porque aporta a su desarrollo y su socialización, además forja su identidad y forma de expresarse en un mundo real.

Asimismo, la radio despierta curiosidades, enfoques y perspectivas que se generan en medio del diario vivir, entonces se convierte en un lugar importante de contenidos.

Al igual que los niños y niñas que hacen radio también aprenden a buscar y calificar información, a expresar una opinión, a escuchar a los demás y a participar activamente de la comunidad.

Al crear un espacio radial para niños sin duda imaginamos un lugar abierto a escuchar, curiosear, experimentar y a asimilar, no obstante no se puede dejar de lado la importancia de contar con profesionales en el campo. Los niños tienen lo fundamental para empezar con dicho proyecto, que es su condición de niños, pero quienes producen y conducen este programa deben ser profesionales para que se brinden los recursos necesarios a los niños y ellos podrán manejar el respectivo lenguaje del medio, además de desarrollar formas para dirigencia a la infancia.

Los adultos también participan en este producto por lo cual los lazos que se creen entre la audiencia adulta y los presentadores del programa también serán trascendentes.

La niñez, una etapa de aventura, aprendizaje, armonía, experiencias y crecimiento necesita ser atendida con la justa medida de responsabilidad, por eso Dibujando Sueños busca que esto se convierta en una serie de experiencias pedagógicas que sirven dentro de un contexto escolar, familiar, etc.

Resaltando todo lo que el niño produce, sin haberlo premeditado más allá de lo que contiene una forma con en la producción del programa.

La participación de los niños y las niñas se da cuando toman la palabra y ésta es realmente escuchada y tomada en cuenta por el público, por eso se requiere que los profesionales de la comunicación brinden las herramientas útiles para que los niños las acojan y logren transmitir el mensaje adecuado que enganche a la audiencia.

No obstante, “Dibujando Sueños” conoce y se hace responsable del hecho de dar un micrófono a un niño para que a través del mismo exprese sus ideas, logrando una participación efectiva y real.

El desafío también incluye crear y disponer las condiciones adecuadas para que los niños puedan expresarse con naturalidad, sin que adquieran poses o supongan que son adultos pensando como niños.

Además, el producto comunicacional da a lugar a una participación genuina, que se basa en la de la radio escucha activa, lo cual se logra cuando el programa está atento y retoma sus intereses de una forma que promueva la reflexión.

Para hacer radio para la infancia lo que hay que tener en cuenta es prioritariamente a los propios niños, por eso Dibujando Sueños pretende conocerlos, respetarlos y convocarlos desde la autenticidad, a crear espacios libres y dinámicos pero con estricta responsabilidad de hacer comunicación, conociendo que este además de aportar es un servicio en la sociedad y como todo servicio requiere de responsabilidad.

Los niños dedican tiempos cortos a atender y si algo no capta su atención, simplemente optan por dejar de lado, entonces esta propuesta radial adquiere una diversidad de

formatos y estrategias que darán resultados en distintas ocasiones, que son reportajes, pastillas publicitarias, identificativos, debates, etc.

El juego y el humor son herramientas claves, porque la capacidad para simultaneidad de tareas es una característica de las nuevas generaciones y por eso la combinación con las redes sociales puede ser una estrategia para la interacción entre los que ya manejan esas tecnologías.

Asimismo, hacer radio para niños involucra tomar en cuenta al destinatario, es decir todo lo que tenemos que reflexionar cada vez que hacemos cosas dirigidas a los niños y obviamente al medio.

¿A quién persuadimos de hacer un programa de radio para niños?

En este sentido, pensar en conseguir anunciantes para un programa infantil de radio resulta difícil, ya que solo buscaran otorgar un pequeño espacio que complazca al sector y nada más. Además que luego de que se otorgue un espacio en determinado medio de comunicación, habría que preguntarse ¿quién escuchara el programa?. Esto requiere de un compromiso en trabajar para los niños y buscar cambiar la idea de que lo que los medios dicen “es lo que al público le gusta”, pero no siempre es así, el radio escucha debe conocer que los medios no tienen derecho a limitar la oferta de programación que se recibe.

Es decir, Dibujando Sueños pretende posesionarse en el mercado como un programa autentico, si bien es cierto será generador de conocimiento, se resaltara que los destinatarios son niños y de ellos se espera que actúen como tales.

Todos los niños serán valorados. Todos a quienes les importan los niños serán escuchados, fortaleciendo la comunidad que aprecia el diálogo abierto, compartiendo habilidades, y las alegrías y retos que forman parte de la crianza de los niños.

La audiencia de este programa abarca todas las divisiones políticas, étnicas, y económicas de nuestra sociedad. La audiencia es todo aquel quien esté interesado en ayudar a los niños a crecer y convertirse en adultos saludables y productivos.

1. Datos informativos:

Tema: "Programa radiofónico para niños Dibujando Sueños para radio Mensaje a través de radio La Fonola"

2. Descripción general del taller:

El taller se articula en torno a estos cuatro pasos: Introducción al mundo radial, juegos de radio creación de historias y ejecución del taller.

Esta propuesta es una excusa para jugar seriamente con los elementos de la radio e iniciar con la reflexión para el desarrollo del lenguaje, el manejo del micrófono, el conocimiento de los formatos radiales impacte en la conciencia de los niños y tengan un mejor manejo de la temática al desarrollar el programa radial.

Los niños y niñas experimentaran de forma colectiva todo el proceso de creación de piezas radiofónicas y descubrirán el lenguaje sonoro, el guion radiofónico, la interpretación y la realización de radio. A través de actividades prácticas, conocerán los medios técnicos, aprenderán a reconocer y analizar sonidos y realizaran el programa radial.

3. Objetivos del taller:

Los talleres de radio que se plantean tienen como finalidad la investigación, experimentación, creación de nuevos formatos radiofónico, pero sobre todo la participación del niño en este espacio comunicacional.

- Capacitar a niños y niñas de la Unidad Educativa María Auxiliador UEMA sobre la historia y evolución de la radio.
- Conocer y aplicar los conceptos enseñados en el taller para realizar un micro ensayo con la temática "la radio en la actualidad".

#### 4. Contenidos:

- Taller 1: Historia de la Radio
- Taller 2: Formatos radiales
- Taller 3: La estructura del guion radiofónico
- Taller 4: Técnica del micrófono

#### 5. Métodos de aprendizaje:

El método que se utilizó en el desarrollo de los talleres es una metodología participativa entre los niños y niñas y quienes impartimos el taller a través de métodos inductivos, deductivos y comparativos. También se desarrollaron dinámicas grupales.

#### 6. Planificación de actividades del taller: Historia de la Radio:

Tabla 2.

Planificación de actividades del taller: Historia de la Radio

<b>Tema</b>	<b>Actividad</b>	<b>Recursos</b>
Historia de la radio	Exposición	Infocus Computador
Historia de la radio	Realizar un collage con recortes de revistas	Revistas Gomas Carteles
Historia de la radio	Participación de los niños y las niñas mediante la exposición del collage	Carteles
Historia de la radio	Conclusiones	Pizarrón Marcadores
Historia de la radio	Realizar un micro-ensayo	Hojas Esferos
Historia de la radio	Encuesta que evalúa al instructor del taller.	Encuesta

Nota: Planificación de actividades. Adaptado de la investigación, por: A. Cadena & A. Guerra, 2014

### 6.1 Planificación de actividades del taller: Formatos radiales

Tabla 3.

Planificación de actividades del taller: Formatos radiales

<b>Tema</b>	<b>Actividad</b>	<b>Recursos</b>
Formatos radiales	Exposición	Infocus Computador
Formatos radiales	En grupos de 5 niños realizar un programa radial con el formato que más les gusto.	Hojas de papel bond Esferos
Formatos radiales	Participación de los niños y las niñas mediante la exposición del programa radial.	Exposición de programas.
Formatos radiales	Conclusiones	Pizarrón Marcadores
Formatos radiales	Encuesta que evalúa al instructor del taller.	Encuesta

Nota: Planificación de actividades. Adaptado de la investigación, por: A. Cadena & A. Guerra, 2014



## 6.2 Planificación de actividades del taller: La estructura del guion radiofónico

Tabla 4.

Planificación de actividades del taller: La estructura del guion radiofónico

<b>Tema</b>	<b>Actividad</b>	<b>Recursos</b>
La estructura del guion radiofónico	Exposición	Infocus Computador
La estructura del guion radiofónico	Evaluación de lo aprendido en el tercer taller.	Hojas de papel bon Esferos
La estructura del guion radiofónico	Participación de los niños ¿Por qué es importante el guion en el programa de radio	Recursos humanos (niños y niñas)
La estructura del guion radiofónico	Realización de un guion radiofónico en grupos de 5 personas	Hojas de papel bon Esferos
La estructura del guion radiofónico	Exposición de los guiones.	Recursos humanos (niños y niñas)
La estructura del guion radiofónico	Encuesta que evalúa al instructor del taller.	Hojas Esferos

Nota: Planificación de actividades. Adaptado de la investigación, por: A. Cadena & A. Guerra, 2014

### 6.3 Planificación de actividades del taller: Técnica del micrófono

Tabla 5.

Planificación de actividades del taller: Técnica del micrófono

<b>Tema</b>	<b>Actividad</b>	<b>Recursos</b>
Técnica del micrófono	Exposición	Grabadora
Técnica del micrófono	Exposición	Proyector Computador
Técnica del micrófono	Participación de los niños en la cabina de radio	Recursos humanos (niños y niñas) Micrófono Audífonos Computador
Técnica del micrófono	Encuesta que evalúa al instructor del taller.	Hojas Esferos

Nota: Planificación de actividades. Adaptado de la investigación, por: A. Cadena & A. Guerra, 2014

## Talleres para programa radial Dibujando Sueños

Edad

Genero F M

1. ¿Te gusta escuchar radio?

Sí

No

2. ¿Qué tipo de programa de radio te gusta escuchar?

Musical

Deportivo

De opinión

Noticias

Ninguno

3. ¿Te gustaría recibir talleres sobre la radio?

Sí

No

4. ¿Te gustaría participar en un programa radial?

Sí

No

5. ¿Crees que hacen falta espacios de comunicación para tu participación?

Sí

No

Gracias

## Talleres para programa radial Dibujando Sueños

Edad

Genero F M

1. ¿Te gusto conocer sobre el mundo radial?

Sí

No

2. ¿Te gusto participar en un programa radial?

Sí

No

3. ¿Consideras que los talleres aportaron en tu formación?

Sí

No

4. Evalúa los talleres que recibiste

Regular

Bueno

Muy bueno

Excelente

Realiza observaciones sobre los talleres que recibiste

.....

.....

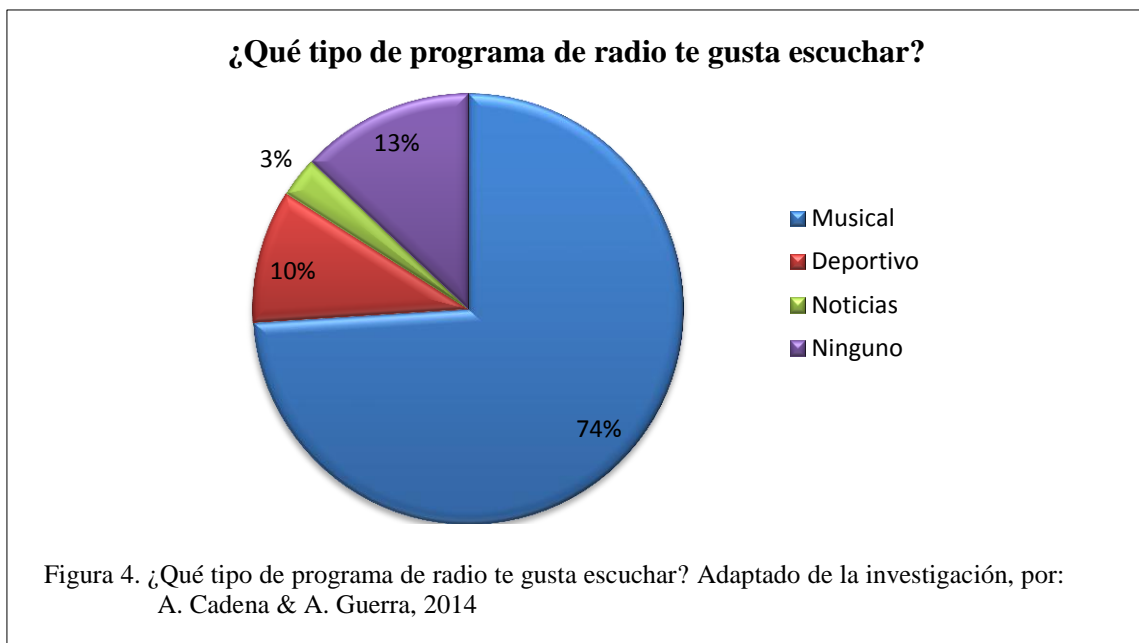
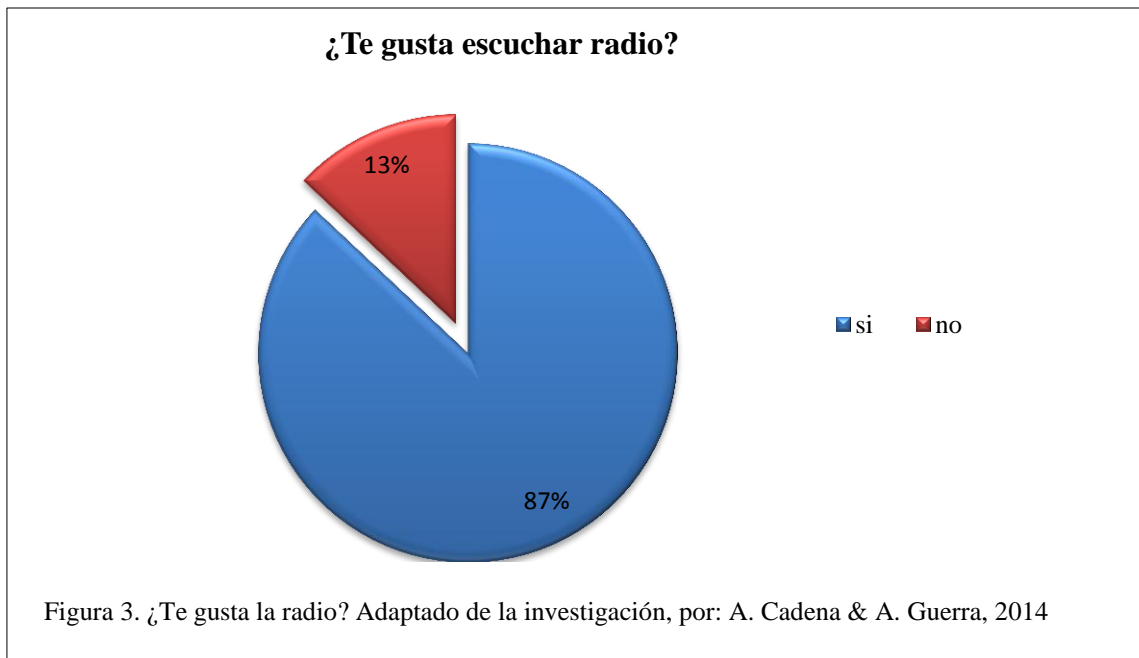
.....

.....

.....

.....

**Muestreo realizado a niños y niñas de la Unidad Educativa María Auxiliadora UEMA entre 10 y 12 años previo a la realización de los talleres.**



**¿Te gustaría recibir talleres sobre la radio?**

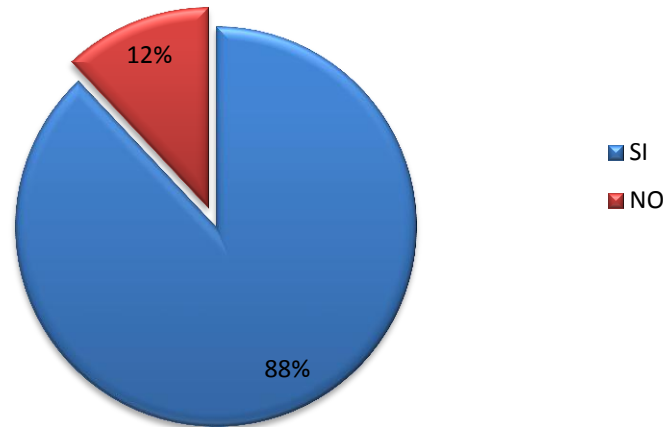


Figura 5. ¿Te gustaría recibir talleres sobre la radio? Adaptado de la investigación, por: A. Cadena & A. Guerra, 2014

**¿Te gustaría participar en un programa radial?**

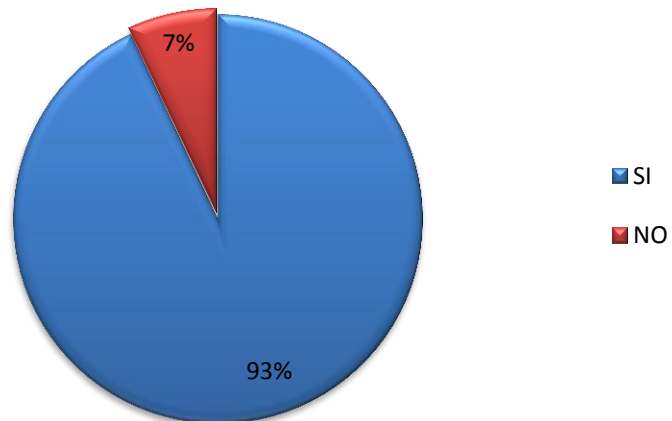


Figura 6. ¿Te gustaría participar en un programa radial? Adaptado de la investigación, por: A. Cadena & A. Guerra, 2014

**¿Crees que hacen falta espacios de comunicación para tu participación?**

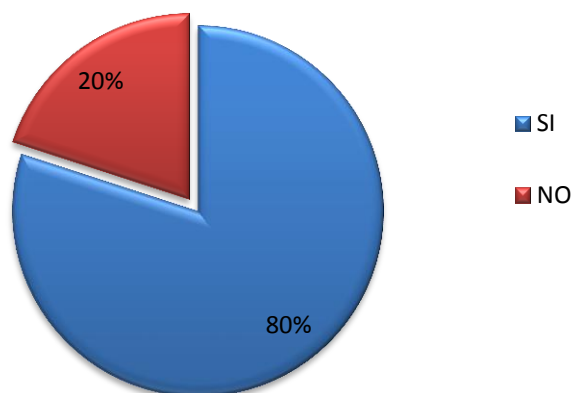


Figura 7. ¿Crees que hacen falta espacios de comunicación para tu participación? Adaptado de la investigación, por: A. Cadena & A. Guerra, 2014

Muestreo realizado a niños y niñas de la Unidad Educativa María Auxiliadora UEMA entre 10 y 12 años posterior a la realización de los talleres.

**¿Te gustó conocer sobre el mundo radial?**

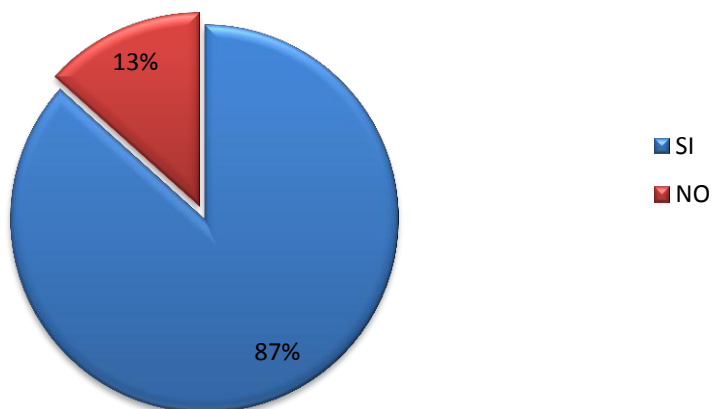


Figura 8. ¿Te gustó conocer sobre el mundo radial? Adaptado de la investigación, por: A. Cadena & A. Guerra, 2014

**¿Te gustó participar en un programa radial?**

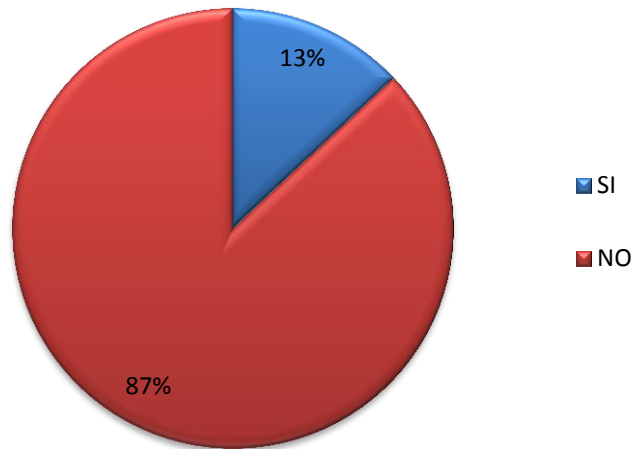


Figura 9. ¿Te gustó participar en un programa radial? Adaptado de la investigación, por: A. Cadena & A. Guerra, 2014

**¿Consideras que los talleres tu formación?**

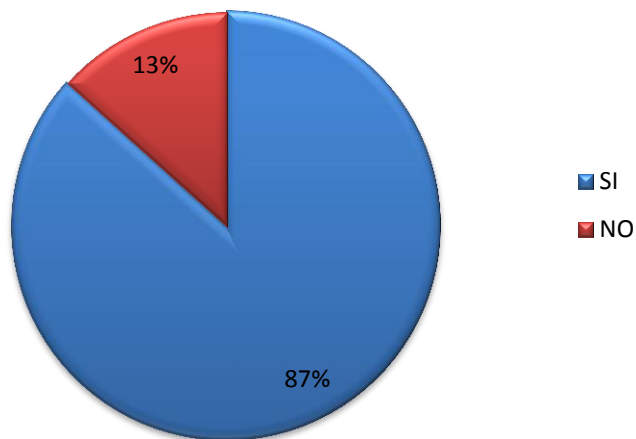


Figura 10. ¿Consideras que los talleres aportaron en tu formación? Adaptado de la investigación, por: A. Cadena & A. Guerra, 2014



### Evalúa los talleres que recibiste

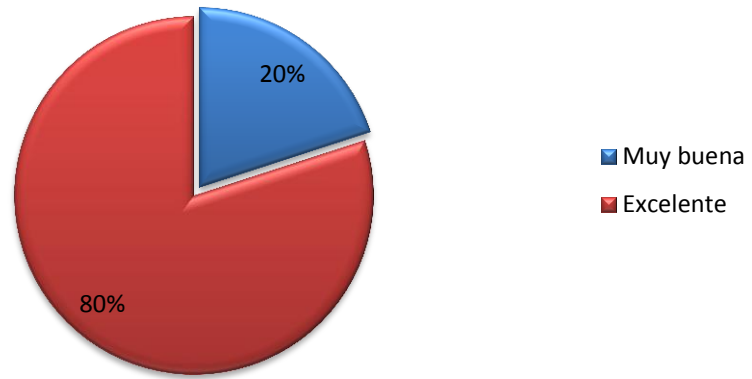


Figura 11. Evalúa los talleres que recibiste. Adaptado de la investigación, por: A. Cadena & A. Guerra, 2014

## 5.2. Guión de Programa “Dibujando Sueños”

Tabla 6.

Guión de Programa “Dibujando Sueños”

Niños escogidos:

001	Intro de presentación: En este momento empieza “Dibujando Sueños”	Presentadores	00’’ 00’
002	Presentación del tema diario	Nina escogida	00’’ 23’
003	Cortinilla: Gracias por escuchar “Dibujando Sueños”	Nino Ismael Quinteros (Reportero)	00’’ 32’
004	Segmento: Preguntas a la ciudadanía	Alejandra Cadena	00’’40’
005	Publicidad Museo Star Wars Naturaleza		01’’00’
006	Cortinilla> Gracias por seguir acompañándonos en “Dibujando Sueños”	Nina escogida	03’’17’
007	Reportaje sobre Buyling: Muchas personas mayores probablemente no conocerán el término de bullying, ya que en sus tiempos de estudio dicho problema prácticamente no existía o no se evidenciaba, sin embargo ahora se presenta de forma continua este problema en la sociedad. El término bullying es una palabra que proviene del vocablo holandés que significa acoso. El bullying es cualquier forma de maltrato psicológico, verbal o físico producido entre escolares de forma seguida a lo largo de un tiempo determinado. Eres una niña, tú no juegas,	Ismael Quinteros	03’’29’

	<p>anda y haz lo que digo.... Son varias de las expresiones que usan entre compañeros para dominar... Si tu estas siendo parte de esto, ve y avisa en casa o a tus maestros, ellos sabrán que hacer y te ayudarán a solucionar el problema.</p> <p>Debes saber que nos merecemos respeto y tú debes empezar por quererte y hacerte respetar.</p> <p>Reportó para ustedes Ismael Quintero, Dibujando Sueños.</p>		
008	Cortinilla: “Estas escuchando “Dibujando Sueños”	Niña escogida	04’’39’
009	Mesa de debate sobre tema Bullying o acoso escolar	Presentadoras: Alejandra Cadena y Andrea Guerra Niños escogidos.	
010	Despedida de programa	Niños escogidos	09’’17’

Nota: Adaptado de la investigación, por: A. Cadena & A. Guerra, 2014

## CONCLUSIONES

- Con relación a nuestros objetivos planteados, este trabajo permite comprobar la importancia de la palabra en el mundo, por lo tanto lo que significaría transformarlo a través de un espacio comunicacional, es decir el niño en Dibujando Sueños se apropia de su mundo y de los instrumentos de comunicación para generar conocimiento. Por eso la importancia de un espacio para ellos.
- Los medios de comunicación crean la imagen del niño para vender, no se han preocupado por permitir que el niño mismo se invente y reinvente desde su espacio social. Sin duda esto resta valor a la palabra y voz de los infantes, por lo cual Dibujando Sueños les brinda las herramientas necesarias para desarrollar su capacidad, aprendizaje tomando en cuenta la responsabilidad que implica poseer un micrófono.
- Un espacio de comunicación es una ventana a la educación. Este trabajo demostró que en tiempos anteriores las habilidades comunicativas habían sido consideradas sólo como un aspecto del desarrollo, no obstante hoy en día son una condición previa, es decir no basta con desarrollarlas, hay que aprender a manejarlas, es allí en donde descubrimos la importancia de saber lo que se dice en un medio de comunicación. Los niños de Dibujando Sueños son conscientes de su responsabilidad y la ejecutan.
- Los talleres realizados demostraron la ausencia de motivación en la niñez para participar en un medio de comunicación, además que dado el caso de que exista una ventana, los niños miran como el salto a la fama, restando importancia al valor y responsabilidad de hacer comunicación.
- Sin duda al niñez es un sector que puede aportar en gran medida a cualquier proyecto comunicacional, la realización y construcción de Dibujando Sueños demostró que los niños buscan medios para hacerse escuchar, sin embargo

tratamos de que también asuman su papel de comunicadores responsables tras recibir los talleres.

- No existen espacios comunicacionales que realmente sean educativos para niños y en los cuales no se les distorsione su propia inocencia ni naturalidad. Los niños creen que espacios de poca receptibilidad social son para ellos, debido a que asumen que siempre estarán equivocados al tomar un micrófono. Con esto lucho el equipo de Dibujando Sueños y trabajo en brindarles herramientas para que estén seguros de su papel de niños y no finjan o sientan presión por mostrar más de lo que son. Aquí lo importante era divertirse y aportar a la formación de espacios infantiles radiales en la sociedad.

## RECOMENDACIONES

- Quienes realicen un producto comunicacional con niños deben capacitar con herramientas necesarias a los niños para que asuman la respectiva responsabilidad al ser generadores y portadores de conocimiento o información.
- Los niños pueden ser parte de diferentes espacios de comunicación sin que esto implique usurparles la naturalidad e inocencia propia de su edad. Ellos también pueden aportar a la sociedad desde sus posturas, por lo que es importante que el medio de comunicación le otorgue su espacio.
- Se debería realizar talleres, capacitaciones, cursos de motivación e inducción a la participación de los niños en medios de comunicación, esto aportaría en la importancia de formarles y hacerles entender a los infantes de su valor y poder en un medio, generando la posibilidad de que asuman su papel de comunicadores responsables en la sociedad.
- Se requiere que los espacios de comunicación dirigidos a los niños brinden herramientas para que los mismos puedan transportar conocimiento a través de la comunicación.

## ANEXOS

### Anexo 1. Taller para niños de escuela María Auxiliadora

#### Hoja para niños

Elije un tema, interactúa, profundiza e investiga. Piensa como deseas contarlo y organiza tus ideas

Empezamos...

**NO OLVIDES** para quien haces el programa, evita usar palabras raras que no se entienden y que usan los adultos, se directo y claro.

El Saludo: Imagina una forma de saludar propia.

Sigue un orden: Organiza tus ideas, con que vas a empezar, que vas a decir en la mitad y con qué vas a concluir.

**NOTA:** Si opinas diferente a los demás participantes, puedes levantar tu mano e interrumpir de manera educada para que des tu opinión. No discutas, escucha y aprende.

**RECUERDA:** Tienes derecho a opinar a expresarte. Di lo que piensas, respeta y exige respeto siempre.

**NOTA:** Realiza propuestas, interactúa y sobre todo DIVIERTETE.

#### CREATIVIDAD

La radio es para comunicarte con otros niños, niñas, adultos, sociedad en general. Por eso debes recordar que todo lo que se dice alguien más escucha y piensa, entonces tú debes investigar, crear, preguntar y hablar.

La radio se hace con sonidos: Voz, efectos, música y silencio. Todo esto nos sirve para comunicar ideas.

**LA VOZ:** Podemos hacer sonidos con los que expresamos alegría, felicidad, emoción, tristeza, etc. Según la forma en que usas tus palabras, las personas entienden lo que dices.

**EFECTOS:** De animales: perros, gatos, pájaros...clima: lluvias, brisa, granizo pueden hacer que el oyente se imagine un lugar real o fantástico y se sienta parte de ese espacio.

**MÚSICA:** Depende el tipo de música que uses en la radio, el oyente sentirá felicidad o tristeza. Recuerda que tú transmites lo que deseas.

**SILENCIO:** En la radio a veces se necesita hacer silencio, para poder escuchar y pensar lo que se va a decir, recuerda que alguien escucha todo.

### INVESTIGACION

En la radio se puede hablar de todo lo que sientas. Juega a inventar una historia, un paseo, una escena y veras todas las historias que se te ocurren y pregúntate: quien, quienes, como, donde cuando, por qué. Luego pregúntate de donde viene cada cosa de tu historia o paseo, piensa en diferentes opciones sobre el tema y dedícate a investigar todo.

Ahora con todas esas dudas... a investigar

**ENTREVISTA A PERSONAS:** Quien puede saber sobre esos temas? Anda a buscarlas. (Familiares, amigos, profesores.)

**LEE:** Empieza a leer sobre aquellos temas y dudas, Busca en internet o libros.

**OBSERVA:** Acude a lugares que puedan tener relación con esos temas que investigas y luego cuenta tu experiencia.

### LLEGO EL MOMENTO DE CONTARLO EN LA RADIO

Ahora si usa tu imaginación y actúa...SUERTE!!!



## LISTA DE REFERENCIAS

- Albarracín, G. P. (2000). *Bases Epistemológicas de la Educomunicación*. Quito : Ecuador
- Albarracín, G. P. (2000). *Bases Epistemológicas de la Educomunicación*. Quito: Abya-Yala.
- Burriel, J. M. (María Lorena Garzón Abad ). *Mensaje Radiofónico en la Información y su Relación con el Código Lingüístico Utilizado*. Quito .
- Correa, E. O. (31 de octubre de 2011). *Funlibre*. Recuperado el 05 de enero de 2014, de Funlibre: <http://www.redcreacion.org/documentos/simposio3vg/EOsorio.html>
- Damas, S. H. (08 de junio de 2014). *Revistes Catalanes Amb Accés Obert*. Recuperado el 12 de 01 de 2014, de Revistes Catalanes Amb Accés Obert: <http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/15142/14983>
- Dance, F. (1973). *Hacia una Teoría de la Comunicación Humana*. Buenos Aires: Ediciones Troquel.
- Freire, P. (14 de junio de 2011). *LorenaR blogs spot com*. Recuperado el 02 de marzo de 2014, de LorenaR blogs spot com: [http://lorenarblogspotcom.blogspot.com/2011/06/paulo-freire-y-la-educomunicacion\\_14.html](http://lorenarblogspotcom.blogspot.com/2011/06/paulo-freire-y-la-educomunicacion_14.html)
- Kaplún, M. (08 de junio de 1998). *Una Pedagogía de la Comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre. Recuperado el 05 de marzo de 2014, de <http://dspace.universia.net/bitstream/2024/996/1/Kaplun.pdf>
- Kaplun, M. (1999). *Producción de Programas de Radio* . Quito : Quipus - Ciespal .
- Latina*. (27 de mayo de 2008). Recuperado el 05 de 04 de 20, de Latina: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999c/115raigon.htm>

López, I. (1999). *Comunicación Participativa, una construcción de todos y todas*.  
Buenos Aires .

Prada, R. R. (1995). *La Opinión Pública - Analisis, estructura y metodos para su estudio*  
. Mexico : TRILLAS.

Raymond, N. (2000). *Analisis del Periodismo* . Quito .

Robert E. Lane, D. O. (1956). *La Opinión Pública* . Barcelona : Fontanella.

Saint-Arnaut, Y. (1981). *Participacion y comicacion de grupos*. (C. J. Fernandez, Trad.)  
España: ANAYA S.A.