

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA  
ESCUELA DE COMUNICACIÓN**

**DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN PERIODISMO PARA  
PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN**

**“LA RADIO COMO MEDIO DE EXPRESIÓN PARA LOS JÓVENES DEL INEPE:  
PROPUESTA DE RADIO REVISTA JUVENIL “LA VOZ DEL INEPE”**

**KATHERINE PATRICIA VERDUGO ROSERO**

**DIRECTORA: MÁSTER JIMENA LEIVA**

**QUITO, 2013**

## AGRADECIMIENTOS

Llegando al final de esta maravillosa etapa de mi vida quiero agradecer a Dios por bendecirme en cada paso, por darme la oportunidad de vivir, de sentir, de soñar, por hacerme capaz de alcanzar mis metas, una de ellas se ve reflejada en el presente trabajo. Gracias Dios por darme a mis padres, las personas más importantes de mi vida: A mi negrita, mi madre: Patricia Rosero, por su esfuerzo y dedicación, por su amor, por sus desvelos, por su esfuerzo y sacrificio, por creer en mí a cada momento, por quien soy y seré. A mi padre, Juan Verdugo, mi ángel guardián, por cada sabio consejo lleno de amor y justicia, por su esfuerzo diario para que nunca nos falte nada, por su apoyo incondicional. A mi hermano, Juan David Verdugo, por quererme, por apoyarme, por ser él.

Gracias al INEPE, por abrirme las puertas, por permitirme trabajar con ellos y para ellos, por llenarme de alegría con la sonrisa de cada uno de los niños, niñas y jóvenes. A mi Directora de Disertación, Jimena Leiva, por ayudarme a sacar este proyecto adelante, por brindarme sus conocimientos, su paciencia, su ayuda, su tiempo, su profesionalismo.

Gracias a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, por permitirme formar en sus aulas. Gracias a mis compañeros de universidad, por cada momento compartido, por cada alegría, por cada ayuda, por cada recuerdo plasmado en mi corazón. Gracias Omar Chica por ser incondicional conmigo, por ganarse mi corazón todos los días, por ser parte importante de mi vida. Gracias Diego Sangucho, Vinicio Soria, a mis amigos de la vida, a mis Suyanitos y todas las personas que hicieron posible la culminación de este trabajo.

A todos ustedes, Dios les pague.

## **DEDICATORIA**

A Dios, mi guía.

A mis padres, luz de mi vida.

A mi nuevo ángel y amiga incondicional, así como en los trabajos durante toda la carrera, su nombre aquí no podía faltar: Gabriela Jiménez.  
Paz en su tumba.

## INDICE

<b>CAPÍTULO I: LA UNIDAD EDUCATIVA INEPE Y EL MANEJO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA EJERCER LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN</b> .....	4
<b>1.1 Historia y Ubicación del Instituto de Investigación, Educación y Promoción Popular INEPE</b> .....	5
<b>1.2 La Propuesta Educativa del INEPE</b> .....	7
1.2.1. Proceso enseñanza-aprendizaje .....	9
1.2.2. Ejes y concepciones del INEPE Diálogo, Solidaridad y Participación.....	12
a.El diálogo de saberes .....	13
b.La participación y La pregunta como base de la formación curricular.....	14
c.La solidaridad y la Economía Solidaria .....	17
1.2.3. Comunidad Educativa .....	21
1.2.4. Capacitación continua a los maestros .....	22
<b>1.3 Manejo de la Educomunicación en el INEPE y la Radio como recurso para ejercer la libertad de expresión</b> .....	23
1.3.1. Educomunicación en el INEPE.....	27
1.3.2. La Comunicación en la Educación del INEPE .....	33
<b>CAPÍTULO II: LA RADIO Y LA EDUCACIÓN POPULAR. HISTORIA DE LOS PROYECTOS RADIALES EN EL INEPE</b> .....	35
<b>2.1. Historia de los proyectos radiales del INEPE</b> .....	40
2.1.1 El Inicio de los proyectos radiales del INEPE .....	41
2.1.2 El “Caballito Trotador” .....	44
2.1.3. “Cuenta vecinita, cuenta.....	47
2.1.4. El Resurgir de los proyectos Radiales en el INEPE.....	53
<b>2.2. Rol de la Radio dentro del Trabajo Comunitario</b> .....	55
<b>2.3. La radio comunitaria como medio para ejercer el derecho a la comunicación y libertad de expresión</b> .....	59
<b>2.4. La radio comunitaria y el proceso Enseñanza aprendizaje</b> .....	64
<b>CAPÍTULO III: LA RADIO Y LA COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA</b> .....	71
<b>3.1. Breve Historia de la Radio</b> .....	76
3.1.1 La radio comunitaria en Ecuador y Latinoamérica.....	80
<b>3.2 Lenguaje de la Radio</b> .....	83
3.2.1. Propiedades del lenguaje radiofónico .....	89

<b>3.3 Redactar para radio.....</b>	<b>93</b>
3.3.1. El guión .....	95
3.3.2. Desarrollo de un guión .....	96
<b>3.4. La locución.....</b>	<b>101</b>
3.4.1. Respiración y Dicción .....	104
3.4.2. Vocalización y articulación.....	105
3.4.3. Velocidad y Ritmo .....	106
3.4.4. Entonación.....	107
3.4.5. Naturalidad.....	108
3.4.6. Las voces de la radio: Palabra, música, sonidos, silencio. ....	109
3.4.7. ¿Cómo se debe hablar en el micrófono? y ¿Qué se debe evitar? .....	112
<b>3.5 Géneros Radiofónicos .....</b>	<b>115</b>
3.5.1. Género Dramático .....	117
3.5.2. Género Periodístico.....	119
3.5.3. Género musical.....	122
<b>3.6 Formatos Radiofónicos.....</b>	<b>123</b>
1. La Charla:.....	125
2. El noticiero:.....	125
3. La nota, la crónica: .....	126
4. El comentario: .....	126
5. El diálogo: .....	126
6. La entrevista:.....	127
7.- Las mesas redondas: .....	127
8. El radio reportaje:.....	128
9. El Radiodrama:.....	129
10.- La radio revista: .....	129
Audiencia de la radio revista:.....	137
Radios revistas compactas: .....	138
<b>3.6 Fases de la producción radiofónica:.....</b>	<b>140</b>
3.6.1. Preproducción:.....	140
3.6.2. Realización: .....	142
3.6.3. Postproducción:.....	143
<b>CAPÍTULO IV: PROPUESTA DE RADIO REVISTA “LA VOZ DEL INEPE” .....</b>	<b>144</b>
<b>4.1 Diagnóstico de Comunicación.....</b>	<b>144</b>
4.1.1. OBJETIVOS .....	144
4.1.2. METODOLOGÍA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN: .....	145
4.1.3. VARIABLES DEL DIAGNÓSTICO: .....	145
4.1.3.1. Variables de datos generales .....	146
4.1.3.2. Variables específicas de comunicación.....	146

4.1.4. Técnicas de recolección de información .....	148
4.1.4.1. Presentación de resultados: .....	149
4.1.5. Síntesis de Problemas y Necesidades de comunicación encontradas .....	152
4.1.6. Conclusiones y Recomendaciones .....	154
Recomendaciones:.....	155
<b>4.2 Propuesta de Proyecto:.....</b>	<b>156</b>
4.2.1 Matriz de Marco Lógico de la Radiorevista “La voz del INEPE” .....	158
4.2.2. Organización de la radio revista:.....	161
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>173</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>176</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>184</b>

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de Disertación de Grado previo a la obtención de título de Licenciada en Comunicación con Mención en Periodismo para: Radio, Prensa y Televisión, se basa en una experiencia de aliar los Medios de comunicación, en este caso la Radio, en el proceso enseñanza aprendizaje desarrollado en el Instituto de Investigación, Educación y Promoción Popular del Ecuador (INEPE) en donde a través de la radio revista “La voz del INEPE” se fomentará la participación, criticidad, libertad de expresión, rescate de identidades y derecho a la comunicación de toda la comunidad educativa.

EL Instituto de Investigación, Educación y Promoción Popular del Ecuador (INEPE), es un organismo No Gubernamental (ONG), reconocido jurídicamente por el Estado Ecuatoriano, creado en 1985. El INEPE maneja importantes proyectos comunitarios que forman parte del proceso de formación de los jóvenes, los cuales necesitan ser socializados a través de un medio de comunicación adecuado que los difunda internamente y se ajuste a sus necesidades.

La radio revista Juvenil “La voz del INEPE” es un proyecto que se realizará con la finalidad de integrar a los Actores involucrados en la Comunidad Educativa, como son: Alumnado, Autoridades, Padres de familia y Docentes; a través de una propuesta comunicacional que consiste en plantear un medio de comunicación alternativo en donde los estudiantes ejerzan su libertad de expresión, puedan concienciar sobre la gran responsabilidad social que implica comunicar, dar sentido a la palabra al poder expresar a través de ella sus sentimientos y pensamientos y a la vez puedan adquirir nuevas destrezas

en producción radiofónica a través de la realización de una radio revista, valiéndose de la cabina de radio ya existente, que posee la infraestructura necesaria para poner el proyecto en marcha.

En este proyecto se podrá ver reflejado el rol de la Comunicación dentro del trabajo comunitario, debido a que la radio será un medio impulsador en la construcción de identidad y a la vez promoverá la reflexión y la criticidad en los jóvenes del INEPE a través de la creación de Productos Radiofónicos de calidad, valiéndose de todos los géneros y formatos radiales que sean posibles y que los difundirán en la radio revista Juvenil “La Voz del INEPE”.

La presente disertación presenta en el CAPITULO I, un acercamiento al Instituto de Investigación, Educación y Promoción Popular (INEPE) que es el lugar en donde se desarrollará el proyecto, “La Radio como medio de expresión para los jóvenes del INEPE: Propuesta de radio revista Juvenil “La voz del INEPE”. Se conocerá la historia del INEPE y su contexto, así como aspectos sociales, demográficos, culturales, que enmarcan la realidad de la institución y la comunidad. También se dará a conocer la propuesta educativa de la institución, basado en los cánones del filósofo y educador Paulo Freire, quien dio luces a este grupo de idealistas para hacer realidad este proyecto educativo, basado en ejes y concepciones fundamentales como: el Diálogo, Solidaridad y Participación en el proceso enseñanza aprendizaje, al igual que la Economía Solidaria que los hace auténticos.

Además se aborda la Edu-comunicación que emprende el INEPE, en sus sistema educativo , procesos de enseñanza-aprendizaje donde el principal eje es la comunicación en

todas sus dimensiones, incluyendo la necesidad de que los educandos no solo conozcan de Teoría de la comunicación, sino que la apliquen a través de los diversos medios, partiendo de los más accesible a su entorno.

En el CAPITULO II se presenta un análisis de cómo contribuye la Radio en los procesos de Educación Popular; posteriormente centrándose en la experiencia de Radio Comunitaria en el INEPE. Se analizará la historia de los proyectos radiales en la institución y el reciente resurgimiento de proyectos de producción radiofónica.

En el CAPITULO III se analizará a profundidad la Radio como medio de comunicación, partiendo desde su historia, su evolución, hasta entender cómo se maneja la radio en la actualidad. Se conocerá el manejo del lenguaje radiofónico, el guión como instrumento indispensable para realizar productos radiofónicos, el papel crucial que desempeñan los locutores en interacción con el público y los diversos géneros y formatos que se abarcan para tratar diversos temas,

También se dará a conocer los diversos géneros y formatos, los más importantes y más utilizados, para que sirvan como herramientas de producción de la radio revista, basada en las tres etapas: preproducción, producción y postproducción.

El CAPITULO IV tratará específicamente del proyecto de la radio revista “La voz del INEPE” que partirá de una investigación de campo “Diagnóstico de Comunicación” realizado en el año 2010. Este proyecto atiende las recomendaciones de esa investigación y las plasma en una radio revista de 30 minutos semanal, que contiene temas de gustos y variedades de los jóvenes del INEPE, así como temas de gran importancia para la comunidad educativa.

## **CAPÍTULO I**

### **LA UNIDAD EDUCATIVA INEPE Y EL MANEJO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA EJERCER LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN**

El Instituto Nacional de Educación Popular (INEPE) es un organismo No Gubernamental (ONG), reconocido jurídicamente por el Estado Ecuatoriano, creado en 1985. Desde su inicio ha realizado un trabajo profesional serio y profundamente ligado a la diversa realidad de los jóvenes del Ecuador y específicamente se ha proyectado a educar a niños y jóvenes en la parroquia de Chilibulo al Sur de Quito.

El INEPE pretende salir de los cánones de educación tradicional, tomando en cuenta como doctrina principal el modelo de enseñanza del educador Paulo Freire, basada en valores humanos, y el contacto con la naturaleza y la sociedad a través de la praxis.

El INEPE maneja importantes proyectos comunitarios que forman parte del proceso de formación de los jóvenes, los cuales necesitan ser socializados internamente para conocimiento de la comunidad educativa. En la actualidad la Comunidad Educativa de la Institución necesita un medio de comunicación adecuado que difunda la gran labor que realizan.

La institución ha dado gran importancia, lleva a cabo proyectos comunicacionales que han ido cambiando, mejorando o desapareciendo por diversos factores. La Comunicación es imprescindible dentro de la educación, entre todos los miembros de la comunidad educativa.

La Radio Comunitaria del INEPE es ejemplo clave de los grandes y ambiciosos proyectos del INEPE, logrando un gran éxito no solo en la institución, sino en toda la ciudad de Quito. Lastimosamente este proyecto quedó en el olvido, pero dejó el legado de cuán importante es que se maneje un medio de comunicación como lo es la radio.

La Radio y otros medios de comunicación, ayudan a la comunidad educativa en varios aspectos: a rescatar la oralidad, a aprender a comunicarnos, al rescate de identidades, a descubrir el rol de la comunicación dentro del trabajo comunitario, a dar sentido a la palabra con las sensaciones, emociones pensamientos, a promover la reflexión y criticidad, a promover una formación integral en medios con conciencia social y con esto niños y jóvenes podrá ejercer el derecho a la libertad de expresión de una manera responsable.

La radio ha sido un importante medio de comunicación para determinar las conductas y percepciones de la gente a través del tiempo; es el medio por el cual las personas pueden expresar sus ideas y pensamientos a través del Lenguaje Radiofónico.

### **1.1 Historia y Ubicación del Instituto de Investigación, Educación y Promoción Popular INEPE**

El Instituto de Investigación, Educación y Promoción Popular INEPE es una institución formada por un grupo de jóvenes educadores visionarios que decidieron optar por impartir formación y conocimiento en la niñez y juventud ecuatoriana basándose en los cánones de la Educación Popular con el postulado de Paulo Freire<sup>1</sup>, “Esos jóvenes, vivían sus ideales con una determinación vital, con la intensidad que provenía de una profunda

---

<sup>1</sup> Paulo Freire nació el 19 de septiembre de 1921, en Recife-Brasil, Fue uno de los mayores y más significativos pedagogos del siglo XX. Con su principio del diálogo, enseñó un nuevo camino para la relación entre profesores y alumnos. Sus ideas influenciaron en las renovaciones pedagógicas europeas y africanas, y su figura es referente constante en la política liberadora y en la educación.

formación humana y científica, del amor y respeto que profesan por las diversas manifestaciones culturales”<sup>2</sup>

A finales de los ochenta nació la necesidad de crear un espacio educativo de formación integral en donde los niños de la comunidad educativa e hijos de los miembros del proyecto disfruten de un modelo de educación diferente a la que ya se impartía en toda la ciudad de Quito. El primer espacio físico en donde se desarrolló el Proyecto fue en la Planta de Agua Potable del Sector de Chilibulo, debido a que las autoridades de la comunidad donaron ese espacio en forma gratuita al proyecto, sin embargo no contaba con la infraestructura necesaria que debía tener un plantel educativo. Luego se formó la “Casita de Chocolate” una construcción pequeña hecha de barro en donde se impartían las clases.”<sup>3</sup> Era un aula improvisada a manera de choza campesina que iba mejorando mediante mingas que realizaban los padres de familia y docentes. El proyecto dio inicio con 19 niños de la comunidad de Chilibulo al suroccidente de Quito, dando apertura a los grados de Jardín y Primer grado.

“La Idea del INEPE nació de una práctica Educativa Barrial” <sup>4</sup> en donde la pedagogía, la política y el dogma don de libre albedrio de cada ser humano, se presenta a la educación como “un acto de libertad, la educación nos hace libres” <sup>5</sup> con la esperanza de un futuro digno en especial para la gente de bajos recursos económicos que difícilmente tiene acceso a una educación de calidad siguiendo los planteamiento de la Educación Popular

---

<sup>2</sup> Lilián Álvaro. **Mantener viva la esperanza**. Revista Arcilla. Instituto de Investigación, Educación y Promoción Popular INEPE. 2011. p. 14- 35.

<sup>3</sup> Patricio Raza. Entrevista realizada el 10 de Abril de 2012. **Historia del INEPE y Proyecto Radial de la Institución**. Verdugo Katherine, Entrevistadora

<sup>4</sup> Walter Carrillo. Entrevista realizada el 03 de marzo de 2012. **Radio Interna del INEPE "El hoy y el ayer"**. Verdugo Katherine, Entrevistadora

<sup>5</sup> Paulo Freire. **Pedagogía del oprimido**. Lima, Perú. Editorial Tierra Nueva. 1971.

“No dar hablando, no dar escribiendo, sino motivar en cada acción la expresión sonora del pensamiento y sentimiento “<sup>6</sup>.

El INEPE está ubicado en las faldas de cerro Ungüí al Sur Occidente de la ciudad de Quito, en el barrio de “La Dolorosa de Chilibulo”, antiguamente denominada ISOLOMA. Lugar rico en historia milenaria, como resalta Marcos Guerrero en la Revista Institucional “Arcilla”: “Chilibulo fue un asentamiento que pertenece al Periodo de Integración, que va desde 500 a.C. a 1500 D.C.... fue un asentamiento de agricultores, distribuidos en aldeas probablemente dispersas”<sup>7</sup> con diversas costumbres y tradiciones que hasta el día de hoy se conservan en la comunidad como la agricultura, el riguroso cuidado del hábitat que era de vital importancia desde la antigüedad, porque servía como protección natural de los ataques del enemigo. En la actualidad se implementan de manera participativa actividades de desarrollo humano, ecológico, cultural y educativo en coordinación con diversas organizaciones e instituciones del gobierno local.

Debido a la gran labor que desarrollaba el proyecto educativo del INEPE, pese a ser una institución sin fines de lucro ni apoyo del estado, se le reconoció jurídicamente como un Organismo No Gubernamental (ONG) en el año de 1985.<sup>8</sup>

## **1.2 La Propuesta Educativa del INEPE**

La propuesta Educativa del INEPE lleva como base fundamental los saberes del Filósofo y Educador Paul Freire, quien resalta en su libro Pedagogía del Oprimido que:

---

<sup>6</sup> Lilián Álvaro. . **Mantener viva la esperanza**. Revista Arcilla. Instituto de Investigación, Educación y Promoción Popular INEPE. 2011. p. 14- 35.

<sup>7</sup> Marcos Guerrero **Ubicación geográfica e histórica del INEPE**. Revista Arcilla. Instituto de Investigación, Educación y Promoción Popular INEPE. 2011. p. 51-53.

<sup>8</sup> INEPE. **Triptico Informativo**. Quito. Enero de 2008.

“La Pedagogía del oprimido, deja de ser del oprimido y pasa a ser la pedagogía de los hombres en proceso de permanente liberación...El estudio no se mide por el número de p.inas leídas en una noche, ni por la cantidad de libros leídos en un semestre. Estudiar no es un acto de consumir ideas, sino de crearlas y recrearlas”<sup>9</sup>

El INEPE pretende que sus alumnos tengan la capacidad de percibir el mundo, interiorizándolo de una manera individual, para luego transformarlo en ideas creadoras, nuevos proyectos que puedan ser comunicados a través de diversas formas de expresión. Alfabetizarse no es aprender a repetir palabras, sino a decir su palabra”

La doctrina del INEPE, al ser una propuesta alternativa, siempre ha estado en la mira de los gobiernos de turno y estos han querido de cierta manera frenar el proceso, la comunidad ha estado siempre apoyando la propuesta educativa no adoctrinadora, con la finalidad de garantizar el derecho a la libre expresión de los jóvenes.

INEPE nace a través de un trabajo juvenil, los jóvenes fueron los primeros y más fáciles de convocar, debido a que la propuesta planteaba difundir valores y fortificar la educación popular a través de temas de su interés, como las artes y el deporte, motivándolos a ser entes activos de la sociedad.

“La idea era soñar y querer construir la revolución que cambie todo este sistema injusto, este proceso se convirtió en una militancia social que les comprometía a generar espacios que permitan formar a la juventud, mejorar las relaciones sociales e intrafamiliares, mejorar la condición de los jóvenes en cuanto a infraestructura y servicios para generar una formación autónoma sin educarles con la finalidad de que se alíen a u partido político o alienación popular. Este proyecto parte de la transformación de uno mismo y de superar el sectarismo, lo que se pretendía es hacer una idea comunitaria.”<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Paulo Freire. **Pedagogía del oprimido**. Lima, Perú. Editorial Tierra Nueva. 1971.

<sup>10</sup> Patricio Raza. Entrevista realizada el 10 de Abril de 2012. **Historia del INEPE y Proyecto Radial de la Institución**. Verdugo Katherine, Entrevistadora

Como parte de la Propuesta Educativa y adecuándose a los requerimientos del mundo actual, “la educación no puede reducirse a una transmisión basada en la repetición sino que debe ser un instrumento crítico para la emancipación y transformación.”<sup>11</sup>

La propuesta educativa del INEPE ha sido forjada con rigurosidad humana y científica, siendo la perfecta conjunción para que el aprendizaje trascienda más allá de las aulas.

El INEPE maneja una propuesta educativa que, en su dialéctica de aula, recrea la dialéctica de la vida, en donde la metodología es un proceso de creación constante, que permite la construcción de sujetos y de inter aprendizajes. Una propuesta que, en cada taller, devuelve el protagonismo a docentes y estudiantes, cuyos aportes han permitido el diseño de una didáctica de comprensión de las ciencias, que posibilita conseguir un mayor nivel de abstracción en cada estadio del pensamiento humano. El proceso metodológico es concebido y practicado en un movimiento de espiral, en un ir y venir constante entre sus componentes, a veces armonioso, otras en forma de crisis, buscando siempre la sinergia entre ellos.<sup>12</sup>

La propuesta es múltiple, diversa y se detalla en los siguientes puntos:

### **1.2.1. Proceso enseñanza-aprendizaje**

El INEPE maneja un proceso de enseñanza-aprendizaje que sale de los cánones de la enseñanza tradicional. La metodología que usan consiste en que el alumnado maneje un Cuaderno de Auto Aprendizaje, en donde el estudiante registra el conocimiento adquirido y las dudas que van surgiendo en base a ese conocimiento, estas inquietudes son transmitidas a los maestros con total libertad y los temas planteados será tomados en cuenta para tratarlos en clases, gracias a este método el saber va a la par de la capacidad del alumno, no el

---

<sup>11</sup> Silvia Bacher. **Tatuados por los medios, Dilemas de la educación en la era digital**. Buenos Aires, Editorial Paidós SAICF, 2009.

<sup>12</sup> Lilián Álvaro. . **Mantener viva la esperanza**. Revista Arcilla. Instituto de Investigación, Educación y Promoción Popular INEPE. 2011. p. 14- 35.

alumno es quien va a la par con un modelo de aprendizaje ya establecido, es decir el aprendizaje está centrado en el estudiante. El proceso educativo del INEPE pretende que este cuaderno cotidiano de aprendizaje se lo maneje de diversas formas para fortalecer el aprendizaje una de esas formas es través del trabajo radiofónico, esto puede incentivar inclusive al trabajo de formación de adultos, modalidad que no da impulso el Ministerio de Educación.

La filosofía de Paulo Freire da luces al inicio de esta nueva experiencia educativa. Freire recalca que el proceso de la educación debe ser desarrollado de la siguiente manera: tomando en cuenta el proceso “práctica-teoría-práctica”, Freire argumenta que toda realidad puede ser convertida en aprendizaje a través de la experiencia personal y cotidiana con el entorno; este conocimiento adquirido es llevado a la teoría a través del diálogo, que es un compartir de percepciones y pensamientos respetando el saber popular, la identidad y la libertad de pensamiento. “Este diálogo de saberes permite la contextualización del conocimiento como una práctica de respeto y construcción, en base a este proceso lógico y compartido nace la teoría que luego será empleada con humildad, amor, fe y compromiso social cambio y aporte a la comunidad.”<sup>13</sup>

En la teoría Freiriana, el conocimiento se genera apelando a la sensibilidad del alumno en donde él percibe el entorno y lo asimila a su realidad interna y luego lo contextualiza y racionaliza para dejarlo impregnado en su memoria y poder compartirlo

---

<sup>13</sup> Armando Gómez. **La propuesta pedagógica de Paulo Freire según la Universidad Autónoma de México.** 2009. Recuperado el 29 de Mayo de 2012, de <http://www.stunam.org.mx/sa/11carrera/2009/propuesta%20pedagogica.pdf>

como un saber, “con la correcta formación educativa el alumno busca alcanzar sus logros con su esfuerzo y sobrepasar dificultades con la madurez necesaria”<sup>14</sup>

El INEPE lleva a cabo grandes proyectos que pretenden incentivar el aprendizaje en la Comunidad Educativa no solo dentro de la institución, sino valiéndose de las nuevas tecnologías, utilizando, por ejemplo, los entornos virtuales de aprendizaje como internet, y por medio del mismo, crear un apoyo educativo on line en donde los miembros de la institución puedan reforzar sus conocimientos de una manera dinámica e interactiva, el internet brinda la facilidad de poder acceder a una plataforma virtual en cualquier lugar y momento. “La ciencia y la tecnología, en la sociedad revolucionaria, deben estar al servicio de la liberación permanente de la Humanización del hombre.”<sup>15</sup>

El proyecto Educativo Online del INEPE se está llevando a cabo gracias a la tutoría de un grupo de alumnos de la “Facultad de Sistemas” de la Universidad Politécnica Nacional, quienes en la actualidad están desarrollando el primer programa de aprendizaje on line para profesores, padres de familia y personal interesados en educación inicial; es un aporte exclusivo del INEPE, no solo para la Institución sino para todo el que quiera aprender. Esta iniciativa ha sido bien vista por varias entidades como el Ministerio de Educación, La Organización de Estados Iberoamericanos, La Campaña Latinoamericana por el Derecho a la Educación (CLADE), pero ninguna de ellas ha brindado apoyo logístico, económico o intelectual para sacar adelante este tipo de proyectos.

---

<sup>14</sup> Lilián Álvaro, **La Unidad Educativa INEPE: Una experiencia de Educación Popular para la paz y felicidad de los niños y jóvenes de la comunidad**. Ponencia para el Diálogo Iberoamericano de Derechos Humanos y Educación para la Paz. Cuenca. Enero 2008.

<sup>15</sup> Paulo Freire

Dentro de los principales elementos que intervienen en el proceso enseñanza aprendizaje de los alumnos es la “Autoevaluación” a través de un cuaderno de aprendizaje continuo en donde los alumnos registran sus avances, conocimientos adquiridos, falencias y dudas. El proceso de evaluación que normalmente se maneja en las Instituciones Educativas sirve para cuantificar el aprendizaje de los alumnos, en el INEPE cambia esta concepción, las evaluaciones son permanentes y tienen la finalidad de buscar falencias y cuestionamientos de los alumnos sobre el tema tratado en clase, basándose en la autocrítica; se pretende que la idea de superación nazca de la necesidad del alumno por conocer más, no de la importancia de tener excelentes calificaciones.

“En la concepción del INEPE lo que importa es el ser humano, no las rigurosas reglas. La tarea educativa conforma un homenaje a la vida”<sup>16</sup>

### **1.2.2. Ejes y concepciones del INEPE Diálogo, Solidaridad y Participación**

Los pilares fundamentales del INEPE son: la Solidaridad, el Diálogo y la Participación, aspectos comunes que se generan en la formación de los alumnos y que impulsan el proceso de formación. Como en toda institución a veces hay falencias y los procesos retroceden, Patricio Raza comenta “que es importante tomar impulso de cada retroceso y hacer que este sea una caída para tomar impulso, que nos sirva para avanzar como lo hace una espiral”.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Lilián Álvaro. **Mantener viva la esperanza**. Revista Arcilla. Instituto de Investigación, Educación y Promoción Popular INEPE. 2011. p. 14- 35.

<sup>17</sup> Patricio Raza, Director Ejecutivo del INEPE. Entrevista Realizada el 10 de Abril de 2012. **Historia del INEPE y Proyecto Radial de la Institución**. (K. Verdugo, Entrevistadora)

### a. El diálogo de saberes

El diálogo de saberes consiste en recopilar los conocimientos, las expresiones humanas tradicionales y cotidianas del entorno. Tiene su base principal en la cultura tomando muy en cuenta el ritual, simbología y sabiduría popular. Este conocimiento debe ser compartido y comunicado con toda la comunidad educativa, para que el saber individual se convierta en colectivo a través del diálogo.

El entorno en el cual se desarrolla el INEPE es rico en herencia histórica-cultural, en naturaleza, en pensamiento. La comunidad de Chilibulo, así como todos los ecuatorianos son producto de un proceso de mestizaje que enriqueció su mente y amplió sus horizontes, todos estos elementos propios de la cosmovisión de los pueblos debe verse implantado como parte importante de la educación, partiendo del yo, de las raíces, para proyectarse al mundo entero. El saber popular es la clave de la educación, su eje de partida son los saberes empíricos de la humanidad.

“El diálogo de saberes en educación popular e investigación comunitaria se ha comprendido como principio, enfoque, referente metodológico y como un tipo acción caracterizada por el reconocimiento de los sujetos que participan en los procesos. La aproximación que se hace al diálogo de saberes, en este texto, apunta a entenderlo como un tipo de “hermenéutica colectiva”, donde la interacción caracterizada por lo dialógico recontextualiza y resignifica los “dispositivos” pedagógicos e investigativos que facilitan la reflexividad y la construcción de sentidos de los procesos, acciones, saberes, historias y territorialidades.”<sup>18</sup>

El diálogo de saberes rompe con los cánones de la educación tradicional porque pretende crear seres libres de pensamiento y convicción, con la capacidad de socializar

---

<sup>18</sup> Alfredo Guiso. Biblioteca Digital. **Diálogo de saberes, una práctica hermenéutica colectiva**. Febrero de 2000. Recuperado el 10 de mayo de 2012, de [http://bibliotecadigital.conevyt.org.mx/colecciones/documentos/potenciando\\_diversidad.pdf](http://bibliotecadigital.conevyt.org.mx/colecciones/documentos/potenciando_diversidad.pdf)

libremente en su entorno, obteniendo así fuertes vínculos con la educación y la investigación que es característica de la Educación Popular.

El diálogo aporta al conocimiento, y este hace personas más tolerantes y humanas. Bajo este principio el INEPE incorporó a “niños especiales” al proceso educativo, debido a los valores integradores y la búsqueda de diversas formas de aprendizaje que se basan en las capacidades individuales de cada ser, respetando su condición.

### **b. La participación y La pregunta como base de la formación curricular**

Uno de los principales problemas que afronta la educación tradicional es que los esquemas y temas tratados en clase son estipulados de manera esquemática y obliga a niños y jóvenes a limitar sus conocimientos y curiosidades al tema tratado. Paulo Freire desde su filosofía plantea la idea de educar en base a la pregunta en donde afirma que “no hay pregunta tonta ni respuesta definitiva”<sup>19</sup> de esta manera se incentiva la participación del ente en formación y formadores.

Las preguntas no solo han surgido en el proceso de formación de niños y jóvenes a través de los tiempos, sino también nace del formador, de la necesidad de compartir con el alumno, este proceso forma parte de la revalorización del sujeto. El INEPE en sus cánones de educación plantea una escuela que da apertura a todas las preguntas que surgen en el proceso natural de la educación, esa concepción da apertura y seguridad a la comunidad para expresar sus interrogantes.

---

<sup>19</sup> Manuel Zubeldía. Ficheros de lectura. **Paulo Freire. Reflexión crítica sobre las virtudes del educado.** Recuperado el 09 de mayo de 2012, de <http://mificherolecturas.blogspot.com/2009/05/paulo-freire-reflexion-critica-sobre.html>

Las preguntas se consiguen acercando al estudiante al objeto de conocimiento, a familiarizarse con él, para que cada uno obtenga su propio criterio individual y luego este se plasme en ideas y en preguntas. “El proceso de reflexión es parte importante del proceso de conocimiento, la reflexión nos permite lograr la aprehensión, también depende de las técnicas de reflexión y comprensión que usen los maestros para plasmar la idea y el conocimiento”<sup>20</sup>(INEPE, El taller, una especial modalidad educativa)

Toda pregunta es válida e importante en el proceso de formación y esa concepción da apertura y seguridad a la comunidad educativa para expresar sus interrogantes con libertad. Este importante postulado es un compromiso que implica la participación de los formadores, padres de familia y docentes, quienes al recibir un interrogante por parte de los entes en formación (niños o jóvenes) ellos tienen el compromiso de involucrarse con la tarea educativa de ayudar al alumno a que encuentre respuesta a todo interrogante.

Las preguntas de los niños y jóvenes del INEPE que nacen de la cotidianidad enriquecen el proceso de conocimiento de los maestros, debido a que se implanta una práctica pedagógica en donde se realiza una “revalorización del sujeto como parte del proceso educativo, a partir de este concepto nace la idea de una escuela abierta a todas la preguntas imaginables, que surgen y seguirán surgiendo con espontaneidad y alegría”.<sup>21</sup>

Los maestros del INEPE se basan también en la concepción del académico Adam Schaff quien aduce que los retos del momento exigen respuestas inéditas, estas respuestas

---

<sup>20</sup> Maritza Álvaro. **El taller, una especial modalidad educativa**. Revista Arcilla, Instituto de Investigación, Educación y Promoción Popular INEPE. 2011. p.44-47

<sup>21</sup> Lilián Álvaro. . **Mantener viva la esperanza**. Revista Arcilla. Instituto de Investigación, Educación y Promoción Popular INEPE. 2011. p. 14- 35.

nacen de la contextualización del mundo según la percepción de las personas, según los conocimientos adquiridos y la manera en la que se pueda clasificar la información.

Se pretende cumplir el ideal de partir de las necesidades del grupo para implantar las prácticas educativas, volviendo a dar valor a la cultura oral que ha sido la manera ancestral de comunicar en nuestros pueblos. “El aprendizaje participativo permite la construcción social y dialéctica del sujeto”<sup>22</sup>

“Hay que destacar que la educación posee un carácter político que surge de la necesidad de “reinventarla” en función de las circunstancias históricas”<sup>23</sup>, en la que todos los miembros de la Comunidad Educativa son partícipes y por ende todos son capaces de aportar con sus ideas y pensamientos.

La formación Política en el INEPE está latente como un importante eje para sembrar criticidad, autonomía y libertad a través de los procesos integradores promueve la Educación Popular, esta permite que los jóvenes creen alternativas propias a través de un espíritu humanista con la finalidad de cambiar las relaciones en esta sociedad, con respeto a su entorno y responsabilidad con el pueblo ecuatoriano, sin afianzarlos a idealismos partidistas y abriendo horizontes a entender y respetar cada uno de ellos.

---

<sup>22</sup> Martha Liliana Iovanovich. Revista Iberoamericana de Educación. **La Sistematización de la Práctica Docente en Educación de Jóvenes Y Adultos.** 2008. Recuperado el 2012 de mayo de 07, de <http://www.rieoei.org/deloslectores/624Iovanovich.PDF>

<sup>23</sup> João Pessoa. Revista de UFPB N.-14. **Caminos de Paulo Freire**, Entrevista a J. Chasin. 1985

### c. La solidaridad y la Economía Solidaria

La Educación en el país no está desligada del sistema capitalista, se ajusta en muchos casos a la oferta, mientras más costosa es la pensión mejor es la calidad, esta forma de educación señala que quienes tienen dinero puede acceder a un proceso de educación de eficiente

“La situación de la educación en el Ecuador es dramática, caracterizada, entre otros, por los siguientes indicadores: persistencia del analfabetismo, bajo nivel de escolaridad, tasas de repetición y deserción escolares elevadas, mala calidad de la educación y deficiente infraestructura educativa y material didáctico. Los esfuerzos que se realicen para revertir esta situación posibilitarán disponer de una población educada que pueda enfrentar adecuadamente los retos que impone el actual proceso de apertura y globalización de la economía.”<sup>24</sup>

El INEPE económicamente se ha caracterizado por dos aspectos: Economía Solidaria y Solidaridad de Clases. La Economía Solidaria es uno de los ejes fundamentales de la institución, “por este medio las compañeras docentes han tenido acceso a un proceso de trabajo y formación, y sus hijos a un proceso de Educación Integral como alumnos regulares de la institución”<sup>25</sup>. De esta manera las maestras apoyan con su trabajo y el INEPE también hace un aporte importante para sus vidas, la idea es que toda la Comunidad Educativa se encuentre vinculada a la Propuesta del INEPE y si alguno de ellos puede aportar a la institución con su trabajo, su apoyo, sus saberes siempre será bienvenidos.

---

<sup>24</sup> Galo Viteri. Revista Académica Económica. **SITUACIÓN DE LA EDUCACIÓN EN EL ECUADOR**. Observatorio de la economía Latinoamericana, 2011

<sup>25</sup> Patricio Raza. Entrevista realizada el 10 de Abril de 2012. **Historia del INEPE y Proyecto Radial de la Institución**. Verdugo Katherine, Entrevistadora

El INEPE en este momento se encuentra en una crisis económica por falta de ingresos y por ese motivo los docentes y administrativos no perciben sueldo durante dos meses, pero eso no aleja a los miembros de la Comunidad Educativa del INEPE de su compromiso de educar y servir.

Otro aspecto muy importante de la economía solidaria es que el personal de trabajadores del INEPE es remunerado por cumplir una sola actividad, por ejemplo la actividad de ser maestro de una materia específica, y sin necesidad de que se le pague horas extras, sobre sueldo, entre otros; los maestros comparten sus conocimientos y posibilidades con la comunidad y se involucran con la misión educativa integral por apoyo voluntario.

El maestro en la institución recibe una remuneración básica de maestro, sin embargo, también aporta al INEPE en la tarea de investigación científica, realiza escuela para padres en horas extra curriculares; si el docente tiene algún hobby, como el arte o deportes, comparte sus conocimientos e imparte talleres a los alumnos; algunos docentes dedican tiempo extra a llevar a cabo proyectos en las distintas áreas de aprendizaje, asesoría pedagógica, realización de material multimedia como pagina web y revistas; y sobre todo, se unen a la labor de realizar voluntariado como docentes en las sedes del INEPE en provincias. Todos aportan con su granito de arena sin necesidad de que lo económico sea el eje de su compromiso.

La Economía Solidaria es un proceso de colaboración de clases, es decir el INEPE lucha “la Promoción de los sectores populares que de cierta manera es una Posición Política

pero no Utilitarista”<sup>26</sup> la idea no es usar como objeto al sujeto de los sectores populares, sino más bien que las autoridades sean conscientes que el éxito de la institución se debe a este permanente voluntariado y a la Solidaridad Internacional en los programas de padrinazgo y apoyo al proyecto.

Los programas de padrinazgo permiten al INEPE tener una infraestructura adecuada, calidad en el inmobiliario, calidad en la alimentación de los alumnos, lo principal es que cada miembro de la Comunidad Educativa debe tener calidad humana “Porque si el ser humano está bien el resto viene por añadidura”<sup>27</sup>

Los alumnos del INEPE son beneficiados con el mecanismo de pensión diferenciada, cancelando una pensión de acuerdo a las posibilidades económicas de su familia, dichos costos permiten que los estudiantes tengan acceso a una educación de calidad, sin importar la posición económica o social en la que se encuentre el beneficiario.

El INEPE ha tenido grandes satisfacciones, ha logrado sacar adelante a jóvenes de bajos recursos económicos que no tenían la posibilidad de estudiar por su estatus social y de vida, y ahora son grandes profesionales, un ejemplo claro es del joven, Manuel Pillajo, que antes se desempeñaba como peón de una hacienda y luego se involucro en el proceso de educación, se graduó de la Universidad Politécnica Nacional siendo uno de los mejores alumnos; Patricio Raza, Director Ejecutivo del INEPE, dio un discurso el día que el estudiante Pillajo se graduó de la Universidad recordando el esfuerzo de Manuel por sacar

---

<sup>26</sup> Patricio Raza. Entrevista realizada el 10 de Abril de 2012. **Historia del INEPE y Proyecto Radial de la Institución.** Verdugo Katherine, Entrevistadora

<sup>27</sup> Patricio Raza. Entrevista realizada el 10 de Abril de 2012. **Historia del INEPE y Proyecto Radial de la Institución.** Verdugo Katherine, Entrevistadora

adelante a su familia, después de la muerte de su padre, tomó el puesto de cabeza de familia y resaltó la responsabilidad que asumió en su casa .

En la actualidad Manuel Pillajo es docente de la materia de Física en la Institución y también a puesto a sus hijos a estudiar en el INEPE, de esta manera retribuye a la institución y se observa que los ejes educativos avanzan en forma de espiral en el comprometido trabajo de educar.

También es importante recalcar el convenio que tiene el INEPE con varias instituciones extranjeras que apoyan en programas de padrinazgo para los niños, como es la alianza con PARTAGE de Francia que lo apoya desde 1999. Esta entidad está conformada por personas que apadrinan voluntariamente al proyecto educativo con el ideal de hacer de una sociedad más justa y solidaria a través de una educación de calidad.

Luego, en el año 2001 se realiza un alianza con la Fundación Española “COMPARTE”, una ONG que vela por el objetivo de mejorar las condiciones de vida de los niños en toda Latinoamérica, esta ONG tiene también vinculo con PARTAGE

“El INEPE representa entonces un espacio de ESPERANZA y futuro para los pobres y excluidos de nuestro país, por medio de un proceso en el cual se construye un mundo en donde las relaciones económicas se fundamenten en la solidaridad, las relaciones humanas en la tolerancia y comunicación desde la esencia de cada ser; un mundo en donde vivamos con felicidad, en íntima armonía y relación con el planeta y el universo.”<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Patricio Raza. **La Unidad Educativa INEPE, una experiencia de economía solidaria. Revista Arcilla, Instituto de Investigación, Educación y Promoción Popular** INEPE. 2011. p. 48-50.

### 1.2.3. Comunidad Educativa

El INEPE ha desarrollado un modelo de aprendizaje conjunto con todos los miembros de la Comunidad Educativa, que consiste en: Alumnos, Padres de familia, Personal Docente y Administrativo, Autoridades y toda la Comunidad de Chilibulo, los vecinos son parte importante del desarrollo del proceso educativo. Dentro de los ideales del INEPE está ser entes activos en la institución, en la comunidad y para el país.

En el INEPE se mantiene una excelente relación y comunicación entre toda la comunidad educativa, todos trabajan al servicio de todos, sin egoísmos, valiéndose del respeto, la solidaridad y el diálogo; esto ha permitido solucionar muchas barreras y obstáculos y seguir adelante.

La Comunidad de Chilibulo trae consigo la herencia histórica de la cosmovisión andina, “nuestros ancestros todo lo hacían en comunión a su entorno: a su pueblo, a la Pachamama, a sus costumbres y tradiciones arraigadas pero siempre compartidas”<sup>29</sup>

En la Institución se labora proyectos de formación en COMUN-UNIDAD, los jóvenes se preparan en las aulas, con la ayuda de maestros, administrativos y docentes, esto hace referencia a la Construcción Colectiva del conocimiento que es manejado como parte de la concepción educativa del INEPE.

“La dialéctica de la construcción colectiva del conocimiento, en el Taller de Educación Popular tiene una fabulosa herramienta de investigación, planificación y evaluación científica de los procesos

---

<sup>29</sup> Juan Amores. **Historia de América**, España, Editorial Ariel S.A, 2006.

educativos, a la vez induce a un serio compromiso con la evolución del grupo, de la comunidad y la construcción del sujeto individual”<sup>30</sup>

#### **1.2.4. Capacitación continua a los maestros**

Los maestros populares construyen sus saberes y sus propuesta educativas en base a la filosofía del educador Paulo Freire y las reflexiones de los mejore exponentes socialistas de la época como Antonio Faúdenz que fue amigo de Freire y compartía ideales con él. Con estas bases se sembró en los maestros del INEPE también la pedagogía de la pregunta, partiendo de las dudas e inquietudes que estos grandes filósofos implantaban en su pensamiento.

En 1991 se creó la Escuela de Formación de Educadores Populares, hoy llamada Escuela de Formación Docente, que consiste en formar profesores a través de la experiencia cotidiana y la filosofía de la institución, esta labor da como resultado maestros con formación académica y humanística, existe un convenio con la Universidad técnica de Cotopaxi, quien avala la labor docente otorgándoles títulos de Tercer Nivel.

El INEPE en la actualidad desarrolla importantes programas de capacitación a los maestros. En Abril del 2012 se incorporaron 12 maestras de la Institución como Licenciadas en Educación. Los maestros en proceso deben rendir reportes a la universidad y finalmente una tesis de grado que consiste en un trabajo de investigación, la defensa de las tesis de los maestros del INEPE han sido “muy satisfactorias” según Patricio Raza, debido a la experiencia adquirida y las destrezas desarrolladas por los maestros en la institución.

---

<sup>30</sup> Lilián Álvaro. . **Mantener viva la esperanza**. Revista Arcilla. Instituto de Investigación, Educación y Promoción Popular INEPE. 2011. p. 14- 35.

“El plan de formar docentes tituladas es un gran logro de la institución, debido a que las ahora Licenciadas eran antes madres de familia que trabajaban como empleadas domesticas y no podían sustentar sus hogares por falta de trabajo y estudios previos”<sup>31</sup>. Con estos proyectos se logra promover e incentivar la superación personal, el resultado es docentes formados y debidamente capacitados que aportan a la formación de jóvenes y niños con valores humanos como cimiento principal, siempre presente en “la formación del equipo con visión interior, la mirada reflexiva de la propia vida y practica que les permite comprenderse primero para luego comprender al otro”<sup>32</sup>

### **1.3 Manejo de la Edu-comunicación en el INEPE y la Radio como recurso para ejercer la libertad de expresión**

La Comunicación a nivel mundial ha llevado a cuestras un grave error, que consiste en usar la información y difundirla a través de los medios maquillando la realidad, sin argumento alguno, sin contexto, que explique un antecedente o un después de la noticia, como expresa Silvia Bacher en su libro Tatuados por los medios: “Las noticias en general, por falta de formación en los medios, se dan a conocer como hechos planos, sin densidad, rigurosidad, textura.”<sup>33</sup>

Este problema se genera por falta de formación, ética y profesionalismo de las personas que manejan los medios de comunicación, como es el caso de algunos de los dueños que han manejado los medios de acuerdo a sus intereses personales, económicos, políticos, entre otros.

---

<sup>31</sup> Patricio Raza. Entrevista realizada el 10 de Abril de 2012. **Historia del INEPE y Proyecto Radial de la Institución.** Verdugo Katherine, Entrevistadora

<sup>32</sup> Lilián Álvaro. . **Mantener viva la esperanza. Revista Arcilla.** Instituto de Investigación, Educación y Promoción Popular INEPE. 2011. p. 14- 35.

<sup>33</sup> Silvia Bacher. **Tatuados por los medios, Dilemas de la educación en la era digital.** Buenos Aires, Editorial Paidós SAICF, 2009. p. 50.

La formación en medios de comunicación debe ser dirigida a todas las personas desde la infancia, ya que comunicar es un compromiso social. En el Ecuador, la formación de Comunicadores Sociales parte desde la universidad, cuando debería ser parte imprescindible en la formación educativa, desde la educación básica, puesto que comunicar forma parte de la cotidianidad de las personas.

“Si lo propio de la ciudadanía es el estar asociada al “reconocimiento recíproco”, esto pasa decisivamente hoy por el derecho a informar y ser informado, a hablar y ser escuchado, imprescindible para poder participar en las decisiones que conciernen a la colectividad. De ahí que una de las formas más flagrantes de exclusión ciudadana se sitúe justamente ahí, en la desposesión del derecho a ser visto, que equivale al de existir/contar socialmente, tanto en el terreno individual como el colectivo, en el de las mayorías como de las minorías. Derecho que nada tiene que ver con el exhibicionismo vedetista de los políticos en su perverso afán por sustituir su pérdida capacidad de representar lo común por la cantidad de tiempo en pantalla”<sup>34</sup>

Actualmente en los medios de comunicación existe un ingenioso bombardeo de publicidad, quedando en segundo plano el contenido de la información, más bien se centra en utilizar elementos publicitarios agresivos para la manipulación del público e inducir al consumismo.

Como se puede apreciar en el párrafo citado de Martín Barbero, quienes usan más frecuentemente los medios de comunicación y los convierten en medios de manipulación social son los políticos, quienes muchas veces nos bombardean con sus discursos, “Aunque atravesados por las lógicas del mercado los medios de comunicación constituyen hoy espacios decisivos de la visibilidad y del reconocimiento social.”<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> Jesús Martín Barbero. La Educación desde la información. Editoriales Norma, 2002. p.11. Recuperado de: <http://www.eduteka.org/pdfdir/SaberNarrar.pdf>

<sup>35</sup> Jesús Martín Barbero. La Educación desde la información. Editoriales Norma, 2002. p.13. Recuperado de: <http://www.eduteka.org/pdfdir/SaberNarrar.pdf>

De igual manera las grandes empresas publicitarias bombardean al público receptor con intensas campañas de medios, dirigidos para la juventud, campañas mercantilistas que usan recursos comunicativos para persuadir e inducir al consumo. Los niños y la juventud son foco de manipulación, no de libertad, de voz, de opinión.

Uno de los graves problemas que afronta la sociedad, específicamente los medios de comunicación, es que se excluyen de sus espacios a ciertos sectores de la población del derecho a expresar sus ideas y pensamientos, claro ejemplo son los niños y jóvenes. Es por este motivo que la educación mediática ha quedado relegada de los más pequeños, la educación en medios de comunicación no forma parte del pensum de estudios de escuelas y colegios, cuando, al vivir en un mundo tan mediatizado, debería tener la misma importancia que cualquier materia que incluya la educación curricular en la actualidad.

“Cuando se habla de Comunicación la voz la tienen los sindicatos (17.8%) seguidos por el Poder Ejecutivo Provincial (16.5) trabajadores de la educación (14.6%) Poder Ejecutivo Nacional (9%) y las familias (5.9 %). A los chicos y jóvenes apenas se les consulta o se toma en cuenta su opinión un 5.9 % de las veces”<sup>36</sup>

La comunicación en la educación entonces viene a ser un espejismo. La Educomunicación suele ser imprecisa, imperfecta, desequilibrada, poco consistente en contenidos, a veces se intenta que los alumnos viertan opiniones con carácter político o distorsionado a fines particulares.

---

<sup>36</sup> Silvia Bacher. **Tatuados por los medios, Dilemas de la educación en la era digital**. Buenos Aires, Editorial Paidós SAICF, 2009. p. 50

La responsabilidad social desde la Institución Educativa no es solo forjar el compromiso de comunicar, usando adecuadamente los medios, sino también de formar audiencias preparadas y críticas para exigir contenidos de calidad.

Estas son algunas de las debilidades que Daniel Prieto encuentra en la Educación para medios:

1. Es generalizada la falta de capacitación de los educadores para apropiarse del lenguaje de los medios y de sus posibilidades en favor de la educación.
2. El lenguaje de los medios suele ser colonizado por el de la escuela, con lo que pierde su riqueza expresiva para someterse a las viejas formas de pasar información de los textos impresos o del discurso oral en el aula.
3. Los materiales, fundamentalmente los impresos, no están orientados hacia el interlocutor, sino hacia la ciencia o hacia lo que podrían decir los especialistas en la materia. Ello hace que los interlocutores tengan o serios problemas para acceder al grado de dificultad planteada por alguien incapaz de abrir puentes entre los conocimientos y experiencias anteriores y los nuevos, o bien se aburran terriblemente ante textos carentes de atractivo y de recursos de motivación.
4. La producción discursiva escrita y por imágenes de los educadores es en general muy pobre, a tal punto que se puede hablar de una verdadera cultura oral en el campo que nos ocupa.<sup>37</sup>

Según José Ignacio López Vigil, la mejor técnica que pueden manejar los jóvenes a través de la radio y los medios de comunicación es perder el miedo a hablar y expresar

---

<sup>37</sup> Daniel Prieto. **La Comunicación en la Educación**. Editorial Stella. Buenos Aires, 2004. p. 4.

libremente sus alegrías y tristezas naturalmente. Según Prieto “Jugar a fondo la riqueza expresiva de un lenguaje y comunicativa de un medio constituye un modo de acercarse a los interlocutores y, por lo tanto, de acompañar y promover el aprendizaje.”<sup>38</sup>

Según las citas antes mencionadas, el camino para vencer las carencias en la educación para medios, es iniciar por los más pequeños, creando herramientas para que ellos dominen y se familiaricen con medios que sean cercanos a su entorno. Al final de este trabajo investigativo se podrá apreciar el plan piloto de un proyecto práctico de formación partiendo de la radio institucional, con proyección a transmitir los conocimientos información a la comunidad entera.

### **1.3.1. Edu-comunicación en el INEPE**

“El derecho a la educación, a la comunicación y a la participación forman parte de los derechos humanos de niños y adolescentes. Derechos que son, además, puerta de acceso a otros, también indelegables. Es indelegable que escuela, familia y medios de comunicación los promuevan y velen por ellos”<sup>39</sup>

Las Tecnologías de la Comunicación avanzan a ritmo acelerado y están ocasionando un profundo impacto en la sociedad. Cada día los Medios de comunicación cobran más fuerza y captan interés de las masas aunque estos no se usen básicamente para educar, sino más bien para entretener. Los dueños de los medios han dejado de ver a las audiencias como ciudadanos, ahora los ven como consumidores.

---

<sup>38</sup> Daniel Prieto. **La Comunicación en la Educación**. Editorial Stella. Buenos Aires, 2004. p. 5.

<sup>39</sup> Silvia Bacher. **Tatuados por los medios, Dilemas de la educación en la era digital**. Buenos Aires, Editorial Paidós SAICF, 2009. p. 80

Los medios de comunicación han sido insertados en la cotidianidad de las personas, la propuesta de la Edu-comunicación es formar y difundir el aprendizaje a través de los medios, sin que esto reemplace la escuela, sino más bien que la complemente.

“Se necesita escuelas que nutran las mentes ávidas de los niños; guiadas por docentes de con solida formación, capaces de adaptarse a los cambios y que tengan como prioridad emancipar a infancias y juventudes para vidas dignas y justas; donde la Edu-comunicación sirva como vías para acceder a conocimientos significativos”<sup>40</sup>

El progreso tecnológico en el mundo es fugaz; se ha producido una digitalización del planeta, ahora los niños y jóvenes son quienes exigen que su conocimiento vaya a la par con las tecnologías de la comunicación (radio, prensa, tv, internet, etc.)

El siguiente reporte realizado por la UNESCO, es un estudio de la Unesco realizado en Madrid en el año 2005, con 16 grupos de niños entre 7 y 12 años, en donde los niños demandan una educación mediática y a la vez se puede ver reflejadas las opiniones vertidas por ellos.

**Como orientación respecto al contenido que pueden ver, en función de su edad:**

- Respuesta de Niños 7-9 años: Sí, porque así todo el mundo del colegio saben lo que pueden ver y lo que no. Sí, porque hay niños de 6º que ven Crónicas Marcianas.

- Respuesta de Niña 7-9 años: Si me enseñan a ver lo que tengo que ver sin palabrotas, sí.

---

<sup>40</sup> Silvia Bacher. **Tatuados por los medios, Dilemas de la educación en la era digital**. Buenos Aires, Editorial Paidós SAICF, 2009. p. 23.

- Respuesta de Niño 10-12 años: tenemos que saber qué tenemos que ver, las cosas de nuestra edad y las que son para todos los públicos.

- Respuesta de Niña 10-12 años: Pienso que sería bueno, nos enseñaría las cosas que debemos ver, las que no...

**Como recurso didáctico para el aprendizaje de diferentes materias (contenidos conceptuales):**

- Respuesta de Niña 7-9 años: Ver películas en inglés, sí. Aprendo mucho.

- Respuesta de Niño 10-12 años: Puede ser interesante porque, así, te enseñan a conocer las cosas.

- Respuesta de Niño 10-12 años: Para aprender cosas de la tele, por ejemplo, de las que salen en documentales y programas de preguntas.

**Como herramienta para plantear demandas al medio de comunicación como ciudadanos o como plataforma para aprender la manera de ver la televisión (contenidos procedimentales):**

- Respuesta de Niños 7-9 año: que tendrían que poner en la tele, en todos los programas para quien son. En un canal, cosas para pequeños y, en otro canal, cosas para mayores... (Plantean que en la televisión debe advertirse a qué público está dirigido cada programa o que se separe la oferta en diferentes canales para evitar confusiones).

- Respuesta de Niño 10-12 años: A mí, me parece que estaría bien porque hay niños que la ven de muy cerca, así les podrían explicar cómo se ve y qué programas.

- Respuesta de Niña 10-12 años: A veces, nos pasamos viendo cosas, te adictas, deberían aconsejar cómo verla. A veces, estás viendo tanto rato la televisión y no sabes ni lo que estás viendo.

**- Como medio para aprender lo relativo a los contravalores o forma ilustrativa de conocer las consecuencias negativas que pueden tener determinados comportamientos (contenidos actitudinales):**

- Respuesta de Niño 7-9 años: Deberían de enseñarnos porque, luego, nos viciamos con la televisión y a nuestros padres no les dejamos verla y la televisión nos come el coco y hay veces que podemos maltratar a nuestros padres.

- Respuesta de Niño 10-12 años: Te enseñan a conocer las cosas que te pueden pasar si te marchas a una de estas cosas que son malas para la salud, te enseñan lo que puedes llegar a hacer.

- Respuesta de Niña 10-12 años: Sí, no sólo de la televisión, también de las drogas, tabaco,... porque si nos enseñan a hacer las cosas de una manera las haremos así.

**Por otro lado, enfatizamos en que el principal motivo por el que los escolares creen interesante integrar la enseñanza de la televisión en el currículo escolar es,**

**precisamente, la limitación que opinan que tienen sus padres a la hora de explicarles lo que no entienden de la televisión y también porque la escuela supone para ellos un referente importante:**

- Respuesta de Niña 10-12 años: Sí, porque hay cosas que no las entiendes y tus padres no saben cómo explicarlas.

- Respuesta de niña 7-9 años: Sí, así, nos educan más y sabemos lo que tenemos que hacer.<sup>41</sup>

Los medios de comunicación deben ser manejados en escuelas y colegios para la adquisición de competencia educativa, por ejemplo, la televisión es uno de los medios más influyentes en niños y jóvenes, sin embargo ellos no tienen la educación y formación adecuada para saber interpretar los contenidos que este medio presenta. Si los medios de comunicación son tan atractivos para las masas, ¿por qué no educar a través de ellos?

“De esta manera, la Edu-comunicación propicia la creación de ecosistemas comunicativos de calidad, promueve una pedagogía de ambiente, e impulsa la formación sociopolítica, tan necesaria para la construcción de sistema mundial más justo y solidario.”<sup>42</sup>

De esta manera se puede comprobar que los niños necesitan un aprendizaje integral en materia de Comunicación, pero no Lenguaje y Comunicación como se imparte en los colegios. Los niños y jóvenes necesitan una educación en donde el eje sea el adecuado

---

<sup>41</sup> Carmen Lazo. Revista andaluza de Comunicación. **La educación en materia de comunicación, una asignatura pendiente.** Editorial Ambitos.2008. P.s. 222-228.

<sup>42</sup> Ágora RIIAL. **Espacio de Estudio, Formación Diálogo Interdisciplinar.** Educomunicación. Recuperado el 08 de 06 de 2012, de [http://www.riial.org/espacios/educom/educom\\_desafio1.php](http://www.riial.org/espacios/educom/educom_desafio1.php)

manejo de medios y de contenidos y que esta materia sea introducida como materia en el currículum escolar, construyendo así una cultura mediática infantil.

Esta propuesta parte de la manifiesta necesidad de establecer en el sistema educativo procesos de enseñanza-aprendizaje donde el principal eje sea la comunicación en todas sus dimensiones, incluyendo la necesidad de que los educandos no solo conozcan de Teoría de la comunicación, sino que la aplican a través de los diversos medios y los más accesibles a su entorno.

El proyecto “La Radio como medio de expresión para los jóvenes del INEPE: Propuesta de radio revista Juvenil “La voz del INEPE” que se desarrollará en la institución, pretende que los jóvenes se eduquen y pongan en práctica sus conocimientos de Comunicación y Compromiso Social a través de este medio tan importante como es la Radio, siendo ellos los portavoces de sus pensamientos para “fomentar la capacidad crítica y creativa del niño, en su interacción con los mensajes mediáticos”.<sup>43</sup>

En resumen, la Educación en materia de comunicación que proponemos se iniciaría con el conocimiento de las funciones que cada agente puede operar en el proceso comunicativo para que el alumno sepa cómo poder participar en él y de qué manera protagonizarlo... Además, el mejor conocimiento de todas las herramientas, lenguajes y códigos se producirá cuando el niño aprenda a manejarlos de manera activa, de esta forma tendrá posibilidades de crear sus propios mensajes en distintos soportes, con el fin de que este conocimiento fruto de su experiencia práctica le sirva para evaluar a posteriori cada una de las acciones y relaciones que mantenga con los medios.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> Carmen Lazo. Revista andaluza de Comunicación. **La educación en materia de comunicación, una asignatura pendiente.** Editorial Ambitos.2008. p. 229

<sup>44</sup> Carmen Lazo. Revista andaluza de Comunicación. **La educación en materia de comunicación, una asignatura pendiente.** Editorial Ambitos.2008. p. 233.

### **1.3.2. La Comunicación en la Educación del INEPE**

La comunicación es y ha sido uno de los principales ejes en la formación y desarrollo del INEPE, los promotores de este proyecto desde sus inicios compartieron y difundieron sus ideales, proyectos y novedades a través de: periódicos, radio revistas, talleres, encuentros, seminarios. De igual manera existe un constante incentivo para el desarrollo de las artes que es un medio de expresión y a formado también parte de este enriquecedor proceso, de la construcción del mundo a través del diálogo de saberes.

Desde la creación del INEPE, la Educación para los medios de comunicación ha sido una constante temática que se ha mantenido en la Institución.

La Comunicación es importante dentro del INEPE, desde todo punto de vista, como parte de fomentar este gran valor se pretende crear a partir de la radio un espacio para poner en COMUN las necesidades, pensamientos y sentimiento de todos los miembros del plantel y compartirlas<sup>45</sup>.

En la Institución se maneja la libertad de pensamiento y comportamiento, siempre y cuando estos no afecten al resto de la comunidad, este es el motivo por el cual en la institución no hay inspectores y los maestros ocupan el lugar solamente de formadores. Para la Institución es básica la autorregulación. Se pretende que por parte de los alumnos haya propuestas que beneficien a la institución porque todos son ente activo, se quiere llegar de esta manera a la conciencia para que los alumnos puedan actuar de la mejor manera, estimulando la sensibilidad hacia los demás y el razonamiento.

Por el momento, la comunicación en el INEPE se basa en el uso de las Carteleras Institucionales, que son decoradas y enriquecidas por los alumnos y docentes de la

---

<sup>45</sup> Patricio Raza. Entrevista realizada el 10 de Abril de 2012. **Historia del INEPE y Proyecto Radial de la Institución.** Verdugo Katherine, Entrevistadora

institución de acuerdo a la fecha cívica, eventos o avisos importantes que tenga que saber toda la comunidad.

El minuto cívico es otro medio de comunicación importante en el INEPE, se reúne toda la comunidad educativa todos los días lunes antes de iniciar la jornada semanal, este es un espacio abierto el diálogo en donde se exponen ideas a través de diversos recursos como debates, dramatizaciones, canciones, exposiciones, etc.

A través de la Comunicación se pretende motivar la capacidad de crear que poseen los niños y jóvenes de la institución, ya que la comunicación es una técnica participativa, para que toda la comunidad pueda expresar sus ideas y pensamientos, los docentes orientan a sus alumnos creando técnicas de percepción, reflexión y concreción para que las ideas sean desarrolladas y expresadas de la manera adecuada.

## CAPÍTULO II

### LA RADIO Y LA EDUCACIÓN POPULAR. HISTORIA DE LOS PROYECTOS RADIALES EN EL INEPE

Antes de la escritura, los seres humanos aprendieron a comunicarse hablando y la palabra era el medio por el cual se impartía la enseñanza. La palabra es el camino que lleva al conocimiento, gracias a la oralidad nacieron las ciencias, la misma escritura y la lectura que finalmente comunica lo leído a través de la oralidad.

A medida que la tecnología ha ido avanzando a través de la historia, se han creado nuevos códigos de comunicación y medios para transmitirlos. La radio es uno de estos medios, que si bien es cierto en la actualidad ha tenido mucha competencia por medios audiovisuales como la televisión, no ha perdido su importancia y su valor, debido a que este medio utiliza como herramienta principal la palabra, con la cual todos se comunican: niños y adultos, ricos y pobres, entre otros.

La radio se convierte en un instrumento de educación masiva, llevando su función un escalón arriba de la simple transmisión y promoción del consumo, pero no se trata de adoctrinamiento sino de formación, porque para ellos una población que lee es una población que aprende más rápido y que luego es capaz de discernir y cuestionar con elementos de juicio razonables convirtiéndose en una población que difícilmente podrá ser manipulada por la propaganda masiva.<sup>46</sup>

Para que niños y jóvenes comprendan el compromiso que implica comunicar tienen influencia muy significativa los padres, maestros y los mismos medios de comunicación. Comunicar implica saber que decir y cómo decirlo. “El discurso comunicativo debe ser

---

<sup>46</sup> Hunnapuh. **La radio y la educación popular**. 24 de noviembre del 2009. Recuperado de: Hunnapuh – Comentarios <http://hunna.org/la-radio-y-la-educacin-popular/>

verdadero, es aquel que tiene la necesidad de producir autonomía y para ello es necesaria la *Parrhesia*<sup>47</sup>.”<sup>48</sup>

En la educación popular es un eje fundamental el diálogo entre toda la comunidad educativa, tomando en cuenta la voz del alumnado, hablando con sinceridad, “abriendo su mente y su corazón hacia los demás con su discurso”<sup>49</sup> La comunicación en la educación popular implica cualidades morales de manera que puedan desarrollar un lenguaje consistente y reflejar una conducta íntegra. “En la Parrhesia el que habla usa su libertad y elige la franqueza en vez de la persuasión, la verdad en vez de la falsedad o el silencio, el riesgo de muerte en vez de la vida y la seguridad, la crítica en vez de la lisonja, y la obligación moral en vez del propio interés y la apatía moral.”<sup>50</sup>

En la educación popular la radio debe ser comunitaria, debe optar por una propuesta de desarrollo que “parte de reconocer el protagonismo de la población, fomenta el diálogo entre esta y otros actores sociales y busca crear espacios democráticos de participación ciudadana”<sup>51</sup> Esto contribuirá a construir una sociedad más justa en donde todos tengan VOZ.

---

<sup>47</sup> Según el filósofo Foucault, Parrhesia es una actitud como deber moral basada en una ética de la escucha la lectura y también la escritura. Etimológicamente significa decirlo todo y todos, es la forma que asegura una comunicación liberada entre adultos e infancia. En la parrhesia el locutor no pretende influir en quien escucha, es preciso que quien habla sostenga su palabra como testimonio de su vida, no hay posibilidad del doble discurso.

<sup>48</sup> Eduardo Bustelo. **El recreo de la infancia**. Ediciones Argentina. Buenos Aires, 2007. p. 87.

<sup>49</sup> Eduardo Bustelo. **El recreo de la infancia**. Ediciones Argentina. Buenos Aires, 2007. p. 88.

<sup>50</sup> Michel Foucault, “**Coraje y Verdad**” en Eduardo Bustelo. **El recreo de la infancia**. Buenos Aires Ediciones. Argentina, 2007. p. 158

<sup>51</sup> Anouk Hoerberichts. **Comunicación y Radio para el desarrollo local**. Editorial Abya-Yala. Quito, 2001. Presentación.

En la *Radio Comunitaria*<sup>52</sup>, es importante rescatar “el conocimiento tradicional y ancestral, su cultura y tradiciones, estos aspectos son fundamentales para realizar propuestas para el desarrollo”<sup>53</sup> para posteriormente informar, socializar y comentar que es el ejercicio de comunicar, involucrando a todos los actantes en la propuesta comunicacional.

Hay que destacar que el proyecto radial en la educación popular debe aportar al *Desarrollo Humano Local*<sup>54</sup>, tomando en cuenta que la comunicación es inherente a los seres humanos y nace por la necesidad de intercambiar ideas, pensamientos y sentimientos; y buscar soluciones conjuntas en pro de la comunidad, buscando la participación activa de los miembros y no solo su opinión.

La Radio en una Comunidad, en este caso la comunidad educativa del INEPE debe promover la participación y la organización sin limitarse a informar, debido a que la radio forma parte de la cotidianidad, del diario vivir, de la realidad. Convirtiéndola así en un proyecto de Comunicación Alternativa<sup>55</sup>.

La radio está considerada como uno de los medios más útiles en la promoción del desarrollo material y el mejoramiento espiritual de las poblaciones marginadas. Esta

---

<sup>52</sup> Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría, cuando informa verazmente; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural, sin discriminaciones ni censuras, ésta es una radio comunitaria. Tomado de: José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialistas Apasionados y Apasionadas**. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000

<sup>53</sup> Anouk Hoeberichts. Comunicación y Radio para el desarrollo local. Editorial Abya-Yala. Quito, 2001. p. 13.

<sup>54</sup> El Plan de Desarrollo Humano Local parte de la población y sus iniciativas, así como sus capacidades, valores y propuestas, los medios de comunicación como la radio forman parte crucial de esta propuesta que combina el aspecto político, social, económico, ambiental y cultural. Tomado de (Hoeberichts, 2001 pág. 18)

<sup>55</sup> El término “alternativa” es capaz de volcar nuestra imaginación a algo distinto. La Comunicación alternativa no se explica desde la comunicación misma, sino desde las relaciones sociales alternativas. Un proceso social no es alternativo si con él no cambia la vida diaria. Tomado de: Daniel Prieto. **Diagnóstico de Comunicación, Manuales Didácticos**. CIESPAL. Segunda Edición. 1990. p. 118-127

educación a distancia, cuando es de naturaleza participativa, puede operar milagros en la homogenización social, en la motivación del orgullo de la herencia cultural, aprovechando la ubicación de los valiosos recursos humanos y, en suma, en la creación de instituciones y organizaciones de base, entre los objetivos de sus programas que eventualmente llevarán cambios fundamentales y a la libertad. Radio educativa es, por lo tanto, la creación de artistas, de gente eficiente en varios modos de expresión.<sup>56</sup>

“La radio que nació educativa siguió el proceso social y político de la región y fue transformándose en radio popular. Abandonó como principal objetivo la alfabetización y la educación a distancia y definió nuevas misiones vinculadas a la idea de cambio de las estructuras de la sociedad y a la búsqueda de una sociedad justa, con solidaridad y equidad.

Las RÁDIOS COMUNITARIAS Y CIUDADANAS adquieren un perfil más claro, más definido, como resultado de su propia trayectoria y desarrollo, pero también a partir de una nueva ubicación de los medios como referentes en la sociedad. No porque los medios tengan poder propio, sino porque se convierten en el espacio de articulación de lo social, de lo político y de lo cultural.”<sup>57</sup>

La radio tiene la finalidad de satisfacer la necesidad de libre expresión de las mayorías y minorías, voces que usualmente no son tomadas en cuenta en los medios de comunicación comerciales. Los medios Comunitarios y Alternativos reivindican el derecho a la comunicación, a la libre difusión de información y la libre expresión a plenitud.

La radio asume un papel de actor, un miembro más de la comunidad debe generar propuestas de diálogo, aprendizajes y crear alternativas conscientes y con responsabilidad social, “la radio parte por reconocer que las personas tienen su propia individualidad,

---

<sup>56</sup> Walter Ouro Alves. Radio: **La mayor pantalla del mundo**. Editorial Belén. Quito. p. 14 y 96

<sup>57</sup> Claudia Villamayor y Ernesto Lamas. **Gestión de la radio comunitaria y ciudadana**. FES/ AMARC. 1998

aspiraciones, necesidades y busca atenderlas a través de su programación.”<sup>58</sup>. Este medio contribuye a una propuesta educativa integral en donde los jóvenes tendrán la oportunidad de “informar, entretener y educar”<sup>59</sup> a su audiencia.

La radio también se liga con a audiencia siendo un canal de intermediación, es la línea directa que une a la comunidad con las autoridades, el medio da la oportunidad de poder interpelar con los directivos del barrio, alcalde, presidente sobre las necesidades y peticiones de la comunidad. La radio da voz a todo el que quiere ser escuchado.

“El punto culminante de la interpelación consiste en lograr algún tipo de compromiso verbal que permita avanzar en la solución del conflicto. La conversación con las autoridades no puede quedarse en imprecisiones o retórica. Hay que concretar. Hay que comprometer. ¿Cuándo, cuánto, dónde?

La actitud de los periodistas de intermediación es una mezcla de cortesía y atrevimiento. Los funcionarios públicos, como el ingeniero de este caso, son empleados de la ciudadanía. Sus salarios son pagados con los impuestos de la ciudadanía. Por tanto, la ciudadanía tiene todo el derecho a reclamar y pedir cuentas sobre su gestión.”<sup>60</sup>

La radio también ocupa un papel de intermediación entre el emisor y la persona a quien debe llegar el mensaje radiofónico, receptor, dando las herramientas adecuadas y el fiel compromiso de ayuda social (dentro de una comunidad). “El papel de la radio no es solucionar nada, sino capacitar para que sea la misma gente quien encuentre su camino.”<sup>61</sup>

“Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la

---

<sup>58</sup> Anouk Hoberich y Miguel López. **Comunicación y Radio para el Desarrollo Local**. Ediciones Abya-Ayala. Quito, 2001. p. 48

<sup>59</sup> *Ibíd.* p. 37

<sup>60</sup> José Ignacio López Vigil. Ciudadana Radio. Colección Análisis. Venezuela, 2008. p. 208

<sup>61</sup> *Ibíd.* p. 137

diversidad cultural; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, ésta es una radio comunitaria y educativa”<sup>62</sup>

## 2.1. Historia de los proyectos radiales del INEPE

Los medios de comunicación han tenido gran influencia en la sociedad ecuatoriana desde el apareamiento del primer medio en 1792 (el periódico libertario “Primicias de la Cultura de Quito”), han sido el principal referente del poder político y económico en nuestro país, por este motivo, los dueños del 97 % de los medios de comunicación son las grandes empresas comerciales y los actores políticos, quedando en el olvido la verdadera labor de los medios que es el servicio a la comunidad y permitir ejercer la libertad de expresión y la construcción y difusión de identidades a través de ellos.

Tras casi 80 años de existencia, la radio es el medio de comunicación con mayor cobertura geográfica del país y durante el siglo XX marcó una época histórica en lo político, noticioso y musical. Desde finales 1929, cuando apareció la primera emisora, la radiodifusión creció hasta tener hoy 1.205 frecuencias distribuidas en Onda Corta (21), Amplitud Modulada (271) y Frecuencia Modulada (913), siendo el 97% privadas<sup>63</sup>.

En la década de los 80, la frecuencia en FM convirtió a la radio un medio de alto consumo, se hizo más comercial y predominaban lo musical, de esta manera empezaron a implementarse las llamadas “radio formulas, (música y locución)”. Otro elemento que se

---

<sup>62</sup> José Ignacio López Vigil. **Buenas ondas de la sociedad civil**. AMARC.  
[http://alc.amarc.org/index.php?p=Que\\_es\\_una\\_Radio\\_Comunitaria](http://alc.amarc.org/index.php?p=Que_es_una_Radio_Comunitaria)

<sup>63</sup> Rodrigo Jordán y Allen Panchana. **Los medios de comunicación en Ecuador**. Recuperado de:  
<http://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/los-mcs-en-ecuador.pdf>.

incorporó a la radio es la continua participación del oyente como parte esencial del programa por medio de llamadas, cartas, etc. de interacción con el oyente.

Cuando inicia el INEPE como institución educativa en 1985, uno de sus proyectos primordiales era que los jóvenes estudiantes se involucren con la comunidad de Chilibulo. Analizando la acogida que tenía la radio en todo momento, personas y lugar, decidieron que ese sería el medio idóneo para llegar a cada uno de los habitantes. De esta manera las autoridades de la institución decidieron crear una cabina de radio en la institución.

El programa que se transmitía por Radio Comunitaria tenía como público objetivo a personas de 8 años en adelante (niños, jóvenes y adultos), de ambos sexo. El contenido podía ser receptado por todos ellos debido a su alto contenido educativo y social.

Cuando inició el proyecto Radial del INEPE fue dirigido solo para los habitantes de la Comunidad de Chilibulo. A medida que el proyecto prosperó, se creó la radio revista “Cuenta vecinita, cuenta” y consiguieron apoyo de emisoras con frecuencia AM (HCM1 1260AM y Radio Éxito con frecuencia 1060 AM) Y FM, (Radio Católica 94.1). De esta manera lograron difundir el programa a nivel nacional. Debido a la gran acogida de la radio revista, se la transmitía por medio de Radio parlantes, cuando realizaban una minga o actividades sociales, posteriormente se dará a conocer más detalles en el presente capítulo.

### **2.1.1 El Inicio de los proyectos radiales del INEPE**

El trabajo Comunicacional en el INEPE estuvo vinculado, desde sus inicios (1985), con la experiencia Educativa Popular. El trabajo en el área de Lenguaje y Comunicación,

que en ese entonces se llamaba área de Gramática y Castellano, tenía la finalidad de enseñar a niños y jóvenes habilidades para expresar sus ideas de manera adecuada, leer bien y comprender, basándose en “la propuesta educativa de Paulo Freire sobre la comunicación, quien dice que comunicar es generar textos partiendo de la lectura de un contexto y en base a la palabra generadora extraer la familia silábica, para que luego los niños y jóvenes tengan la capacidad de crear sus propios textos de acuerdo a su percepción”<sup>64</sup>

Las autoridades del INEPE planearon difundir, a través de diversos medios, los procesos de educación popular y los resultados positivos que este proceso estaba dando en la comunidad, el proyecto utilizó medios escritos como revistas y folletos culturales. El primer proyecto del INEPE fue la Revista “Correlé, Correlá”, que resaltaba el trabajo comunitario de producción artesanal, el segundo trabajo se llamó “La Yuyera” que era una revista que trataba temas de la sabiduría popular de la comunidad como el uso y beneficio de plantas medicinales, por ejemplo. El sueño mayor era una Radio Comunitaria, por el auge, la aceptación y cobertura que tenía este medio de comunicación en la ciudad en esa época.<sup>65</sup>

La Cabina Radial se implementó mediante autogestión, gracias a las donaciones de los mismos compañeros del INEPE que contribuían económicamente de acuerdo a sus posibilidades. También pidieron ayuda a entidades públicas y privadas involucradas en varios proyectos radiofónicos en el país y Latinoamérica.

---

<sup>64</sup> Patricio Raza. **La Unidad Educativa INEPE, una experiencia de economía solidaria**. Revista Arcilla, Instituto de Investigación, Educación y Promoción Popular INEPE. 2011. p. 48-50.

<sup>65</sup> Patricio Raza. Entrevista realizada el 10 de Abril de 2012. **Historia del INEPE y Proyecto Radial de la Institución**. Verdugo Katherine, Entrevistadora

Estas entidades aportaron al INEPE con equipos de radio adecuados, personal calificado en producción radial, y capacitaciones a los docentes que lideraban el proyecto. Uno de los primeros voluntarios y colaboradores fue “el señor César Herrera, miembro de CIESPAL, quien capacitó y contribuyó con sus conocimientos de producción radial; el aspecto técnico se realizó con la colaboración de ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica) el cual facilitó un capacitador Holandés quien armó los equipos y capacitó al personal”<sup>66</sup>

De esta manera obtuvieron los primeros equipos que fueron: un equipo de sonido y 3 micrófonos profesionales, los equipos eran básicos de buena calidad debido a que la intención siempre ha sido crear productos bien hechos para los sectores populares.<sup>67</sup>

Cuando el INEPE emprendió el proyecto de la Cabina Radial, los niños y jóvenes formaban parte activa de este proyecto, sobre la base del ejercicio comunicacional propuesto por Freire.

Los niños y especialmente jóvenes eran los mentores y realizadores de los productos comunicativos que se elaboraban en la cabina radial como: cuentos, cuñas, canciones, dramatizados de problemas sociales y opinión. Daban apertura al talento local, tanto de música como de teatro. La cabina de radio que empezó como una actividad curricular, llegó a convertirse en una radio comunitaria, que era un sueño del proyecto INEPE, dando cabida a varios sectores populares como líderes barriales, jóvenes organizados, quienes expresaban libremente su opinión por este medio.

---

<sup>66</sup> Patricio Raza. Entrevista realizada el 10 de Abril de 2012. **Historia del INEPE y Proyecto Radial de la Institución**. Verdugo Katherine, Entrevistadora

<sup>67</sup> Walter Carrillo. Entrevista realizada el 03 de marzo de 2012. **Radio Interna del INEPE "El hoy y el ayer"**. Verdugo Katherine, Entrevistadora

Una vez que el proyecto de Radio Comunitaria del INEPE empezó a tomar forma, con una cabina adecuada y personal con especialización en producción radial, la FOJ (Federación de Organizaciones Juveniles) forma parte del proyecto. Los voluntarios de la FOJ se convirtieron en reporteros populares de los barrios a los que pertenecían y representaban

Los reporteros populares tenían la misión de dar a conocer las noticias más relevantes, eventos, decisiones, peticiones a las autoridades y problemas internos de sus barrios, cuya información se transmitía valiéndose de los formatos radiales.

### **2.1.2 El “Caballito Trotador”**

La primera Producción Comunitaria que se realizó en la Cabina de Radio, correctamente equipada y funcional, fue una producción musical “El caballito Trotador”, como un intento de afianzar la propuesta educativa del INEPE y trascender los conocimientos más allá del aula, a través de canciones en donde niños y jóvenes puedan aprender en base a su contenido.

La propuesta de El “Caballito Trotador” surge de las ideas que nacen en los barrios de Quito y en sus canciones plasmaban letras sobre la cotidianidad de la gente, los valores sociales, el conocimiento comunitario, además recogió las experiencias de trabajo de los formadores del INEPE con los niños durante años.

La Primera Edición de El “Caballito Trotador” se difundió en mayo de 1990, gracias al trabajo conjunto del INEPE y la FOJ poniendo a disponibilidad del público 200

ejemplares en casete. El trabajo de estas dos organizaciones se evidenció en la lucha por una mejor sociedad apoyando al proyecto de educación integral de niños y jóvenes, tomando en cuenta que ellos conforman el 60 por ciento de la población en el Ecuador. “Esta lucha conjunta tenía la finalidad de lograr una sociedad en comunión, fomentar la educación popular y buscar mejoras, planteado problemas pero siempre buscando soluciones”<sup>68</sup>

El “Caballito Trotador” tuvo gran demanda por parte de los niños de la comunidad, por lo que decidieron crear la Segunda Edición. Esta nueva propuesta incluía un instructivo- cancionero, que contenía la letra de las canciones, las notas musicales para poder entonarlas en guitarra, las canciones muchas veces vienen acompañadas de una instrucción en donde se especifica que hacer para disfrutar la canción de la mejor manera, por ejemplo, en la primera canción titulada “El caballito trotador” la instrucción es “Podemos hacer una ronda, y una persona hacer de caballito cargado a los niños al son de la melodía”<sup>69</sup>.

La introducción del cancionero de “El caballito trotador” da una clara visión de la finalidad con la que fue creado el proyecto y la ardua labor de los jóvenes comprometidos al proyecto de educar a través de la radio. A continuación se puede leer textualmente lo comentado:

“Estas canciones nos las enseñaron ustedes: los niños de los barrios, con sus juegos incansables, nos hicieron conocer la magia que hay en el mundo; pues los mayores vamos perdiendo la capacidad de crear y creer, en las cosas nuevas, nunca vistas. Aquí mismo: en las casas, en las calles, en los animalitos, en nuestras familias y

---

<sup>68</sup> Patricio Raza. Entrevista realizada el 10 de Abril de 2012. **Historia del INEPE y Proyecto Radial de la Institución**. Verdugo Katherine, Entrevistadora

<sup>69</sup> INEPE y FOJ. El Caballito Trotador. Quito, 1991. p.4.

amigos; existen mil secretos, muchos caminos nuevos para poder caminarlos, aprendiendo a recorrerlos con felicidad y curiosidad sin fin.

Es capacidad de transformar el mundo la tienen ustedes, niños, y cuando los mayores no la han perdido, es porque se cumplió con ellos esta verdad: “en cada ser humano hermoso hay un niño”. Por ello digan a sus padres que canten con ustedes estas canciones, que aprendan jugando niños y adultos.

Padres, maestros, hermanos mayores, les enseñan a conocer muchas cosas del mundo, pero ustedes son los que tienen la oportunidad de hacer que ese mundo sea mejor de lo que es; pues solo ustedes y quienes son como ustedes, tienen la energía, la ingenuidad y la curiosidad que hace falta para hacer que las cosas que están mal se pongan bien, las cosas feas se hagan bonitas; descubrir qué es y cómo es el mundo que aun no sabemos que será. ¿Quieren entonces jugar y cantar con los adultos para que juntos aprendan a ser felices? Enseñeles por favor. Señores mayores ¿Quieren aprender?”<sup>70</sup>

El lanzamiento de la Segunda Edición de El “Caballito Trotador” fue en Junio de 1991, un año más tarde que la primera edición. En esta ocasión se lanzaron 500 ejemplares. Este trabajo también fue realizado en conjunto, el INEPE y la FOJ, siendo los participantes los mismos miembros de las organizaciones que colaboraron como: compositores, cantantes, productores musicales, edición, redacción, etc. Uno de los líderes de este proyecto, Walter Carrillo, sigue siendo docente de Música en el INEPE y encargado del área de Comunicación.

La Segunda Edición también goza de gran éxito, y gracias a eso se buscó formar un proyecto más ambicioso.

Desde que se formó la Radio en el INEPE y mientras se realizaba la producción del “Caballito Trotador” se estaba desarrollando a la par un proyecto que aparentemente era

---

<sup>70</sup> INEPE y FOJ. El Caballito Trotador. Quito, 1991. Introducción.

menos ambicioso, consistía en formar una red de Comunicadores Populares, su misión consistía en cubrir las noticias más importantes de sus barrios y comunas a nivel de Quito y Provincias, convirtiéndose en portavoces comunitarios.

Los corresponsales de los barrios y las comunidades no tenían conocimiento alguno de comunicación, solo ganas y empeño por servir a su comunidad, por ese motivo se realizó, junto con ALER, un proceso de capacitación de promotores de Comunicación Popular. Este proyecto de formación se venía desarrollando 5 años, desde que se fundó la institución.

Los Comunicadores Populares recibían capacitaciones en el INEPE y después de adquirir los conocimientos necesarios eran nombrados como Reporteros Populares en sus barrios, ellos tenían el deber de capacitar a las personas que deseen participar en el proyecto en sus respectivos barrios y comunidades y en las diversas áreas de desarrollo de los mismos como: deporte barrial, mingas, resoluciones, noticias importantes, y otros. De esta manera nace el proyecto de Radio Comunitaria a través de una radio revista <sup>71</sup>llamada “Cuenta vecinita, cuenta”

### **2.1.3. “Cuenta vecinita, cuenta**

“La radio revista “Cuenta vecinita, cuenta” fue creada con la finalidad de difundir la actividad de los jóvenes, recuperar valores culturales, asumir con creatividad una propia estructura de construcción radial. Se creó una revista juvenil pero sin perder

---

<sup>71</sup> Para conocer una Revista Radial se puede establecer una comparación con las revistas escritas, en donde se tratan diversos temas de interés para el público. Lo mismo ocurre con la revista radial, con la diferencia que el elemento visual es reemplazado por el elemento sonoro. La revista puede tener temas variados o enfoques variados sobre el mismo tema. En otras palabras se puede incluir contenidos como noticias, música, deportes, temas femeninos, infantiles, farándula, etc. Tomado de: Walter Ouro Alves. **Radio: La mayor pantalla del mundo**. Editorial Belén. Quito. p. 52-53

el saber popular de niños y adultos, con la finalidad que se integre a todos los sectores de la sociedad.”<sup>72</sup>

La radio revista “Cuenta vecinita, cuente” se difundió en 1991, se basó, en la propuesta del INEPE y la FOJ que apunta a la organización comunitaria y “surge del más profundo sentimiento juvenil popular: el interés por los problemas sociales, el interés por la vida, la autonomía e individualidad de la personas, el trabajo, el estudio, el amor y la vocación por sus preferencias y potenciales, sobre problemas del país y del mundo, sobre cómo mejorar el presente e interrogase cómo será el futuro.”<sup>73</sup>

Cuando consiguieron capacitar correctamente a todo el personal que iba a trabajar en la producción, como son: el personal del INEPE, la FOJ y los Reporteros Populares, se procedió a la panificación del contenido de que iba a tener la radio revista, como temas, segmentos, cuñas, entre otros. A continuación se presenta el formato básico del proyecto:

Inicia con una cortina musical distintiva del programa, elaborada con la creatividad y la habilidad musical de Walter Carrillo (docente INEPE). Posteriormente se realiza un saludo por parte de los presentadores del programa y se daba inicio a los segmentos, según el Director ejecutivo del INEPE, Patricio Raza, los segmentos que él más recuerda y que fueron un éxito rotundo con el público son: “La Palomita Mensajera” que consistía en enviar recados, saludos y felicitaciones a diferentes personas y lugares, para ello, los reporteros populares recibían los anuncios escritos de los miembros de su comunidad para posteriormente compartirlos en este segmento.

---

<sup>72</sup> Patricio Raza. Entrevista realizada el 10 de Abril de 2012. **Historia del INEPE y Proyecto Radial de la Institución**. Verdugo Katherine, Entrevistadora

<sup>73</sup> Walter Carrillo. Entrevista realizada el 03 de marzo de 2012. **Radio Interna del INEPE "El hoy y el ayer"**. Verdugo Katherine, Entrevistadora

“Los mensajes más comunes eran de cumpleaños, de amor, felicitando a la comunidad por nuevos proyectos, felicitando a las autoridades, etc. Este fue un segmento exitoso debido a que era muy interactivo con los radioescuchas y todos se sentían tomados en cuenta, de igual manera la gente se sentía muy honrada cuando escuchaban su nombre por radio o una felicitación para ellos por este medio”<sup>74</sup>

Otro segmento muy relevante fue “La olla del saber popular” que era un espacio en donde se rescataba el saber popular de los barrios, como medicina, leyendas, dichos populares, fabulas, gastronomía, remembranza de fechas cívicas, costumbres y tradiciones de los pueblos, etc.<sup>75</sup> los jóvenes eran los encargados de recopilarlos para luego comunicarlos a través de la radio por medio de los diversos formatos radiales.

La radio revista “Cuenta, vecinita cuenta” como producto final se difundía con ayuda de un equipo de amplificación dentro de los barrios de Quito, los dirigentes barriales solicitaban a la emisora poder transmitir el programa mientras se realizaban actividades comunitarias como las mingas. De acuerdo a las solicitudes, el programa incluía saludos para la gente del barrio, para sus dirigentes y mensajes para la comunidad. El proyecto fue tan exitoso que pasó de ser trimestral a mensual.

Los Formatos Radiales más utilizados eran: los Dramatizados en donde intervenían grupos de teatro del INEPE y la FOJ, los cuales representaban temas sociales con la finalidad de brindar un mensaje positivo a la sociedad. Se realizaban reportajes de temas de interés social y un noticiero en donde los encargados de cubrir las noticias de cada uno de los barrios de Quito eran los reporteros populares.

---

<sup>74</sup> Patricio Raza. Entrevista realizada el 10 de Abril de 2012. **Historia del INEPE y Proyecto Radial de la Institución**. Verdugo Katherine, Entrevistadora

<sup>75</sup> Patricio Raza. Entrevista realizada el 10 de Abril de 2012. **Historia del INEPE y Proyecto Radial de la Institución**. Verdugo Katherine, Entrevistadora

En los espacios musicales se daba prioridad a la música nacional y al talento ecuatoriano, quienes muchas veces grababan sus sencillos en la cabina del INEPE. También se realizaban cuñas publicitarias, auspiciando el programa y los constantes proyectos del INEPE y la FOJ (Federación de Organizaciones Juveniles), incentivando a la comunidad a unirse y colaborar con ellos. De esta manera se creó un espacio propio de los jóvenes hacia la comunidad, pero sin desligar o excluir a otros grupo y segmentos de la sociedad.

“Cuenta, vecinita cuenta” siguió prosperando y siendo cada día más popular, el proyecto radial había conseguido el apoyo de Radios con frecuencia AM como HCM1 Y Radio éxito y en FM, Radio Católica, que estaban dispuestos a retransmitir la radio revista como parte de su programación. “Así fue como la Radio HCM1, gracias al Padre Jesús Palomino, quien en esa época era el Director de la Radio, empezó a transmitir el programa aunque este muchas veces daba opinión con una cierta oposición política.”<sup>76</sup>

La Radio HCM1 "La Voz del Santuario de El Quinche" cuya frecuencia es 1260 AM<sup>77</sup>, abrió sus micrófonos en 1991 a la radio revista “Cuenta vecinita, cuenta”. Hubo problemas con la emisión por el contenido, debido a que la emisora era propiedad de la comunidad de oblatos y en la radio revista no se hablaba temas sobre Dios y la iglesia, catolicismo; sino más bien, temas de interés social sociales, de opinión pública y actualidad.

---

<sup>76</sup> Patricio Raza. Entrevista realizada el 10 de Abril de 2012. **Historia del INEPE y Proyecto Radial de la Institución**. Verdugo Katherine, Entrevistadora

<sup>77</sup> Amplitud Modulada

Debido a los problemas con la radio HCM1, el equipo del INEPE se reunió con la comunidad de Sacerdotes para explicarles que la finalidad del programa no es el apoyo a una corriente política, ni obtener fines de lucro, la radio revista “Cuenta, vecinita cuenta” tenía la finalidad de apoyo a la comunidad.

La radio revista “Cuenta vecinita, cuenta”, logró acogida y sintonía en la ciudad de Quito, lo que hizo que se abrieran las puertas a este programa en Frecuencia FM, como en Radio Católica 94.1 “La voz de tu iglesia”, que además contaba con señal a nivel nacional.

Radio Católica ayudó a la expansión del proyecto, gracias a la cobertura a nivel nacional con la que contaba la emisora. Se implementó una red de reporteros comunitarios en provincia, de esta manera ya no solo se incluía temas de interés a nivel Quito, ahora la comunidad había crecido y abarcado el Ecuador.

Luego del éxito en Radio Católica según el Director ejecutivo del INEPE que narra la experiencia, Radio Éxito con frecuencia 1060 AM solicitó al INEPE transmitir “Cuenta, vecinita cuenta” en su programación, en este momento el proyecto radial había alcanzado la cumbre de su éxito, se retransmitía en 3 emisoras, de manera totalmente gratuita y hasta invitando al personal a hacer programas en vivo los cuales se anunciaban con mucha exclusividad.

El programa se entregaba pregrabado a las emisoras, luego los miembros del INEPE y creadores de “Cuenta vecinita, eran invitados a realizar el programa en vivo, el cual según Walter Carrillo, gozaba de gran acogida y excelente participación de la ciudadanía. La interacción con el público oyente era más directa debido a que por medio de llamadas

telefónicas participaban en concursos u opinaban de los temas. De igual manera las personas emitían sus comentarios y sugerencias al programa a través de correo.

La radio revista “Cuenta, vecinita cuenta” realizó un convenio con el Municipio de Quito, mediante el cual los recolectores de basura transmitirían el programa por medio de alto parlante en cada una de sus unidades.

Lo que nació como un proyecto secundario de la Radio Comunitaria del INEPE se convirtió en un proyecto aparentemente imparable.

En 1993 con 8 años de constante labor desde los inicios del INEPE, el proyecto de Comunicadores Populares que dio como resultado la producción de “Cuenta, vecinita cuenta” enfrentó un grave problema que antecedió el cierre definitivo de la misma “las políticas de Radio Católica cambiaron y sus nuevos directivos impidieron la retransmisión del programa porque el contenido que no estaban acorde a la política de la radio, entonces se cerraron todas las puertas de difusión del programa en emisoras y de a poco fue quedando en el olvido”<sup>78</sup>

Tras el cierre de todos los espacios de difusión masiva en emisoras radiales, el INEPE y la FOJ dejaron de producir la radio revista “Cuenta, vecinita cuenta”, el equipo se deslindó, no produjeron más programas o proyectos radiales, entonces la Cabina de Radio se utilizó para fines educativos dentro del INEPE, con la finalidad de reforzar el trabajo comunicativo y la oralidad de los estudiantes.

---

<sup>78</sup> Patricio Raza. Entrevista realizada el 10 de Abril de 2012. **Historia del INEPE y Proyecto Radial de la Institución**. Verdugo Katherine, Entrevistadora

Este proyecto también se fue perdiendo y las instalaciones de la radio se fueron deteriorando, sus equipos volviéndose obsoleto y la comunidad educativa olvidándose cada día de cómo producir sueños a través de la palabra mediante la Radio.

#### **2.1.4. El Resurgir de los proyectos Radiales en el INEPE**

En el año 2009, tras 15 años de dejar a un lado el proyecto de producción y capacitación radial que era antes de suma importancia y de complemento al ejercicio educativo y comunicativo del INEPE, las autoridades de la institución deciden reincorporar la cabina de radio y pedir ayuda a diversas instituciones para lograr actualizar y rehacer el proyecto.

El Proyecto Radial ha tenido un lento y pausado resurgir por la falta de recursos económicos para remodelar la cabina y la renovación de equipos e implementos como: consola, computadora, programas de edición, micrófonos, una cabina debidamente aislada del ruido, y otros. debido a que los que se manejaban en la época de los años 90 quedaron obsoletos.

En el año 2010 se reactivó el proyecto de radio del INEPE mediante el fortalecimiento del Área de Comunicación en la institución. Uno de los puntos clave del proyecto fue la remodelación de la radio interna, apegándose a las exigencias del mundo actual, en donde los medios de comunicación ocupan un papel protagónico dentro de la sociedad, con la finalidad que brinde una educación integral a los jóvenes estudiantes, incentivando la difusión de sus proyectos, ideas y pensamientos, a través de este medio de comunicación.

La Radio no solo hace libre al estudiante en su ejercicio de comunicar, sino también aporta a la Comunidad Educativa, ya que a través de este medio se puede difundir temas de interés común, “algo que es común para todos a partir de la propuesta educativa de la institución, como la palabra lo dice Comunicación”<sup>79</sup>.

Por ejemplo, “El cuidado de la tierra y el medio ambiente” es un mensaje común y una de las bases educativas más sólidas de la institución. Este tema tan importante sería interesante difundirlo a través de la radio, usando sus diversos formatos para poder llegar a cada uno de los miembros de la comunidad educativa, para lograr la interiorización del mensaje, de esa manera se podría aplicar en la vida cotidiana.

Para actualizar la cabina de radio, la Institución ha pedido ayuda a ciertas entidades como la CORAPE (La Coordinación de Radio Popular Educativa del Ecuador) y la Red BONES de Bélgica, las cuales brindaron ese apoyo y trabajaron en conjunto con voluntarios del INEPE para adecuar la actual cabina de radio, con el objetivo de poder brindar un trabajo alternativo a los jóvenes. “En la actualidad la tecnología esta deshumanizando e individualizando las relaciones, la idea es que los jóvenes a través de los medios de comunicación puedan general una comunicación amplia y participativa.”<sup>80</sup>

El INEPE ha emprendido talleres de comunicación Radial, con la finalidad de que toda la comunidad educativa pueda participar en la creación de productos para difundir proyectos internos de sumo interés. El reto se hace más amplio en proyección a futuro, en donde se espera que una vez que funcione la radio interna se pueda rehacer el proyecto de

---

<sup>79</sup> Patricio Raza. Entrevista realizada el 10 de Abril de 2012. **Historia del INEPE y Proyecto Radial de la Institución**. Verdugo Katherine, Entrevistadora

<sup>80</sup> Walter Carrillo. Entrevista realizada el 03 de marzo de 2012. **Radio Interna del INEPE "El hoy y el ayer"**. Verdugo Katherine, Entrevistadora

una radio comunitaria y ser parte de la red de Radios Comunitarias ya existentes en el Ecuador.

Luego de conseguir casi todos los implementos necesarios, el Proyecto Radial tuvo una pausa nuevamente debido a que aún faltan algunos elementos importantes como un computadora con capacidad y programas que sirvan específicamente para la producción de audio y lo principal, asesoría técnica para ponerla en marcha.

El INEPE ha solicitado la ayuda de la CORAPE (La Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador) y ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica) las cuales están aportando con la capacitación del personal una vez cada dos semanas, con la finalidad de brindar el conocimiento necesario sobre Radio para que puedan compartirlo a los alumnos.

Con la ayuda del proyecto, “La Radio como medio de expresión para los jóvenes del INEPE: Propuesta de radio revista Juvenil “La voz del INEPE”, se dará una primera pauta a la utilización permanente de la cabina de radio, a través de una radio revista semanal en donde participe toda la Comunidad Educativa, en principio este es un proyecto de circuito interno que posteriormente ganando experiencia, alianzas estratégicas con redes de radios comunitarias, será un proyecto que trascienda y sea un aporte más de la institución a la comunidad.

## **2.2. Rol de la Radio dentro del Trabajo Comunitario**

“Las radios comunitarias indígenas representan un espacio muy importante para la reconstitución, reproducción e innovación de sus culturas e identidades colectivas. Ejercer la comunicación es parte del derecho a la autonomía de los pueblos indígenas, formalmente reconocido, pero prácticamente ignorado por las

instituciones. La construcción de la autonomía sin pedir permiso implica la reapropiación de los diferentes ámbitos de la vida cotidiana de los pueblos, y su gestión colectiva de acuerdo a una visión propia.”<sup>81</sup>

Al analizar el rol de la Comunicación dentro del trabajo comunitario que ha venido desarrollando en INEPE durante 27 años, se puede destacar el afán por hacer partícipe a toda la Comunidad , tanto educativa como la comunidad de Chilibulo y en ella plasmar una construcción de identidades partiendo desde la vida cotidiana y la realidad de la comunidad.

El proyecto Radial ha sido un medio fortalecedor y a la vez promovedor de la reflexión y la criticidad en los niños y jóvenes, rescatando aspectos culturales, sociales, el conocimiento ancestral y tradicional de los pueblos, que a más de empapar las mentes de conocimiento, pretende lograr que los jóvenes aprendan a valorar y rescatar sus raíces.

Los cánones de la comunicación popular impartida por Paulo Freire dan luces de las ventajas y el derecho que tenemos todos los seres humanos a comunicar, debido a que el silencio y la exclusión es opresión. Freire dice que “El diálogo como encuentro de los hombres para la “pronunciación” del mundo es una condición fundamental para la verdadera humanización... el verdadero camino de la revolución es el de la apertura de la comunicación hacia las masas populares”<sup>82</sup>

El mismo autor señala que; “Los seres humanos no pueden mantenerse al margen de la comunicación por que son comunicación en sí”, Así, el diálogo con las masas debería ser prioridad de todo medio de comunicación. Entonces el verdadero trabajo comunitario de la

---

<sup>81</sup> Giovanna Gasparello. **Donde crece la flor de la palabra. Reflexión sobre la Radio Comunitaria Indígena en los estados de Guerrero y Oaxaca- México.** Revista Nómada. (2011.1) pág. 17.

<sup>82</sup> Paulo Freire. **Pedagogía del oprimido.** Lima, Perú. Editorial Tierra Nueva. 1971. p. 178.

Radio consiste en la inclusión y la libertad de expresión aliado con el conocimiento previo del compromiso y la responsabilidad que implica comunicar, dar sentido a la palabra, al poder expresar a través de ella sus sentimientos y pensamientos.

En el Ecuador se ha dado poca importancia a los medios de comunicación comunitarios y alternativos en la práctica, porque en teoría estos medios de comunicación están presentes en la Ley Orgánica de Comunicación de nuestro país. En la Sección número II, titulada “Derechos de Igualdad e Interculturalidad”, en el sexto tema se habla de la radio comunitaria, el artículo está titulado como “Consolidación de los medios comunitarios” y dice:

“Consolidación de los medios comunitarios.- el estado promoverá la creación progresiva de las condiciones para la conformación y consolidación de los medios de comunicación comunitarios especialmente a través de la capacitación, el acceso acreditado y financiamiento para la compra de equipos, y la exención de impuestos para la importación de equipos de radiodifusión y televisión destinados a medios comunitarios.”<sup>83</sup>

También se designa al tema de radios comunitarias la Sección III titulada “Medios de comunicación Comunitarios” en la que el estado hace un firme compromiso en fomentar e implementar políticas de ayuda para el favorable desarrollo de los medios comunitarios:

Acción afirmativa.-El Estado implementará las políticas públicas que sean necesarias para la creación y el fortalecimiento de los medios de comunicación comunitarios como un mecanismo para promover la pluralidad, diversidad, interculturalidad y plurinacionalidad; tales como: crédito preferente para la conformación de medios comunitarios y la compra de equipos; exenciones de impuestos para la importación de equipos para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión comunitarias; acceso a capacitación para la gestión comunicativa, administrativa y técnica de los medios comunitarios.<sup>84</sup>

---

83 Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, Sección número II, Literal 6 “**Consolidación de los medios comunitarios**”

<sup>84</sup> Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, Sección número III, “**Medios de comunicación Comunitarios**”

Son planteamientos existentes, pero que no se aplican, por ende son letra muerta. Antes que reestructurar la ley se necesita concienciar a la ciudadanía la importancia que tiene estos medios para la sociedad, partiendo desde los más pequeños y la juventud, que son el presente y quienes construirán el futuro de la patria. Los jóvenes están llamados a ser actores del proceso de cambio y apropiarse del derecho a la comunicación, a expresar libremente lo que piensan y sienten y de esta manera, lograr que los adultos los consideren voz activa dentro de la opinión pública.

“Una radio regenera el tejido social cuando usa sus micrófonos para que la gente hable, para que diga su palabra e incluso para que se equivoque, “una radio es como la boca grande de la comunidad, es la devolución de la palabra secuestrada en las comunidades. Una locutora o locutor, se parece a una partera, porque ayuda a parir las palabras destinadas al silencio”

José Ignacio López

La radio revista del INEPE es una propuesta de desarrollo “Lo que queremos demostrar es que existe una relación entre comunicación y desarrollo, que los medios de comunicación y en particular la radio, pueden optar por una propuesta de desarrollo. La comunicación es de carácter social y bien manejada contribuye al desarrollo... El desarrollo humano local asume a la comunicación como una práctica fundamental y participativa, la comunicación es un mecanismo de sacar adelante propuestas y proyectos”<sup>85</sup> Utilizando la radio como un instrumento y los diversos géneros y formatos radiales como medio para expresarlos.

---

<sup>85</sup> Anouk Hoberich y Miguel López. **Comunicación y Radio para el Desarrollo Local**. Ediciones Abya-Ayala. Quito, 2001. p. 5

### **2.3. La radio comunitaria como medio para ejercer el derecho a la comunicación y libertad de expresión**

Por vivir en comunidad, todas las libertades individuales tienen que someterse a una reglamentación. También la libertad de prensa y de expresión. Todos los ciudadanos y ciudadanas deben responder ante la comunidad, tienen una responsabilidad social. También los periodistas.<sup>86</sup>

Según la Constitución Ecuatoriana, en el Título VII “Régimen del Buen Vivir”, artículo 384, señala: “El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana...”<sup>87</sup>.

La Radio es un medio que ayuda a ejercer el Derecho a la Comunicación y la Libertad de expresión., debido a que “el manejo de proyectos radiales a diferencia de otros medios usa como base la oralidad que nos pertenece naturalmente a todas las personas y lo aprendemos desde siempre”<sup>88</sup>

Los medios comunitarios en el país tiene muchas trabas para ejercer y fomentar su trabajo, debido a que uno de los principales elementos que se necesita para sacar adelante un medio de comunicación es el factor económico, así las radios comunitarias están privadas de realizar publicidad con fines de lucro, lo cual sale de la lógica debido a que ese es el sustento base de todo medio de comunicación en el país. Así que argumentar que las radios comunitarias no tienen fines de lucro, es un poco ilógico de afirmar, sin embargo, es

---

<sup>86</sup> José Ignacio López Vigil. **Ciudadana Radio**. Colección Análisis. Venezuela, 2008. p. 182

<sup>87</sup> Constitución Ecuatoriana 2008. **Régimen del Buen Vivir**. Capítulo VII.

<sup>88</sup> Gris Sánchez. **Con Radios Comunitarias se ejerce el derecho a la comunicación y a la libertad de expresión**. Ecuador Inmediato, 05 de mayo de 2012.

necesario hacer publicidad para fines de auto sustento. Pero todo el dinero ingresado tiene un manejo responsable y ético.

“La información es un bien social, no una mercancía. Los comunicadores y comunicadoras interlocutan con ciudadanos y ciudadanas, no se dirigen a clientes.”<sup>89</sup>

La radio comunitaria, popular, educativa y alternativa se ha visto obligada a terminar con sus funciones debido a la falta de recursos económicos para sacar adelante el proyecto. Es verdad que este tipo de emisoras son denominadas sin fines de lucro lo cual se ha mal interpretado a que ninguna de estas empresas pueda obtener una entrada económica por medio de la publicidad, cuando realmente sin fines de lucro significa: “Que puede haber apropiación privada de los beneficios, los ingresos de la organización pertenecen a la organización y el salario de los integrantes del equipo de trabajo de la radio es necesario, una empresa social debe generar ingresos para poder financiarse”<sup>90</sup>

“Negarles a las radios comunitarias la posibilidad de un ingreso es expedirles por anticipado su certificado de defunción, es imposibilitar que las comunidades puedan tener su propio canal de expresión. Es obligación del Estado, y este Gobierno lo entiende y práctica así, velar y garantizar debidamente la existencia y desarrollo de las radios comerciales, de las radios comunitarias y de las emisoras públicas.”<sup>91</sup>

Se realizó un estudio en AMARC (Asociación Mundial de Radios Comunitarias, América Latina y el Caribe) titulado “Principios para un marco regulatorio democrático

---

<sup>89</sup> José Ignacio López Vigil. **Ciudadana Radio**. Colección Análisis. Venezuela, 2008. p. 195

<sup>90</sup> Juan Wang; **Gestión de Radios Comunitarias**. Recuperado el 21 de agosto de 2012 de Docstoc, documentos para pequeñas empresas y profesionales  
<http://www.docstoc.com/docs/24261533/GESTI%C3%B3N-DE-RADIOS-COMUNITARIAS>.

<sup>91</sup> Roque González. **Libertad de expresión y radios comunitarios**. 20 de Noviembre de 2010. Recuperado de: ABC Color. <http://www.abc.com.py/edicion-impres/opinion/libertad-de-expresion-y-radios-comunitarias-186976.html>.

sobre radio y TV comunitaria”, que es un conjunto de 14 principios indispensables para los medios comunitarios, con la finalidad de ser una guía para la elaboración, aprobación e implementación de regulaciones sobre radiodifusión comunitaria para que estas sean compatibles con los estándares internacionales de Derechos Humanos y el más amplio respeto a los derechos a la comunicación e información y la libertad de expresión.

En el literal número 14 se habla sobre el financiamiento de los medios comunitarios y dice que:

“Tienen derecho a asegurar su sustentabilidad económica, independencia y desarrollo, a través de recursos obtenidos mediante donaciones, auspicios, patrocinios, publicidad comercial y oficial y otros legítimos. Todos ellos deberán ser reinvertidos íntegramente en el funcionamiento de la emisora para el cumplimiento de sus objetivos y fines. Cualquier límite en el tiempo o cantidad de publicidad debe ser razonable y no discriminatorio. Los medios deben rendir cuentas de forma periódica a la comunidad a la que representan haciendo transparente y público el manejo de sus recursos”<sup>92</sup>

Esta manera de financiamiento sería adecuada ponerla en práctica en el país, el estado juega una parte importante en apoyar y promover la libertad de expresión a través de los medios de comunicación, más no coaptarlos, ya que “a través de ellos se expresan comunidades y grupos sociales excluidos que están en muchas ocasiones ausentes del debate público y cuya inclusión en el mismo es un imperativo de todo Estado democrático”<sup>93</sup>

---

<sup>92</sup> AMARC. **Principios para un Marco Regulatorio Democrático sobre Radio y TV Comunitaria**. 2009. Recuperado de: <http://legislaciones.amarc.org/Principios/PrincipiosMarcoRegulatorio.htm>. pág. 8.

<sup>93</sup> Roque González. **Libertad de expresión y radios comunitarios**. 20 de Noviembre de 2010. Recuperado de: ABC Color. <http://www.abc.com.py/edicion-impres/opinion/libertad-de-expresion-y-radios-comunitarias-186976.html>.

La Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador en el Título III, aborda el tema del financiamiento de las radios comunitarias y nos habla sobre temas importantes como la publicidad que es receptiva para estos medios y las maneras de sustentabilidad:

“Los fondos para el funcionamiento de los medios comunitarios provendrán de la venta de servicios y productos comunicacionales, venta de publicidad, donaciones, fondos de cooperación nacional e internacional, patrocinios y cualquier otra forma lícita de obtener ingresos.

Las utilidades que obtengan los medios de comunicación comunitarios en sugestión se reinvertirán prioritariamente en el mejoramiento del propio medio, y posteriormente en los proyectos sociales de las comunidades y organizaciones a las que pertenecen.

Estos medios podrán pasar todo tipo de publicidad en los términos que establece la ley.”<sup>94</sup>

Comunicar es un derecho de todos, partiendo de este principio se han reunido diversas comisiones y entidades como es el caso de la Convención Interamericana de Derechos Humanos, que en su informe anual, señala como tema relevante el promover y expandir el alcance del derecho a la libertad de expresión y no a restringirla y se agrega que "la libre circulación de ideas y noticias no es concebible sino dentro de una pluralidad de fuentes de información y del respeto a los medios de comunicación". Más adelante resalta que la regulación "debería tender a garantizar una mayor seguridad para expresarse en libertad sin miedo a ser sancionado o estigmatizado por ello y, al mismo tiempo, promover una mayor igualdad de condiciones en el ejercicio de la libertad de expresión, entendida

---

<sup>94</sup> Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, Sección número III, “Medios de comunicación Comunitarios”

esta en una triple acepción: pluralidad de voces , diversidad de las voces y no discriminación".<sup>95</sup>

Como todo derecho, la libertad de expresión y comunicación a través de los medios comunitarios también tiene sus deberes. AMARC señala que el Derecho a la comunicación tiene una responsabilidad de doble vía: individual y social. Esto incluye a la libertad del emisor de difundir información, pero también el derecho de los *perceptores*<sup>96</sup> a recibirla de una manera verás y sin discriminación, en forma neutral, permitiendo que las voces sean escuchadas como parte importante de la democracia de un pueblo.

“La libertad de expresión a través de radios comunitarias no es un derecho declamativo, sino que implica contar con los medios técnicos para su ejercicio que obliga al Estado a promoverlo, porque se trata de un derecho que posibilita la deliberación pública, poniendo a disposición de la sociedad discursos que expresan las asimetrías de poder existentes, permitiendo, la aparición de nuevas formas de deliberación.”<sup>97</sup>

Uno de los principios de legislación de radio comunitaria hecha por AMARC da un claro panorama de los objetivos principales que tiene una radio comunitaria:

“El reconocimiento y diferenciación de los medios comunitarios en legislación nacional de radiodifusión tiene como objetivo garantizar el derecho a la información, a la comunicación y a la libertad de expresión, asegurar la diversidad y pluralidad de medios y promover este sector. Este reconocimiento necesita

---

<sup>95</sup> AMARC. **Principios para un marco regulatorio. Programa de legislación y derecho a la comunicación- América Latina y el Caribe.** 2009. Recuperado el 24 de Julio de 2012 de <http://legislaciones.item.org.uy/index?q=node/1958>.

<sup>96</sup> En los esquemas mas individuales de la comunicación se habla de receptor, nosotros nos referiremos a perceptor ya que aquel acentúa la pasividad, pretende mostrar una situación en la que nada puede hacer la persona ante el mensaje. En todo caso la maquinas reciben, los seres humanos perciben los mensajes. La percepción consiste en una extracción de información de la propia realidad para orientar la conducta. Uno percibe de manera transparente, lo hace a través de sus creencias, deseos, experiencias, estereotipos. Tomado de: PRIETO, Daniel. Diagnóstico de Comunicación, Manuales Didácticos. CIESPAL. Segunda Edición. 1990. p. 80 y 111

<sup>97</sup> Pía Matta. **Radios Comunitarias y Libertad de Expresión.** 28 de julio de 2011. Recuperado de: El Quinto Poder. <http://www.elquintopoder.cl/medios/radior-comunitarias-y-libertad-de-expresion/>.

acompañarse con procedimientos, condiciones y políticas públicas de respeto, protección y promoción para garantizar su existencia y desarrollo”<sup>98</sup>

Los medios de comunicación comunitarios deben ser un canal para promover el desarrollo social en base al respeto a la diversidad, a la libertad de expresión e información, a rescatar los rasgos propios de la riqueza cultural de los pueblos como costumbres, idioma, valores, religión, sexualidad, convivencia, opiniones, etc. a través del libre ejercicio de la comunicación, derecho inherente a los seres humanos que ampara los “Derechos Humanos Universales”, promoviendo el diálogo y la participación, tomando en cuenta a toda la comunidad (niños, jóvenes, adultos, adultos mayores) como entes activos de opinión.

#### **2.4. La radio comunitaria y el proceso Enseñanza aprendizaje**

“La verdadera comunicación no comienza hablando sino escuchando. La principal condición de un buen comunicador es saber escuchar”<sup>99</sup>

En nuestro país se ha excluido a la Edu-comunicación como parte importante del pensum de estudio, dejando a un lado la gran importancia que tiene el adecuado manejo de los medios de comunicación, ahora llamados por muchos “El Cuarto Poder”<sup>100</sup>, siendo este un poder fáctico, debido a que no corresponde al estado pero tiene la capacidad de influir

---

<sup>98</sup> AMARC. **Principios para un marco regulatorio. Programa de legislación y derecho a la comunicación- América Latina y el Caribe.** 2009. Recuperado el 24 de Julio de 2012 de

<sup>99</sup> Mario Kaplum. **La cuestión de los códigos verbales no se agota diciendo que debemos adaptar nuestro código al del destinatario; implica también que, al menos en cierta medida, debemos adoptar el código de la comunidad a la que nos dirigimos.** Producción de programas de radio. Ciespal, Quito, 1978, pág. 86.

<sup>100</sup> Ignacio Ramonet

políticamente. Los medios de comunicación ejercen poder cuando estos manejan la voz del pueblo y cumplen con la misión de mantenerlo informado para que ellos puedan emitir sus propios criterios debidamente fundamentados con la veracidad del compromiso periodístico.

De la misma manera que los seres humanos aprendemos a hablar y a modular nuestras ideas a través de materias como Lenguaje y Comunicación, debemos aprender a usar correctamente los canales adecuados para hacer llegar nuestro mensaje, a nuestros compañeros de clase, a nuestros compañeros de colegio, a la comunidad en general, fomentando así un compromiso social, de todos y para todos.

El trabajo educativo también debe centrarse en que los perceptores puedan aprender a recibir e interpretar el mensaje radiofónico y de los medios de comunicación en general a través de la Edu-comunicación, este proceso da luces a los estudiantes y maestros para crear procesos comunicacionales alternativos.

“Por lo tanto, el propósito del alfabetismo en medios, es ayudar a que los estudiantes se conviertan en personas competentes, críticas y alfabetas en todas las diferentes formas de los medios, para que puedan controlar la interpretación de lo que oyen o ven, en lugar de que la interpretación los controle a ellos. Volverse alfabeto en medios no consiste en memorizar hechos o estadísticas sobre los medios, sino más bien en aprender a hacer las preguntas adecuadas sobre lo que se está viendo, leyendo o escuchando”<sup>101</sup>

Los medios de comunicación no ven a la juventud como sujeto de opinión, más bien lo ven como medio de consumo masivo a través de ingeniosas estrategias de marketing publicitario, que ingresan efectivamente a la mente de los jóvenes, logrando el objetivo de

---

<sup>101</sup> **Conjunto de herramientas para alfabetismo en medios. Un marco de referencia para aprender y enseñar en la era mediática.** Center for Media Literacy, 2003 Recuperado el 21 de Agosto de 2012 de <http://www.eduteka.org/pdfdir/MediaLitGuia.pdf>

generar millonarias ganancias, incentivar al consumismo de productos que muchas veces se venden a través de imaginarios de moda, poder, fama, belleza, atracción física y sexual.

El libro “El recreo de la infancia” habla de la gran influencia que tiene los medios en el consumismo infantil y juvenil con productos como: video juegos, teléfonos celulares, tecnología en general y el juego fácil. Si los medios de comunicación logran insertar fácilmente imaginarios en la mente de los jóvenes, también lo pueden hacer con respecto a la educación, los medios de comunicación pueden ser instrumentos muy útiles y efectivos para enseñar y aprender. La Radio en el INEPE tiene la finalidad de ser ente activo en el proceso enseñanza- aprendizaje.

El sonido como estrategia pedagógica ha existido desde la antigüedad cuyo referente es Pitágoras “que para aumentar la eficacia de sus enseñanzas utilizaba el sistema de la *“acusmática”*<sup>102</sup>”.

La radio educativa es una propuesta que muestra una "especial capacidad para alumbrar ideas entre sus oyentes, para estimular la imaginación (...). En la radio cada mensaje sonoro puede transformarse en una imagen pensada o inconsciente, imagen de símbolos, colores, dimensiones individuales, imagen sensible y entusiasta. La radio procura oportunidades para todos e incita a la participación”<sup>103</sup>.

---

<sup>102</sup> El término acusmática remonta a Pitágoras y a su forma de enseñar la filosofía, detrás de una cortina y en la oscuridad. De esa manera sus discípulos se concentraban más fácilmente en su discurso. La experiencia muestra que la percepción del sonido está a menudo dominada por el aspecto visual de una representación musical. Liberándose de ello, la audición acusmática permite desarrollar imágenes abstractas en nuestra imaginación. Tomado de: Fundación destellos, arte, ciencia y tecnología <http://www.fundestellos.org/Prensa.htm>

<sup>103</sup> Arturo Merayo. **Identidad, Sentido y Uso De La Radio Educativa. III Congreso Internacional Cultura y Medios de comunicación.** Ediciones Universidad Pontificia de Salamanca. 2000. págs. 387-404.

La radio es un medio por el cual se da apertura a las personas de decidir aprender por cuenta propia de la maneja más adecuada que ellos consideren. Una de la ventajas de la radio es que ella puede llegar a todo lugar y a todo tipo de personas, sin interferir en sus actividades cotidianas e incentivando a la creatividad, despertando la imaginación del oyente al usar elementos de su mundo interior y utilizarlos favor de la interiorización del mensaje a su percepción.

En todo medio de comunicación, en especial comunitario, tiene como base ser educativa al informar, y ser la voz de los intereses sociales, así como en sus prácticas políticas. La radio comunitaria se convierte en educativa debido a que el "actuar democrático le permite acompañar y fortalecer las diversas acciones y prácticas culturales, productivas, sociales y políticas de los sectores populares"<sup>104</sup>.

La radio educativa respeta la opción de lo *alternativo*<sup>105</sup>, lo dinámico, lo innovador, esta es la manera idónea de llegar a la mente de los jóvenes. Lo alternativo incluye nuevas propuestas, hacer realidad todos los sueños a través de la palabra expresada con libertad, las instituciones y comunidades indígenas que han sacado adelante estos proyectos, han servido y sirven de apoyo a las tareas educativas y formativas de las sociedades.

Un punto importante que no puede faltar en la Edu-comunicación es el análisis y la decodificación de los mensajes mediáticos, esta capacidad debería estar presente en la

---

<sup>104</sup> Arturo Merayo. **Identidad, Sentido y Uso De La Radio Educativa. III Congreso Internacional Cultura y Medios de comunicación.** Ediciones Universidad Pontificia de Salamanca. 2000. págs. 387-404.

<sup>105</sup> El término "alternativa" es capaz de volcar nuestra imaginación a algo distinto, lo otro si nos remitimos al significado originario. Un mensaje alternativo puro abarcaría las fases de emisión, mensaje, distribución y uso. Lo alternativo sería completamente exterior a lo dominante. La Comunicación alternativa no se explica desde la comunicación misma, sino desde las relaciones sociales alternativas. Un proceso social no es alternativo si con él no cambia la vida diaria. Tomado de: PRIETO, Daniel. Diagnóstico de Comunicación, Manuales Didácticos. CIESPAL. Segunda Edición. 1990. p. 118-127

formación del educando mucho antes de aprender a producir mensajes para medios de comunicación. El análisis del medio desarrolla el pensamiento crítico y genera ideas para posteriormente producir productos alternativos e innovadores.

En la Edu-comunicación es importante involucrar la taxonomía de Bloom, quien dice que las personas deben ser buenos receptores de medios de comunicación (conocimiento, análisis, comprensión, aplicación, síntesis y evaluación) esto hará que el educando “Fortalezca la observación y la interpretación; profundiza la comprensión y la apreciación; Cuestiona los estereotipos (representaciones incorrectas o insuficientes), Hace aflorar los prejuicios y los puntos de vista, Descubre motivaciones para nuevas creaciones; Expone mensajes implícitos que son menos obvios; Proporciona perspectiva y significado a los que crean los medios;· Aclara a la sociedad los efectos e implicaciones de un mensaje.”<sup>106</sup>

En el INEPE objeto de la presente investigación, en esta institución se pretende incluir la producción radial como parte del proceso de formación de los jóvenes, incluyéndola como alternativa para los jóvenes que estén interesados en realizar el proyecto, uno de los principales programas que se presenta es que los alumnos por su horario de clase no tienen tiempo de realizar esta actividad curricularmente por el momento.

---

<sup>106</sup> Conjunto de herramientas para alfabetismo en medios. **Un marco de referencia para aprender y enseñar en la era mediática**. Center for Media Literacy, 2003 Recuperado el 21 de Agosto de 2012 de <http://www.eduteka.org/pdfdir/MediaLitGuia.pdf>

El Director del INEPE Patricio Raza comenta que “El desarrollo humano no se puede imponer.”<sup>107</sup> El INEPE intenta realizar una ruptura de horario y dar al alumno la libertad para que elija la actividad que desee realizar, y la radiodifusión sería un excelente proyecto en la Comunidad Educativa.

Para sacar adelante un Proyecto de Difusión Radiofónica es importante que toda la Comunidad educativa sea participe: autoridades, docentes, padres de familia y alumnos, cada uno en diferentes medidas, el INEPE parte de la idea de un espiral de necesidades, de sueños de metas por alcanzar per ellos solos no podrían llegar, necesitan del resto de la comunidad.

El proyecto de una radio revista en el INEPE, de los jóvenes y para los jóvenes es una propuesta educativa integral, contribuyendo al proceso de enseñanza-aprendizaje, en donde los tendrán la oportunidad de “informar, entretener y educar” a su audiencia, basado también en el concepto de radio comunitaria de circuito interno como medio de comunicación alternativa dentro del INEPE.

El INEPE quiere difundir a través de la radio programas que aporten al desarrollo educativo de la zona, debido a que en estos 27 años el proyecto del INEPE ha crecido y se ha incrementado en 6 provincias en donde se ha difundido la labor educativa popular con niños y jóvenes, se pretende que a través de la radio puedan conectarse, compartir ideas pensamientos y saberes.

---

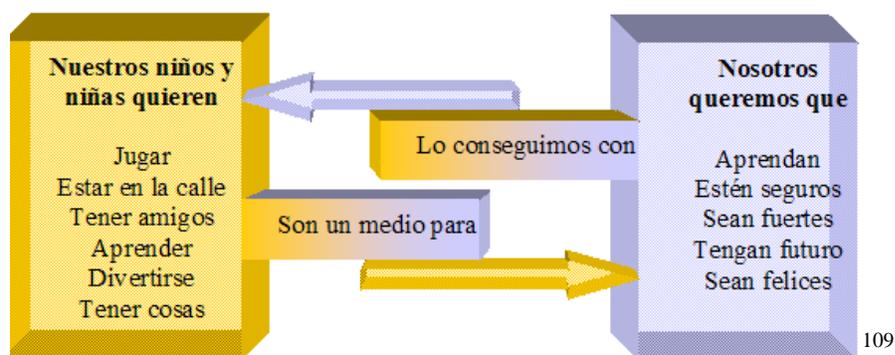
<sup>107</sup> Patricio Raza. Entrevista realizada el 10 de Abril de 2012. **Historia del INEPE y Proyecto Radial de la Institución**. Verdugo Katherine, Entrevistadora

También es importante recalcar que el interaprendizaje es sumamente importante en este tipo de formación, consiste en la interacción dinámica con el grupo de trabajo para influirse positivamente en el apoyo de ideas y mejorar los productos de aprendizaje, es un intercambio de conceptos que debe ser valorado para mejorar los productos comunicativos.

La interacción entre pares, en el sentido pedagógico, favorece la óptima relación de los estudiantes entre sí, dando lugar a:

- El protagonismo compartido
- La implicación permanente
- La ayuda continua
- La expresión de la máxima capacidad de la autonomía personal
- La corresponsabilidad
- La cooperación participativa y creativa
- La verdadera comunicación
- El apoyo solidario<sup>108</sup>

El interaprendizaje genera retroalimentación en el proceso de comunicación, se lo conoce también como estudio colaborativo. Es una gran responsabilidad del docente en saber dirigir al grupo y enseñar al alumno a ser receptivo, a trabajar en equipo y lograr que el educador sea incluido también en este sólido grupo de trabajo de la siguiente manera:



<sup>108</sup> Ovidio Martínez. **El interaprendizaje o aprendizaje colaborativo**. 2008 Recuperado de: <http://aprendizajecolaborativoovidio.blogspot.com/>

## CAPÍTULO III

### LA RADIO Y LA COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA

Los medios de comunicación en la actualidad son parte fundamental de la vida de los seres humanos. La radio es un medio de comunicación que llegó para quedarse y cumple un rol en nuestra sociedad desde el siglo XX.

“Los medios de comunicación son los nuevos mercaderes de la realidad. Lo que no sale en pantalla o por micrófonos, es como que no hubiera ocurrido. Lo que los medios afirman, afirmado queda. Lo que los medios ignoran, no existe... Los medios no solo dan a conocer, sino que establecen la realidad”<sup>110</sup>

La radio se basa en el sonido para llegar a cada uno de los oyentes, los oídos de las personas lo perciben y el cerebro es quien procesa esta información que se traduce en emociones, pensamientos y sentimientos. Estos mensajes deben ser intensos y llegar al oyente usando el lenguaje radiofónico adecuado, en donde el locutor debe valerse de la *seducción*<sup>111</sup> y la utilización de la *palabra culta*<sup>112</sup>.

---

109 GRAFICO 1: Villena Higuera, José Luis. **Interaprendizaje y educación para el desarrollo: un modelo para atender a la juventud y la infancia.** Facultad de Educación y Humanidades de Melilla, Universidad de Granada.

<sup>110</sup> José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas.** Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. Pg 26.

<sup>111</sup> El oído vibra, siente imagina. ¿Cómo llamaríamos a una chica que hace vibrar y sentir, que hace soñar a muchos, que enamora a todos? Una seductora. Es la misma personalidad, adecuada y más profunda del medio radiofónico. Tomado de: José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas.** Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 46

<sup>112</sup> La palabra culta es la más adecuada en el contexto que se habla. Si un médico está entre médicos, hablará el vocabulario técnico de su profesión. Pero si ese doctor llega a su casa y pide comer a su mujer extremidad de gallina, resultará pedante. Y un gran inculto que confunde hogar con hospital y no sabe adaptarse al código de la vida doméstica. Lo mismo pasa en la radio, el locutor debe dirigirse al oyente con palabras sencillas. Tomado de: José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas.** Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 69.

La radio ha cambiado su función a través del tiempo y su convivencia con otros medios de comunicación.

Al nacer la Radio ya existía otro medio de comunicación que era el único y omnipotente dueño de la información “la prensa escrita”, cuando aparece la radio que es un medio que tiene la característica de ser inmediato, relevó rápidamente de sus funciones a las publicaciones escritas, ahora la radio era quien daba la primicia de la noticia y la prensa escrita la encargada de reforzarlas, siendo mucho más minuciosa con los detalles.

La radio era la protagonista, “la reina del hogar” hasta que nació la televisión, que cambió las funciones del medio radiofónico y paso de ser un espectáculo familiar a transformarse en compañía individual de su amigo y amiga oyente. José Ignacio López Vigil en su libro “Manual Urgente para Radialistas Apasionados y Apasionadas” pone un ejemplo de la primera cuña que grabo en una radio campesina, en donde se puede apreciar, la importancia de la radio en la vida de las personas, la cuña decía lo siguiente:

“Se oían ladridos y un locutor preguntaba sobre el mejor amigo del hombre. Una locutora respondía: el perro no.... ¡La Radio!”

En la actualidad se escucha más radio que nunca, solo que este medio de comunicación ha aprendido a subsistir con muchos más, sin quitarle el protagonismo y su función en la sociedad.

La radio como todos los medios de comunicación cumple importantes roles informativos y comunicativos como:

Legitimar<sup>113</sup> la información que se transmite: Los medios de comunicación acreditan a sus actantes<sup>114</sup>, los hace existir. Logra que la gente pueda, verlos, oírlos. Los medios atribuyen importancia, credibilidad, valor a lo que se presenta a través de ellos.

Los medios establecen la realidad: Lo que se dice en los medios de comunicación es lo que existe; lo que no se ha difundido por medio de ellos es ignorado por la sociedad. Es por este motivo que en la actualidad, los actores políticos, pequeñas y grandes empresas buscan protagonismo en los medios de comunicación. Ellos quieren existir, formar parte de la opinión pública. Los medios pueden dar la mejor o la peor fama, depende también de los profesionales que manejan los medios de comunicación y de saber administrarlos de una manera adecuada, con apego a la verdad.

Los medios: radio, prensa y televisión representan a la opinión pública: las personas que manejan los medios de comunicación, en especial los periodistas que salen en las pantallas, que se hacen escuchar por los micrófonos y que realizan publicaciones escritas, tienen la responsabilidad de hablar por el pueblo. Es muy notorio que la gente por sí sola regularmente no es tomada en cuenta por las grandes instituciones del estado, municipios, policía y otros.

La gente llama a los medios, comunica sus inquietudes, opiniones o solicitudes para que a través de ellos se ponga en conocimiento de las autoridades si existe algún problema.

---

<sup>113</sup> Probar o justificar la verdad de algo o la calidad de alguien o algo conforme a las leyes. Tomado de: Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, Vigésima segunda edición.2001

<sup>114</sup> Actante, término originalmente creado por Lucien Tesnière y usado posteriormente por la semiótica para designar al participante (persona, animal o cosa) quien realiza el acto, independientemente de cualquier otra determinación. En línea: <http://es.wikipedia.org/wiki/Actante>

Los medios dan un valor agregado a lo que por ellos se transmite, formando así un periodismo de comunidad.

La radio comunica, hace soñar, volar, vivir. La radio apela a lo sensitivo en especial si se apoya de uno de los elementos más importantes para llegar a toda la gente como el humor y la alegría. La radio a la vez nos habla de nuestro entorno también crea espacios de entretenimiento, una vía de escape de los problemas de la cotidianidad.

También la radio tiene una misión educativa a través de sus formatos entretenidos. La radio puede hacer que el educando se forme al lado de una voz animosa, un amigo divertido que nos transmite conocimientos y contenido “Antes se decía la letra con sangre entra. Un gran disparate. Porque entra con risa, con buen humor”<sup>115</sup>. La tarea informativa y educativa de la radio tiene éxito cuando su contenido es captado por el tercer ojo de los seres humanos “El oído también ve. O mejor expresado, el oído hace ver al ojo interior, a ese que llamamos imaginación”<sup>116</sup>

Es ardua la labor por hacer de la radio un espacio en donde se plasme la naturalidad, un entorno emotivo y funcional, el medio debe mantener enamorados a sus oyentes, entretenidos, informados, con la peculiaridad que en ella lo posible puede hacerse imposible, se puede llegar a donde quiera. El mundo de la radio no tiene límites.

A continuación se puede observar la conversación de un locutor de radio norteamericano muy afamado, en la que él explica a su cliente las razones por las cuales la radio es un poderoso medio de comunicación:

---

<sup>115</sup> José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas**. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 38

<sup>116</sup> *Ibíd.* p. 40

CLIENTE ¿Radio? ¿Por qué habría de hacer publicidad por radio? En la radio no se ve nada.

VENDEDOR Escuche, usted puede hacer cosas por la radio que no podría hacer por televisión.

CLIENTE Cuénteme otra.

VENDEDOR Está bien. Escuche esto. (SE ACLARA LA GARGANTA). ¡Listos todos! Ahora, cuando dé la señal, quiero que la montaña de 200 metros de crema batida rueda dentro del lago Michigan, que ha sido vaciado y llenado de chocolate caliente. A continuación, las Reales Fuerzas Aéreas de Canadá volarán por encima, remolcando una guinda de 10 toneladas, que se dejará caer dentro de la crema batida, entre los vítores de 25,000 extras. ¿Todo preparado?... ¡Adelante, la montaña!

EFEECTO ESTRUENDO DE MONTAÑA Y ZAMBULLIDA.

VENDEDOR ¡Adelante la Fuerza Aérea!

EFEECTO RUGIDO DE MUCHOS AVIONES.

VENDEDOR ¡Adelante la guinda!

EFEECTO SILBIDO DE BOMBA QUE ACABA EN CHAPOTEO DE LA GUINDA AL GOLPEAR LA CREMA BATIDA.

VENDEDOR Está bien... Ahora los vítores de los 25,000 extras...

EFEECTO RUIDO DE MULTITUD. AUMENTE Y CORTA DE REPENTE.

VENDEDOR Y ahora, ¿quiere usted intentar eso en la televisión?

CLIENTE Pues...

VENDEDOR Verá usted, la radio es un medio muy especial porque estira la Imaginación.

CLIENTE ¿Y la televisión no estira la imaginación?

VENDEDOR Hasta veintiuna pulgadas, sí.<sup>117</sup>

---

<sup>117</sup> José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas**. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. Cap. II. Tomado de: Robert McLeish, **Técnicas de Creación y Realización en Radio. Pablo de la Torriente**, La Habana, 1989, pág. 42-43

### 3.1. Breve Historia de la Radio

Como cuenta la historia universal, cuando la humanidad se forjó en la faz de la tierra, la comunicación entre ellos se daba por medio de señales y sonidos precarios emitidos por la voz, luego esos sonidos fueron tomando un significado, servían ya para referirse a cosas, necesidades o personas. Poco a poco los sonidos emitidos por la voz se convirtieron en un procedimiento más complejo y codificado, de esta manera nació el habla, que la conforman un conjunto de códigos lingüístico para nombrar lo que el ser humano quisiera.

“La palabra nos hace hombres y mujeres. Sin ella, no pasaríamos de ser simpáticos primates”<sup>118</sup> La oralidad servía para emitir y transmitir ideas, pensamientos y conocimientos, los cuales eran transmitidos de generación en generación, del padre al hijo. “Esta tradición oral perduró casi el 99% de la historia humana”.<sup>119</sup>

Mientras transcurrió el tiempo, las personas vieron la necesidad de crear otro sistema más complejo en el que no afecte la fragilidad de la mente y no se olviden cosas importantes, más aun si estas exigían recordarlas con exactitud. Por ejemplo la idea nace principalmente de los comerciantes que necesitaban acordarse de cantidades exactas, deudas, etc. Es así como nace la escritura.

En Irak, hace 6000 años nacieron las primeras tabletas de arcilla en forma triangular que servía para asuntos netamente comerciales. Luego los egipcios crearon el papiro y en

---

<sup>118</sup> José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas**. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 44

<sup>119</sup> *Ibíd.* p. 11

ellos se plasmaba mucho mas, se redactaban conocimientos como medicina, astronomía, historia, luego nace el papiro, el pergamino. De esta manera nacen los libros.

Los libros llegaron a ser manipulados por la iglesia debido a los importantes contenidos que en ellos se plasmaba. Poco a poco con la aparición de la imprenta, Johannes Gutenberg hizo incontrolable su difusión, debido a que era mucho más fácil reproducirlos. Con el apareamiento del papel, nace el Periódico y junto con él la libertad de expresión.

Luego la humanidad sintió la necesidad de transmitir información a distancia, de una manera más rápida, con emisión y recepción veloz. De esta manera en 1844 Samuel Morse pone al servicio de las personas el telégrafo, que si bien es cierto no transmitía voz ni escritos, pero se podía transmitir más o menos 15 palabras por minuto a través de ondas electromagnéticas cortas y largas que formaban un código.

Los inventos avanzaron de acuerdo a la necesidad de lograr que sea la voz la que viaje largas distancias y facilite la comunicación. Alexander Graham Bell en 1876 creó el teléfono, invento que revolucionó, debido a que la comunicación era inmediata de ida y vuelta usando como código la voz humana. El teléfono, hasta la actualidad, forma parte esencial en las telecomunicaciones. “El sonido había roto para siempre la esclavitud de la distancia”<sup>120</sup>

El teléfono acortó distancias, ya no era imposible hablar con un pariente que se encontraba en otra población. Entonces surgió la necesidad de poder registrar la voz humana y sonidos. Thomas Alva Edison crea el fonógrafo, en donde se grabo y reprodujo

---

<sup>120</sup> José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas**. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 12

la primera canción. “El sonido había alcanzado la inmortalidad”<sup>121</sup> pero no podía ser compartido debido a que las personas debían acercarse al auricular del fonógrafo para escuchar lo grabado, el sonido debía ser liberado.

Guillermo Marconi en 1895, crea la telegrafía, valiéndose de las ondas hertzianas para transmitir el sonido. Y nació la telegrafía inalámbrica que es la antecesora, la madre de la Radio, que poco a poco fue alargando su longitud de onda, hasta poder transmitir la voz a kilómetros y kilómetros de distancia. La voz no necesitaba más de cables.

En 1906 Reginal Fessenden trabajó más en lo planteado por Marconi, y realizó una transmisión que incluía voz y música a los barcos que navegaban cerca a las costas de Canadá.

Alexander Lee, en 1907, descubre una válvula de electrodos que transforma el sonido en señales eléctricas que transportados por medio de antenas que emitían vibraciones en el aire, estas vibraciones sonoras eran receptadas por una antena que volvía a transformarlas en voz. De esta manera nació la radio.

Iniciaron las transmisiones el 2 de noviembre de 1920, se creó la primera emisora de radio en Pittsburgh Estados Unidos, llamada KDKA. A partir de ese momento el éxito de la radio era rotundo.

La primera emisión radial en Latinoamérica se dio por primera vez el 27 de agosto de 1920 en Buenos Aires, Argentina. La emisión consistía en un programa en donde se

---

<sup>121</sup> Ibíd. p. 14

transmitió la ópera de Richard Wagner, este fue el primer programa de radio que se compartía para todo el público.

“El antiguo receptor de tubos, en aquellos años dorados ocupaba el centro de la casa y convocaba a toda la familia, en torno a ella, tres generaciones se sentaron a escuchar las radionovelas lloronas y las noticias inquietantes, con la radio se cantaba, con la radio se jugaba, con la radio se habían cambiado los horarios del quehacer domestico, ella era la verdadera reina del hogar”<sup>122</sup>

En 1926, John Logie Bair hace un importante invento para las telecomunicaciones, nace la televisión, que desplazó a la radio del centro del hogar y se convirtió en una compañía individual. El locutor ya no se dirigía a varias personas, empezó a dirigirse a su amigo o amiga oyente.

La radio supo sobreponerse al gran riesgo que significaba la televisión, se creó la radio con transistores, ya no hacía falta la conexión eléctrica por cable, se había incluido ya las baterías. Ahora la radio podía trasladarse de un lugar a otro con el oyente, en su bolsillo, en su cartera, en sus manos. Esto permitió que la radio se pueda escuchar mientras las personas realizan sus actividades de la vida cotidiana.

En la actualidad se escucha más radio que nunca, la diferencia es que ahora debe compartir su protagonismo con varios medios de comunicación, como la televisión y el internet. Dejaron de pelear y entre ellos empezaron a coexistir.

La Radio prosperó aun más con la creación de la Frecuencia Modulada (FM) que es una franja de emisión de menor distancia pero de mejor calidad auditiva, finalmente se

---

<sup>122</sup> José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas**. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 18

crearon las Frecuencias Digitales (DAB), en donde se transmite la señal a través de fibra óptica y satélite. Esto permite que la radio esté más cerca del oyente, muchas de ellas con programación de hasta 24 horas.

### **3.1.1 La radio comunitaria en Ecuador y Latinoamérica**

En Latinoamérica, desde los inicios y hasta mediados del siglo XX, los indígenas aun estaban sometidos a la servidumbre y condiciones infrahumanas de vida por parte de los mestizos, al constante atropello de los derechos humanos, a la oscura intención de que los pueblos indígenas permanezcan analfabetos para que no tengan argumentos y no conozcan su verdadero rol en la humanidad. La ignorancia ha sido arma de opresión.

Valientes hombres con pensamiento humanista y deseo de acabar con esta desigualdad emprendieron su lucha por Sur América, creando proyectos principalmente de alfabetización valiéndose de la radio, El carácter de la producción radiofónica tuvo un rol comunitario, educativo, popular.

Importantes ejemplos del nacimiento de la radio como medio de desarrollo humano se puede ver reflejado en Bolivia, quienes dieron el primer paso en el año de 1947 cuando se levanto “La voz del minero”, conformado por un grupo de trabajadores extremadamente pobres, que decidieron conformar un canal para que exista mejor comunicación entre ellos, instauraron el “micrófono abierto” para brindar servicio a las denuncias de la comunidad, hacían sus programas desde diversos puntos en donde se requería ayuda “Así llegaron pronto a operar como “radios del pueblo”. Al término de la década de 1950 habían logrado

formar una red nacional de alrededor de 33 emisoras portadoras de la “vox populi”, algunas de las cuales serían más tarde objeto de violenta represión gubernamental.”<sup>123</sup>

Con el ejemplo de Bolivia, en Sutatenza-Colombia se abrieron las Radioescuelas, en donde a través de la radio se emitían programas educativos, la comunidad los escuchaba con ayuda de una guía, quien les explicaba y les ayudaba en la toma de decisiones y progreso comunitario en materia agropecuaria, cuidados a la salud y erradicar el analfabetismo.

Estos proyectos comunitarios sirvieron como gran incentivo para el precursor de la radio comunitaria en nuestro país, Monseñor Leónidas Proaño, quien luchó por la igualdad, la justicia en las comunidades de la Provincia de Chimborazo.

Cuando Monseñor Leónidas Proaño llegó a la Diócesis de Chimborazo se dio cuenta de que había una gran cantidad de analfabetos y existía extrema despreocupación por su progreso por parte de los gobiernos en general tanto locales como nacionales. Tomando en cuenta el proyecto de Sutatenza, Monseñor viaja a Colombia a conocer las instalaciones de las Radioescuelas, con la finalidad de instalar dos estaciones en la provincia de Chimborazo y a través de ellas erradicar el analfabetismo.

El factor económico al inicio se solventó con la colaboración que pidió la iglesia a las familias pudientes de Chimborazo. En cuanto al aspecto técnico buscó jóvenes egresados de colegios y aficionados de la radio, quienes fueron enviados a Bélgica a perfeccionarse en materia de producción. También se pidió apoyo a técnicos radiofónicos

---

<sup>123</sup> Beltrán Salmón, Luís Ramiro. La Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: Un recuento de medio siglo, Argentina, Buenos Aires, 2005. Pg. 06. En línea:  
<http://www.portalcomunicacion.com/both/temas/lramiro.pdf>

de Suramérica, especialmente chilenos, quienes entrenaron al personal que iba a llevar a cabo el proyecto.

Cuando los indígenas empezaron a alfabetizarse empezó un creciente desarrollo comunitario, que iniciaba con sublevarse y reclamar los derechos que nunca supieron que tenían. Con el éxito de esta experiencia se abrieron otras radios escuelas alrededor del país y se formó ERPE (Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador), fundada también por Monseñor Leonidas Proaño. La reacción de los patronos al ver el surgimiento indígena, reclamaron a Monseñor Leónidas Proaño, diciendo que él les estaba “abriendo los ojos”<sup>124</sup> Ya no se podía seguir explotando a los indígenas como lo habían hecho.

Se logró liberar a la masa oprimida a través de la palabra liberadora como dice Paulo Freire en su libro Pedagogía del oprimido, que también fue guía para los ideales de Monseñor Leonidas Proaño, a la que se añade la liberación psicológica del indígena, que se encuentra aplastado, desvalorizado y de esta manera la liberación total de hombre y mujeres de Chimborazo.

Otro de los ideales implementados en las Radioescuelas de Chimborazo es la palabra que nace de las reales necesidades de la gente, no de lo que el educador considere una necesidad, sino de lo que salga del corazón del pueblo “de esta manera avanza el aprendizaje adquiriendo una conciencia crítica a través de la acción-reflexión-acción”<sup>125</sup>

---

<sup>124</sup>Leonidas Proaño. Campaña Nacional de Alfabetización Monseñor Leónidas Proaño: documentos de trabajo. Quito, Ecuador: Ministerio de Educación y Cultura. p. 9

<sup>125</sup> Ibíd. p.14

Las poblaciones indígenas del Ecuador, debido a la riqueza cultural que poseen, retroalimentan en el proceso a los educandos, como dice Paulo Freire “nos educamos mutuamente”, este proceso se establece en base a la “pregunta”. Mediante el diálogo los educandos impartían chalas magistrales a los indígenas, principalmente lectura y escritura, y las comunidades les enseñaban lecciones de vida y sus conocimientos ancestrales.

Posteriormente a la experiencia de Chimborazo nace la CORAPE (Coordinadora de Radio Popular Educativa Del Ecuador), Radios parlantes como fue en caso de “Cuenta vecinita, cuenta” antes mencionado, AER (Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión). Los proyectos de Radio Comunitaria se han difundido por todo el país, ya han tomado tal importancia que han formando parte de redes internacionales de Radiodifusión comunitaria como: ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica) AMARC (Asociación Mundial de Radios Comunitarias) y otras.

### **3.2 Lenguaje de la Radio:**

El lenguaje de la radio, como todo lenguaje, es aquel que invita a compartir un mensaje utilizando la afamada formula en donde el emisor, transmite un mensaje al perceptor, valiéndose de un código lingüístico y un canal que en este caso sería la Radio.

En el caso de la Radio se usa la oralidad, la palabra hablada como elemento de difusión de locutores que día a día transmiten a sus amigos y amigas oyentes, información, entretenimiento y más.

La palabra se torna familiar cuando se habla de radio. Las palabras deben ser la más sencillas y coloquiales con las cuales los oyentes se van a sentir enganchados, participes de lo que se quiere decir. El oyente es libre de elegir que emisora es la que más le gusta, la fidelidad no es una característica del oyente de radio si este no se siente identificado con el programa.

La magia de la radio consiste en crear imágenes en la mente de las personas con palabras concretas extraídas de la realidad, valiéndose de elementos como la narración y la descripción. El lenguaje de radio es excesivamente descriptivo debido a que la imagen se plasma cuando por medio de la palabra se apela a los sentidos, no solo se habla de un plato de sopa por ejemplo, hablamos de un plato de sopa de fideo humeante, oloroso, hecho por las manos amorosas de la madre en casa.

La combinación de elementos descriptivos como en el ejemplo anterior nos hace imaginar, oler, palpar, ver y hasta sentir amor por la madre. La palabra estimula los sentidos. “Hacer ver a través del oído; ese es el singular desafío del radialista. Si el calor, pone los sentimientos, el color lo pondrá la imaginación. Así son los buenos programas de radio: calientes y coloridos”<sup>126</sup>

LA RADIO es unisensorial, inmediata, fugaz, unidireccional o de diálogo, ordenada, simultanea, caliente.

EL MENSAJE RADIOFÓNICO debe ser claro, conciso, sencillo, atractivo, natural, redundante (no repetitivo) y comprensible para el oído.<sup>127</sup>

---

<sup>126</sup> José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas**. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 42

<sup>127</sup> María Julia González Conde. Comunicación Radiofónica. Editorial Universitas S.A. Madrid, 2008. p. 28

El lenguaje radiofónico es participativo, se basa en valores fundamentales como la sencillez del hablante, el ingenio a través del humor. Cuidando siempre la sintaxis, entonación, ritmo de la lectura o intervención. Se debe combinar cultamente los recursos que la lengua naturalmente ya posee, como: frases celebres, evitar los términos técnicos que le hagan imposible al oyente captar el mensaje, jergas juveniles, evitar frases largas y aburridas (que pierden el sentido principal), incluir expresiones de nuestra región o medio y utilizando un lenguaje que no sea sexista o que excluya a las personas.

En el Manual Urgente para Radialistas Apasionados y Apasionadas, se ha hecho una división del lenguaje radiofónico en referencia a su funcionalidad y a la utilización que se les da las palabras en la vida cotidiana.

**Lenguaje activo:** Son las palabras que la gente usa en su vida diaria. Por ejemplo, dolor de barriga.

**Lenguaje pasivo:** Son las palabras que la gente entiende pero no usa frecuentemente. Por ejemplo, malestar estomacal.

**Lenguaje dominante:** Son las palabras que la gente ni usa ni entiende. Por ejemplo, complicaciones gástricas.<sup>128</sup>

Definitivamente el lenguaje que ayudara a llegar al oyente es el Activo, y el Pasivo previa explicación nos sirve para ampliar el vocabulario y cultura del oyente.

El lenguaje de la radio es sumamente descompilado, el locutor debe hablar como la gente normalmente lo hace.

---

<sup>128</sup> José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas.** Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 71

### 3.2.1 Singularidad de los mensajes radiofónicos

**Mensaje Comprensible:** “Si el oyente no comprende el mensaje, no solo decaerá el interés o atención en la escucha, sino que además será nulo el recuerdo de aquella información”<sup>129</sup>

El mensaje radiofónico es fugaz, es por este motivo que el lenguaje que se utilice al hablar en radio debe ser simple y plasmarse inmediatamente en la mente del oyente. Cuando se escribe para radio hay que procurar que el mensaje sea comprensible, más, para que el locutor o locutora transmita la información, dando el sentido adecuado. Una vez que el mensaje es comprendido el emisor puede explicarlo y simplificarlo a medida que el oyente entienda.

“Debemos hablar **para** la audiencia, **no** a la audiencia”<sup>130</sup>

Es importante crear textos en donde se vea reflejada la forma en la que habla en la realidad. El lenguaje escrito es difícil de interpretarlo y asimilarlo dentro de la comprensión oral. Y para que el mensaje sea claro para el oyente, debemos leerlo e interpretarlo expresándonos de una manera adecuada, con una correcta pronunciación, entonación, modulación.

**Mensaje claro y sencillo:** “Un mensaje radiofónico necesita sencillez, para que el oyente lo interprete y pueda sacar sus propias conclusiones”

---

<sup>129</sup> María Julia González Conde. Comunicación Radiofónica. Editorial Universitas S.A. Madrid, 2008. p. 38

<sup>130</sup> María Julia González Conde. Comunicación Radiofónica. Editorial Universitas S.A. Madrid, 2008. p. 39

La idea principal de emitir un mensaje radiofónico es que el oyente entienda todo lo que se le quiere decir. Para ello se debe usar un lenguaje claro para el oyente, adaptando a su lenguaje a habitual, a sus jergas, a sus refranes populares.

El emisor debe ordenar sus ideas para poder emitir correctamente su discurso, con ideas primarias y secundarias; con sujeto y predicado.

Se debe evitar los tecnicismos “la palabra inflada” que no demuestra más que la falta de la verdadera culturización de la palabra, en la que el lenguaje debe adaptarse al medio al cual nos dirigimos.

Si es inevitable usar un tecnicismo en el discurso, el locutor tiene la obligación de explicar al oyente de la forma más clara que le sea posible el significado de la palabra, y repetirla varias veces hasta que esta quede insertada en la mente del oyente. Este proceso ayuda también para fines educativos, ya que ampliamos el vocabulario y el conocimiento de la persona que nos escucha.

En radio se debe usar: “Frasas cortas y limpias, claras como el agua y la lluvia. O como la poesía de Paul Valery afirmaba con toda razón: Quien piensa claro, habla claro”<sup>131</sup>

**Mensajes concisos:** “Las frases cortas deben predominar en cualquier texto para radio, aunque temporalmente haya que romper el ritmo con una más larga (De extensión que no supere las dos líneas y media)<sup>132</sup> Ser conciso consiste en eliminar de un texto todo lo que no sirve, adorno o expresiones que muchas veces son inútiles y que eliminándolas, no interviendría con la idea principal del texto.

---

<sup>131</sup> José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas.** Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 67

<sup>132</sup> María Julia González Conde. **Comunicación Radiofónica.** Editorial Universitas S.A. Madrid, 2008. p. 40

En radio hay que procurar que las frases escritas en un guión sean cortas. Hay que evitar los incisos explicativos, los paréntesis para dar explicaciones adicionales y las frases “aclaratorias” como **valga la redundancia**, porque, en la radio, de por sí el lenguaje es repetitivo para engancharse en la frágil mente del oyente.

Un poeta Alemán, Rainer María Rilke, escribió así a su amigo “Perdona la extensión de la carta, no tuve tiempo de hacerla más corta”<sup>133</sup>

**Mensaje Interesante:** “El mensaje interesante es el resultado de la suma y combinación de la comprensión, claridad y concisión.”<sup>134</sup>

El oyente pondrá al máximo sus sentidos si el mensaje radiofónico va acompañado con la suma de elementos y el uso adecuado del lenguaje radiofónico, el mensaje debe reflejar la realidad del oyente y hacerle participe a través de sus propias conclusiones y pensamientos.

Otra manera de hacer interesante el mensaje es valerse de un elemento propio de los seres humanos, pero muchas veces en planos formales se lo ha satanizado, el humor. “Esto supone desdoblarme, salir de mí y de mis códigos, para apropiarme del lenguaje y el humor y la manera de ser del público, para repensar toda mi emisión desde la perspectiva de la recepción. Sólo así podré captar el interés del oyente y mantenerlo.”<sup>135</sup>

---

<sup>133</sup> Ibíd. p. 78

<sup>134</sup> María Julia González Conde. Comunicación Radiofónica. Editorial Universitas S.A. Madrid, 2008. p. 40

<sup>135</sup> José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas**. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 58

“La cuestión de los códigos verbales no se agota diciendo que debemos adaptar nuestro código al del destinatario; implica también que, al menos en cierta medida, debemos adoptar el código de la comunidad a la que nos dirigimos”<sup>136</sup>

### 3.2.1. Propiedades del lenguaje radiofónico

**La radio es unisensorial:** La radio se debe al sonido y este es percibido por el oído humano que capta las vibraciones, el cerebro procesa esta información y la decodifica. ¿Cómo sucede? José Ignacio López en su libro “Manual Urgente para Radialistas Apasionados y Apasionadas” nos ilustra el proceso en el cual el sonido llega al cerebro, él describe al oído como “El mejor de los pianos”

“Entramos por el pabellón de la oreja. Para ello, nos deslizamos por un tobogán alucinante, subidas y bajadas de una montaña rusa en miniatura que, por su extraño diseño, nos permite atrapar las ondas sonoras venidas en todas direcciones. Con la última voltereta, caemos en un pasadizo angosto, de 24 milímetros, excavado en la roca viva del hueso temporal. Gateamos, nos abrimos paso entre pelos y montículos de cera dispuestos para no dejar paso a los inoportunos insectos, y llegamos hasta una ventana herméticamente cerrada al final del túnel. Es el tímpano. A lo que más se parece esta membrana, por lo tersa y tensa, es a un cuero de tambor. Y funciona como un tambor. Las ondas rebotan contra el tímpano y lo hacen vibrar, tal como las manos ardientes de un bongosero de carnaval.

¿Qué hay detrás del tímpano? Una palanca. Funciona con tres engranajes: un huesito llamado martillo, el que sigue a éste llamado yunque y un tercero, conocido como estribo. Son los huesos más pequeños de todo el cuerpo humano. Vibra el tímpano y vibran los tres huesitos unidos a él por ligamentos. Si fuera uno solo, si no estuviera articulada la palanca, el oído apenas toleraría vibraciones suaves. Un ruido fuerte podría agujerear la ventana. Con los tres huesitos se consigue un juego de amortiguadores capaz de acomodarse a un susurro romántico o a una sonora bofetada. Además, los tres huesitos funcionan como un

---

<sup>136</sup> Mario Kaplum. **Producción de programas de Radio**. CIESPAL. Quito, 1895. p. 119

preamplificador: del tímpano al estribo, se mantiene la misma frecuencia de sonido, pero su intensidad ha aumentado veinte veces.

Sigamos viaje. Dejemos atrás el oído medio para toparnos con una ventana oval situada al fondo, ya en la profundidad del cráneo. La atravesamos y nos descubrimos en un intrincado laberinto. Hay que atravesarlo sin perderse y nadando. Ahora buceamos en un líquido muy especial, la endolinfa. Al abrir los ojos, quedamos deslumbrados. Ante nosotros, un palacio encantado, lleno de diapasones y cuerdas vibrantes, el salón de música más increíble que jamás se haya soñado. Hemos llegado al santuario del sonido, el caracol del oído. Lo que estamos viendo es como una escalera en espiral cuyos peldaños son innumerables teclas de un piano fantástico. El piano de Mozart tenía apenas 85 teclas, entre blancas y negras. El piano de nuestro oído —el órgano de Corti— tiene 25 mil. Y el teclado no ocupa más de 25 milímetros de longitud.

¿Dónde está el artista que lo sabe tocar? El genio es nada menos que la endolinfa, el líquido que llena las cavidades del caracol. El mecanismo resulta tan sencillo como sorprendente: las vibraciones del aire venidas del exterior llegan al pabellón de la oreja. Éste las recoge con su forma de embudo y las transmite por el conducto auditivo externo hasta la membrana del tímpano. Chocan contra ella y la hacen estremecer, poniendo en movimiento, al mismo tiempo, la cadena de huesitos. Éstos las transmiten a la ventana oval que cierra el oído interno. Cada sacudida conmueve a la endolinfa en el interior y despierta en ella ondas imperceptibles que corren por la rampa de la escalera y van a golpear exactamente una u otra de las 25 mil teclas o células auditivas, precisamente las que deben sonar y no otras.

Veamos el piano por dentro. Todas sus teclas están conectadas por hilos delgadísimos que forman el nervio auditivo. Siguiéndolo, nos internaremos hasta los lóbulos temporales del cerebro. Allí, en una alquimia difícil de imaginar, los impulsos sonoros se convierten en informaciones y sentimientos. Para hacer esta lectura, nuestra computadora cerebral utiliza todas las memorias archivadas en sus inagotables entramados celulares. Desde nuestro nacimiento, incluso antes, desde el vientre materno, el cerebro se ha dedicado a almacenar y clasificar todos los efectos de sonido que llegan a su cabina. En la edad adulta disponemos de una colección superior a todas las emisoras del mundo. Somos capaces de distinguir a la perfección medio millón de señales de audio con distintos significados.

Y así, contrastando y desechando datos, recordando otras experiencias sonoras, el cerebro nos ofrece en milésimas de segundo una imagen mental de la fuente del sonido y una determinada emoción frente a ella. Nos hace vibrar otra membrana, la del alma.”<sup>137</sup>

---

<sup>137</sup> José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas**. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 35

El mensaje radial debe ser claro y llamar la atención del oyente, debido a que este compete con muchos sonidos del entorno donde el oyente está escuchando la radio. Por ejemplo, si una persona está conduciendo su vehículo, escuchará: sonidos de otros autos, sonidos producidos por el tráfico, vendedores ambulantes, la voz de la persona que conversa a su lado. Todos estos elementos producen distracción y la idea de la radio, pese que acompaña al oyente en el que hacer de sus actividades cotidianas, es ser el centro de su atención.

**En la radio existe el valor de lo inmediato e instantáneo:** El medio radiofónico tiene como gran virtud la inmediatez, no hay medio de comunicación que pueda llegar tan rápido a la audiencia, desde el mismo lugar e instante de los hechos.

La labor de la radio es el seguimiento y actualización de la noticia. La radio corre a contratiempo porque todo lo que se transmite en ella debe ser inmediato. La primera noticia, la caliente, se escucha por radio.

**Fugacidad en sus mensajes:** “El mensaje nace y muere en el momento de la edición”<sup>138</sup>

La fugacidad del mensaje radiofónico obliga al locutor a construir mensajes en base a frases breves que aseguren la comprensión. Debido a que las personas escuchan el

---

<sup>138</sup> María Julia González Conde. **Comunicación Radiofónica**. Editorial Universitas S.A. Madrid, 2008. p. 25

mensaje y en seguida deben asimilar el resto de información y la radio no cuenta con un respaldo de sus contenidos a donde el oyente pueda recurrir si no recuerda algo.

El oyente extrae lo que a su mente le pareció atractivo e interesante y esto hace que lo retenga en su mente. El hablante puede valerse de los recursos del lenguaje para que el mensaje sea más comprensible como símiles y metáforas, refranes, frases cortas, las palabras en radio deben ser sencillas y el oyente debe entenderlas fácilmente, los tecnicismos inexplicados no llegan a la mente y en un caso mucho peor desvían al oyente de la atención del resto del programa por tratar de decodificar esa palabra extraña.

**La radio es un medio caliente:** La radio es un nexo netamente con lo emotivo, con lo sensorial, lo que se escucha en radio debe llenar nuestra mente, nuestros sentimientos.

La voz del locutor debe transportarle a una atmósfera emotiva. “La calidez no viene tanto por las palabras dadas, sino por la manera de decir las”<sup>139</sup> Alegrar la vida de la gente es una de las misiones encomendadas a la radio, la gente a través del radio busca un escape a la cotidianidad viviendo en ella y eso se logra con un tono coloquial que cree un sentimiento de afecto.

La radio es sensual, atractiva, enamora a todos. Para dar temperatura al mensaje, se juega con las tonalidades y la emotividad de la voz.”El calor da el oído”<sup>140</sup>, el oído genera sentimientos.

---

<sup>139</sup> José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas.** Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. Cap. 37

<sup>140</sup> José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas.** Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 37.

**La radio es un medio íntimo:** La intimidad es la misión otorga a la radio desde el apareamiento de la televisión pero también le otorgó la misión más hermosa que es la compañía individual.

La radio tiene la finalidad de hablar al oído a su amigo y amiga oyente, crear una conversación íntima entre los dos, en donde exista un sentimiento compañía, de complicidad entre locutor y oyente.

### **3.3 Redactar para radio**

Cuando se redacta para radio, se debe usar un lenguaje coloquial, que es el mismo que se en la vida cotidiana. A diferencia que el redactor no tiene que hablar para multitudes, debe escribir exclusivamente para un solo oyente, hacer una conversación íntima. El secreto del mensaje radiofónico está en que el oyente se sienta único destinatario del mensaje y visualice las palabras que el locutor emite a través de su voz, con la ayuda del guión radiofónico.

Cuando redacte para radio “escriba escuchándose”, dice Mario Kaplum. Se debe plasmar en escrito un texto que está destinado a llegar al oyente a través de la oralidad, tomando en cuenta también las fallas naturales que posee el lenguaje hablado. Eso le hará sentir al oyente parte de diálogo, familiarizándolo con el narrador, no lo verá como un ser extrañamente perfecto, sino más bien como su igual, un amigo con el cual comparte sus actividades, que le cuenta, le entretiene.

Para saber que un texto escrito está correctamente redactado para radio debe ser leído en voz alta, y si el texto resulta altamente académico o monótono simplemente no sirve. Hay que tratar de que las frases sean cortas, sin rodeos, utilizando un lenguaje directo, que no disperse la atención del oyente de lo que realmente se quiere decir.

El lenguaje oral al igual que el escrito posee signos de puntuación, respeta las reglas de la construcción gramatical. Por ese motivo cuando se redacta para radio se debe usar signos como: comas, puntos, admiración, interrogación, punto y coma, etc. correctamente para que estos den el ritmo apropiado a la narración. Al escuchar en voz alta el texto, el sentido del oído naturalmente según nuestro diálogo nos dirá en donde deben ir los signos de puntuación.

“En radio se debe usar una puntuación gramatical. Propia del lenguaje escrito, pero también otra fonética o prosódica”<sup>141</sup>; por ejemplo a veces se debe hacer excepciones y así descuadre con las reglas del lenguaje escrito, se debe poner una coma en donde se haga pausa en el lenguaje hablado. Cuando se lee en radio, una coma equivale al tiempo de un aplauso; un punto seguido a dos aplausos y un punto aparte a tres aplausos. Se esta manera el locutor no confundirá el sentido de las frases.

“Si está escribiendo un diálogo, oiga hablar a los distintos personajes. Capte los sabrosos matices del hablar popular, reproduzcalos. Hágase un fino observador del habla corriente. Procure que el diálogo suene natural, autentico. Ensaye hasta lograrlo. Eso es ser guionista de radio”<sup>142</sup>

---

<sup>141</sup> Mario Kaplum. **Producción de programas de Radio**. CIESPAL. Quito, 1985. p. 330

<sup>142</sup> Mario Kaplum. **Producción de programas de Radio**. CIESPAL. Quito, 1895. p. 329

Otro truco de escribir para radio está en el uso de las preguntas, “Si antes de haber una afirmación, se plantea una serie de preguntas, el oyente usara mejor el razonamiento; comprender qué es lo que está buscando usted, acompañarlo en su búsqueda”<sup>143</sup>.

Las preguntas son una manera eficaz de llegar a oyente, es una forma de interactuar directamente con él, debido a que el diálogo debe ser participativo. La única manera que el oyente acompañe en el transcurso del programa es que él resuelva sus dudas a medida que transcurre la transmisión y que de esa manera pueda obtener sus propias conclusiones y aprendizaje.

También hay que procurar que el lenguaje sea reiterativo debido a la fugacidad del mensaje radiofónico se debe calar en la mente del oyente, esto ayuda también a la mejor comprensión de los temas tratados.

“El El lenguaje es la herramienta con la que cuenta el periodista para llamar la atención del receptor, mostrarle el mensaje, entenderlo y conseguir que llegue hasta el final del relato. No basta con contar cosas. Esto siempre ha sucedido y sucede en todas las sociedades. Se trata de contar los hechos de manera diferente, como lo hace el común de la gente o el específico de los poetas.”<sup>144</sup>

### **3.3.1. El guión**

El guión radiofónico es denominado “un producto de operación imaginativa de creación”. Es un instrumento donde se plasma ordenadamente las ideas que se quiere comunicar en radio, es una guía en donde se sabe exactamente, el momento de las

---

<sup>143</sup> Ibíd. p. 332

<sup>144</sup> María Julia González Conde. **Comunicación Radiofónica**. Editorial Universitas S.A. Madrid, 2008. p. 38

intervenciones de todos los elementos que componen el lenguaje radiofónico: música, efectos, voz y el silencio.

El guión es la pieza clave para que todos los que realizan la producción radiofónica (locutores y técnicos) puedan trabajar en conjunto y sacar un programa ordenado y sin baches, que es uno de los grandes problemas que enfrentan los programas en vivo debido a que no existe una previa planificación.

El guión es el soporte literario de un mensaje que se va a emitir. Un esquema diferente en cada ocasión, que debe cumplir una serie de normas básicas

\*La traducción fiel de lo que se quiere decir

\*La facilidad interpretativa para todas aquellas personas que participan e intervienen en el proceso de elaboración, producción, realización y emisión.

\*La operatividad y flexibilidad en su manejo.<sup>145</sup>

La escritura del guión “depende del formato que se vaya a utilizar. El guión (o libreto, si escribes todo el texto) se define a partir del tipo de programa que se va producir. No es lo mismo un guión para una radio revista que para un noticiero, nada tiene que ver el guión de una cuña que el de una radionovela.”<sup>146</sup>

### **3.3.2. Desarrollo de un guión**

El desarrollo de un guión posee un esquema previo, el mismo cuenta con 3 pasos básicos para su realización.

---

<sup>145</sup> María Julia González Conde. **Comunicación Radiofónica**. Editorial Universitas S.A. Madrid, 2008. p. 132

<sup>146</sup> Radialistas Apasionados y Apasionadas. **¿Cómo hago un guión de radio?** 2010. Extraído de: <http://www.radialistas.net/clip.php?id=1400355>

**Documentar la información:** Para tratar un tema en radio se debe investigar el tema planteado, estudiarlo, leerlo, analizarlo. Con la información obtenida al igual que una investigación, el narrador debe recopilar la información para tenerla de respaldo.

Se debe reforzar la información con testimonios, ejemplos, citas, ilustraciones. La mejor información está situada en la vida real y las mejores historias de igual manera, así que si se desea contar algo que va a ser de interés común, seguramente el tema saldrá el mismo entorno en el que se desenvuelven las personas que posteriormente escucharán el programa de radio.

Estos elementos sumados a la investigación formal dará la sinopsis para el guión. A esta información habrá que dividirlo posteriormente en secciones en las cuales se va a dosificar el tema o varios temas, a través de los diversos géneros y formatos.

**Seleccionar y dosificar los contenidos:** Una vez recopilada la información se debe crear como en todo texto una idea principal, en torno a la cual girará toda la propuesta del guión radiofónico.

El mensaje central es aquello que se quiere comunicar. Mario Kaplún la llama “leitmotiv, la imagen generadora de la emisión”. Esta idea será la columna vertebral del guión. Hay que tomar en cuenta que en radio no hay que abombar al oyente de información porque este terminaría desviando su atención al no comprender el mensaje central.

Es necesario en base al tema central, subrayar subtemas de interés, que no salgan de la línea de la idea central, más bien que nos amplíe el tema. Estos temas, acotan redundan y de esa manera la idea central será entendida de mejor manera por el perceptor.

**Elaborar el esquema del guión:** Para elaborar la estructura de un guión se debe tomar en cuenta las partes estructurales del mismo. Según María Julia González<sup>147</sup>, el siguiente esquema ayuda a trabajar mejor el guión:

**Tema:** Contenido principal que se desarrollará en el guión

**Espacio:** Tiempo en el que se va a desarrollar el tema

**Personaje:** Quienes serán los protagonistas que interpretarán la historia o conversación (por ejemplo los personajes de un guión dramático, o los locutores en una entrega noticiosas)

**Diálogo:** Las palabras que pronunciarán los personajes, narradores y locutores que manejan el hilo de la historia. Y se dirigen al oyente para hacerle participar en el momento radiofónico.

**La música:** Conjunto de acompañamientos musicales que se utilizarán para darle sentido a la historia, fondos, ráfagas, compases, acordes. La música crea ambiente y situaciones

**Efectos:** Sonidos naturales que van sonando en el transcurso de la historia para hacerla más creíble y realista.

**Pausas:** Instantes de silencio que imprimen carácter en las interpretaciones.

---

<sup>147</sup> María Julia González Conde. **Comunicación Radiofónica**. Editorial Universitas S.A. Madrid, 2008. p. 133

**Ordenes y señales técnicas:** Deben ser detalladas en el guión con la finalidad que los técnicos sepan qué hacer con las distintas referencias o recursos sonoros, dispuestos a satisfacer la imagen radiofónica que queremos transmitir.

El guión posee los contenidos que el locutor debe desarrollar mediante la palabra, pero también da direcciones técnicas al equipo de producción, en el guión se plasman instrucciones claras y concisas, valiéndose de una franja horaria que especifica en qué momento el técnico puede usar las distintas fuentes o soportes, como por ejemplo la música, cuñas, efectos de sonido; usándolas en el momento adecuado según la construcción del guión.

De la claridad del guión depende que sea una producción continua, sin baches o silencio innecesarios. Es importante señalar en donde el técnico va a encontrar los soportes antes mencionados.

Para que las órdenes sean claras se recomienda escribir el guión en una cara del papel, a doble espacio, diferenciando las órdenes y el bloque de lo que hablará el locutor como contenido. Siguiendo la siguiente recomendación se puede diferenciar de una manera más clara.

Los nombres de los locutores o control deben ponerse en mayúsculas y al lado izquierdo. Cuando se trata de una inserción musical por ejemplo la palabra CONTROL debe ir en mayúsculas al lado izquierdo y la indicación al lado derecho subrayado y también en mayúsculas.

CONTROL CORTINA MUSICAL “CARNAVALITO”, DESDEPUES  
DE LA PRIMERA FRASE PASA A SEGUNDO PLANO Y  
ACOPAÑA EN LA LOCUCION.

Se debe colocar entre paréntesis las instrucciones del tono de voz o la manera en la cual el locutor deberá interpretar la lectura. (FELIZ) (LLORANDO) (BROMEANDO) (PENSANDO), etc.

Hay que tener en cuenta que el sonido en radio precede a la palabra, se debe especificar al control en qué momento debe incluirse el efecto o cortina musical. Si por ejemplo se escucha el sonido de una puerta que se cierra violentamente, el narrador no debe reiterar con su voz y contar que la puerta se ha cerrado violentamente, el sonido es suficiente, también es un elemento descriptivo y el oído humano lo decodifica inmediatamente.

Se debe indicar en qué momento aparece el sonido o música y en que plano se desarrollará de igual manera a qué momento se hará fundidos.

Para facilitar la comprensión del guión, se debe numerar cada plana usando solamente la carilla anterior de la hoja. Cada plana debe terminar en un párrafo completo, para poder terminar la idea y al seguir el texto en la próxima pagina.<sup>148</sup>.

La portada del guión debe contener los siguientes datos del programa: Emisora, Nombre del programa, Número de programa, Productor o guionista y, en el caso de ser un dramático, Nombre de los locutores y personajes que intervendrán, Fecha de transmisión<sup>149</sup>

---

<sup>148</sup> ANEXO 2: Guión de Radio del Documental “INEPE, una experiencia educativa”, realizado por Jonathan Ortega y Katherine Verdugo. 2010

### 3.4. La locución

Locutor es la persona que conduce un programa de radio, es quien anima y maneja al público durante todo el contenido que se va a desarrollar. Varios autores ponen como ejemplo que un locutor sería el chofer de un ómnibus, tomando el caso del formato de la radio revista al cual lo llaman de esa manera porque abarca todos los géneros y formatos. El locutor es la persona que guía al oyente en el camino del ómnibus, les da la bienvenida, introduce, nos dirige a los segmentos, opina y nos invita a escuchar el siguiente programa.

“El término locutor es el nombre que recibe aquella persona que se dedica a la presentación y anuncio de personas, situaciones, publicidades, eventos en medios masivos como la radio, la televisión o incluso en espectáculos públicos... Una de las características más notables de un locutor es el uso de un registro de voz muy particular, con excelente dicción, tonos graves y mucha facilidad para remarcar, acentuar o hacer llamativas cada palabra de un modo diferente.”<sup>150</sup>

Los trabajadores del oficio de la palabra tienen la finalidad de hablar al oído a su oyente y realizar una conversación íntima con él, llegar a sus sentidos con calidez, confianza. EL oyente debe crear un vínculo afectivo con el locutor y esto se logra si el oyente forma parte del programa y se siente identificado con quien le habla al igual que un amigo.

Para que el locutor logre ser amigo del oyente debe ser espontáneo, carismático, saber transmitir sentimientos. En el medio radial, hay muchos comunicadores que mantienen poses frente al micrófono y las cámaras, con aparente seriedad y rectitud, con palabras lineales, este cuadro es muy alejado a la realidad del hablante en la cotidianidad.

---

<sup>149</sup> ANEXO: Documental Radiofónico “INEPE, una experiencia educativa”, realizado por Jonathan Ortega y Katherine Verdugo. 2010

<sup>150</sup> Cecilia Bombibre. Definición ABC. **Comunicación: Definición de un locutor**. Recuperado de: <http://www.definicionabc.com/comunicacion/locutor.php>

Esto se atribuye a que estas personas sienten temor a hacer el ridículo. La radio no exige máscaras, exige verdades, realidades.

El locutor debe seducir a la gente, mantenerle enganchado al programa, haciendo preguntas, creando dudas que apelen a su capacidad creativa, a sus sentidos. Hacer radio es sentir lo que se dice, compartir lo que se siente, hacer vivir a los demás.

“Usted puede tener buena voz, buenas iniciativas, saber técnica y haber hecho cinco años de periodismo en la universidad. Pero si no siente algo por dentro, si no se mete en la magia del medio, si no disfruta el programa, nunca llegara a ser un buen radialista. Será un trabajador de radio mas no un comunicador o comunicadora. Porque hablar “bien” no comunica”<sup>151</sup>

Lo que necesita un comunicador de radio es cultivar un estilo propio que se identifique con el oyente para que llegue el mensaje claro.

Se debe evitar usar tecnicismos, palabras sumamente complejas como el nombre científico de las cosas, porque el oyente no va a captar el mensaje. Según José Ignacio López, la verdadera cultura comienza con utilizar el lenguaje apropiado de acuerdo al público al que el hablante se dirige, y si en un caso es necesario usarlo, se debe desmenuzar el significado para que el oyente entienda lo que se quiere decir.

Hay que hablar con elocuencia, dar sentido a lo que se dice a través de los signos de puntuación, se debe ser creativo para aprender a utilizar todos los recursos de la lengua, que son propios del entorno y que forman parte de la gente que escucha el programa. El locutor debe apropiarse del lenguaje cotidiano de la gente.

---

<sup>151</sup> José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas**. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 46

Se debe usar regionalismos, por que los locutores y oyentes perteneces a un mismo entorno, esos regionalismos se encuentran en el vocabulario coloquial, lo que se debe procurar es que los regionalismos no pasen al vulgarismo, la exageración tampoco es buen elemento para llegar al oyente. Por ejemplo en Quito se puede hablar de los panas, de expresar frio con achachay y otros.

Otro importante elemento es evitar decir tanta lata al hablar, se debe ir al punto, a lo que se quiere decir, no darnos vueltas para llegar a un mismo punto porque eso dispersa la atención del oyente al discurso puede tornarse confuso y aburrido.

Es útil servirse de recursos que ayuden al oyente a interiorizar lo que se quiere decir, valiéndose de elementos como, la descripción y la comparación (símiles y metáforas, que son elementos del lenguaje que sirven para comparar. Ejemplo: Si se quiere hablar de que los labios son color carmín, se pude hablar de que los labios son rojos como una rosa fresca.)

Los refranes son frases que encierran la sabiduría popular de los pueblos y se han transmitido de generación en generación, nos invitan a la reflexión, ya que el perceptor tiene que decodificar el significado para entenderlo, este elemento darán más fuerza a la narración. Por ejemplo: “Ojos que no ven, corazón que no siente”. Este refrán quiere decir que mientras la persona afectada no se entere de la traición o la mala acción de la persona amada, no va a sufrir porque es como si no hubiera pasado.

Los locutores y locutoras deben tener mucho cuidado con masculinizar la palabra, este es un mal que forma parte de la lengua española, sea inclusivo, refiérase a su audiencia

como “amigos o amigas”; “compañeros, compañeras”; “niños y niñas”. No use frases como La Ex Presidente Rosalía Arteaga, lo correcto sería Presidenta.

El locutor debe ser una persona involucrada con la comunidad, que conoce lo que les gusta, lo que les hace falta, y todos estos elementos los comunica a través de la radio. El locutor es la voz de sus oyentes. Tiene el compromiso de informar, educar y entretener, a la audiencia, sabiendo adoptar la postura ideal para lograr transmitir a través de cada uno de ellos.

#### **3.4.1. Respiración y Dicción**

La correcta respiración es un elemento fundamental en la locución puesto que de ella depende la emisión de la voz, la claridad del mensaje de principio a fin. Cuando el diálogo es prolongado es común que el locutor se quede sin aire, y quitar fuerza a las palabras que cierran las frases. Este problema común, no puede pasar en un medio de comunicación, menos en radio, debido a que los micrófonos amplifican los sonidos, el oyente percibirá fácilmente si usted está ahogado.

El problema se debe a que las personas realizan una respiración corta, natural, en la que el aire ingresa solo a la cavidad torácica, que es un espacio reducido, y seguramente el hablante se quedará sin aire en la mitad de una frase larga.

En la locución se debe usar una respiración mucho más completa, con la cual nuestro cuerpo pueda almacenar la mayor cantidad de aire en nuestro interior. Esta respiración se llama diafragmática que consiste en acumular aire en la zona abdominal,

dilatando las costillas, el aire contenido se va soltando de a poco con la ayuda del diafragma.

El locutor debe hacer ejercicios respiratorios para manejar correctamente este modo de respiración, aspirando aire por la nariz, mas no por la boca abierta porque produce ruido en el micrófono. Se debe aprovechar las pausas y los signos de puntuación que son silencios naturales y es ahí donde se toma aire para continuar.

La posición del cuerpo es otro factor que beneficia a la respiración, estar correctamente sentado, con la espalda recta ayuda a que se extienda nuestro abdomen y cavidad torácica. La posición de pie ayuda a que la voz salga más nítida, de igual manera ayuda a mejorar la expresión. Hay que tener mucho cuidado de que el exceso de expresión puede hacer del discurso radiofónico una oratoria y eso se debe evitar.<sup>152</sup>

“En la lectura, las respiraciones deben ser constates y breves, que nos permitan crear matices y otros registros, y den firmeza y rigor a nuestras palabras, evitándose además con ello la eclosión de ruidos respiratorios al vaciar nuestros pulmones de forma precipitada o prolongada (como reteniendo la salida del aire)”<sup>153</sup>

### **3.4.2. Vocalización y articulación**

Vocalización es el arte de pronunciar correctamente las palabras, sin exageraciones, los fonemas deben ser modulados y pronunciados de la manera en la que comúnmente se habla “Hay que hablar bien pero sin que se note”<sup>154</sup>, para no caer en una grandilocuencia.

Para ello hay que procurar lo siguiente:

---

<sup>152</sup> Mario Kaplum. **Producción de programas de Radio**. CIESPAL. Quito, 1895. p. 461-462

<sup>153</sup> María Julia González Conde. **Comunicación Radiofónica**. Editorial Universitas S.A. Madrid, 2008. p. 55

<sup>154</sup> Iván Tubau. **Periodismo Oral**. p. 47. Tomado de: María Julia González Conde. **Comunicación Radiofónica**. Editorial Universitas S.A. Madrid, 2008. p. 55

Vocalizar: significa articular adecuadamente las vocales

Articulación: Pronunciar de manera clara las consonantes

### 3.4.3. Velocidad y Ritmo

La velocidad con la cual el locutor transmite el lenguaje radiofónico es un eje importante para que el oyente comprenda con claridad lo que se quiere decir. Si el locutor habla con la velocidad adecuada, dará tiempo para vocalizar, articular, respirar, etc.

Con una debida velocidad se obtendrá el ritmo adecuado de la lectura. El ritmo debe ser continuo, se debe evitar titubeos porque denota inseguridad en el hablante y si se quiere transmitir un mensaje claro y que llegue a interiorizarse en el oyente, el locutor debe dominar el tema, la lectura, entender y hacer entender lo que está diciendo.

Si se acelera el ritmo de la lectura con la finalidad de dar más información al oyente, están logrando lo contrario. Cada frase, cada párrafo necesita tiempo para ser interpretado correctamente, así que tómese su tiempo, “Más vale una ciruela dulce que un canasto insípido, lo que hay que ganar no es tiempo, sino la imaginación del oyente”<sup>155</sup>

La narración no debe ser ambigua ni morosa, porque el discurso radiofónico se tornará aburrido y sin vida. El parámetro recomendado para la lectura por la BBC es de 160 palabras por minuto, otros autores proponen de 175 a 200 palabras por minuto de acuerdo al género o formato que se desarrolle.

---

<sup>155</sup> José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas**. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 79.

Arturo Merayo en su libro “Para entender la radio”<sup>156</sup> realiza un estudio en el que se mide la velocidad al contar noticias en varias emisoras españolas, y de las que se derivan las siguientes conclusiones:

- La velocidad media de los programas informativos analizados oscila entre 180 a 230 palabras por minuto.
- Existe diferencia entre las emisoras: La velocidad y el ritmo más lento lo tiene la Cadena Ser (170-190 palabras/minuto); las emisoras que suenan más rápido son Cope y RNE (210-230 palabras/minuto)
- La velocidad aumenta en los titulares en donde la velocidad oscila entre 210 y 240 palabras por minuto.
- En informaciones deportivas la velocidad se eleva a 250 palabras/minuto

El ritmo adecuado más una correcta entonación harán de una locución seductora, provocarán melodía para el oído del oyente y logrará transmitir sentimientos en el.

#### **3.4.4. Entonación**

La entonación consiste en modular nuestra voz de acuerdo a los matices expresivos que se desee transmitir. “Cada grupo fonético, separado por pausas, actúa a modo de unidades melódicas con sentido y significado de sí mismas y que calificaran como el movimiento espontáneo y emotivo de nuestra voz, en función de una expresividad voluntaria y consciente.”<sup>157</sup>

La entonación debe ser similar al habla coloquial, si se quiere interpretar una situación atemorizante, feliz, triste, se debe entonar la frase como cuando realmente

---

<sup>156</sup> Arturo Merayo. **Parar entender la radio**, pág. 114. Tomado de: María Julia González Conde. **Comunicación Radiofónica**. Editorial Universitas S.A. Madrid, 2008. p. 59

<sup>157</sup> María Julia González Conde. **Comunicación Radiofónica**. Editorial Universitas S.A. Madrid, 2008. p. 60

estamos atemorizados o algo nos produce felicidad.“La entonación es la curva melódica que nuestra voz describe al decir una frase. Al hablar, nuestra voz sube y baja, emite intensidades ascendentes y descendentes, dando expresión sensible a las palabras, imprimiéndoles significación, valorándolas”<sup>158</sup>

El siguiente cuadro es una pauta para modular las curvas de entonación de acuerdo al tipo de oración que utilicemos.

	Entonación	Tono	Oraciones
Cadencia	Descendente	Bajo/ Grave	Enunciativas
Anticadencia	Ascendente	Alto/ Agudo	Interrogativas, Explicativas
Suspensión	Neutra	Mantenido	Frases inacabadas, series numéricas, palabras, dudas <sup>159</sup>

Elaborado por: Katherine Verdugo

Fuente: María Julia González Conde. **Comunicación Radiofónica**. Editorial Universitas S.A. Madrid, 2008. p. 61

### 3.4.5. Naturalidad

La esencia de la radio está en saber que no se habla a una multitud, a la audiencia en general, se individualiza el discurso, el locutor habla al oído de su amigo o amiga oyente, que equivale a un amigo o amiga que nos escucha en la cotidianidad de la vida y a quien se quiere contar las novedades, hacerle reír un rato, entre otros,

<sup>158</sup> Mario Kaplum. **Producción de programas de Radio**. CIESPAL. Quito, 1895. p. 468-469

<sup>159</sup> María Julia González Conde. **Comunicación Radiofónica**. Editorial Universitas S.A. Madrid, 2008. p. 61

En radio no se debe hacer notar cuando se lee, el discurso debe ser coloquial, sencillo, utilizando palabras que todos puedan entender. Mientras más naturales sea el locutor, el oyente se va a sentir más identificado con quien le habla, creando un vínculo amistoso, sentimental.

#### **3.4.6. Las voces de la radio: Palabra, música, sonidos, silencio.**

“El sentido no es lo mismo que la suma de significados de cada una de la palabra o signos de un mensaje. Es más bien un efecto global, un resultado del funcionamiento de todos los elementos que intervienen en el hecho comunicativo”<sup>160</sup>

**Palabra:** “Un idioma es un código, un sistema de signos convencionales que materializan los pensamientos y emociones, que traduce las ideas elaboradas en el cerebro a través de las cuerdas vocales, en señales audibles para que otro ser vivo pueda recibirlas y decodificarlas”<sup>161</sup> Esa es la palabra.

La palabra es el elemento que humaniza, que distingue a los seres humanos de otros seres vivos en el mundo. La palabra surge de la necesidad urgente de comunicar los pensamientos y sentimientos, para nombrar las cosas, para organizarse. Gracias a la palabra la humanidad ha tenido un gran avance y desarrollo, todas las actividades que realiza el ser humano, en especial si se trabaja en conjunto tiene de por medio la comunicación.

---

<sup>160</sup> Mata, María Cristina y Scarafia, Silvia. **Lo que dicen las radios**. ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica). Quito, 1993. p. 23

<sup>161</sup> José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas**. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 50

La palabra a través de la voz nos sirve para informar, explicar, nominar o simplemente conversar, intercambiar ideas. El buen uso de las palabras despiertan el tercer ojo del ser humano que es la imaginación, “De las voces del lenguaje radiofónico, la palabra se dirige a la razón del oyente, es la generadora de ideas”<sup>162</sup>

**Sonidos:** El sonido se remonta al origen del universo, a todo lo que existe, lo que se mueve, los elementos como el agua, el viento, el aire, el fuego. El mundo permanecía mudo, hasta que nacieron los animales y en ellos se desarrollo el aparato auditivo, el oído da vida al sonido.

Los animales y seres humanos posteriormente decodificaban el sonido y le otorgaban un significado. Si escuchaban un estruendo en la montaña asumían que iba a erupcionar. Si el viento soplaba ferozmente quería decir que una tormenta se avecina. Y hasta hoy en día los seres humanos captan estos sonidos de la naturaleza y este individualmente transmite un significado al cerebro humano.

Ahora los sonidos han aumentado; se escucha la bulla de autos caminando lento y un bullicio provocado por los pitos y gente gritando. Cuando el cerebro capta estas señales fácilmente sabe que se habla de tráfico.

Se esta manera en radio el sonido sirve para ambientar situaciones, tiene lenguaje propio debido a que nos remite a cosas específicas. Por ejemplo, si en el lenguaje radiofónico se quiere desarrollar una escena en el trafico, con los elementos anteriormente

---

<sup>162</sup> José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas**. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 60.

mencionados bastaría para darse cuenta, sin hacer falta que el locutor lo reitere con la palabra.

**Música:** Al igual que el sonido la música viene de la naturaleza, de la armonía de un conjunto de sonidos como el trinar de las aves. Las veces usan sus cantos para enamorar a sus parejas, los lobos aúllan cuando se acerca la noche, los delfines emiten ruidos para ubicarse entre ellos y los seres humanos hacen música para expresar sus sentimientos.

“El lenguaje musical crea un clima emotivo, calienta el corazón. La música habla prioritariamente a los sentimientos del oyente”<sup>163</sup>

La letra de la música en conjunto con los sonidos emitidos por los instrumentos generan un mensaje propio, pero a la vez la música puede ser usada como ambientación, puede decirnos en donde se encuentra desarrollado el relato radiofónico. Si se quiere ambientar el guión radiofónico en China pues se utilizará música típica del lugar, al igual que si se habla de los Andes se utilizará como fondo musical “El cóndor pasa”.

**Silencio:** En radio saber utilizar los silencios y las pausas es fundamental. El silencio sirve para dar sentido a la oración a través de los signos de puntuación o para expresar emociones. Los objetivos del silencio son:

- Llamar la atención del oyente
- Informar o dar a conocer un producto, servicio, idea o institución.
- Influir en su consumo (refuerzo argumental)

---

<sup>163</sup> José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas.** Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 61

- Procurar un mantenimiento o cambio de actitud respecto a su uso<sup>164</sup>

Si se usan los silencios se debe hacerlo correctamente para que estos marquen claramente sus intenciones, los silencios deben ser sutiles. Hay que distinguir entre el silencio como recurso y los baches, que no es más que un silencio inesperado producido por una falla en el programa, equivale a la pantalla en negro si se habla de tv.

Si se usa muchas pausas en un discurso, da la impresión que se está vacilando al hablar y el mensaje no llega con convicción al oyente. En caso de ser una pausa intencional, esta debe ser apoyada con música de fondo o efectos en tercer plano.

#### **3.4.7. ¿Cómo se debe hablar en el micrófono? y ¿Qué se debe evitar?**

1. El locutor adoptará una postura correcta, con la espalda recta para efectuar una buena respiración cuando esté frente al micrófono
2. Debe estar sereno, sin tensión, sin nervios debido a que esos factores aumentan el ritmo respiratorio.
3. Mantener una distancia de aproximadamente 20 cm al micrófono, se puede utilizar también la cuarta de la mano como medida. Esto puede variar según la cualidad de la voz de la persona, si es una voz muy fuerte se debe alejar aun más del micrófono, pasa lo contrario con las voces suaves y débiles, el locutor deberá acercarse aun más.
4. Es importante realizar una prueba de cabina para que los técnicos y locutores sepan todos estos pormenores y el sonido se escuche parejo.

---

<sup>164</sup> María Julia González Conde. **Comunicación Radiofónica**. Editorial Universitas S.A. Madrid, 2008. p. 45

5. Evitar que los labios, el tragar saliva, la respiración, el cambio de páginas, hagan un sonidos durante la grabación debido a que el micrófono amplifica cualquier ruido y dispersará la atención del oyente o se escuchará molesto al momento de la reproducción.
6. Es importante que el locutor interprete el guión utilizando la expresión y la gesticulación necesaria para transmitir el mensaje de la manera adecuada.
7. El locutor debe pronunciar las palabras vocalizando y articulando, disimulando la lectura.
8. Evitar titubear por que denota inseguridad. Ni corregir excusándose tanto si sucede un fallo insignificante. “En radio y en todos los medios de comunicación se pide disculpas con naturalidad. La explicaciones no se explican ni se justifican, ni se tribuyen a nadie concreto.”<sup>165</sup>
9. El tema a tratar debe ser perfectamente dominado por el locutor, una muestra de desconocimiento son el uso exceso de muletillas, adjetivos y adverbios terminados en mente.
10. Evitar hacer muchas referencias del locutor como ejemplo y experiencia personal.
11. Evitar un tono muy parejo y aburrido en la lectura. También se debe evitar el exceso de expresividad.
12. El locutor no debe forzar su voz, debido a que al transcurso del programa retomará su naturalidad. La voz más que sonar bonito debe transmitir emociones.

---

<sup>165</sup> María del Carmen Gascón Baquero. **La radio en la educación no formal**. Ediciones CEAC. Perú. 1991. p. 21.

13. Hay que evitar realizar movimientos bruscos o constantes mientras se habla frente al micrófono
14. “Al hablar, hay que hablarle al micrófono y no al papel. Si se mira frontalmente al libreto la voz se tornará opaca y perderá presencia, pues el papel absorbe los matices brillantes de la voz. Por ese motivo se debe mantener el libreto verticalmente, frente a la cara. O, mejor aún, cuando se transmite de pie, tenerlo sobre un atril, o a un lado del micrófono.”<sup>166</sup>
15. Si el programa de radio es, por ejemplo, una radio revista de larga duración, es recomendable que el programa sea conducido por una pareja radiofónica para que exista diálogo e interacción. Se recomienda que el dueto comprenda de un hombre y una mujer, debido a que se complementarán en un diálogo sin rivalidades; caso contrario sucede cuando la pareja radiofónica la conforman personas del mismo sexo, debido a que intentarán sobresalir el uno del otro y se creará una especie de favoritismo por uno de los dos locutores o locutoras por parte del oyente.
16. Es poco recomendable que un programa radial sea conducido por tres personas, debido a que una de ellas definitivamente perderá el protagonismo, más bien esta persona podría trabajar en un segmento específico, presentando pastillas informativas o cualquier otra función que no sea la conducción del programa.
17. “Para aprender a hacer radio hay que oír radio”<sup>167</sup>

---

<sup>166</sup> Mario Kaplum. **Producción de programas de Radio**. CIESPAL. Quito, 1895. p. 464

<sup>167</sup> *Ibíd.* p. 195

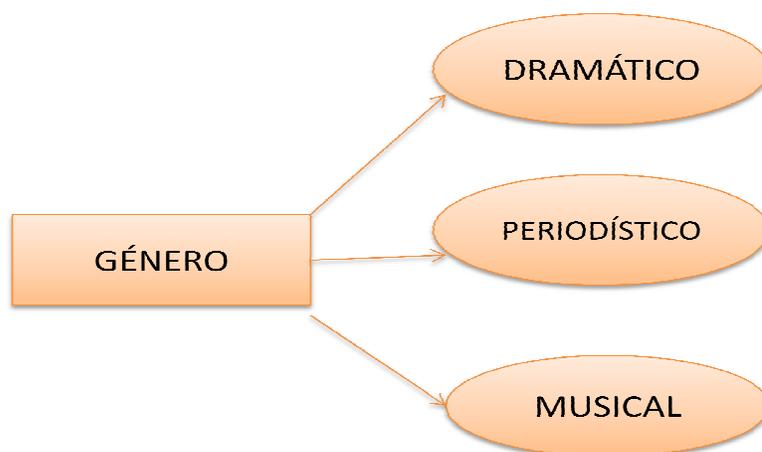
### 3.5 Géneros Radiofónicos

“¿Qué sugieren esta dos palabras, genero y formato? La primera viene de una raíz griega que significa generación, origen. Digamos que estas son las primeras distribuciones del material radiofónico, las características generales de un programa... Los géneros entonces son modelos abstractos.”<sup>168</sup>

Los géneros es la primera división que se da al mensaje radiofónico “los géneros determinan las estrategias comunicativas que predominan en la oferta de una emisora, el balance o desbalance entre ellas y cuales son irrelevantes e inexistentes”.<sup>169</sup>

Los géneros radiales se han clasificado de acuerdo a tres parámetros principalmente.

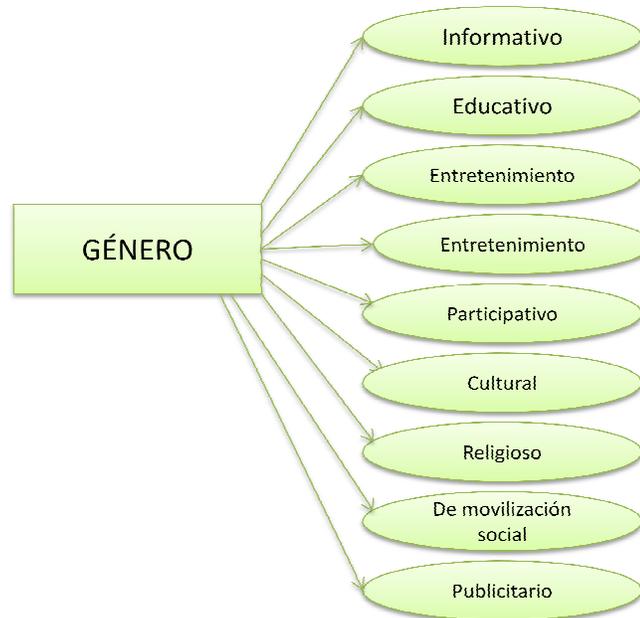
**Según el modo en que se producen los mensajes:** esta es la clasificación más famosa y la cual utilizan varios autores para ordenar y caracterizar el mensaje radiofónico, dentro de esta división se ordena los tipos de programas que se transmite.



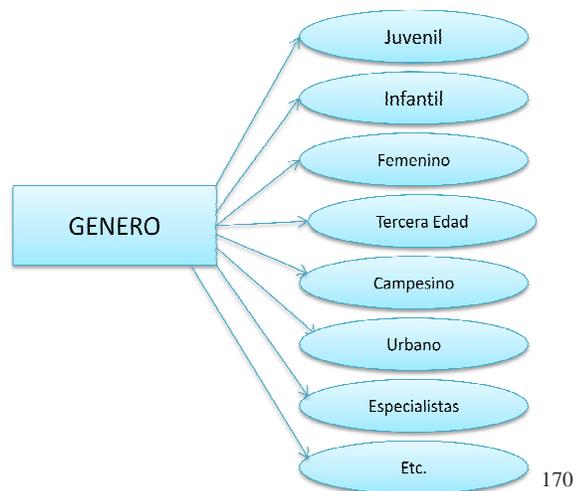
168 José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas.** Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 126

169 María Cristina Mata, y Silvia Scarafia. **Lo que dicen las radios.** ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica). Quito, 1993. p. 135.

**Según la intención del emisor:** Según la finalidad que los productores quieran otorgar al mensaje radiofónico.



**Según la segmentación de los destinatarios:** Teniendo en cuenta a los públicos a los que prioritariamente se dirige un programa.



<sup>170</sup> José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas.** Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 127-128

Los géneros son casilleros de producción que tienen sus propias características, el oyente inconscientemente ya tiene una apreciación tradicional de los géneros radiofónicos. Por ejemplo la persona sabe claramente cuando está escuchando un noticiero (que forma parte de género periodístico) por el lenguaje formal en la locución, el contenido informativo y los formatos que en él se presentan, como reportajes desde el lugar de la noticia, y otros.

Los tres géneros que fundaron la producción radiofónica fueron: dramático, periodístico y musical.

### **3.5.1. Género Dramático**

El Género Dramático es un género muy cercano a las personas. Se podría decir que hasta familiar por que recrea acontecimientos de la vida cotidiana, que han sucedido en la historia, que representan situaciones como guerra, historias de amor, u otros. El género dramático es un espejo de nuestras vidas que apoyado con un poco de ficción, logra ser un formato atractivo y entretenido. “El ser humano como todos los animales, es atraído, fascinado por lo que se mueve. Somos dramáticos. La palabra lo explica todo, drama quiere decir acción... Digamos que la esencia de la dramaturgia, que no es otra que el conflicto. El conflicto arrastra al oyente dentro de la historia como marea...”<sup>171</sup>

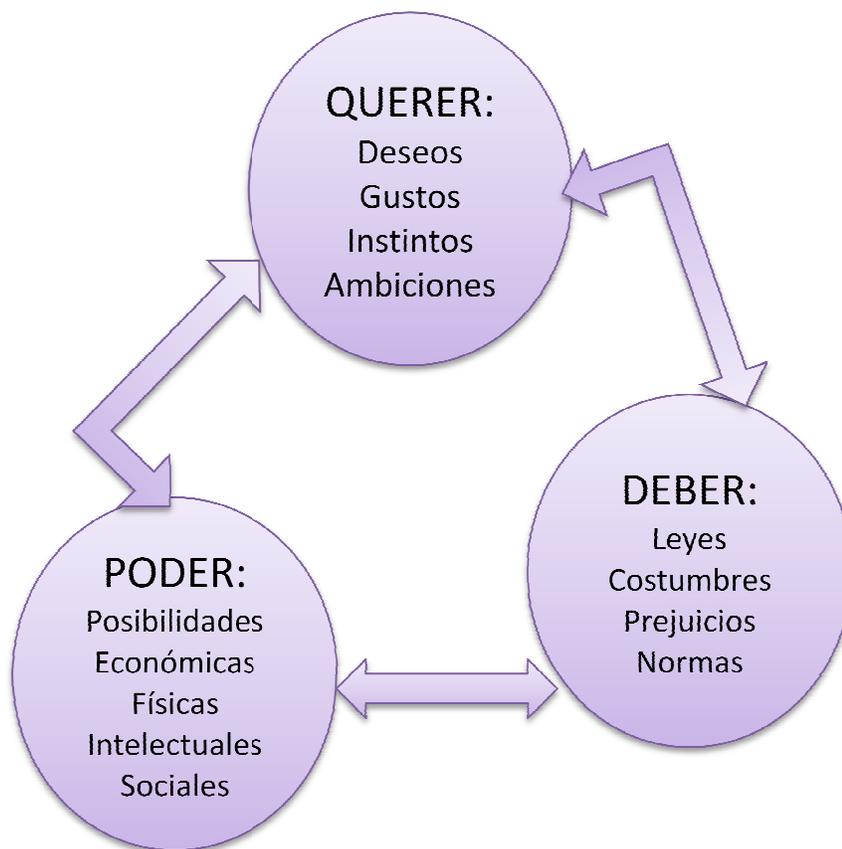
La finalidad de la narración dramática es enganchar al oyente con tensión y conflicto. Se debe crear el ambiente adecuado valiéndose de los elementos de la radio, voz,

---

<sup>171</sup> José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas**. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 141.

sonido, música, silencios. Se debe lograr que el oyente se sienta identificado con los personajes buenos, que hasta sienta empatía por los malos, hasta hacer casi propio un problema ficticio.

Para armar un drama se debe jugar con una serie de elementos que son en los usualmente el ser humano siente conflictos, necesidades y lucha por conseguir los medios para llegar a su fin. Por ejemplo:



Para narrar un texto dramático el punto de partida son las experiencias personales, las historias contadas por los amigos; o lo que pasa en novelas o películas. Estos contenidos

ayudarán a que la imaginación realice el trabajo posterior que es darle trama, en la que el problema se desenvuelva en diversas situaciones.

Hay que definir la finalidad con la cual se realiza el dramatizado, por ejemplo se trabaja con el dramatizado de un joven sumergido en las drogas y le objetivo es educar a la juventud, se debe mostrar que el problema que enfrenta el joven es realmente malo y rescatar valores sociales. De esta manera la historia no saldrá de su eje.

Como todo cuento y literatura en general, el género dramático tiene 3 etapas: presentación, enredo y desenlace. Hay que resolver el conflicto al final, sino la atención del oyente se dispersa.

El género dramático pretende despertar emociones y sentimientos en el oyente como: amor, miedo, perdón, risa, nostalgia, desesperación, u otros.

Los formatos del género Dramático son: radioteatros, radionovelas, series, sociodramas, sketch cómicos, personificaciones, diálogos y monólogos de personajes, cuentos, leyendas, mitos, fábulas, parábolas, relatos históricos, chistes, noticias dramatizadas, poemas vivos, historias de canciones, radio clips.

### **3.5.2. Género Periodístico**

El género periodístico trabaja con la realidad. No se trata de ficción, como en el género dramático. Los hechos han ocurrido, son ciertos, lo que se informa —mejor o peor informado— da cuenta de acontecimientos que han ocupado un tiempo y un espacio reales.<sup>172</sup>

---

<sup>172</sup> José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas**. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 229

El género periodístico tiene la peculiaridad de hablar de acontecimientos reales y concretos, con compromiso de ser 100% veraz.

El género periodístico valiéndose de sus diversos formatos se encarga de contar el pasado; es un género documental y por ende la información que se transmita en el debe ser verídica. También nos informa de acontecimientos del presente, la noticia debe ser contrastada en varias fuentes de información, debido a que está influirá directamente en la opinión pública. La información tiene una finalidad social.

El género en radio se maneja por tres tipos de periodismo:

**Periodismo informativo:** en donde el periodista se limita a contar la noticia respondiendo a las preguntas del ¿Qué? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Quiénes?, utiliza los siguientes formatos: Notas simples y ampliadas, crónicas, semblanzas, boletines, entrevistas individuales y colectivas, ruedas de prensa, reportes y corresponsalías.

**Periodismo de Opinión:** Da importancia a la opinión de las personas y a la manera que individualmente interpreten la noticia. Utiliza los siguientes formatos: comentarios y editoriales, debates, paneles, mesas redondas, encuestas, entrevistas de profundidad, charlas, tertulias y polémicas.

**Periodismo interpretativo:** Se basa en investigar profundamente los hechos que hacen noticia. El formato que prima es el del reportaje.

Tratar temas actuales y de interés colectivo son elementos que harán de la noticia atractiva, que sea fiel reflejo de la realidad. El locutor debe dar apertura a que la gente

interprete lo dicho de la manera que crea conveniente, la noticia debe ser neutra, limitarse a informar.

Se debe evitar el morbo en la información, está bien hablar sobre violaciones, estrangulaciones, sucesos de muerte si estos son verdaderamente relevantes y dignos de darse a conocer, más no por vender. Por ejemplo al hablar que un joven se mata con un diablillo. El periodismo amarillista contará la trágica historia de amor que acarreo el suceso. Si se cuenta el acontecimiento con finalidad de informar, se realizará el comentario que un joven murió por ingesta de diablillos y para evitar muertes como esta, el Municipio de Quito ha emprendido una campaña en contra de la venta libre de juegos pirotécnicos.

La noticia puede clasificarse de la siguiente manera:

- Según el ámbito de la noticia: locales, regionales, nacionales, internacionales.
- □Según la temática: notas políticas, económicas, culturales, policiales, deportivas, ecológicas, de género...
- Según la fuente: notas de agencias, de corresponsales, de enviados especiales, de reporteras, de oyentes, de otros medios de comunicación.
- Según el formato: notas simples, ampliadas, documentadas e ilustradas. <sup>173</sup>

---

<sup>173</sup> José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas**. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 246-247

### 3.5.3. Género musical

El género musical está relacionado directamente con lo estético. La música apela directamente a los sentidos, la letra tiene significado propio, los diversos ritmos denotan estado de ánimo y hasta estatus social. El perfil musical de la radio debe tener las preferencias al público al cual va dirigido. El público es el cliente de la radio y su demanda musical es la que importa.

En el caso de una radio revista, casi el 50 por ciento de la emisión tiene contenido musical, y es necesario conocer los gustos y preferencias del público para que se sientan a gusto con su espacio. Este contacto lo pueden hacer por medio de llamadas telefónicas, valiéndose de redes sociales, mensajes de texto.

“El desafío consiste en responder a los gustos musicales del público y ofrecer, al mismo tiempo, alternativas que permitan ensancharlos.”<sup>174</sup>

En un programa de radio se debe manejar 3 variables de ritmo, con ellas se consiguen las famosas curvas musicales de programación. En el Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas, se puede observar algunas opciones, las cuales José Ignacio López las llama palomitas.

Es importante cambiar el ritmo de la música en un programa, pero también hay que brindar variedad de programas con distintos tipos de música. Se puede usar programas que

---

<sup>174</sup> José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas**. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 375-377

tengan como temática un solo género musical como: música popular, modernas, bailables, clásicas, folclore, instrumental, infantil y religioso.

Los formatos que pueden usarse dentro de este género son: Programas de variedad musicales, estrenos, música del recuerdo, programas de un solo ritmo, de un solo intérprete, recitales, festivales, concursos, complacencias.

### **3.6 Formatos Radiofónicos**

“Formato viene de un vocablo latino que significa forma. Son las figuras, los contornos de las estructuras en las que se vierten los contenidos imprecisos... Los formatos son moldes concretos de la realización. Casi todos los formatos podrían servir para casi todos los géneros.”<sup>175</sup>

Los formatos son las diversas formas y recursos con los cuales se transmite un lenguaje radiofónico, son variados y pueden ser cortos o largos.

Hay que tener en cuenta que algunos tipos de animación como mandar saludos, leer un poema, dar la hora, poner una cortina musical, dar consejos a la audiencia, etc. no constituyen un formato. Un formato por sí mismo da un sentido completo, un mensaje completo de principio a fin, no le hace falta otro elemento para darse a entender.

Los formatos grandes como por ejemplo la radio revista, contienen varios subformatos en su interior por ejemplo: un noticiero, reportaje de la semana, un programa de variedades musicales y complacencias, sketch cómico, radio novela.

---

<sup>175</sup> José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas**. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 126

Para elegir el formato adecuado, el productor radiofónico debe analizar cuál es el que llega mejor a las personas. También hay que tener en cuenta que debe apoyar la intención del mensaje “El formato es para el tema, no el tema para el formato. Nadie se rebana un pie si no le calza el zapato”<sup>176</sup>

En radio debe procurar ser creativo, la radio es arte, el locutor debe poner esa chispa de ensuciamos, variar, inventar, sin miedo al ridículo que muchas veces nos detiene a los seres humano el impulso por innovar. Existe una amplia gama de formatos radiofónicos, el productor de radio debe elegir el que se adapte al mensaje que quiere transmitir y le ayude a potenciarlo:

“Casi nadie está dispuesto a seguir por radio una larga exposición monologada, debido a que provoca fatiga y distracción... Tampoco se puede enseñar técnica y procedimientos por medio de la radio debido a que es un medio no visual... Los detalles como (cifras, dosis, fechas, medida, operaciones) no se captan bien, no se recuerdan ni se retienen... también debemos evitar el formato que llamaríamos “de instrucción” como manuales, folletos explicativos, cartillas, etc.”<sup>177</sup>

Los formatos que a continuación serán nombrados no son todos, son los 12 modelos principales según Mario Kaplum<sup>178</sup>, debido a que la diversidad de formatos varía; aumenta de acuerdo al ingenio de quien produce radio, debido a que valiéndose de los elementos de la radio como música, voz, sonido y silencio se puede construir cualquier formato.

---

<sup>176</sup> José Ignacio López Vigil. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas**. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 136

<sup>177</sup> Mario Kaplum. **Producción de programas de Radio**. CIESPAL. Quito, 1895. p. 153-154

<sup>178</sup> Mario Kaplum. **Producción de programas de Radio**. CIESPAL. Quito, 1895. p. 157-180

## **1. La Charla:**

Es un discurso o monólogo que no debe exceder de cinco minutos, el formato posee tres variables:

**a.- La charla expositiva:** Es el recurso más usado en radio, es donde el locutor utiliza su monólogo para explicar algo, divulgar conocimientos, dar consejos y otros. Si el tema a tratar es largo es mejor que piense en usar un formato diferente que sea más didáctica para el oyente.

**b.- La charla creativa:** Se trata de una charla vivencial. El locutor debe establecer con el oyente una comunicación humana y suscitar en él una respuesta personal, una opinión sobre el tema. La manera de comunicarse a través de este formato es utilizando un diálogo coloquial, expresivo, personas y directo.

**c.- La charla testimonial:** Es un genero vivencial, el locutor habla en primera persona de sus experiencias personales y esta llega al oyente por ser autentica y vivida. A veces no consta en un libreto, más bien es la expresión momentánea, el emisor cuenta su historia y reflexiona sobre ella.

## **2. El noticiero:**

El noticiero es un formato informativo que se basa principalmente en contar noticias, sintetizadas, sin mayores detalles ni comentarios. Con un conjunto de noticias se arma los noticieros.

### **3. La nota, la crónica:**

En este formato se proporciona información ampliada de un hecho, en un espacio de tres a cinco minutos. No incluye comentarios pero si los detalles y antecedentes del hecho. Suministra al oyente de elementos de interpretación para que forme una idea propia y acertada sobre los hechos y emita su propio juicio. La nota trazará el contexto geopolítico y económico de un suceso.

### **4. El comentario:**

Involucra análisis y una opinión acerca del hecho que se comenta. Pretende influir sobre el oyente o inclinarlo a favor de una interpretación del hecho que se considera justa y correcta.

### **5. El diálogo:**

**a.- El diálogo didáctico:** Es uno de los recursos más sencillos y didácticos, un entrevistador cuestiona a un especialista sobre un tema, ambos conversan amistosamente y el especialista en un diálogo vivaz, natural y con palabras sencillas dará orientación sobre el tema tratado.

**b.- El radio consultorio:** Un programa realizado a base de consultas de los oyentes quienes formulan preguntas valiéndose del teléfono, caras, redes sociales, etc. a un especialista que orientará al público sobre un tema específico. Los temas deben ser reales y reflejar el interés de las audiencias.

## **6. La entrevista:**

Es un diálogo basado en preguntas y respuestas que van desde el entrevistador, dirigidos al entrevistado quien es alguien ajeno al medio que, al responder las preguntas del primero, aporta una información, una opinión o un testimonio de un tema de interés general. La entrevista puede ser individual o colectiva.

## **7.- Las mesas redondas:**

Son programas que se realizan con 2 o más invitados con la finalidad de ofrecer un análisis de un problema o tema determinado. Hay siempre un conductor o moderador que formula preguntas dirigida a los invitados y les concede la palabra, regula el tiempo de las intervenciones y expone conclusiones del diálogo.

Dentro del formato hay dos subformatos:

**a.- La mesa redonda propiamente dicha:** Se invita diferentes personas para que cada uno desde su punto de vista de acuerdo a su especialidad. Si hay discrepancia se las señala y reconforta, pero el programa no busca poner oposiciones antagónicas, sino más bien analizar el tema desde diversos ángulos.

**b.- El debate:** Es un programa polémico que busca la discusión. Se propone confrontar posiciones encontradas. El conductor es de gran importancia debido a que requiere grandes dotes para mantener el equilibrio entre panelistas, se dispone de un esquema para que los expositores tengan igual tiempo para exponer sus ideas. El valor de estos programas consiste en llevar al oyente la conciencia de una controversia, permitir escuchar las dos posiciones e invitarlo a asumir su propia posición.

## **8. El radio reportaje:**

Es una monografía radiofónica sobre un tema dado. Es una exposición relativamente completa del tema. Puede durar de 15 minutos a media hora y utiliza recursos como la música, sonidos, voz y silencio para recrear o dar énfasis en lo dicho.

**a.- El reportaje en base de documentos vivos:** Hablamos de problema o temas reales que están en el medio, del cual el entorno proporcionará el material adecuado para poder ilustrar el reportaje, de igual manera requiere una investigación sobre el tema para poder recurrir a las fuentes. Por ejemplo, se tomará testimonio de personas involucradas o conocedoras del tema. El formato es pregrabado, por ese motivo e la información que recopilamos podemos obtener lo más importante para el reportaje.

Un narrador, llevará el hilo de la exposición, encadenará los distintos documentos, los comentará y sacará conclusiones.

**b. En base a reconstrucciones (relato con montaje):** Es una investigación sobre un tema, pero lamentablemente las fuentes para recrearla investigación por algún motivo no se puede conseguir el audio original, por ejemplo si la persona está muerta, o habla otro idioma. De esa manera se usa recursos como la personificación en donde un narrador traducirá e interpretará a un extranjero, intentando personificarlo. De igual manera se reproduce con sonidos de viejas escopetas, cañones, y otras. La Batalla de Pichincha, que es un acontecimiento del pasado y no podemos obtener sonidos, ni testimonios reales.

## **9. El Radiodrama:**

Es el formato que refleja los acontecimientos de la vida, que apoyado con un poco de ficción, se atraerá la atención del oyente, siendo este uno de los formatos más efectivos y aceptados. El oyente se sentirá involucrado con la historia, identificado con la pieza dramática que se desarrolla. .

**a.- Unitario:** La acción comienza y termina en una única emisión. Equivale a un cuento en el género literario

**b.- Seriado:** Cada capítulo presenta una trama diferente, así que puede entenderse sin haber visto los capítulos anteriores.

**c.- La radionovela:** Es una novela de muchos capítulos de trama continua. En este formato se necesita mantener el suspenso para que el oyente siga las emisiones.

## **10.- La radio revista:**

La radio revista, también llamada programa misceláneo u ómnibus, es un súper formato porque tiene la capacidad de abarcar varios géneros y formatos en su contenido. Para hablar de una Radio revista se podría comparar con cualquier revista escrita por la variedad de temas que presenta, a diferencia radica en que, en vez de imágenes, se recreará con elementos sonoros como sonidos, música, efectos, la voz, etc.

Es recomendable que un programa misceláneo sea dirigido para un target específico, debido a que no se puede tratar los mismos temas en diversas situaciones, no es lo mismo hacer una revista para niños, jóvenes o adultos; o el programa no llegará a un hombre de buena manera si este posee un contenido feminista y viceversa.

Generalmente el programa es conducido por uno o dos presentadores, que guían al radioescucha y son el hilo conductor para los diversos temas, espacios musicales, interacción con los oyentes, etc. El conductor debe crear dudas en el oyente para que este se sienta incluido y durante el programa debe ir despejándonosla o proporcionando el material necesario para que pueda emitir su propio juicio.

La radio revista debe parecerse a una conversación cotidiana, llegando a hacer del conductor un amigo de confianza, el cual interactúa con el oyente y este se siente identificado.

Una amiga, una comadre, entra en tu casa con toda la confianza del mundo, saluda, va hasta la cocina, se sienta en el viejo taburete.

— ¿Qué hay de nuevo, comadre? —pregunta la vecina.

— ¡Muchas cosas! Imagínese que...

Y comienzan las dos mujeres a conversar sobre precios y accidentes, sobre un remedio nuevo para la jaqueca, sobre la juventud de ahora que no obedece, sobre lo que dicen que dijo el gobernador... Están pasando revista a lo ocurrido últimamente en el barrio, hojeando la vida de la comunidad. Ninguna situación más cercana al formato que trabajaremos en este capítulo, el más natural y cotidiano de todos, la radio revista.<sup>179</sup>

**Horario:** El formato de la radio revista depende mucho del espacio de tiempo que se tenga en programación. Este tipo de formatos han tenido tanta fama que se le ha dado grandes espacios en las emisoras, de 3 a 4 horas durante las cuales se habla de diversos temas, utilizando diferentes formatos, con invitados y variedades.

Hay también revistas de tamaño medio que su tiempo es de una a dos horas, y por último, las revistas compactas que duran de 15 a 30 minutos, que por su brevedad tienen

---

<sup>179</sup> José Ignacio López Vigil. Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 398

que ser mas estructuradas, procurando no topar tantos temas como lo haría una revista larga, más bien tomando lo más importante y hacerlo más comprensible e interesante.

La revista también tiene periodicidad, hay revistas diarias y semanales. No se recomienda revistas mensuales por ejemplo por que el éxito está en que esta forme parte de la cotidianidad de las personas, y si hacemos revistas mensuales por ejemplo el oyente perderá el hilo y el acercamiento y complicidad con los conductores; por ende no logrará mantener su audiencia.

También se recomienda que el programa se transmita a la misma hora, y en caso de ser semanal o 3 veces por semana se transmita los mismo días y a la misma hora, por ejemplo todos los viernes o lunes, miércoles y viernes a las 15:00.

**El papel de los conductores:** El conductor o conductora, debe ser una persona carismática, que muestre humanidad para que la gente pueda sentirse identificada con él, que no vea un ser sobrenatural, sino una persona que piensa, siente, tiene frio, calor, sueño hambre, u otros. Y todos esos elementos debe transmitirlos con gracia y carisma que es lo más difícil de transmitir, pero una vez logrado será la manera de cautivar al oyente.

El secreto está en que todos los locutores y locutoras no deben hablar al micrófono, deben hablar al oyente, imaginárselo, interactuar con él, hacer un diálogo coloquial en el cual los dos puedan entenderse y disfrutar de la conversación. Si hablamos con poco énfasis o demostramos que simplemente estamos leyendo un texto, la conversación se tornará vacía, el comunicador debe usar el don de saber comunicar, llegar a la otra persona.

Para conducir una radio revista el número de conductores ideal es de uno o dos conductores máximo. José Ignacio López nos informa que lo óptimo es trabajar con dos animadores, por que el diálogo se hace mucho más ameno, se debe procurar que la pareja esté correctamente acoplada.

Recomienda que las dos personas que conduzcan el magazine sea un hombre y una mujer, debido a que si son dos mujeres o dos hombre el oyente tendrá favoritismo por uno de los dos, o los conductores en vez de querer llegar al oyente intentarán sobresalir el uno del otro. Por eso los locutores deben tener igualdad de condiciones.

También existe la formula de tres conductores, pero esa forma definitivamente es errónea. “En cuanto a tres conductores a primera vista parecerá más dinámico, probablemente resultará más confusa. La experiencias enseña que uno de los tres terminará marginado, en la equina del triangulo”<sup>180</sup>. Más bien podríamos usar la voz de una tercera persona para dinamizar y conducir un espacio dentro de la revista.

### **¿Qué se debe evitar en la locución de pareja?**

- × Se debe evitar la monopolización del micrófono por uno de los dos conductores y que esto limite al segundo conductor a repetir o recalcar lo que dice el conductor uno, hacerle eco, mas no verter una opinión propia.
- × Se debe evitar que los locutores sean pretenciosos, el radioescucha es quien debe emitir juicio sobre los locutores.

---

<sup>180</sup> José Ignacio López Vigil. Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 402

- × Los locutores deben evitar hablar indirectamente a los radioescuchas, “no se dé vueltas, si quiere hablar ¡hable! No consulte ni pida permiso para hacer lo que va a hacer: ¡hágalo! Todos estos circunloquios inútiles refuerzan el sentimiento de inseguridad”<sup>181</sup>
- × El conductor debe evitar hablar con excesivo uso de diminutivos o dulzura, el oyente quiero un amigo, no el trato de un padre a un hijo.
- × Se debe evitar que se escuche la voz de un conductor más fuerte y la otra débil. Por ese motivo de debe adaptar el volumen del micrófono según la potencia de la voz, para ello hay que hacer pruebas previas antes de poner el programa al aire.
- × El conductor o conductora debe evitar fingir la voz, mucho menos en un espacio de radio revista que es tan largo, tarde o temprano recuperará su tono de voz habitual.

### **Recomendaciones para el diálogo radiofónico en pareja:**

- ✓ Se debe usar el ritmo de locución adecuado, ni muy lento ni muy rápido. Los dos conductores deben mantener el ritmo de una conversación cotidiano, vocalizando y articulando para que se haga entendible.
- ✓ Los locutores debe usar un lenguaje sencillo

---

<sup>181</sup> Ibíd. p. 404

- ✓ Se debe controlar la cantidad de intervenciones, en vez de que uno diga la mitad del texto y otro la mitad, lo óptimo sería que los dos tengan ideas sobre el tema a tratar y puedan hablar libremente hasta contrapunteándose.
- ✓ Los locutores no deben dar un discurso solos, se usa una secuencia de ideas en el cual, el locutor A da una idea incompleta para que el locutor B la complete. Así los dos no hablan lo mismo, más bien hay una continuidad lógica.
- ✓ El modelo correcto del diálogo radiofónico es que los conductores conversen entre si y a la vez con la audiencia que es el tercer ente participativo, como se puede apreciar en el siguiente gráfico.<sup>182</sup>



**Revista grabada:** Cuando se graba una radio revista tiene la ventaja que se puede editar cualquier error que en esta exista, se obtiene un producto de mayor calidad. Esto se puede usar cuando las revistas son más esporádicas y dejan tiempo para su producción y edición.

Se recomienda que para hacer una revista grabada, siempre y cuando se trabaje previamente con la mente del locutor, debido a que este automáticamente asimila que no

---

<sup>182</sup> José Ignacio López Vigil. Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 406

hay nadie escuchándolo y cambia su tono de voz y su conexión con el oyente, de igual manera tienden a cometer muchos errores al hablar, pierden la concentración.

Si los locutores no dominan el punto anteriormente plantado se puede hacer que las secciones difíciles de sacar y producir en vivo, debido a la cantidad de material auditivo que hay que utilizar, se pueden hacer pregrabadas y el resto de programa que corresponde a la animación se puede hacer en vivo.

**Revista en vivo:** La revista en vivo favorece a los locutores, debido a que en ellos hay más elocuencia y el público recepta la energía que ellos transmiten. Se siente natural y coloquial. El problema que enfrenta es que si el material sonoro a utilizar no está correctamente ordenado o no se le encuentra fácilmente puede haber problemas en la emisión y hasta crear los molestos baches en vivo.

### **Elementos que componen una radio revista:**

“Antes de hablar de la estructura de la radio revista, señalemos los dos componentes primordiales que la atraviesan, su tejido interno: la costumbre y la sorpresa. ¿Por qué la gente compra tal revista en el kiosco? Porque le gustó el último número y espera encontrar en éste algo semejante. En radio pasa lo mismo. Se escucha la revista de hoy porque resultó grata la de ayer. Así se va creando la costumbre de oír un determinado programa. Si cada día nos presentaran un programa completamente nuevo, con distintos conductores, con diferentes secciones, quedaríamos desconcertados. Y molestos.”<sup>183</sup>

Con este preámbulo se puede determinar que una radio revista debe ser reconocible, en su estructura, en el carisma, en la forma de presentarse, pero también se deber jugar con un elemento sorpresa que es tratar temas interesantes y variados.

---

<sup>183</sup> José Ignacio López Vigil. Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 408

La revista radiofónica posee tres componentes básicos. La música, secciones y la conducción de los locutores:

**La música:** Ocupan grande espacios en las radio revistas, hasta el 50 por ciento puede llevar contenido netamente musical. La selección musical debe ser de acurdo al tema del programa, a quien va dirigida o al gusto del oyente que puede pedir su canción favorita y la escuchará en el programa a manera de complacencia.

**Las secciones:** Son espacios en donde se habla de un tema específico valiéndose de los diversos formatos de la producción radiofónica. Muchas de estas secciones pueden ser garbadas como: radionovelas, schetch cómicos, y otros. También pueden ser en vivo: por ejemplo cuando hay invitados, se realizan entrevistas, debates, mesas redondas, etc.

Las secciones deben tomar el tiempo que sea necesario para que el mensaje pueda ser expresado de la mejor manera valiéndose del formato utilizado, si contamos una noticia a manera de dramatizado obviamente va a durar mucho más que si la contamos a manera de nota simple. “La ley se formula así: en radio, el tiempo es inversamente proporcional a la monotonía de la locución al monopolio del tema tratado”<sup>184</sup>

Por la extensión de una radio revista, es probable que las personas no puedan escucharlas en su totalidad, por ese motivo no es necesario pretender una secuencia lógica entre secciones, lo que realmente cuenta es que cada momento sea ameno para el oyente en sus bloques individuales.

---

<sup>184</sup> José Ignacio López Vigil. Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 409

Así como la música hay que variar los contenidos, por ejemplo un dramatizado puede ser muy triste se contestará enseguida con un segmento alegre de música. Si se habla de un tema serio en la siguiente sección bromee, cuente cachos, etc.

**La conducción:** Los conductores son los encargados de dar al oyente la bienvenida al programa, presentan secciones, brindan notas curiosas, hablan de diversos temas y de lo que se va a hablar en la revista, los conductores son el hilo del programa, quien guía al oyente en los contenidos. Ellos son encargados de mantener al oyente conectado.

#### **Audiencia de la radio revista:**

La audiencia son todas las personas que escuchan la radio revista, puede ser que todos los días de la emisión, toda la emisión completa, una parte, unos minutos; es decir todas las personas que nos sintonizan y nos escuchan, a ellos se les denomina audiencia y la audiencia está presente en todas las emisiones de la revista.

La audiencia también implica a las personas que interactúan no solo escuchando, sino también contagiándose de la energía del programa, tristeza, amor y muchos sentimientos más. El radioescucha también es quien participa e interactúa a través de una llamada telefónica, visita, mensaje, entre otros.

El oyente debe ser invitado por los conductores a participar en todo momento, la primera manera de inmiscuir al público es siendo amables con ellos, recibiendo atentamente sus saludos, leyendo sus cartas o sus comentarios por redes sociales.

Se debe responder las llamadas de la audiencia y permitir que opinen, que saluden a sus seres queridos, que participen en un concurso, que realicen su petición musical. Que sientan de la radio revista su espacio.

Hay que fomentar la participación de la gente también en los espacios de la radio revista, como invitados por ejemplo, si un radioescucha quiere contar un problema del barrio o pedir ayuda o hablar de un tema. Que los micrófonos sean para quien quiere hablar. La radio también puede cumplir un papel importante de intermediación entre autoridades y el pueblo.

### **Radios revistas compactas:**

Las radio revistas compactas como se menciona anteriormente son aquellas que duran de 15 a 30 minutos, máximo 1 hora. Al igual que una revista de larga duración, la revista compacta debe tener variedad de géneros, formatos y contenidos. El problema que enfrenta este tipo de magazines es que, debido al corto tiempo, pierden versatilidad.

La ventaja de una revista compacta es que el oyente puede concentrarse de mejor manera en lo que escucha, por eso se debe dosificar los temas para el tiempo y evitar querer abarcarlo todo, se debe hacer un filtro de selección de los temas y quédese con los más interesantes que puedan ser desarrollados de la mejor manera. También debe evitarse sintetizar tanto que no exista mensaje alguno en el contenido.

### **Es recomendable manejar de dos a tres secciones:**

1. La emisión se abrirá con un saludo, seguido por la inmediata presentación del tema central que es el que ocupará más espacio en la emisión y se

desarrollará con un formato oportuno como: dramas, mesa redonda, debate, entrevista, narración, testimonios, u otros

2. Después de la sección principal lo ideal es un espacio musical
3. La interacción del oyente con cartas, llamadas, u otros medios. Finalmente la despedida e invitación a que escuchen el siguiente programa.

### **¿Cómo conseguir una idea para tratar temas con variedad en cada programa?**

Se considera que una de las cosas más difíciles de lograr en radio es lograr conseguir tantos temas interesantes para mantener conectada e interesada a la audiencia. El secreto para evitar caer en la monotonía es la planificación de la programación.

La revista de hoy no se piensa hoy, ni siquiera ayer. Supone tomar pizarra y marcador, ver el calendario y administrar la producción. Y hacer todo esto en equipo. Algunas secciones serán frías (no por aburridas, sino por tenerlas grabadas de antemano). Otras, deberán ser trabajadas al filo de la actualidad. En la parrilla de planificación se determinarán los temas (qué), los formatos y recursos a emplear (cómo), el responsable de cada sección (quién o quiénes), la fecha de emisión (cuándo). ¿Y si hay que reajustarlo todo porque al Presidente de la República le dio un infarto? No hay problema. Quien cambia lo planificado se llama flexible. Quien no planifica, irresponsable.<sup>185</sup>

Hay elementos que pueden ayudar a mantener a la audiencia entretenida, los concursos es uno de los recursos más utilizados y que da efectivos resultados. Principalmente en las radios revistas infantiles, todo niño quiere jugar, y si se quiere enseñar por medio de la radio se debe procurar hacerlo jugando, divirtiendo.

---

<sup>185</sup> José Ignacio López Vigil. Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. p. 430

En una radio revista debe haber cobertura de espacios deportivos de la misma comunidad, en donde se hable de los campeones del futbol barrial, que hablen los deportistas, transmitir desde las canchas. Es importante no centrarse solo en el futbol, más bien en todos los que se practiquen.

### **3.6 Fases de la producción radiofónica:**

Una vez dichas las herramientas que componen el material para realizar productos radiofónicos, es importante conocer las fases de la producción radiofónica. Estas fases servirán para poder realizar el trabajo de una manera organizada, a planificar los contenidos para poder realizar productos radiofónicos de calidad. Emma Rodero Antón en su libro Producción Radiofónica<sup>186</sup>, analiza las tres fases de la producción

1. Preproducción
2. Realización
3. Postproducción

#### **3.6.1. Preproducción:**

Es la etapa de la planificación, en donde el realizador busca todo el material auditivo con el que posteriormente trabajará para realizar el producto comunicativo radiofónico.

---

<sup>186</sup> Emma Rodero Antón. **Producción Radiofónica**. Editorial Cátedra. Madrid, 2005, p. 273-275

**Ideación y definición del producto:** De acuerdo a lo que se quiere comunicar, se definirá el género y el formato con el que se desarrollará el producto, viendo cual es más factible y tiene más acogida por el público.

**Audiencia:** Para realizar la preproducción es indispensable tener en cuenta a la audiencia a la cual se dirige, el programa, espacio o producto. Hay que saber a quien se llega con las palabras.

“Los oyentes son las personas que nos escuchan: seres de carne y hueso que de vez en cuando se comunican con nosotros a través de una llamada, una carta o una visita. Personas a las que dedicamos un disco o un saludo. Esos que nos dicen “a usted le escucho todas las mañanas... A menudo la audiencia es las sumas de oyentes, pero yo creo que es más que eso”<sup>187</sup>

El Productor de radio debe investigar los hábitos y gustos radiofónicos de la población y contrastar el mensaje que quiere transmitir con la cotidianidad del oyente. De esta manera la radio será el canal idóneo para difundir y proporcionar ideas que se harán un hábito de consumo.

Tenemos que tener en cuenta: a quien nos dirigimos, género, edad, clase social. Según lo que queremos emitir estas personas será en target de nuestro programa o producto.

**Documentación:** Se realizará el guión de radio y se define qué material sonoro ayudará a recrear el texto. Como: efectos, música, tono de la locución.

**Edición del material sonoro:** Se extraerá el material sonoro que previa selección definitivamente se usará en la producción. Este material hay que editarlo hasta obtener el

---

<sup>187</sup> Mata, María Cristina. **Cómo Conocer la Audiencia de una Emisora: Los de Sondeos de Audiencia.** ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica). Quito, 1994. p. 9

efecto adecuado, la parte de la canción que se necesita, y la interpretación adecuada a través de la lectura.

### **3.6.2. Realización:**

Es la fase en la cual el producto radiofónico se va a materializar, uniendo el material que se obtuvo en la Preproducción. Se realiza la emisión y grabación del producto. Ahí depende mucho si el producto es en vivo o es pregrabado: cuando es en vivo todo el guión se desarrollan simultáneamente.

Cuando se realiza pregrabado existen dos maneras de realizar la grabación:

**En frío:** Se graba las voces independientemente de los sonidos y la música y posteriormente se realiza el montaje.

**Caliente:** Cuando se graba todo al mismo tiempo y se introduce el ambiente en tiempo real. La diferencia con un programa en vivo es que se puede para cuando exista un error.

El productor debe elegir cual sea la manera más conveniente para que el programa tenga un acabado perfecto, que el mensaje se entienda claro y que todos los elementos sonoros apoyen para ello.

### 3.6.3. Postproducción:

Es la fase en la cual se limpia cualquier error que exista en la producción. Si el programa es grabado en frío es momento de unir todos los elementos y editar para crear el producto final. Si el producto es grabado en caliente, seguramente habrá que dar toque finales.

La posibilidad de realizar un montaje dará la perfección al trabajo, pero hay que proveer durante la grabación equivocarse lo menos posible para poder editar sin mucho que hacer.

Cuando se obtenga el producto final hay que analizar los siguientes aspectos:

- **Inteligibilidad:** ¿El programa es entendible?
- **Coherencia:** ¿Cómo se articula el programa con el proyecto de la emisora por la que sale al aire?
- **Relevancia:** ¿Es interesante el programa?
- **Atracción:** ¿Qué riqueza de elementos radiofónicos ofrece el programa? y ¿de qué manera está llegando a la audiencia los contenidos?

## **CAPÍTULO IV**

### **PROPUESTA DE RADIO REVISTA “LA VOZ DEL INEPE”**

Los medios de comunicación en la actualidad son parte fundamental de la vida de los seres humanos. La radio es un medio de comunicación que llegó para quedarse y cumple un rol en nuestra sociedad desde el siglo XX.

#### **4.1 Diagnóstico de Comunicación**

La siguiente investigación es un análisis de comunicación y factibilidad del proyecto La Radio como medio de expresión para los jóvenes del INEPE: Propuesta de radio revista Juvenil “La voz del INEPE”, realizado en octubre de 2010.

##### **4.1.1. OBJETIVOS**

###### **General:**

- Conocer el interés de los estudiantes por realizar futuros proyectos de Producción radiofónica dentro de la institución INEPE, como un espacio de opinión y entretenimiento.

###### **Específicos:**

- Conocer sobre la experiencia previa de los estudiantes con proyectos de radio e interacción con los equipos de producción radial.

- Visualizar la aceptación que tendría un futuro proyecto de radio en la institución.
- Captar nuevas ideas de los estudiantes, sus gustos y prioridades que formaran parte del contenido y orientarán al proyecto radiofónico.

#### **4.1.2. MÉTODOLÓGÍA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN:**

- El diagnóstico se realizó en el INEPE, ubicado al sur de la ciudad de Quito en el barrio la Dolorosa, sector Chilibulo, en la semana del día lunes 25 al viernes 29 de octubre del presente año.
- Nuestros principales informantes fueron los estudiantes del colegio, docentes, autoridades y Jimena Leiva, docente de Radio de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador:
  1. El grupo focal se desarrolló en las instalaciones de la institución, en un aula de clases con los estudiantes del cuarto curso de ciencias generales, el grupo estuvo conformado por 15 participantes incluyendo su dirigente de curso.
  2. Las encuestas se realizó en la misma institución el día miércoles 27 de octubre de 2010
  3. Se realizó una entrevista en las instalaciones de la PUCE a la experta en producción radiofónica y docente Jimena Leiva el martes 12 de noviembre de 2010.

#### **4.1.3. VARIABLES DEL DIAGNÓSTICO:**

Dentro de las variables de diagnóstico tenemos: Variables de datos generales variables específicas (de comunicación)

#### **4.1.3.1. Variables de datos generales**

##### **A) Características del contexto comunicativo:**

Datos geográficos: El INEPE es una Institución Educativa ubicada al sur de la ciudad de Quito en el barrio la Dolorosa, sector Chilibulo.

##### **B) Edad de la población**

La población está conformada por los estudiantes de secundaria del INEPE. El grupo de adolescentes oscila entre los 12 a 18 años, entre hombres y mujeres.

##### **C) Funciones, roles o actividades de la población**

Estudiantes de secundaria

#### **4.1.3.2. Variables específicas de comunicación**

##### **a) Acceso a medios de comunicación**

Chilibulo es un barrio de escasos recursos económicos y poco desarrollo, en la actualidad algunos residentes carecen aún de servicios básicos, por ende su acceso a un medio de comunicación es parcialmente limitado.

##### **b) Medios de comunicación preferidos**

El medio de comunicación preferido entre los habitantes del sector es la radio, debido a que es un medio de comunicación que acompaña a la gente de la comunidad mientras realiza sus actividades diarias como: siembra, cosecha, cerrajería, carpintería, quehaceres domésticos, etc.

En segundo lugar está ubicada la televisión, que en muchos casos la recepción de los diversos canales no es muy buena. Cabe recalcar que ver televisión demanda tiempo por motivo de que es un medio audiovisual y la comunidad de Chilibulo maneja un ajetreado ritmo de vida por sus labores y no tiene tiempo para ver, excepto en las noches.

#### **c) Medios de menor acceso de la población**

Sin duda alguna el internet es un medio que ha captado la atención de los jóvenes estudiantes en el INEPE, pero debido a su condición económica el único acercamiento de los jóvenes a este medio es el colegio, con un buen equipado centro de cómputo. El INEPE se encuentra fomentando proyectos educativos a través del internet, con capacitación para estudiantes, docentes y padres de familia.

#### **d) Frecuencia y horarios de acceso a medios**

Tomando en cuenta que la mayoría de niños y jóvenes del INEPE salen de las instalaciones después del almuerzo en la institución, su horario de acceso a los medios de comunicación se reduce a las mañanas antes de la hora de ingreso a clases, y en sus casas en las noches.

#### **e) Intereses culturales**

Tomando en cuenta que nuestro grupo objetivo son estudiantes de colegios por medio de las encuestas y grupo focal, pudimos determinar su gran interés por la música popular o "chichera", como ellos mismos llaman ya que es la que se escucha en su medio social, así como temas de salud, el rescate del medio ambiente y costumbres y tradiciones.

#### **4.1.4. Técnicas de recolección de información**

##### **a) Grupo focal:**

Se realizó el grupo focal con 14 estudiantes, 1 docente y 4 moderadores, con el objetivo de analizar las diferentes percepciones e ideas de los alumnos sobre el futuro proyecto de radio en el INEPE.

**Lugar y Fecha:** Instalaciones del INEPE. Lunes, 25 de octubre de 2010.

**Moderadores:** Evelyn Piedra, Jonathan Ortega, Karen Veintimilla y Katherine Verdugo. Estudiantes de Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

##### **b) Encuesta:**

Se realizó 60 encuestas que significa el 35% del total de los estudiantes del colegio, la encuesta se realizó tomando como muestra 5 niños de cada curso. Se seleccionó a aquellos que participaron en anteriores proyectos radiales de la institución.

##### **c) Entrevista:**

La entrevista se realizó a Jimena Leiva especializada en Producción radiofónica y docente de la PUCE en la materia Producción Radiofónica I y II el jueves 28 de octubre de 2010 en las instalaciones de la PUCE, con el objetivo de conocer la importancia de un medio radiofónico interno dentro de una institución, además de asesoría especializada en temas comunicativos y el cómo cristalizar un futuro proyecto de radio en el INEPE.

#### **4.1.4.1. Presentación de resultados:**

##### **a) Grupo focal:**

El grupo focal se desarrolló de manera ordenada gracias al apoyo y participación de los estudiantes de Primero de Bachillerato. Los estudiantes participaron activamente y dieron sus opiniones sobre la idea de un futuro proyecto de comunicación en el INEPE, valiéndose de la radio como instrumento.

Un punto interesante que se trató en el grupo focal es la aprobación de los estudiantes a la idea de formar una radio revista, los alumnos de Primero de Bachillerato nos dieron varias ideas como: implementar no solamente segmentos de entretenimiento, sino el de dar gran importancia a los problemas de su comunidad e implementar lo que aprenden en clases.

Se pudo visualizar gran interés en el proyecto, se propuso que el proyecto de radio se convirtiera en una actividad curricular, de esta manera se optimizará la participación de los jóvenes del INEPE, debido a que no implicaría dejar sus actividades extracurriculares a un lado.

El grupo focal nos ayudó a determinar que en el INEPE hace falta implementar un medio de comunicación de los jóvenes y para los jóvenes. Es importante que los alumnos sean partícipes y conozcan del manejo de un medio de comunicación debido a la fuerte influencia de los mismos en el mundo. Esto ayudaría a que adquirieran un compromiso de responsabilidad y veracidad que implica comunicar.

## **b) Encuestas:**

A través de las encuestas pudimos determinar que la mayoría de estudiantes piensan que es necesario y hace falta un medio de comunicación dentro de la institución, de preferencia que sea la Radio, debido a que ya tienen estructurada una cabina, la cual pueden dar uso. De igual manera encontramos que un alto número de personas están interesadas en participar y expresarse a través de este medio.

Un dato sorprendente es que muchos de los estudiantes están en contra de que los maestros sea parte de este espacio radial, pese a que es muy importante, los jóvenes piensan que sus maestros van a censurar sus opiniones y pensamientos.

Los jóvenes están interesados en hacer de la radio un espacio de entretenimiento. Eligieron el formato de la radio revista, como “ideal” para exponer sus temas de interés, donde principalmente exista espacios de música, variedades, temas novedosos y culturales.

Los estudiantes también calificaron el anterior proyecto de radio del INEPE que se intentó llevar a cabo en el año 2009, que consistió en capacitaciones y elaboración de productos radiofónicos. Los jóvenes estudiantes del INEPE resaltaron que el proyecto no tuvo trascendencia y fracasó, debido principalmente a la falta de organización y difusión, debido a que el material radiofónico que producían no podían compartirlo con sus compañeros de la institución y la comunidad, por falta de equipos de amplificación e iniciativa. El proyecto que obtenían como fruto de su gran esfuerzo y sacrificio quedaba simplemente en material grabado.

### c) **Entrevista:**

Para orientarnos de mejor manera sobre el proyecto de re funcionamiento de la cabina de radio del INEPE, decidimos ver el punto de vista de una especialista en producción radiofónica, Máster Jimena Leiva, Docente de la Pontifica Universidad Católica del Ecuador, en la materia de Producción de Radio.

Ella explicó que sería muy importante sacar adelante el proyecto de un producto radial que pueda ser difundido dentro de la institución. Debido al mundo mediático y un proyecto como este ayudaría a los jóvenes a conocer sobre el correcto manejo y utilización del medio radial

También manifestó que hay que tomar en cuenta el contexto cultural en el cual se realiza la planificación del proyecto. Debido a que los estudiantes luego de sus actividades escolares ayudan en sus hogares a la siembra o a sus padres en sus trabajos como cerrajeros, carpinteros, sería poco factible entregarles un folleto de información escrito para leer o pedirles que se detengan a ver televisión, porque interrumpiría a sus actividades y responsabilidades cotidianas, por ese motivo, muchos de ellos no podrían interactuar o informarse por este tipo de medios. La radio sería el medio de comunicación adecuado y de gran acogida para el colegio y la comunidad, las personas escucharían la radio mientras realizan sus actividades.

Para que los estudiantes se interesen más en el proyecto, este debe solventar sus necesidades de comunicación e información, así como sus gustos, preferencias y proyectos de la institución como: comedor popular, los apadrinamientos por parte de personas extranjeras, y otros. Todos estos temas y más, pueden ser transformados a material

radiofónico de la manera que sea más llamativa y entretenida para ellos, como: cuñas, dramatizados, canciones y otros.

Es importante que los maestros interactúen en el proyecto con los estudiantes, no como actores o regidores de las ideas, sino más bien dentro de su cátedra buscar la manera de que los estudiantes cuenten lo que les pareció importante o novedoso de las diferentes asignaturas, de esta manera se hará de la radio un espacio con contenido educativo.

También es importante que el proyecto forme parte de las actividades curriculares de los estudiantes y hasta se llegue a dictar la clase de Producción radiofónica, como materia adicional o formando parte de la cátedra de Lenguaje y Comunicación.

#### **4.1.5. Síntesis de Problemas y Necesidades de comunicación encontradas**

##### **a) Problemas:**

- El Instituto no cuenta con parlantes en las aulas o patios, motivo por el cual el anterior proyecto de radio no tuvo difusión dentro del INEPE.
- Los estudiantes interesados en participar en el proyecto de Radio no cuentan con personal capacitado en el INEPE para enseñar Producción radiofónica y sacar adelante el proyecto.
- Los estudiantes no quieren que los docentes se involucren en el espacio radial. Esto es un problema porque deben trabajar juntos para sacar adelante al proyecto.

- Es importante que las autoridades soliciten respaldo económico de instituciones que se dedican a fomentar y a capacitar en Radio, como ALER, AER, u otros. La Institución no cuenta con capital propio, ni los fondos necesarios para emprender este tipo de proyectos.
- Otro problema que enfrenta la institución es la falta de buena difusión de proyectos internos, debido a que muchos de los estudiantes habrían estado encantados de participar en el proyecto de radio pero nunca supieron del mismo.
- Los profesores encuentran problema al hacer de la Radio una actividad curricular, debido a que descontinuaría su cronograma de actividades, y si dieran permiso a los chicos para salir perderían materia que recibirían sus otros compañeros.

**b) Necesidades:**

- Los estudiantes interesados en el desarrollo del medio radial necesitan un profesor especializado en radio, para guiarlos en el aprendizaje y la creación de productos radiofónicos,
- El INEPE cuenta con una cabina de radio, pero necesita adecuarse y renovarse para que su uso corresponda a las necesidades del mundo actual.
- Los alumnos del Instituto necesitan difundir sus proyectos de Radio con la finalidad de cumplir con el objetivo del medio, COMUNICAR a sus otros compañeros y posteriormente a la comunidad.

- Los estudiantes necesitan un espacio de respeto, información y diversión, en el cual aprendan nuevas cosas, y los temas de su interés no sean censurados por los docentes y autoridades de la institución.
- Se necesita que la Producción radiofónica se incluya como materia o taller debido en las actividades curriculares taller dentro del INEPE, debido a que hacer radio implica tener conocimientos del medio. Redactar para radio, aprender a locutar, conocer géneros y formatos, planificar programas.

#### **4.1.6. Conclusiones y Recomendaciones**

##### **Conclusiones:**

1. Se determinó que el proyecto es viable. Las autoridades aceptaron el futuro proyecto y cumplen con la mayoría de requerimientos para empezar un proyecto radial en el INEPE.
2. El espacio radiofónico, que está supeditado para que funcionen los equipos, está en muy buenas condiciones. Los micrófonos, la consola y las computadoras son nuevas.
3. Los estudiantes prefieren el espacio radial en horas de la tarde y en el recreo, para que puedan ser escuchadas y compartidas con los compañeros.
4. Los estudiantes que requieran el espacio radial, necesitan de clases teóricas y prácticas para el buen funcionamiento de los equipos y el curso.

5. Los programas musicales y de variedades son los primordiales para el alumnado, estos despiertan interés.
6. Los alumnos de los cursos inferiores necesitan mayor capacitación para que lleven la posta del proyecto.
7. Las crónicas, cuentos, temas deportivos, musicales e institucionales, son del interés de autoridades y estudiantes.

### **Recomendaciones:**

- Es recomendable adquirir parlantes y megáfonos para que el programa se reproduzca en las horas estipuladas.
- Para la exteriorización del proyecto, en el futuro se necesitará un proveedor de internet para que se escuche en la web.
- Es necesario que existan charlas sobre el proyecto con la población externa de la institución. Las autoridades del INEPE manifestaron que si se desea una participación de las personas de Chilibulo.
- Deberá incluirse Producción Radial en la materia de Lenguaje y Comunicación
- El horario de transmisión sería en la hora de recreo en donde toda la comunidad pueda escuchar, de igual manera se considera que la transmisión será semanal por fines de edición.
- Se recomienda a la institución poner en marcha un proyecto radial, a manera de programa semanal, una radio revista, que contenga formatos que incluyan los gustos

y preferencias de los jóvenes. La presente propuesta sería el primer paso para la integración y captación de interés por la radio en los jóvenes del INEPE.

#### **4.2 Propuesta de Proyecto:**

En vista al análisis presentado en la investigación anteriormente mencionada, se decide tomar en cuenta una de las recomendaciones que es la realización de una radio revista en la Institución.

La radio revista Juvenil “La voz del INEPE” es un proyecto que se realizará con la finalidad de integrar a los Actores involucrados en la Comunidad Educativa, como son: Alumnado, Autoridades, Padres de familia y Docentes; a través de una propuesta comunicacional que consiste en plantear un medio de comunicación alternativo en donde los estudiantes ejerzan su libertad de expresión y puedan adquirir nuevas destrezas en la Producción radiofónica a través de la realización de un Programa “radio revista”, hecha por los jóvenes y para los jóvenes.

Los estudiantes de secundaria del INEPE, valiéndose de la cabina de radio ya existente y que posee la infraestructura necesaria para poner el proyecto en marcha dentro de la institución, sacarán adelante semanalmente una radio revista de 30 minutos, que será un espacio en donde la Comunidad del INEPE pueda comunicar sus creencias, gustos, saberes, deseos y sentimientos, bajo la guía de un comunicador radial.

La difusión de la radio revista será en hora de recreo de los días Viernes, que es el momento en donde la comunidad educativa está compartiendo un tiempo libre, ideal para afianzar el entretenimiento y conocimiento a través de la Radio.

El programa será dividido por segmentos, en donde los jóvenes utilizarán los diversos formatos radiales como son dramatizados, noticias, crónica, música, cuñas educativas, entrevistas, reportajes, etc. y a través de ellos, crearán espacios en donde puedan difundir sus proyectos comunitarios, algún tópico importante aprendido en clase y que puedan compartir con la comunidad del INEPE noticias internas de la institución, espacio musical y de esparcimiento, consejos, consultorías, dramatizado de valores sociales, etc.

La radio revista Juvenil “La voz del INEPE” será un proyecto de radio alternativa que formará un espacio en donde toda la Comunidad Educativa del INEPE se integrará y podrá ejercer el derecho a la libertad de expresión, concienciar sobre la gran responsabilidad social que implica comunicar y dar sentido a la palabra, al poder expresar a través de ella sus sentimientos y pensamientos.

En este proyecto se podrá ver reflejado el rol de la Comunicación dentro del trabajo comunitario, debido a que la radio será un medio fortalecedor en la construcción de identidad y a la vez promoverá la reflexión y la criticidad en los jóvenes del INEPE a través de la creación de Productos Radiofónicos de calidad, valiéndose de todos los formatos radiales que sea posible para poner en práctica en la radio revista.

### 4.2.1 Matriz de Marco Lógico de la Radiorevista “La voz del INEPE”

1. Resumen	2. Indicadores	3. Evidencia	4. Supuestos
<p><b>a) Meta:</b> Se concientizará a la Comunidad Educativa del INEPE sobre la gran responsabilidad social que implica comunicar haciendo parte de su vida cotidiana este ejercicio comunicativo.</p>	<p>Derecho a la educación y a la comunicación. Falta de una educación mediática, partiendo desde escuelas y colegios. "El derecho a la educación, a la comunicación y a la participación forman parte de los derechos humanos de niños y adolescentes. Derechos que son, además, puerta de acceso a otros, también indelegables. Es necesario que escuela, familia y medios de comunicación los promuevan y velen por ellos"</p>	<p>Silvia Bacher. <b><u>Tatuados por los medios, Dilemas de la educación en la era digital.</u></b> Buenos Aires, Editorial Paidós SAICF, 2009. p. 80</p>	<p>Los jóvenes pueden dejarse influir por modelos light planteados por los medios de comunicación en nuestro país, esto puede ocasionar que los jóvenes pretendan realizar productos radiofónicos sin responsabilidad y compromiso social.</p>
<p><b>b) Propósito:</b> Realizar semanalmente un Programa Radial de 45 minutos a manera de Radio Revista, hecho por los jóvenes y para los jóvenes con la participación activa de toda la Comunidad Educativa INEPE.</p>	<p>Necesidad de un medio propio en el INEPE. "Se determinó que la mayoría de estudiantes piensan que es necesario y hace falta un medio de comunicación dentro de la institución, de preferencia que sea la Radio, debido a que ya tienen estructurada una cabina, la cual pueden dar uso"</p>	<p>Grupo focal y entrevista realizada a los alumnos del INEPE y encuesta realizada a la Máster Jimena Leiva docente de la PUCE</p>	<p>Hacer un programa radial de 45 minutos semanales es un tiempo corto para tratar toda la temática y puntos de vista pendientes. Al tratar esquematizarla, sin variedad en su contenido, se puede hacer monótono y aburrido. * Si los jóvenes dejan de la radio revista sin continuidad, una vez por semana, puede dejar de formar parte de la cotidianidad del oyente.</p>

<p><b>c) Resultados 1,</b> Comunidad INEPE que esté en la capacidad de comunicar sus creencias, gustos, saberes, deseos y sentimientos a través de la radio.</p>	<p>Derecho a comunicar y a hacer escuchar su voz a través de los medios de comunicación sin necesidad de estar asociados a grupos de poder mediático. "Los seres humanos no pueden mantenerse al margen de la comunicación por que son comunicación en sí" "Cuando se habla de Comunicación la voz la tienen los sindicatos (17.8%) seguidos por el Poder Ejecutivo Provincial (16.5) trabajadores de la educación (14.6%) Poder Ejecutivo Nacional (9%) y las familias (5.9 %). A los chicos y jóvenes apenas se les consulta o se toma en cuenta su opinión un 5.9 % de las veces"</p>	<p>Paulo Freire, Pedagogo. Silvia Bacher.</p>	<p>En la actualidad los jóvenes se avergüenzan de sus raíces, principalmente cuando se habla de su procedencia indígena. Prefieren lo extranjero y la moda antes de reconocerse en su medio.</p>
<p>2. Comunidad educativa con habilidad y conocimientos para obtener productos radiofónicos de calidad</p>	<p>Necesidad de conocer y educarse en producción radiofónica. "Se necesita escuelas que nutran las mentes ávidas de los niños; guiadas por docentes de con solida formación, capaces de adaptarse a los cambios y que tengan como prioridad emancipar a infancias y juventudes para vidas dignas y justas; donde la Educomunicación sirva como vías para acceder a conocimientos significativos"</p>	<p>Silvia Bacher. Tatuados por los medios, Dilemas de la educación en la era digital. Buenos Aires, Editorial Paidós SAICF, 2009. p. 23.</p>	<p>Realizar programas radiales sin conocimientos de producción, suponiendo que basta con conocimiento empírico para realizarlo.</p>
<p>3. Una cabina con capacidad y equipos necesarios para producir radio</p>	<p>Necesidad de una cabina de radio con optima capacidad para realizar los productos radiofónicos deseados con calidad "La Cabina Radial del INEPE se implementó mediante autogestión, gracias a las donaciones de los mismos compañeros del INEPE que contribuían económicamente de acuerdo a sus posibilidades. También se pidió ayuda a entidades públicas y privadas involucradas en varios proyectos radiofónicos en el país y Latinoamérica. En la actualidad es necesaria una remodelación técnica pese a que existen ya los equipos."</p>	<p>Patricio Raza. <b><u>La Unidad Educativa INEPE, una experiencia de economía solidaria.</u></b> Revista Arcilla, Instituto de Investigación, Educación y Promoción Popular INEPE. 2011. p. 48-50.</p>	<p>El costo de equipos de producción radial son demasiado costosos por auto gestión.</p>

<p>4. Compartir productos comunicativos con la Comunidad</p>	<p>Necesidad de escuchar y ser escuchados y de esta manera formar un dialogo de saberes y conocimientos mutuo. "Los medios de comunicación son los nuevos mercaderes de la realidad. Lo que no sale en pantalla o por micrófonos, es como que no hubiera ocurrido. Lo que los medios afirman, afirmado queda. Lo que los medios ignoran, no existe... Los medios no solo dan a conocer, sino que establecen la realidad"</p>	<p>José Ignacio López Vigil. Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000. Pg. 26.</p>	<p>Productos comunicativos radiales pueden ser archivados sin ser socializados por falta de espacios para la socialización.</p>
<p><b>d) Actividades</b> 1) Tomar en cuenta los gustos e intereses de toda la comunidad educativa.</p>	<p>Es necesario que los contenidos de los medios de comunicación sean hechos por la gente y para la gente, tomando en cuenta que cada uno es un mundo distinto y diverso. Ninguna opinión debe ser excluida. "Una radio regenera el tejido social cuando usa sus micrófonos para que la gente hable, para que diga su palabra e incluso para que se equivoque, "una radio es como la boca grande de la comunidad, es la devolución de la palabra secuestrada en las comunidades. Una locutora o locutor, se parece a una partera, porque ayuda a parir las palabras destinadas al silencio"</p>	<p>José Ignacio López</p>	<p>Contenidos de la radio monopolizados por editor o autoridades del INEPE.</p>
<p>2) Realizar capacitaciones constantes de Producción Radiofónica a la Comunidad Educativa del INEPE e incluirlas en el pensum de estudio.</p>	<p>Es necesario que el proyecto se adapte paulatinamente a los avances científicos, tecnológicos y sociales por ende es necesario capacitaciones continuas. "Con la propuesta de proyecto La Radio como medio de expresión para los jóvenes del INEPE: Propuesta de radio revista Juvenil "La voz del INEPE", un grupo de estudiantes de Comunicación de la PUCE, a manera de acción social capacitarán a 40 jóvenes aproximadamente en horarios de clases los días jueves de 8 a 10 am."</p>	<p>Jimena Leiva, encargada de acción social PUCE</p>	<p>Es posible que no exista capacitadores voluntarios y contratar personal ocasionará gastos a la institución. En caso de no capacitar al personal no se puede producir.</p>

<p>3)Renovar la cabina de radio, con equipos especializados y velar por que esta se encuentre funcionando en optimas condiciones</p>	<p>Es recomendable adquirir equipo de amplificación, cambiar los equipos a un software especializado y manejable, también alguien que se encargue del aspecto técnico de los equipos.</p>	<p>Recomendaciones a la Propuesta de radio revista "La voz del INEPE" obtenido del Diagnóstico de Comunicación.</p>	<p>*El INEPE al ser una ONG no posee presupuesto propio para realizar una inversión en equipos de Radio. *Dificultad en manejo de equipos si no se encuentra guía técnica.</p>
<p>4) Realizar un producto comunicativo semanal el cual sea escuchado todos los días viernes en la hora de recreo del colegio en alto parlante.</p>	<p>Se necesita producir semanalmente la Radio Revista del INPE y demás productos radiofónicos que pueden crearse posteriormente, esto hará que el esfuerzo se vea materializado. "Se producirá una radio revista semanal, para que los alumnos puedan trabajar en la producción y tenga la temporalidad necesaria para insertar el programa en el cotidianidad del oyente."</p>	<p>José Ignacio López</p>	<p>Los jóvenes pueden dejar de interesarse por el proyecto si no se hace de este parte esencial de su ejercicio comunicativo. *Que el proyecto quede estático, sin la oportunidad de renovarse ni pensar a futuro en algo más grande como una radio comunitaria para Chilibulo, posteriormente Quito, Ecuador, etc.</p>

#### 4.2.2. Organización de la radio revista:

##### a) Nombre de la revista

El nombre propuesto para la revista es "La voz del INEPE", puesto a que al ser la radio el medio de comunicación a emplear por los jóvenes de la institución, son su voces las que van a ser escuchadas por toda la comunidad educativa. Los jóvenes como comunicadores tienen el deber de ser la voz de las necesidades e interés de su comunidad.

Una vez entregada la presenta propuesta el nombre está sujeto a cambio, si los beneficiarios del proyecto (jóvenes de secundaria del INEPE, Docentes, Administrativos, Autoridades, Padres de Familia, Comunidad de Chilibulo) así lo requieren.

## **b). Tipo de revista**

La radio revista que la presente propuesta propone a realizarse en el INEPE es de Variedades.

Se realizó encuesta como realizada el lunes 22 de Octubre en las instalaciones de la Institución a una muestra de 46 alumnos de Octavo de básica a Segundo de Bachillerato de la secundaria, tomando en cuenta las personas que están interesadas en participar del proyecto.

En la encuesta se pudo determinar que los jóvenes están deseosos de tratar variedad de temas por medio de la radio, y manifestaron que prefieren un espacio de novedades y entretenimiento y que los temas educativos se podrían insertar pero en una forma dinámica, nada similar a sus clases curriculares. Debido a que la radio revista se transmitiría los días viernes en hora de recreo y quieren despejar su mente y a la vez informarse.<sup>188</sup>

## **c) Línea editorial (enfoque)**

- La radio revista “La voz del INEPE” es un proyecto de radio comunitaria, que se centra en la “Comunidad Educativa del INEPE” como su foco de atención. En ella se tratará temas como gustos, preferencias, necesidades, proyectos y una importante atención y posible solución a los problemas internos.
- La Radio revista integrará a todos los actores de la comunidad, por ende será foco de participación, interacción, difusión y comunicación.

---

<sup>188</sup> ANEXO 4: Tabulación de Encuestas “Gustos y Preferencias de contenido de la radio revista “La voz del INEPE”, Realizado el: 22 de Octubre en las instalaciones del INEPE.

- A través de este medio los jóvenes del INEPE podrán ejercer libremente el derecho a la libertad de expresión y puedan presentar diversos puntos de vista, respetando así la pluralidad de voces.
- En el contenido de la radio revista se abordarán temas de interés de los jóvenes, sin importar que tema sea. Al ser una Radio revista de variedades, abre el diálogo a cualquier tipo de debate u opinión, pero siempre basados en un contenido investigativo. Se garantizará que los temas informativos, culturales, de entretenimiento, de debate, etc. tengan la seriedad adecuada, sin ofender ideologías, religiones, razas, etc.
- La veracidad es uno de los principales ejes de todo medio de comunicación, en la radio revista “La voz del INEPE” se intentará plasmar e inculcar en los estudiantes todos los buenos valores que están inmersos en el plano comunicativo.

#### **d) Objetivos**

La radio revista “La voz del INEPE”, tiene a finalidad de cumplir con los siguientes objetivos:

- **Objetivos Generales**
  1. Realizar un Programa Radial de 30 minutos cuyo formato es una radio revista, hecho por los jóvenes y para los jóvenes con la participación activa de toda la Comunidad Educativa INEPE.

- **Objetivos Específicos**

1. Promover la reflexión y criticidad a través de la radio revista y que este aporte al proceso enseñanza aprendizaje de los jóvenes del INEPE.
2. Crear un espacio de radio que sea parte de la actividad curricular de los alumnos en donde la producción radiofónica sea incluida como un taller de aprendizaje constante.
3. Promover la recuperación y reproducción cultural, contribuir con la construcción de identidades mediante la propuesta de producción de radio revista.
4. Crear una práctica comunicacional activa en los jóvenes del INEPE, que son futuros comunicadores de la patria, inculcando en ellos valores y compromiso de comunicar.
5. Hacer de la radio revista un proyecto semanal con proyección a que el proyecto trascienda de la institución a toda la Comunidad de Chilibulo en un futuro.

**e) Público objetivo**

El público objetivo de la radio revista “La voz del INEPE” son los jóvenes estudiantes de secundaria de la institución de Octavo de Básica a Tercero de Bachillerato, hombre y mujeres desde los 12 años hasta los 18.

Son jóvenes que viven al sur de Quito y se encuentran muy enrollados con la Comunidad de Chilibulo, lugar en donde se encuentra ubicada la institución. Este es un dato importante que recalcar, debido a que los estudiantes del INEPE, manejan importantes

proyectos sociales con su entorno y ellos desean que se difunda estos proyectos a través de la Radio revista.

En el público está conformado por jóvenes de clase Media Baja, muchos de ellos, luego de sus actividades académicas, ayudan a los padres en labores como: carpintería, cerrajería, albañilería, venta de mercado, que haceres domésticos.

**f) Esquema de la radio revista:**

Al ser una radio revista de 30 minutos, según recomendaciones del Manual de Capacitación en radio popular de ALER, debe tener los siguientes elementos:

- Definir tema central, debido al corto tiempo en todo el programa se debe manejar un solo tema como eje del contenido. Se debe realizar una investigación del tema, conocerlo y analizarlo.
- Según el tema se puede elegir los géneros: Por ejemplo “si se quiere dar a conocer mejor la realidad es propicio usar el género Dramático, con pequeños guiones que ilustren situaciones concretas”<sup>189</sup>, es importante conectarnos con la comunidad y saber constantemente que temas les gustaría a ellos que se trate en la Revista.
- Para analizar la realidad se puede usar recursos de opinión, sirve para profundizar los puntos de vista.<sup>190</sup>

---

<sup>189</sup> ALER, Manuales de Capacitación en radio popular, Manual N.3, Prodigy Publicidad, Quito, Ecuador. p. 31

<sup>190</sup> *Ibíd.*

- Una vez obtenida la información y seleccionado género y formato se procese a la esquematización, que debe constar básicamente de dos secciones.
  - 1) Primera sección: es la más extensa e importante, se trata el tema en formato más amplio. Se puede anteceder el segmento con una cortina musical.
  - 2) La segunda sección: es una sección fija, más seria: una charla, noticias, entrevista.

Posible esquematización de una revista de 30 minutos:

	<b>Actividad</b>	<b>Duración Minutos</b>
1	Jingle característico del programa	1
2	Saludo	2
3	Presentación del tema (cortina de programa)	3
4	Primer Segmento (ejem. Dramatizado)	5
5	Comentario de la dramatización	4
6	Canción	3
7	Segundo Segmento (cortina de programa)	5
8	Entrevista(cortina de programa)	5
9	Despedida	1
10	Jingle característico del programa	1

Los nombres fijos de los dos segmentos que se presentaría por edición, serán:

La radio te ve: Primer segmento de 5 minutos de información en donde se tratarán temas divertidos y de interés para los jóvenes, en formatos sumamente dinámicos.

INEPE informa: Segundo segmento de 5 minutos de información en el cual se tratará el género periodístico y sus formatos, sobre temas de interés institucional.

Los espacios musicales no forman un segmento específico, pero será el nexo que una los dos segmentos planteados. Estos espacios tendrán el nombre de “Vive a tu ritmo”.

**g) Temas que se abordarían en el año**

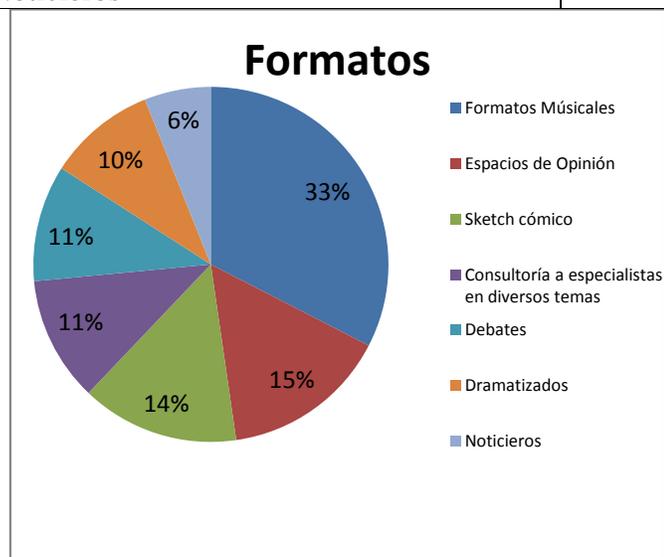
Utilizando como instrumento de investigación la entrevista, se pudo determinar que los jóvenes están deseosos de conocer una gran variedad de temas que tienen que ver mucho con las inquietudes que normalmente se presentan en la adolescencia, como: Naturaleza, Internet y Redes Sociales, Deportes, Novedades sobre la música, Tecnología, Chistes, Talentos, Historias de terror, Leyendas y Tradiciones, Farándula, Familia, Entrevistas a alumnos destacados y miembros de la comunidad educativa, Noticias del INEPE, Moda, Incendios forestales, Proyectos que realizan en el INEPE, Enamoramiento, Problemas ambientales, Problemas de la adolescencia, Actualidad, Sexualidad, Salud, Consejos emocionales, Desórdenes alimenticios, Temas de lo sobrenatural, Maquillaje, Horóscopo, Agenda cultural.

De igual manera se pudo ver que los jóvenes están interesados en utilizar la radio como instrumento de mediación para tratar temas de interés y muchas veces preocupación que existen en la institución: Bullying, Apodos, Transporte, Respeto a la libertad de Opinión, Perdida de Maestros del INEPE, Desperdicio de papel, Problemas económicos de la institución, Alcoholismo, Tabaquismo, Drogas, Valores, Discriminación.

## h) Formatos a utilizar

Los formatos más atractivos para los jóvenes, según encuesta realizada, son:

Formatos Musicales	43
Espacios de Opinión	20
Sketch cómico	19
Consultoría a especialistas en diversos temas	15
Debates	14
Dramatizados	13
Noticieros	8



Se puede percibir claramente que la música es el principal interés de los jóvenes, quienes la usan como medio de distracción, diversión y hasta relajación. De igual manera están interesados en hacer escuchar sus voces en espacios de opinión y utilizar el famosísimo sketch cómico.

Al existir diversidad de temas que los jóvenes estén interesados en tratar, se puede analizar cuál de ellos es el propicio para el mensaje que se quiera comunicar, hay que tener muy en cuenta que los jóvenes o quiere formatos técnicos o escolarizados.

### **i) Perfil musical**

Según encuesta realizada y anteriormente especificada, se pudo determinar que los estudiantes presentan gran diversidad en gustos musicales, pero ellos aseguran que les gustaría escuchar géneros variados como: Rock, Música Protesta, Reggaetón, Baladas, Pop, Heavy Metal, Rock clásico, Baladas, Bachatas, Reggae, Electrónica, Rap, Hip hop, Salsa, Merengue, Música en inglés, Música de aristas nacionales como: Tombak, la Vagancia, Rocola bacalao.

De igual manera es interesante incentivar proyectos como el rescate cultural y de identidad a través de la música, en la cuenta se realizó la siguiente pregunta: ¿Le gustaría que parte del repertorio musical este conformado por música nacional o folclórica? a la cual los jóvenes respondieron en un 58% que SI y un 42% que NO.

Los jóvenes justifican su respuesta de NO, diciendo que ya está pasado de moda, que simplemente no les gusta y que preferirían escuchar su música, que mayoritariamente viene de corrientes extranjeras. Sin embargo, aun que con no mucha diferencia gano el SI, la propuesta es que en cada edición al menos se escuche una canción de tinte nacional o folclórico, explicándoles a los alumnos el contexto histórico de la música y la cultura que en ella se representa.

### **j) Equipo responsable de producción**

Según el desempeño de los estudiantes en las capacitaciones que se realizaran por estudiantes de comunicación dentro de Acción social de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, se elegirán las personas aptas para ocupar los siguientes cargos.

- Director de programa
- Director de musicales
- Productor de contenido
- Periodistas (redactores)
- Disc-jockey
- Ayudante de archivo en discoteca
- Técnico de audio y consolas
- Editores

#### **k) Conductores**

En la encuesta realizada a los jóvenes se realizó la siguiente pregunta: ¿Qué características de tu locutor de radio favorito crees que deberían tener los locutores de la radio revista del INEPE? a la cual respondieron: Divertido, Sociable, Educado, Chistosos, Original al hablar, con voz bonita, Fluidez, Confianza, Espontaneo, Dicción, Que hable como un amigo, Sin vergüenza, Que sepa levantar los ánimos, Carismático, Que tenga conocimientos de música, Que brinde seguridad.

Con esta información se realizó un casting para locutores, se reunió a todos los chicos interesados en ser locutores que fueron 30 de los 46, a los cuales se les pidió que se

autoevalúen con las siguientes preguntas, tomadas de la información que brinda el Manual 3 de ALER, sobre Locutores y Locutoras<sup>191</sup> Una de las importantes características que se resaltan es la lectura fluida, a tal punto que parezcan ideas propias, se pidió quedarse a las personas que afirmen tener esta cualidad.

De los 30 alumnos quedaron 20 a los cuales se pidió que se queden los que no tengan miedo a “hacer el ridículo”, que es uno de los grandes temores que nos impide ser nosotros mismos ante el micrófono. Entonces quedaron tan solo 12 jóvenes para el casting.

El casting <sup>192</sup>de locutores se realizó en la cabina de radio del INEPE, Se entregó a cada uno de los 12 jóvenes una lectura corta, ellos tenían que introducir el programa leer su nota y despedir.

Se calificó en los siguientes parámetros sobre 10 puntos cada uno:

- Naturalidad
- Carisma
- Interacción con el oyente
- Lectura
- Improvisación
- Dicción
- Seguridad

---

<sup>191</sup> ALER, Manuales de Capacitación en radio popular, Manual N.3, Prodigy Publicidad, Quito, Ecuador. p. 17-29

<sup>192</sup> Anexo 5: Casting de Locutores, Realizado el viernes 26 de octubre de 2012

A las personas que demostraban tener actitudes para el cargo de locutor, la realizadora del casting Katherine Verdugo, ocupó el papel de segundo locutor para analizar la interacción en pareja.

Con todos estos parámetros se eligió un locutor y una locutora como recomienda el texto de ALER para ser la pareja de conductores de la radio revista “La Voz del INEPE” por el lapso de un año lectivo, debido a que el oyente debe tener cierta familiaridad y hasta complicidad adaptándose por un largo periodo de tiempo al locutor.

Los jóvenes electos son:

- Señorita Catalina Loor de primero de Bachillerato, con un resultado de 55 sobre 70
- Señor Josué Romero de 10mo de Básica “B”, con un resultado de 56 sobre 70

## CONCLUSIONES

- Los estudiantes de secundaria del INEPE, pondrán en marcha el proyecto de radio revista “La voz del INEPE” dentro de la institución, sacarán adelante semanalmente una programa de 30 minutos, que será un espacio en donde la Comunidad del INEPE pueda comunicar sus creencias, gustos, saberes, deseos y sentimientos, previo una capacitación y valiéndose de la cabina de radio ya existente y que posee la infraestructura necesaria.
- El proyecto de formar la radio revista, atenderá las necesidades comunicativas y de libertad de expresión de los estudiantes del INEPE y Comunidad Educativa en general. “Los seres humanos no pueden mantenerse al margen de la comunicación por que son comunicación en sí”, dice Paulo Freire en su libro Pedagogía del Oprimido, el diálogo con las masas debería ser prioridad de todo medio de comunicación. Así que el verdadero trabajo de la radio revista “La voz del INEPE”, consiste en fomentar la inclusión y la libertad de expresión aliado con el conocimiento previo, el compromiso y la responsabilidad que implica comunicar, dar sentido a la palabra, al poder expresar a través de ella sus sentimientos y pensamientos.
- Hay que destacar que el proyecto radial en la educación Popular debe aportar al Desarrollo Humano Local, tomando en cuenta que la comunicación es un derecho inherente a los seres humanos y nace por la necesidad de intercambiar ideas, pensamientos y sentimientos; y buscar soluciones conjuntas en pro de la comunidad, buscando la participación activa de los miembros y no solo su opinión.

- La radio revista “La voz del INEPE” es un medio fortalecedor en la construcción de identidad y a la vez promueve la reflexión y la criticidad en los actores del proceso de enseñanza aprendizaje
- “La voz del INEPE” estará al servicio de su audiencia, atendiendo sus intereses, gustos, preferencias y practicas cotidianas, convirtiéndola en un espacio para reconocer el valor de otro y contribuir con la construcción de identidades.
- La Edu-comunicación será el vínculo perfecto entre la educación popular y uno de sus principales ejes institucionales y derechos fundamentales como es la comunicación. El trabajo educativo a través de la radio también debe centrarse en que los perceptores puedan aprender a recibir e interpretar el mensaje radiofónico, este proceso da luces a los estudiantes y maestros para crear procesos comunicacionales alternativos.
- En la Educación Popular, la radio comunitaria forma parte de una propuesta de desarrollo que empieza por brindar el protagonismo necesario que merecen todos los miembros de la comunidad educativa, debe fomentar el diálogo entre ellos y otros actores sociales, para que de esta manera sea un espacio democrático en donde se ejerza ciudadana.
- El correcto manejo del lenguaje radiofónico y la producción radial por parte de los miembros de la comunidad educativa hará que el proyecto funcione de manera óptima, debido a que ellos será los hacedores y protagonista del proyecto de radio revista “La voz del INEPE”.
- La magia de la radio está en crear imágenes en la mente de las personas, con palabras concretas extraídas de la realidad, valiéndose de elementos como la narración y la

descripción, la imagen se plasma cuando por medio de la palabra se apela a los sentidos.

- Para la realización de productos radiofónicos, es de suma importancia la planificación. El guión es la pieza clave para que locutores, técnicos y demás personal, puedan trabajar en conjunto de una manera ordenada y obtengan el resultado deseado.
- En el contenido de la radio revista La voz del INEPE se abordarán temas de interés para el oyente, atendiendo los gustos y preferencias de la comunidad educativa. Al ser una Radio revista de variedades, abre el diálogo a cualquier tipo de debate u opinión. Todo material radiofónico deberá ser desarrollado con el debido conocimiento del tema, investigación e interacción con el oyente.

## BIBLIOGRAFÍA

1. ALER, Manuales de Capacitación en radio popular, “radio revista”, Manual N.3, Prodigy Publicidad, Quito, Ecuador.
2. ALER, Manuales de Capacitación en radio popular “radio revista, (segunda parte)”, Manual N.7, Prodigy Publicidad, Quito, Ecuador.
3. ALER. La música en la radio popular, Manual 12, Quito, 1989.
4. Álvaro, Lilián. . Mantener viva la esperanza. Revista Arcilla. Instituto de Investigación, Educación y Promoción Popular INEPE. 2011.
5. Álvaro, Lilián. La Unidad Educativa INEPE: Una experiencia de Educación Popular para la paz y felicidad de los niños y jóvenes de la comunidad. Ponencia para el Diálogo Iberoamericano de Derechos Humanos y Educación para la Paz. Cuenca. Enero 2008.
6. Álvaro, Maritza. El taller, una especial modalidad educativa. Revista Arcilla, Instituto de Investigación, Educación y Promoción Popular INEPE. 2011.
7. Amores, Juan. Historia de América, España, Editorial Ariel S.A, 2006.
8. Bacher, Silvia. Tatuados por los medios, Dilemas de la educación en la era digital. Buenos Aires, Editorial Paidós SAICF, 2009.
9. Bustelo, Eduardo. El recreo de la infancia. Ediciones Argentina. Buenos Aires, 2007.
10. Carrillo, W. Entrevista realizada el 03 de marzo de 2012. Radio Interna del INEPE "El hoy y el ayer". Verdugo Katherine, Entrevistadora

11. Constitución Ecuatoriana 2008. **Régimen del Buen Vivir**. Capítulo VII.
12. Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, Vigésima segunda edición. 2001
13. Foucault Michel, **“Coraje y Verdad”** en Bustelo, Eduardo. El recreo de la infancia. Buenos Aires Ediciones. Argentina, 2007.
14. Freire, Paulo. **Pedagogía del oprimido**. Lima, Perú. Editorial Tierra Nueva. 1971.
15. Gascón Baquero, María del Carmen. **La radio en la educación no formal**. Ediciones CEAC. Perú. 1991.
16. Gasparello, Giovanna. **Donde crece la flor de la palabra. Reflexión sobre la Radio Comunitaria Indígena en los estado de Guerrero y Oaxaca- México**. Revista Nómada. (2011.1)
17. Guerrero, Marcos. **Ubicación geográfica e histórica del INEPE**. Revista Arcilla. Instituto de Investigación, Educación y Promoción Popular INEPE. 2011.
18. González Conde, María Julia. Comunicación Radiofónica. Editorial Universitas S.A. Madrid, 2008.
19. Hoerberichts, Anouk. **Comunicación y Radio para el desarrollo local**. Editorial Abya- Yala. Quito, 2001.
20. INEPE y FOJ. **El “Caballito Trotador”**. Quito, 1991.
21. INEPE. **Tríptico Informativo**. Quito. Enero de 2008.
22. Instituto Centroamericano de Estudios Políticos. Cuadernos de Formación para la Práctica Democrática N.- 3. **Educación Popular y los Formadores Políticos**. Editorial INCEP. Guatemala. Mayo 2012.
23. Kaplum, Mario. **Producción de programas de Radio**. CIESPAL. Quito, 1895.

24. KAPLUN, Mario. **El comunicador popular**. CIESPAL. Quito, 1985
25. Lazo, Carmen. Revista andaluza de Comunicación. **La educación en materia de comunicación, una asignatura pendiente**. Editorial Ambitos.2008. Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, Sección número II, Literal 6 “**Consolidación de los medios comunitarios**”
26. Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, Sección número III, “**Medios de comunicación Comunitarios**”
27. Lopez Vigil, Jose Ignacio. **Ciudadana Radio**. Colección Analisis. Venezuela, 2008.
28. LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. **Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas**. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, 2000.
29. Martínez, Ovidio. **El interaprendizaje o aprendizaje colaborativo**. 2008 Acceso en línea: <http://aprendizajecolaborativoovidio.blogspot.com/>
30. Mata, María Cristina y Scarafia, Silvia. **Lo que dicen las radios**. ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica). Quito, 1993.
31. Mata, María Cristina. **Cómo Conocer la Audiencia de una Emisora: Los de Sondeos de Audiencia**. ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica). Quito, 1994
32. Merayo, Arturo. **Identidad, Sentido Uso De La Radio Educativa**. III Congreso Internacional Cultura y Medios de comunicación. Ediciones Universidad Pontificia de Salamanca. 2000.

33. Merayo, Arturo. **Parar entender la radio.** p... 114. Tomado de: González Conde, María Julia. **Comunicación Radiofónica.** Editorial Universitas S.A. Madrid, 2008.
34. Pessoa, João. Revista de UFPB N.-14. **Caminos de Paulo Freire, Entrevista a J. Chasin.** 1985
35. Prieto, Daniel. **Diagnóstico de Comunicación, Manuales Didácticos.** CIESPAL. Segunda Edición. 1990. P. 80 y 111
36. Prieto, Daniel. **La Comunicación en la Educación.** Editorial Stella. Buenos Aires, 2004.
37. Proaño, Leonidas. **Campaña Nacional de Alfabetización Monseñor Leónidas Proaño: documentos de trabajo.** Quito, Ecuador: Ministerio de Educación y Cultura. p. 9
38. Raza, Patricio. Entrevista realizada el 10 de Abril de 2012. **Historia del INEPE y Proyecto Radial de la Institución.** Verdugo Katherine, Entrevistador
39. Raza, Patricio. **La Unidad Educativa INEPE, una experiencia de economía solidaria.** Revista Arcilla, Instituto de Investigación, Educación y Promoción Popular INEPE. 2011.
40. Robert McLeish, **Técnicas de Creación y Realización en Radio. Pablo de la Torriente,** La Habana, 1989,
41. Rodero Antón, Emma. **Producción Radiofónica.** Editorial Cátedra. Madrid, 2005,
42. Sánchez, Gris. Con **Radios Comunitarias se ejerce el derecho a la comunicación y a la libertad de expresión.** Ecuador Inmediato, 05 de mayo de 2012.
43. Tubau, Iván. **Periodismo Oral.** P. 47. Tomado de: González Conde, María Julia. **Comunicación Radiofónica.** Editorial Universitas S.A. Madrid, 2008.

44. Villamayor Claudia y Lamas Ernesto. **Gestión de la radio comunitaria y ciudadana**. FES/ AMARC.
45. Viteri, Galo. Revista Académica Económica. **SITUACIÓN DE LA EDUCACIÓN EN EL ECUADOR. Observatorio de la economía Latinoamericana**, 2011

**Documentos electrónicos:**

1. Ágora RIIAL. Espacio de Estudio, Formación Diálogo Interdisciplinar. **Educomunicación**. Acceso en Línea: el 08 de 06 de 2012, [http://www.riial.org/espacios/educom/educom\\_desafio1.php](http://www.riial.org/espacios/educom/educom_desafio1.php)
2. AMARC. Principios para un Marco Regulatorio Democrático sobre Radio y TV Comunitaria. 2009. Acceso en línea: <http://legislaciones.amarc.org/Principios/PrincipiosMarcoRegulatorio.htm>. p.. 8.
3. AMARC. Principios para un marco regulatorio. **Programa de legislación y derecho a la comunicación- América Latina y el Caribe**. 2009. Acceso en línea el 24 de Julio de 2012 <http://legislaciones.item.org.uy/index?q=node/1958>.
4. AMARC. Programa **de legislación y derecho a la comunicación- América Latina y el Caribe**. 24 de Noviembre de 2011. Acceso en línea: <http://legislaciones.item.org.uy/index?q=node/1958>.
5. Barbero, Martín. **La Educación desde la información**. Editoriales Norma, 2002. Acceso en línea: <http://www.eduteka.org/pdfdir/SaberNarrar.pdf>

6. Beltrán Salmón Luís Ramiro. **La Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: Un recuento de medio siglo**, Argentina, Buenos Aires, 2005. Pg. 06. En línea: <http://www.portalcomunicacion.com/both/temas/lramiro.pdf>
7. Bombibre Cecilia. Definición ABC. Comunicación: Definición de un locutor. Acceso en línea: <http://www.definicionabc.com/comunicacion/locutor.php>
8. **Conjunto de herramientas para alfabetismo en medios. Un marco de referencia para aprender y enseñar en la era mediática**. Center for Media Literacy, 2003  
Acceso en línea el 21 de Agosto de 2012  
<http://www.eduteka.org/pdfdir/MediaLitGuia.pdf>
9. Ghiso, Alfredo. Biblioteca Digital. **Diálogo de saberes, una práctica hermenéutica colectiva**. Febrero de 2000. Acceso en línea: el 10 de mayo de 2012, [http://bibliotecadigital.conevyt.org.mx/colecciones/documentos/potenciando\\_diversidad.pdf](http://bibliotecadigital.conevyt.org.mx/colecciones/documentos/potenciando_diversidad.pdf)
10. Gómez, Armando. **La propuesta pedagógica de Paulo Freire según la Universidad Autónoma de México**. 2009. Acceso en línea el 29 de Mayo de 2012, de <http://www.stunam.org.mx/sa/11carrera/2009/propuesta%20pedagogica.pdf>
11. González, Roque. **Libertad de expresión y radios comunitarios**. 20 de Noviembre de 2010. Acceso en línea: ABC Color. <http://www.abc.com.py/edicion-impresia/opinion/libertad-de-expresion-y-radios-comunitarias-186976.html>.
12. Hunnapuh. **La radio y la educación popular**. 24 de noviembre del 2009. Acceso en línea: Hunnapuh – Comentarios <http://hunna.org/la-radio-y-la-educacin-popular/>
13. Iovanovich, Martha Liliana. Revista Iberoamericana de Educación. **La Sistematización de la Práctica Docente en Educación de Jóvenes Y Adultos**.

2008. Acceso en línea el 2012 de mayo de 07, <http://www.rieoei.org/deloslectores/624Iovanovich.PDF>
14. Jordán, Rodrigo y Panchana, Allen. **Los medios de comunicación en Ecuador.** Acceso en línea: <http://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/los-mcs-en-ecuador.pdf>.
15. Manuel. **Reflexión crítica sobre las virtudes del educador.** Intervención de Paulo Freire en el Centro Cultural General San Martín de la Ciudad de Buenos Aires, el 21 de junio de 1985. 04 de mayo de 2009. Acceso en línea:<http://mificherodelecturas.blogspot.com/2009/05/paulo-freire-reflexion-critica-sobre.html>.
16. Matta, Pía. **Radios Comunitarias y Libertad de Expresión.** 28 de julio de 2011. Acceso en línea: El Quinto Poder. <http://www.elquintopoder.cl/medios/radios-comunitarias-y-libertad-de-expresion/>.
17. Radialitas Apasionados y Apasionadas. **¿Cómo hago un guión de radio?** 2010. Acceso en línea: <http://www.radialistas.net/clip.php?id=1400355>
18. Villena Higuera, José Luis. **Interaprendizaje y educación para el desarrollo: un modelo para atender a la juventud y la infancia.** Facultad de Educación y Humanidades de Melilla, Universidad de Granada. Acceso en línea: <http://www.hegoa.ehu.es/congreso/gasteiz/doku/Interaprendizaje.pdf>
19. Wang, Juan; **Gestión de Radios Comunitarias.** Recuperado el 21 de agosto de 2012 de Docstoc, documentos para pequeñas empresas y profesionales , Acceso en línea: <http://www.docstoc.com/docs/24261533/GESTI%C3%B3N-DE-RADIOS-COMUNITARIAS>.

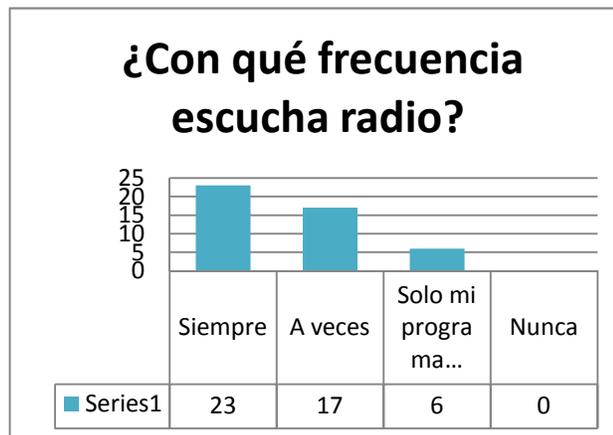
20. Zubeldía, Manuel. **Ficheros de lectura. Paulo Freire. Reflexión crítica sobre las virtudes del educado.** Recuperado el 09 de mayo de 2012, Acceso en línea :  
<http://mificherolecturas.blogspot.com/2009/05/paulo-freire-reflexion-critica-sobre.html>

## ANEXOS

- **ANEXO 1:** Segunda Edición del caballito Trotador. Archivo de Audio “El caballito trotador”, Producido por: INEPE Y FOJ, Junio de 1991. 21 archivos de audio.
- **ANEXO2:** Documental Radiofónico “INEPE, una experiencia educativa”, realizado por Jonathan Ortega y Katherine Verdugo. 2010. Archivo de audio. Duración 12:12 minutos.
- **ANEXO 3:** Tabulación de Encuestas “Gustos y Preferencias de contenido de la radio revista “La voz del INEPE”, Realizado el: 22 de Octubre en las instalaciones del INEPE.

### “Gustos y Preferencias de contenido de la radio revista “La voz del INEPE”

<b>1. ¿Con qué frecuencia escucha radio?</b>	
<b>Siempre</b>	23
<b>A veces</b>	17
<b>Solo mi programa favorito</b>	6
<b>Nunca</b>	0



**2. ¿Cuál es su emisora y programa favorito?**

- Disney
- Tarqui
- América
- Canela
- Onda cero
- Exa
- Mas candela
- Joya

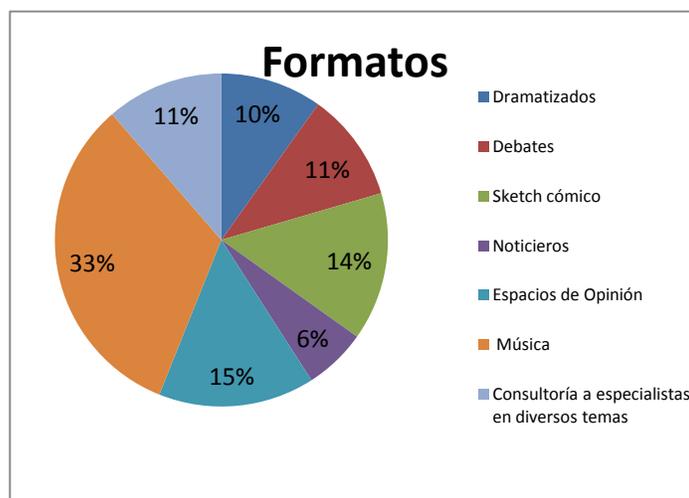
**3. ¿Le gustaría incluir a los grupos organizados del INEPE como: clubes de música, danza, teatro, deportes, etc. en un espacio en la radio revista, para de esta manera poder conocer más de su labor en la institución?**

Si	45
No	1



**4. De qué manera le gustaría escuchar los temas de su interés a través de la radio (Selección múltiple)**

Dramatizados	13
Debates	14
Sketch cómico	19
Noticieros	8
Espacios de Opinión	20
Música	43
Consultoría a especialistas en diversos temas	15



**5. ¿Qué temas le parecen interesantes para la juventud y le gustaría escuchar en un programa de radio? Mencione varias alternativas**

Naturaleza, Internet y Redes Sociales, Deportes, Novedades sobre la música, Tecnología, Chistes, Talentos, Historias de terror, Leyendas y Tradiciones, Farándula, Familia, Entrevistas a alumnos destacados y miembros de la comunidad educativa, Noticias del INEPE, Moda, incendios forestales, proyectos del INEPE, Enamoramiento, Problemas ambientales, Problemas de la adolescencia, Actualidad, Sexualidad, Salud, Consejos emocionales, Desórdenes alimenticios, Temas de lo sobrenatural, Maquillaje, Horóscopo, Agenda cultural

**6. ¿Conoce alguna banda musical formada por alumnos de la institución? ¿Qué tipo de música hacen?**

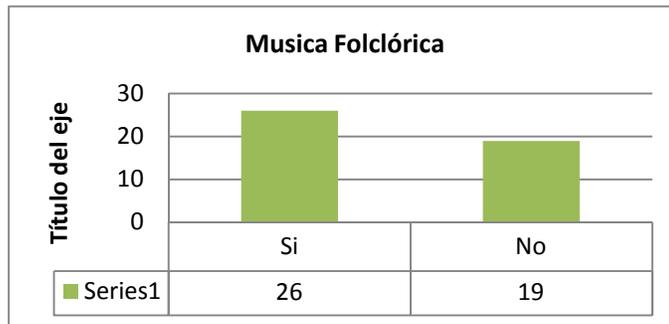
Grupo música del INEPE  
 Puma Maqui  
 Big band,  
 Aterkor

**7. ¿Qué tipo de música le gustaría escuchar en el programa de radio? Mencione varias alternativas**

Rock, Música Protesta, Reggaetón, Baladas, Pop, Heavy Metal, Rock clásico, Baladas, Bachatas, Reggae, Electrónica, Rap, Hip hop, Salsa, Merengue, Música en inglés, Música de aristas nacionales como Tombak, la Vagancia, Rocola bacalao

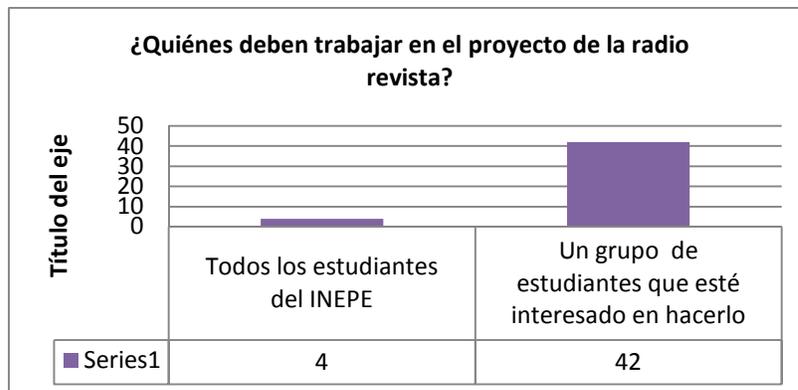
**8. ¿Le gustaría que parte del repertorio musical este conformado por música nacional o folclórica?**

Si	26
No	19



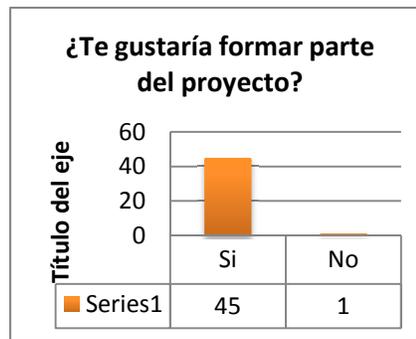
**9. ¿Quiénes deben trabajar en el proyecto de la radio revista?**

Todos los estudiantes del INEPE	4
Un grupo de estudiantes que esté interesado en hacerlo	42



**10. ¿Te gustaría formar parte del proyecto?**

Si	45
No	1

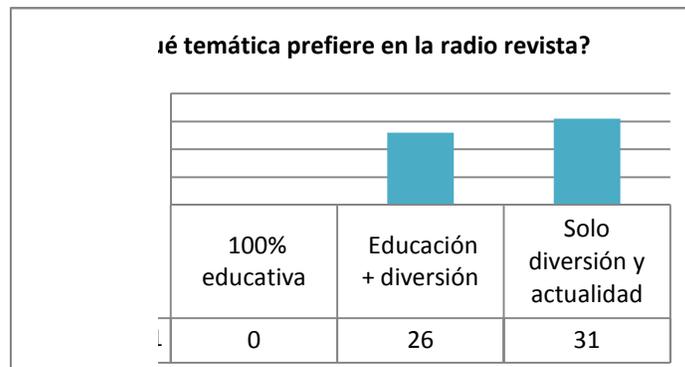


**10. ¿Qué temas le preocupan sobre la institución y que te gustaría que se resuelvan por medio de la radio? Mencione varias alternativas**

Bullyng, Apodos, Transporte, Opinión, Perdida de Maestros, Desperdicio de papel, Problemas económicos, Alcoholismo, Tabaquismo, Drogas, Valores, Discriminación

**12. ¿Qué temática prefiere en la radio revista?**

100% educativa	0
Educación + diversión	26
Solo diversión y actualidad	31



**13. ¿Qué características de tu locutor de radio favorito crees que deberían tener los locutores del INEPE?**

Divertido, Sociable, Educado, Chistosos, Original al hablar, con voz bonita, Fluidez, Confianza, Espontaneo, Dicción, Que hable como un amigo, Sin vergüenza, Que sepa levantar los ánimos, Carismático, Que tenga conocimientos de música, Que brinde seguridad.

- **ANEXO 4:** Casting de Locutores, Realizado el viernes 26 de octubre de 2012. Archivos de audio.
- **ANEXO 5:** Demo de radio revista Juvenil “La voz del INEPE”. Archivo de audio.
- **ANEXO 6:** Entrevista a Gerardo Lombardi, Presidente de ALER en TELESUCESOS CANAL 29, el jueves de 2012. Entrevistadora: Katherine Verdugo