



(Producción de programas de radio para niños)

Por Andrea Fernández Ugalde, Periodista y Docente de Locución y Producción Radiofónica del INA.

“Nos corresponde a los nuevos periodistas productores de medios tomar la información y la educación para mezclarla hábilmente con el entretenimiento y ofrecerle al pequeño radioescucha, un “caramelo auditivo”.

Si los estudios sobre literatura infantil costarricense son escasos en nuestro país, aún más escasos son los estudios realizados sobre literatura infantil radiofónica. Su adaptación para radio suele limitarse a estrategias de mercadeo o a llenar espacios dentro de una parrilla de programación. “Es necesario un estudio serio sobre radio infantil, en estos tiempos de adultismo” La información que antecede a esta investigación, referente a la temática infantil en general, empezó a dar sus primeros pasos, en nuestro país, hace apenas unas dos décadas y, en cuanto a producción radiofónica infantil, los esfuerzos han sido aislados y escasos de profesionalismo, ausentes de estudios serios sobre el comportamiento de la audiencia infantil costarricense.

Con respecto a este tema López Vigil comenta: “Para algunos animadores, las niñas y los niños son enanos. Así los tratan y así los regañan, con la severidad y pesadez de nosotros, los adultos. Son esos programas infantiles que se gastan en dar consejos, amonestaciones para que los chicos estudien, para que se porten bien. El slogan clásico de estos revisteros es aquello de que los niños son los hombres del mañana. ¿Y hoy? Pareciera que niños y niñas valen por su futuro, no por lo que ahora son. Otros, por el contrario, los tratan como “bobitos”, como retrasados mentales. El conductor -más frecuente, la conductora- se dirige a ellos con un lenguaje ñoño, con abundancia de diminutivos, todo un derroche de amor sobreactuado”.

“La imaginación no tiene límite. A través de la radio podemos viajar a cualquier lugar, existente o no, esté donde esté, pasado, presente o futuro, en la China o en la “Conchinchina”. Podemos conocer al personaje que se nos ocurra, real o ficticio. Podemos poner a hablar a cualquier persona, animal o cosa. La radio es fantasía y los niños son los mejores receptores de ella”

Marta Romo dijo: “El público infantil es el gran ausente de la programación de la radio latinoamericana,... Esto a pesar de ser un continente radicalmente joven”. No es de extrañarse que se incluya en este estudio los antecedentes de la producción literaria infantil, cuando tan reconocidos productores de radio dejan ver que producir programas para niños y niñas debe ser muy parecido, en su estructura, a crear un cuento infantil con hadas, monstruos, aventura y por supuesto con una gran enseñanza.

“Colorín Colorradio” de Bogotá, Colombia, publicó en su página de Internet el objetivo y razón de existir de la emisora y puso en evidencia que su salida al aire no fue producto de la improvisación. “Nació con el fin de llenar el vacío existente en los medios en la elaboración de mensajes dirigidos al sector infantil de la población, CARACOL (emisora madre) se asesoró de un sólido equipo de creativos, pedagogos musicales e infantiles y sicólogos, para diseñar la primera emisora en el mundo destinada objetivamente a los más pequeños. Esta labor se desarrolló efectivamente durante ocho meses, después de los cuales la emisora inició sus transmisiones. Colorín Colorradio busca captar y sostener la audiencia infantil, y para tal efecto se diseñó una programación respetuosa y estimulante, con el ritmo propio de las niñas y los niños, en un día normal”.

La estructura básica general de las producciones infantiles actuales es la lectura de saludos, concursos vía telefónica, música infantil, participación de personajes y en la mayoría de los casos, un cuento que llega a la cabina de transmisión y que fue grabado en otro país. Precisamente por este último tipo de cuentos radiofónicos empezó a formularse el problema en estudio, debido a que en su mayoría son traducidos del inglés por niños locutores cuya lengua natal no es español, sino una mezcla de este con el inglés. De esa forma se alcanzará el objetivo de formar futuros hombres y mujeres con capacidad de análisis, que han aprendido a escuchar, y por ende, mejores ciudadanos, convencidos de que el principio de las buenas relaciones con el prójimo se inicia precisamente en el saber escuchar al otro.

Otros cuentos distribuidos por casas editoriales, son ofrecidos como material audiovisual, pero se alejan de toda regla auditiva que asegure la atención del radioescucha infantil por más de un minuto. Los cuentos no son adaptados para radio, sino una copia textual hablada del libro que acompaña al disco, en el que se utiliza un solo elemento de producción radiofónica: la campanita que indica cuándo debemos pasar la página. En cuanto a la producción de programas infantiles, la función de entretener ha privado durante años, y las otras dos se han quedado rezagadas, nos corresponde a los nuevos periodistas productores de medios tomar la información y la educación para mezclarla hábilmente con el entretenimiento y ofrecerle al pequeño radioescucha, un “caramelo auditivo”.

Se hace necesario entonces, ofrecerle al profesional en producción radiofónica infantil los factores de percepción auditiva de un niño y los métodos que promueven su aprendizaje y que deben ser tomados en cuenta antes de producir un programa de radio para niños. Los niños y niñas serán los más beneficiados con la aplicación de los conceptos expuestos en esta investigación, ya que a esas edades, sus cerebros como esponjas, absorben una gran cantidad de información por medio de sus cinco sentidos. A través del oído no solamente absorben información, sino que empiezan a copiar patrones del habla, según sea su cultura, realizando conexiones lingüísticas en su cerebro, su taller de fantasías.

De esa forma se alcanzará el objetivo de formar futuros hombres y mujeres con capacidad de análisis, que han aprendido a escuchar, y por ende, mejores ciudadanos, convencidos de que el principio de las buenas relaciones con el prójimo se inicia precisamente en el saber escuchar al otro. Surgió la pregunta ¿Qué factores auditivos son necesarios para que un programa radiofónico infantil sea percibido por niños y niñas en edad preescolar? A partir de la cual se formuló y confirmó esta hipótesis: A mayor y mejor aplicación del lenguaje

radiofónico en la programación infantil y del conocimiento de los métodos de aprendizaje de un niño o niña, mayor será la percepción auditiva que se obtendrá de él o ella.

INGREDIENTES:

Los elementos de la producción radiofónica son los ingredientes mágicos, de nuestro caramelo auditivo, así que repasemos un poco su uso y función:

La Palabra: “Fuera de los espacios puramente musicales y dependiendo de los formatos, la palabra hablada en los programas convencionales ocupa más del 90% de la expresión radiofónica” Siendo así, la labor como productores requiere de una minuciosa revisión, y tratándose de niños y niñas, cada palabra transmitida por radio debe ir sazónada, pensada y adaptada al contexto, “Si yo empleo términos que el otro no entiende, hago ruido. Hago algo peor: humillo”.

La Música: Al referirnos a la música que debe ser utilizada en un programa radiofónico infantil no nos limitaremos a las canciones de cuna, por el contrario, debe pensarse en que los niños y niñas de hoy cantan lo que cantan los adultos y lamentablemente las canciones que mejor se saben son los temas musicales de las novelas.

La significación que conlleva este dato, evidencia la clase de educación que están recibiendo los niños y niñas por medio de un medio de comunicación, pero es un dato alentador en el sentido de que ellos tienen oídos despiertos, críticos y exigentes, y eso nos lleva a revisar y actualizar nuestra discoteca infantil. Museen, le otorga a la música un significado enfocado hacia la conducta-estímulo: “En el campo auditivo, desde que el niño nace es capaz de oír y es sensible a la ubicación del sonido y puede reaccionar de diferente forma a sonidos de diferentes frecuencias. Por ejemplo, las frecuencias bajas inhiben el llanto, mientras que las altas causan una reacción de alerta”.

Los efectos de sonido: Este es el elemento del lenguaje radiofónico que no puede faltar en la producción de programas infantiles, en los que un sonido puede sugerirles un gesto, una acción, una fragancia. “Es el decorado radiofónico. Corporiza el objeto del que emana. Oímos el galope y vemos el caballo, el ruido del tránsito nos ubica en medio de una arteria llena de movimiento, la sirena de un carro de bomberos y el crepitar del fuego nos lleva a visualizar el incendio”.

Los efectos de sonido en un niño, son el gatillo que dispara la imaginación y se ubican en lugares de privilegio, tanto que su uso requiere de sumo cuidado. Un niño puede escuchar un sonido de campanitas al mismo tiempo que un personaje se come la sopa; si este sonido vuelve a utilizarse dentro del programa pero mientras el personaje corre, el niño inmediatamente interrumpirá: ¿Cómo puede correr y comer la sopa al mismo tiempo?. Esto sucede porque nadie le dio permiso a su imaginación de colocar un efecto de sonido en dos acciones distintas. León, dice incluso que el niño se tranquiliza cuando oye sonidos rítmicos, especialmente aquellos que se asemejan a los latidos del corazón de la madre.

El Silencio: No hay nada más escalofriante para un niño que decir dentro de una narración: “el conejo se acercó al hueco, cuando de pronto...” y aquí se le agrega un gran silencio. Ese silencio es la nota de suspenso, la que hace que el niño levante las cejas y abra bien los ojos intentando ver lo que sucede dentro del radio receptor. Puede utilizarse también con otros objetivos como para esperar que el niño responda a una pregunta o que complete una frase anteriormente dicha, como parte de un juego educativo. “El silencio también se emplea en programas educativos para dejar un mínimo espacio de tiempo donde el interlocutor comprenda que necesita pensar y reflexionar en lo que ha dicho. Para destacar un momento, para darle fuerza y suspenso a una respuesta”.

PREPARACIÓN:

Después de repasar los ingredientes, surge otra pregunta: ¿Cómo debo mezclarlos para hacer de la programación radiofónica infantil un caramelo auditivo?

“Es importante imaginar a nuestros radioescuchas meta, tratar de ponernos en su lugar para comprenderlos; volvernos personajes”. Si el mundo de los niños y niñas corre a pasos pequeños pero gigantes y es todo exploración, además de transcurrir en períodos cortos de alegrías y llanto, puede pensarse en que crear un programa de radio infantil debe ser como capturar todas las emociones sin censura de los adultos y ofrecérselas a los niños y niñas en un paquete. Es decir, producir un programa exclusivamente para el pequeño oyente. “En un programa infantil no pueden faltar la música, la narración en sus diferentes formas [narración simple o dramatizada], la participación de los niños, ni la fantasía”. López, también agrega “En una revista infantil, el universo se vuelve animado. Todo puede hablar: las cosas los animales, las plantas, las estrellas.

Basta desfigurar un poco la voz para tener al Tiranosourio Rex hablando en cabina Los concursos son también un ingrediente básico en cualquier programa infantil. Preguntas de ingenio, colmos, el grito más largo y el mejor imitador de ranas. Competencias al aire libre, de carreras, cometas y lo que se nos ocurra. En la emisora y en la calle y en la escuela, con premios o sin premios.

El asunto es jugar”. Por supuesto que el entusiasmo del productor y la decoración de la cabina van a influir en los resultados que se busque obtener a partir de producir un programa para niños y niñas y los mejores asesores para este arte pueden ser precisamente los niños y niñas y la opinión de los expertos como los que hemos citado en esta investigación.

LO QUE HAY QUE SABER ANTES DE HORNEARLO:

Para esta investigación se señalan los factores auditivos necesarios para que un programa radiofónico infantil sea percibido por niños y niñas en edad preescolar, cómo producto final, pero antes de hornear los resultados se recurrió a la utilización de una muestra de la población infantil meta. Esta población estuvo conformada por niños y niñas de edades comprendidas entre los 3 y 6 años, pertenecientes a la clase media, quienes durante marzo del año 2006, vivieron en el distrito central (Tres Ríos) del Cantón de la Unión, y que asistían a tres distintas guarderías privadas, a quienes se les aplicó la audición de dos cuentos radiofónicos y a partir de estas se generaron los siguientes resultados que pueden servir como base documental válida para la elaboración de futuros diseños de investigación relacionados con las conductas auditivas y con los factores de producción que deben tomarse en cuenta para la programación radiofónica infantil.

Los niños y/o niñas escucharon dos cuentos radiofónicos, uno de ellos fue producido tomando en cuenta los factores de percepción auditiva infantil propuestos en esta investigación, el otro fue tomado de una casa editorial cuyos cuentos son una copia textual hablada de un cuento sin lenguaje radiofónico.

Durante y después de la exposición ante los niños de dos cuentos, los niños y niñas fueron observados en un contexto de grupo y se conocieron sus conductas auditivas. Se sugiere que todo productor de programas radiofónicos para niños, debe conocer a profundidad al público infantil, esto implica, gustos, comportamientos, sentimientos, rabietas, llantos, preocupaciones, alegrías y hasta sus gritos. Se recomienda el uso de voces expresivas, más que experimentadas, para conformar el elenco de actores de su programa.

Es importante considerar la estructura presente en un cuento radiofónico [presentación de personajes, problema, desarrollo con varios climas, conclusión/moraleja] para aplicarla en la producción de programas infantiles completos, combinando hábilmente estos elementos sin competir con el tiempo. El productor de programas infantiles debe llorar y reír mientras escribe el guión. Debe ser un adulto mirando la vida con la seriedad de un niño.

Debe jugar un rato con los niños para que le despierten su imaginación y le hagan soñar antes de escribir el guión. Debe recordar que el niño mira atentamente el radio receptor, esperando el momento mágico en que ese personaje que escucha, salga brincando por uno de los parlantes. Propongo dos tablas que pretenden ser una guía de factores auditivos útiles para el periodista/productor de radio interesado en educar, entretener e informar al niño o niña preescolar a través de la radio y que surgieron a partir de la realización de este estudio. Finalmente, hornee su caramelo a temperatura ambiente, que entre más natural le resulte su programa, más llamativo será para los niños y niñas, naturales por naturaleza.

TABLA DE CONDICIONES O FACTORES AUDITIVOS RECOMENDADOS PARA LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA INFANTIL

(BASADA EN LA CORRECTA Y ADECUADA APLICACIÓN DE LOS ELEMENTOS DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO Y DE LOS MÉTODOS DE APRENDIZAJE DE LOS NIÑOS Y NIÑAS)

APLICACIÓN DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO	¿QUÉ ES?	¿CÓMO SE APLICA EN LA RADIO?
La Palabra	Es el lenguaje verbal, es la palabra hablada que en los programas convencionales ocupa más del 90% de la expresión radiofónica	Los expertos hablan: Rosario (inédito) “cada palabra transmitida por radio debe ir sazónada, pensada y adaptada al contexto”. (p.1) López (1997) “Si yo empleo términos que otro no entiende, hago ruido, Hago algo peor: humillo”. (p.54)
La Música	No nos referimos a las canciones de cuna, sino a la música que escuchan y cantan los niños de hoy, la música de los adultos (Shakira, temas de novela, etc)	Nuestros niños tienen oídos despiertos, críticos, exigentes, por lo tanto a responder a estas necesidades, música en todo y para todo, música actual, de película, espeluznante y tranquila, pero sobretodo actual.
Los Efectos de Sonido	Es el decorado radiofónico, cualquier elemento de sonido diferente a la música que sugiera gestos, posiciones, lugares, acciones, fragancias o colores. (sirena de bomberos, silvido, un motor, una risa)	Deben utilizarse para disparar la imaginación del niño. No utilice un mismo efecto para sugerir dos acciones distintas, el niño o niña lo notará de inmediato. Recuerde que los efectos crean la sensación de que el locutor no está solo en la cabina.
Los Silencios	No deben confundirse con “baches”, los silencios son bien intencionados y cargados de sentido. Se utilizan para subrayar una frase o situación, para producir suspenso y meditación.	Deben utilizarse como elementos de suspenso, y como forma de solicitar una respuesta al niño y motivarle a la reflexión. Ej: “el conejo entro por el hueco y de pronto... (silencio)”. Ej: “El sol es de color... (silencio)”.

APLICACIÓN DE LOS MÉTODOS DE APRENDIZAJE	¿QUÉ ES?	¿CÓMO SE APLICA EN LA RADIO?
La Familiaridad	Es todo concepto u objeto que rodee al niño o niña y que por lo tanto conforma su entorno. (miembros de la familia, carro, perro, escuela, etcétera)	Debe utilizarse dentro de la producción como una forma de explicar al niño conceptos nuevos, quien al identificarlo con otros que le son familiares los incorporará a su universo de conocimientos.
Método Lúdico	Es el método que promueve el aprendizaje a través del juego. Todo niño aprende mientras es juega como un ensayo a vivir.	Todo programa infantil que quiera ser percibido por los niños debe constituirse en un juego tanto para el productor como para el pequeño oyente.
Rima/juego de palabras	Son composiciones líricas con semejanzas notables y pegajosas en sus sonidos, son combinaciones atrevidas del idioma que resultan atractivas para el niño y niña.	La rima y el ritmo deben estar presentes como valiosos métodos de aprendizaje, el niño también aprende jugando con las palabras. Use trabalenguas, poesía, cantos rítmicos y todo lo que le imprima vida a su programa.
Repetición de conceptos	La repetición es un método muy eficaz que consiste en reiterar conceptos muchas veces y de maneras distintas. En el énfasis descansa la clave del aprendizaje.	Si nuestro programa se enfocará en enseñar el color red-rojo, toda la trama del programa y hasta la cabina del locutor tendrá que ser de color “red-rojo”.

Por Andrea Fernández Ugalde, Periodista y docente de Locución y Producción Radiofónica del INA.