

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR. UNIB.E

Trabajo de Titulación/graduación para la obtención del título de Ingeniería en
Producción Audiovisual

**EL LIBRETO EN LOS RADIODRAMAS DE CONTENIDO SOCIAL CON
ENFOQUE DEL EDU-ENTRETENIMIENTO DIRIGIDO A LA RADIO
COMUNITARIA**

Carmen del Rocío Pallasco Pallasco

Director: Lcdo. Leonardo Buitrón

Quito, Ecuador

Julio-2009

I. INFORME DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

II. AGRADECIMIENTOS

Desde mi corazón, expreso mi gratitud infinita a todas las personas que colaboraron en la realización de este trabajo. De manera especial, a mi tutor el Lcdo. Leonardo Buitrón, al Lcdo. Javier Ampuero, a la Lcda. Loly García, al Sr. Ángel Terán.

A todos y cada uno de los integrantes de la Red Juvenil Ponte Once, a los compañeros y amigos del Colectivo Pro Derechos Humanos y PCI Media Impact.

A mi familia que caminan, incondicionalmente, conmigo en la vida; a Lucila mi madre, a Marcia y América mis hermanas.

A mi nueva familia, Juan José, por la alegría y el sincero apoyo.

A mis compañeros y compañeras de lucha y convicción.

Finalmente, desde mi fe y amor, al Supremo Creador por los días otorgados para culminar este sueño.

III. DEDICATORIA

A las personas inconformes y propositivas,

A las convencidas de que otra forma de comunicación es posible.

Una comunicación que libera.

IV. ÍNDICE

1. SÍNTESIS	10
2. INTRODUCCIÓN.....	12
3. MARCO REFERENCIAL	14
3.1. Objetivo General.....	14
3.2. Objetivos Específicos	14
4. BENEFICIARIOS.....	15
5. MARCO TEÓRICO.....	17
CAPÍTULO I. RADIO COMUNITARIA Y DESARROLLO SOCIAL	17
1.1. Historia de la Radio Comunitaria en América Latina y Ecuador	17
1.2. Empoderamiento y Participación Ciudadana.....	23
1.3. La Radio Comunitaria y Participación Ciudadana	26
1.4. Gestión de la Radio Comunitaria.....	28
1.4.1. Sostenibilidad Institucional	29
1.4.2. Sostenibilidad Social	31
1.4.3. Sostenibilidad económica.....	33
1.4.4. Fuentes de financiamiento.....	34
1.5. La Capacitación dentro de la Radio Comunitaria	38
CAPÍTULO II. FORMATOS RADIOFÓNICOS.....	39
2.1. Género	39
2.2. Formato	40
2.3. Pequeños Formatos	40
2.3.1. Género Informativo.....	40
2.3.2. Género Publicitario	43
2.3.3. Género Dramático	44

2.4. Grandes Formatos.....	45
2.4.1. Género Informativo.....	45
2.4.2. Género Dramático	47
2.4.3. Género de Entretenimiento.....	48
CAPÍTULO III. PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS RADIALES	50
3.1. Fase de preproducción.....	50
3.1.1. Ficha Técnica	51
3.1.2. Guión Estructural.....	51
3.1.3. Hoja de Pautaje	52
3.1.4. Guión.....	53
3.1.5. Libreto	53
3.1.6. Estructura del libreto.....	54
3.2. Fase de Producción.....	58
3.3. Fase de Postproducción	58
CAPÍTULO IV. EL LIBRETO DE LOS RADIODRAMAS.....	59
4.1. El Drama Radiofónico.....	59
4.2. Componentes del Libreto de un Radiodrama	63
4.2.1. Un contenido	63
4.2.2. Una historia	64
4.2.3. Personajes.....	65
4.3. Trama o Argumento.....	65
4.3.1. Presentación del conflicto.....	65
4.3.2. Enredo del conflicto y Punto de Giro	66
4.3.3. Desenlace del conflicto.....	67
4.4. Técnicas del Radiodrama	68

4.4.1. Las escenas	68
4.4.2. Los cruces	68
4.4.3. El tiempo dramático	69
4.4.4. Diálogo de Personajes	70
4.4.5. Narrador	71
4.4.6. La Música	73
4.4.7. Los Efectos Sonoros	74
CAPÍTULO V. EDU-ENTRETENIMIENTO	76
5.1. Trayectoria del Edu-Entretenimiento	76
5.2. Edu-Entretenimiento y cambio social	80
5.3. Edu-entretenimiento y Pedagogía Liberadora	81
5.4. Edu-entretenimiento: estrategia cíclica de comunicación	82
5.5. Teorías para la metodología del edu-entretenimiento	83
5.5.1. Teoría de la Educación	83
5.5.2. Teoría del Modelaje	84
5.5.3. Teoría de las Expectativas Sociales	86
5.5.4. Teoría de los hemisferios cerebrales y emociones	87
CAPÍTULO VI. RADIODRAMAS DE EDU-ENTRETENIMIENTO Y SU	
PROCESO CREATIVO	89
6.1. Investigación Formativa	89
6.2. Objetivos Comunicativos y Resultados	90
6.3. Talleres creativos con la Comunidad	92
6.4. Malla de Valores	94
6.5. Frases generadoras	97
6.6. Creación del argumento y personajes	97

6.7. Introducción al drama y personajes.....	98
6.8. Creación de historias y personajes en grupos de trabajo.....	99
6.9. El libretista y el proceso creativo	105
6.10. Creación de Líneas Dramáticas	112
6.11. Desarrollo Temporal de la Historia: Distribución de Escenas.....	116
6.12. El Libreto radiofónico y su validación con la comunidad	124
6. MARCO METODOLÓGICO: EL CAMINO A SEGUIR.....	132
7. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	134
7.1 Resultados de la Encuesta	134
7.2. Producto audiovisual	147
8. MARCO EVALUATIVO.....	156
9. MARCO CONCLUSIVO	159
9.1. Conclusiones.....	159
9.2. Recomendaciones.....	160
9.3. Bibliografía.....	161
9.4. Anexos	168

1. SÍNTESIS

RESUMEN

EL LIBRETO EN LOS RADIODRAMAS DE CONTENIDO SOCIAL CON ENFOQUE DEL EDU-ENTRETENIMIENTO DIRIGIDO A LA RADIO COMUNITARIA

Este trabajo de titulación tiene como objetivo fundamental, la realización de un producto audiovisual que difunda cómo libretar radiodramas sociales con la participación de la comunidad. Para ello, se expone la metodología de edu-entretención desarrollada por la Organización No Gubernamental PCI-Media Impact, que involucra a la gente en el proceso creativo de los radiodramas para lograr que estas producciones respondan a las necesidades de la audiencia e impulsen el cambio social. El producto está dirigido a las personas relacionadas o cercanas al trabajo de la radio comunitaria para fortalecer su trabajo y vínculo con la gente. Por eso, la Red Juvenil Ponte Once de Portoviejo, empleará el audiovisual como una herramienta para capacitarse y desarrollar, posteriormente, estrategias comunicativas en beneficio de la comunidad.

En relación a la metodología o procedimientos de investigación que emplea este trabajo, está el método *Histórico Lógico* que permite indagar en la historia de la radio comunitaria de América Latina y del Ecuador o las experiencias de comunicación radiofónica y proyectos de edu-entretención para comprender el tema en estudio. El método *Analítico Sintético* permite el conocimiento del tema abordándolo desde sus componentes como: el libreto radiofónico, la educación, el entretenimiento, el empoderamiento de los derechos y la radio comunitaria. Entonces, el razonamiento mental estructura una forma de comunicación que aprovecha la cercanía con la comunidad para promover el cambio social. También, está el método *estadístico* que permite analizar los datos obtenidos en la encuesta aplicada para la realización del producto audiovisual.

Este trabajo de titulación presenta un radiodrama libretado con la metodología del edu-entretención, expuesta en el audiovisual, para demostrar la efectividad de su proceso creativo y la participación de la gente en producciones sociales. Además, pretende que sus beneficiarios; la Red Juvenil Ponte Once adquiera conocimientos, por un lado, sobre la metodología del edu-entretención para libretar radiodramas de contenido social y, por otro lado, sobre la importancia de vincular a la comunidad en la creación de productos comunicacionales para lograr que la gente se identifique con estos y generar una reflexión individual y colectiva hacia el bienestar social.

Las principales recomendaciones se realizan al equipo técnico y creativo de la radio comunitaria del Ecuador, así como a los productores, libretistas independientes y personas vinculadas a procesos sociales para que utilicen la metodología del edu-entretenimiento en la construcción de una comunicación radiofónica en beneficio del desarrollo social. También, esta metodología sirve a la radio comunitaria y a las organizaciones sociales como una forma de vinculación directa con la comunidad para fortalecer su trabajo. Finalmente, la invitación está abierta a estudiantes y profesionales de la Producción Audiovisual para que produzcan material informativo, educativo y/o de capacitación que fortalezca la producción radiofónica de contenido social.

Leonardo Buitrón
Director trabajo de titulación

Rocío Pallasco
Estudiante

Quito, marzo del 2009

2. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación aborda la construcción del libreto radiofónico en producciones sociales desde la metodología del edu-entretenimiento, que permite la participación y la incidencia directa de la comunidad en el contenido de dichas producciones. Este trabajo concentra su estudio en este tema porque considera importante la difusión de herramientas creativas y técnicas para elaborar productos radiales cercanos y propositivos a las problemáticas que vive la gente. Por lo tanto, el libreto es considerado como una parte esencial del quehacer radiofónico porque de su rigor tanto investigativo, técnico, como creativo se logran productos radiofónicos educativos de calidad y atractivos a la audiencia.

El propósito del trabajo es proponer, a través, de una producción audiovisual a los libretistas o a quienes se interesen en escribir para radio, una metodología que permita la construcción de radiodramas en los que la gente se reconoce y se sensibiliza ante el desarrollo social. Además, se producirá un radiodrama con la participación activa de la Red Juvenil Ponte Once de Portoviejo, para así ejemplificar los productos radiofónicos que se obtienen vinculando a la comunidad en el proceso creativo de los radiodramas. En este sentido, el presente trabajo de titulación explora la cercanía de la radio comunitaria con el desarrollo social, transita el mundo de la producción radiofónica desde los formatos, géneros y libreto radial. Así mismo, se conocen los orígenes y experiencias del edu-entretenimiento para exponer un proceso creativo que se nutre de la participación activa de la ciudadanía y produce radiodramas que educan, divierten e inspiran el cambio social.

El producto audiovisual y la producción radiofónica, que contarán con la participación de la Red Juvenil Ponte Once, pretenden que los integrantes de la Red adquieran conocimientos para escribir libretos de contenido social empleando o adecuando la metodología del edu-entretenimiento, propuesta en este trabajo, para involucrar y dar protagonismo a la gente en la realización de productos comunicacionales.

3. MARCO REFERENCIAL

OBJETIVOS: CUÁLES SON NUESTRAS METAS A RESOLVER

3.1. Objetivo General

Mostrar una investigación sobre la metodología para el libretaje de radiodramas de edu-entretenimiento, que fortalezca el trabajo de la radio comunitaria vinculando la participación ciudadana.

3.2. Objetivos Específicos

1. Analizar el aporte de la radio comunitaria en el desarrollo del Ecuador.
2. Evaluar la participación de la comunidad en producciones radiales de contenido social que permiten el empoderamiento de derechos.
3. Elaborar un producto audiovisual que exponga la metodología del edu-entretenimiento para el libretaje de radiodramas de contenido social.

4. BENEFICIARIOS

Este trabajo de titulación se focaliza en el libreto y la radio comunitaria, particulariza su desarrollo con la Red de Radialistas Juveniles Ponte Once porque trabaja en alianza y coproducción con Radio Alfaro de la UPOCAM-Unión Popular de Campesinos de Manabí y Radio San Gregorio de Portoviejo. Si la Red Ponte Once fortalece su trabajo influirá positivamente en la labor de estas radios comunitarias. Este proyecto origina dos productos comunicacionales; un audiovisual que expone el proceso creativo para libretar radiodramas vinculando a la comunidad y una radionovela que aborda la equidad de género; tienen como beneficiarios a hombres y mujeres de entre 15 a 24 años, de nivel socio-económico medio y que vivan en Portoviejo-Manabí.

Esta vez, la atención se centra en la juventud por las desiguales condiciones de vida que atraviesan, por ejemplo, *la población joven manabita vive esta realidad, reflejada en altos índices de pobreza que corresponden al 73%, es decir, 5 de cada 10 jóvenes manabitas de entre 15 a 29 años, son pobres en la zona urbana y 9 de cada 10 en la zona rural: SIISE 4.0. (2001)*. Por ello, la Red Juvenil Ponte Once es la organización aliada en la realización de ambos materiales que motivan la producción radiofónica para la exigencia de derechos.

La Red de Radialistas Juveniles Ponte Once de Manabí nació en el 2004 y está integrada por jóvenes de entre 15 y 24 años, promueve los derechos sexuales y reproductivos, la participación juvenil y la conservación de la ecología desde la comunicación radiofónica. La red agrupa a las siguientes organizaciones:

- Red Juvenil Talofito, en el cantón Jipijapa. Eje: derechos sexuales y reproductivos
- Fundación Juvenil Punto Verde, cantón Sucre. Eje: defensa ambiental

- Coordinadora Juvenil Manabí, varios cantones. Eje: participación juvenil
- Cruz Roja Juvenil, cantón Portoviejo. Eje: prevención de VIH en jóvenes
- Red de Jóvenes por DSR, Manta, Portoviejo. Eje: derechos sexuales y reproductivos
- Grupo Juvenil Portoviejo, cantón Portoviejo. Eje: derechos humanos y cultura
- Red Juvenil Anticorrupción, varios cantones. Eje: derechos y ciudadanía
- Fundación Juventud Integradora, cantón Portoviejo. Eje: defensa ambiental

En el caso del producto audiovisual, la Red Ponte Once, es el beneficiario directo porque usará el video en procesos de capacitación radiofónica y entretenimiento. El material audiovisual se extiende a la radio comunitaria y otras organizaciones sociales porque expone un vínculo entre la población y los procesos creativos para conseguir productos radiales a favor del cambio social.

En relación al radiodrama, su argumento se construye con las anécdotas y testimonios sobre inequidad de género que hayan vivido los integrantes de la Red. Esta participación, permite que la Red se beneficie directamente porque obtendrá conocimientos sobre cómo escribir productos radiales de contenido social y podrá aplicarlos en posteriores producciones. El radiodrama será interpretado por los chicos y chicas de la Red y se transmitirá por Radio San Gregorio 106.1 FM, emisora de función social, para Portoviejo, Jipijapa, Bahía de Caráquez, Paján y Manta. Los beneficiarios de la emisión de este radiodrama son los jóvenes, de entre 15 y 24 años, que lo sintonicen porque identificarán la inequidad de género como una problemática en su entorno y sus posibles soluciones.

5. MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO I. RADIO COMUNITARIA Y DESARROLLO SOCIAL

1.1. Historia de la Radio Comunitaria en América Latina y Ecuador

En América Latina, los primeros ensayos de radiodifusión se realizaron con equipos de poco alcance y recepción, a cargo de personas que lo hacían por pasatiempo. Así, el primer programa de radio dirigido a público abierto se escuchó en Argentina, el 27 de agosto de 1920, a las 9 de la noche, cuando el médico Enrique Susini con un transmisor de 5 vatios desde la azotea del Teatro Coliseo y tras varias pruebas, transmitió para todo Buenos Aires una ópera de Richard Wagner. La radiodifusión se va desarrollando y se pasa de la retransmisión de programas musicales producidos en Norteamérica y Europa, a la producción en México y Cuba de adaptaciones enfocadas a la audiencia latina.

El desarrollo de la radio frente a otros medios de comunicación y el género informativo se imponían. Y la Radio Comunitaria, adquiere participación activa y determinante para los logros positivos en la vida social y política de los pueblos.

En 1947, surge en Colombia, Radio Sutatenza, de la Iglesia Católica fundada por el Padre José Joaquín Salcedo, nació como estrategia de educación no formal. Radio Sutatenza se denominó como Radio Educativa porque difundió la doctrina cristiana y programas educativos de conocimientos básicos a una zona carente de escuelas y de toda forma de educación. En esta emisora se hizo, por primera vez, un programa infantil llamado “El tren de los osos en el parque” que se utilizó para que los niños se diviertan y adquieran conocimientos sobre contenidos escolares y valores ciudadanos como el respeto, solidaridad, cuidado a la naturaleza.

Radio Sutatenza dio lugar al nacimiento de la Red Acción Cultural Popular ACPO, la cual, trabajaba con equipos móviles realizando transmisiones para la radio con la participación de los campesinos y contribuyendo a la formación de líderes. Además, Radio Sutatenza fue la inspiración para otras experiencias latinoamericanas, en las siguientes décadas, como Radio La Voz del Minero, las Escuelas Populares Radiofónicas del Ecuador, Radio Venceremos, Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica ALER y Asociación Mundial de Radios Comunitarias AMARC; experiencias que se detallan a continuación.

En Bolivia en 1947, nace la radio La Voz del Minero junto a la organización del sindicato minero por la defensa de sus derechos. Las radios mineras jugaron un papel trascendental en el éxito de la revolución de 1952 que se tradujo en el reconocimiento del sufragio universal, los derechos de los pueblos indígenas y la primera gran reforma agraria. Estas radios eran participativas, permitían que su audiencia acceda a los micrófonos, visitando las calles, el propio interior de las minas y sirvieron como locales para las asambleas comunales. Así los trabajadores pasaron de receptores a emisores y se organizaron para solucionar sus problemas. Para 1960, 30 radios mineras se sostenían con aportes de los obreros que equivalían, más o menos, a medio jornal de un día de trabajo al mes.

Entre 1964 y 1982 la industria minera decayó, los sindicatos de este sector se debilitaron y las radios mineras fueron objeto de represión en las dictaduras, fueron destruidas, incautados sus equipos y perseguidos sus periodistas. Sin embargo, la radio minera boliviana subsiste hasta hoy y cumple su papel social a través de las siguientes emisoras: La Voz del Minero, Radio Chinchas, La Voz del Cobre, Radio Cumbre, Radio Independencia, Radio 21 de Diciembre, Radio de la Cooperativa Minera Kami.

Actualmente, existe en Bolivia, una red nacional de radios comunitarias que nació en abril del 2007 y está conformada por 30 emisoras que fueron instaladas por técnicos cubanos y financiadas por Venezuela. *"Este proyecto, impulsado por el presidente Evo Morales, rompe con las estructuras tradicionales y permite a las comunidades indígenas y campesinas contar con una vía nueva de transmitir su realidad"*: Prensa Latina, (2007, p.1).

La programación de la red de radios comunitarias de Bolivia incluye música popular y folclórica, series sobre salud, educación, consejos de agricultura, que nacen de la iniciativa popular, en idioma castellano y en las lenguas nativas como el aymara, quechua y guaraní, se emite en Amplitud Modulada AM y en Frecuencia Modulada FM, que permite un gran alcance. Los locutores y operarios de la red son miembros de cada comunidad y han sido capacitados en cursos especializados. El gobierno de Evo Morales persigue la creación de una red de televisión comunitaria para completar esta estrategia efectiva comunicación para el desarrollo de los pueblos indígenas y campesinos.

En Ecuador, el riobambeño Carlos Córdovez Borja, ingeniero electrónico y conocedor de las primeras emisiones radiales en Estados Unidos, regresó al país para dar vida a la radio. El 13 de junio de 1929, Córdovez realiza desde Riobamba la primera emisión radial en nuestra tierra, con el apoyo de la Cruz Roja Ecuatoriana y la Zona Militar de Riobamba. El 16 de junio de 1930, Juan Sergio Behr Bustamante da vida a la radiodifusión comercial, quien con un transmisor de 20 vatios de potencia y por las noches transmitía la programación desde los estudios de Radio El Prado. En Quito, la primera radiodifusora fue la estación HCJB La Voz de los Andes, que hizo su inaugural emisión radial el 25 de diciembre de 1931.

En 1959 Monseñor Leonidas Proaño, Obispo del Chimborazo, viaja a Colombia a entrevistarse con Monseñor José Joaquín Salcedo, fundador de Radio Sutatenza, para crear una experiencia similar en Ecuador. La idea se convierte en realidad gracias a la *suma de 5000 USD provenientes de la Santa Sede, en Roma. Con esta donación se adquiere un transmisor, el equipo de estudio y 50 receptores a los representantes de Philips en el Ecuador: Proaño, (1962, p.27).*

Así nacen, entre 1962 y 1976, las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador-ERPE que son la primera experiencia de radio comunitaria y consistían en un programa de alfabetización por radio que empleaba la lengua kichwa. Cuando *la población analfabeta en Ecuador llegaba al 80%, ERPE emitió sus primeros mensajes radiofónicos el 19 de marzo de 1962: El Comercio, (2008, p.41).* ERPE contaba con una radio de 1 Kilowatio de potencia, instalada en Riobamba que se reproducía en onda corta y tenía un alcance nacional. Existían 350 Escuelas Radiofónicas que contaban con material para la alfabetización y un radio receptor de sintonía fija. Había un Auxiliar, una persona que guiaba el desarrollo de las clases y como alumnos participaron los campesinos adultos, incluso niños y adolescentes que no podían asistir a una escuela del Estado.

El programa de alfabetización logró que alrededor de 20.000 indígenas aprendieran a leer, escribir: ERPE, (2000, p.8) y fueran reconocidos en la sociedad como un importante grupo étnico en el Ecuador. En 1987, ERPE pasa de la transmisión de conocimientos a ser un medio de comunicación participativa, convirtiendo al receptor de mensajes en creador de ellos para llegar a la fórmula de Paulo Freire: el pueblo educa al pueblo. Actualmente, hay una participación directa de la gente en la producción de los programas de ERPE.

En los años 80, aparece la Radio Popular, cuando la radio forma alianzas con las organizaciones sociales en búsqueda de una sociedad justa, solidaria y equitativa. José Ignacio López Vigil, en su libro titulado *Hacia una Radio Participativa*, dice “*La comunicación popular al igual que la educación popular pretende que las personas aprendan a pensar por su propia cabeza. De nada serviría que los oyentes reciban datos o tareas (por más correctas que sean) si no las asimilan, si no se apropian de esos mensajes, si no comprenden lo que pasa y deciden lo que debe hacerse*”: López (1988, p.67).

Esta concepción de la radio se refleja en el caso de las Emisoras Campesinas de Bambamarca, en el Perú, que entre 1979 y 1985, emplean altoparlantes para difundir la experiencia de sus proyectos agrícolas y de salud a otros sectores de la comunidad. Las emisoras campesinas transmiten avisos, saludos, noticias, dedicatoria de canciones; este modelo de programación tuvo por referente a radios comerciales y sobretodo, se originó ante la nula posibilidad de acceso y participación en estas. “*La emisora campesina constituye un espacio de expresión y comunicación cuando los campesinos conquistan la palabra que no siempre es la verbal*”: Alfaro, (1994, p.204).

En los 90 surge la Radio Comunitaria; la radio define a la comunicación como un medio para crear comunidad ya sea geográfica, social o culturalmente. Nace la necesidad de trabajar en articulaciones para optimizar recursos y lograr mayor incidencia social, en este contexto nace en 1972, la Asociación Latinoamérica de Educación Radiofónica ALER, para aglutinar a 18 radios de la Iglesia Católica pero luego acoge a diversas radios. Desde 1997, ALER da la posibilidad que sus 400 socias suban sus producciones al satélite y se conecten simultáneamente en vivo y en directo a su programación.

La Asociación Mundial de Radios Comunitarias-AMARC, nace en 1983 para aglutinar a las radios de todo tipo de iniciativas radiofónicas, centros de comunicación, periodistas, redes locales y organizaciones de la sociedad civil. *Actualmente, AMARC tiene 3000 asociadas:* Geerts, (2005, p.37) y su misión es democratizar los medios de comunicación, garantizar la libertad de expresión y contribuir al desarrollo sostenible de los pueblos.

La Coordinadora de Radios Populares del Ecuador-CORAPE es una organización que funciona desde 1988, agrupa a alrededor de 40 radios y 12 centros de producción radiofónica: Geerts, (2005, p.195). La misión de la CORAPE es promover el respeto a los derechos humanos y a la diversidad, con la participación de la ciudadanía para garantizar la veracidad de la información que se difunde. *La cobertura de las radios llegan al 30% de la población urbano-marginal y al 60% de la población rural de nuestro país:* CORAPE, (2008).

En nuestro país, varias radios comunitarias han acompañado procesos de movilización y participación ciudadana recibiendo la adhesión de su audiencia. Como ejemplo está la experiencia en abril del 2005 de Radio Intipacha 88.9 FM, en Cayambe, que se enlazaba con Radio La Luna, de Quito, para retransmitir la violenta represión policial que vivían los manifestantes contrarios al gobierno de Lucio Gutiérrez. Esto generó que la audiencia de Radio Intipacha participe con llamadas telefónicas en contra del gobierno. Un grupo de militares cercó a la radio para ingresar y tomar preso al locutor Julio Charro e interrumpir la programación radial. La noticia de este hecho se emitía en vivo, aludiendo a la libre expresión como derecho violentado, minutos después, varios indígenas se concentraron alrededor de la radio en defensa de Radio Intipacha, esta movilización impidió que los militares cumplieran su objetivo.

El desafío de la radio popular, de la radio insurgente, de la radio educativa, y de la radio comunitaria es similar, a través de la historia, *“promover la participación de los ciudadanos y defender sus derechos, informar verazmente, dejar que la palabra de todos vuele sin discriminación ni censuras”*: López, (1995, p.54) para construir una comunicación democrática y una sociedad justa.

1.2. Empoderamiento y Participación Ciudadana

1.2.1. Empoderamiento

El empoderamiento está vinculado a las mujeres porque en 1985, la DAWN-Development Alternatives with Women for a New Era, *“una red de feministas e investigadoras de Norte y Sudamérica, usó este término para referirse al proceso por el cual las mujeres refuerzan sus capacidades en todos los ámbitos. El empoderamiento de las mujeres incluye tanto el cambio individual como la acción colectiva, e implica la alteración radical de los procesos que reproducen la posición subordinada de las mujeres”*: Hegoa, (2006).

Trasladando esta visión a otros grupos vulnerables, se considera al empoderamiento como la toma de conciencia de las personas sobre sus derechos, capacidades e intereses, y de cómo éstos se relacionan con los intereses de otras personas para participar e influir en la toma de decisiones. Como ejemplo, están las movilizaciones indígenas en Sucumbíos y Orellana que exigían la salida de nuestro país de la empresa petrolera Occidental-Oxy porque contaminaba, desde 1995, el medio ambiente y provocaba el deterioro de la salud de los habitantes del Edén-Yuturí y Limoncocha, en Sucumbíos. La constante presencia del movimiento indígena logró que el 15 de mayo del 2006, el entonces Ministro de Energía, Iván Rodríguez declare la caducidad definitiva del contrato entre el Estado ecuatoriano y la empresa petrolera.

El empoderamiento tiene una dimensión individual y otra colectiva. En la individual, las personas excluidas elevan su confianza, autoestima y capacidad para responder a sus propias necesidades. *“Muchas veces, los marginados tienen interiorizados los mensajes culturales o ideológicos de opresión y subordinación que reciben respecto de sí mismos, en el sentido de que carecen de voz o derechos legítimos, lo que redundaría en su baja autoestima y estatus”*: Alfaro, (2003, p.20). Trabajar por su empoderamiento implica recuperar su autoestima y actuar en las decisiones que les corresponden.

La dimensión colectiva del empoderamiento expone que las personas vulnerables tienen más capacidad de participar y defender sus derechos cuando se unen con objetivos comunes. Por ejemplo, las mujeres que buscan construir pozos de agua, los campesinos que requieren microcréditos o los vecinos que reclaman servicios básicos para su barrio. El empoderamiento sensibiliza a las personas sobre la situación de injusticia u opresión en la que viven y genera organización para la búsqueda del cambio social.

La eficacia del empoderamiento depende del concepto del factor poder, Marlen Eizagirre, miembro de Acción Humanitaria y Cooperación al Desarrollo expone, *“el empoderamiento involucra al poder propio, es decir, a la toma de conciencia sobre la sumisión y al aumento de la autoconfianza. Después está, el poder con, que es la organización autónoma para decidir sobre nuestra propia vida y sobre el desarrollo deseado. Y finalmente, el poder para, o la movilización para identificar nuestros intereses y transformar las relaciones, estructuras e instituciones que los limitan y que permiten su subordinación”*: Hegoa, (2006). Así el empoderamiento no es la dominación sobre otros, sino el control de recursos para generar desarrollo social.

Es necesario analizar y determinar los factores que generan debilidad y falta de poder en las diferentes realidades socioeconómicas para interpretar, adecuadamente, las aspiraciones de la gente y trabajar sobre objetivos materiales y la reivindicación de derechos. El empoderamiento no sólo permite oír a las personas sino cederles protagonismo porque la propia gente con su organización individual y colectiva logra los cambios adecuados para su realidad.

1.2.2. Participación Ciudadana

Es un proceso a través del que las comunidades o diferentes sectores sociales, sobre todo marginados o excluidos, con derechos legítimos influyen en proyectos, programas o políticas de desarrollo y son implicados en la toma de decisiones y en la gestión de los recursos, siendo así, actores de su propio desarrollo. Según Tomás Alberich, miembro del Área de Investigación de la Universidad Complutense de Madrid, la participación de los sectores excluidos tiene las siguientes dificultades:

- Resistencia de las élites a compartir el poder y ver cuestionadas las relaciones de sumisión.
- Desvalorización de los conocimientos y capacidades de los pobres.
- Predominio de una cultura organizativa jerárquica y autoritaria en la mayoría de instituciones.
- Influencia de una visión a corto plazo en los proyectos de desarrollo.

“Dado que la participación afecta los fundamentos en los que se asientan las políticas públicas y la cooperación internacional. Existen, básicamente, dos formas de concebirla, como un medio para conseguir mejores resultados y mayor eficiencia en los proyectos, o como el fin mismo del desarrollo que se pretende alcanzar”: Ortiz, (2002, p.5).

La participación es un proceso de activa presencia de los sectores con mayores niveles de vulnerabilidad o exclusión social para potenciar su capacidad política y económica en su contexto. Como ejemplo, de participación, está la experiencia de FEM TV, una organización no gubernamental que trabaja por la mujer y que cada año, desde el 2000, realiza talleres para analizar los contenidos transmitidos en la televisión peruana. El público que asistente a estos talleres premia a la mejor publicidad con equidad de género y otorga un castigo simbólico llamado *Sapo TV* a la más sexista. Este proyecto permite que la ciudadanía sancione a un medio que los excluye y además, exija la creación de mensajes con equidad de género, en favor de la dignidad e igualdad de oportunidades.

Con la participación, la ciudadanía posee mayor control de los recursos materiales, intelectuales e ideológicos para influir sobre los procesos políticos y aumenta su capacidad de articulación para defender sus intereses. En definitiva, la participación de las personas es un proceso de empoderamiento que mejora sus capacidades y su calidad de vida.

1.3. La Radio Comunitaria y Participación Ciudadana

Hablar de radio comunitaria y participación ciudadana lleva a varias confusiones, por ejemplo, pensar en una radio sólo para los campesinos y excluir a este sector del término “ciudadanía” porque este concepto remite a los sectores urbanos pero la condición ciudadana no depende del lugar donde se vive, sea en la ciudad o el campo. La ciudadanía es un proceso de participación y debate donde las personas ejercen su derecho a la libertad de expresión y el acceso al espacio público. De esta manera, la Radio Comunitaria es un espacio para el ejercicio de la ciudadanía porque facilita el diálogo y construcción de la democracia desde las diferentes posiciones políticas, económicas y culturales.

Claudia Villamayor, en su libro *Gestión de la Radio Comunitaria y Ciudadana*, afirma: “*mientras la política va perdiendo credibilidad, la radio comunitaria se constituye en el espacio donde la gente concurre para hacer la denuncia que en otro tiempo habría recibido el juez o el policía, en el espacio donde la realidad se legitima, pero al mismo tiempo en el lugar de la manifestación de estéticas diferentes, de expresiones culturales, sociales, religiosas*”: Villamayor, (1998, p.13). La Radio Comunitaria integra las diversas voces y actores, globaliza las preocupaciones, necesidades y logros locales para convertirlos en derechos que se exigen en cualquier parte del mundo.

Los elementos necesarios para hablar de participación ciudadana en radio son: encontrar la discusión sobre un asunto social, crear un mensaje en donde participen los miembros de una comunidad como por ejemplo, la clase política, estudiantes, trabajadores, etc y, finalmente, el contexto que es el espacio público en donde los ciudadanos le dan un sentido a sus vidas. Y la radio es un espacio público mediático para debatir y buscar consensos.

La participación ciudadana en la radio, se evidencia con la intervención de diversas personas u organizaciones que construyen mensajes para informar, llevar a la reflexión y, sobretodo, dar los elementos necesarios para generar una opinión al respecto. En este caso, “*la participación ciudadana en la radio no se limita solamente al envío de cartas o las llamadas a las emisoras, e incluso indica que estas formas de comunicación no garantizan la existencia de la participación ciudadana en la radio*”: Lenin, (2005). Los ciudadanos utilizan a la radio como medio para crear redes sociales en busca de solucionar sus problemas.

“La radio comunitaria es hoy día uno de los motores de cohesión ciudadana más importantes dentro de la esfera pública local, en donde grupos sociales específicos se informan, reflexionan, discuten, comparten problemas. La participación ciudadana no se puede analizar de forma aislada, como si cada uno de los ciudadanos representaran un número más que se suma a las estadísticas del rating y cuya aparente participación se traduce en más anunciantes y mayores dividendos para los concesionarios de los medios”: Lenin, (2005). Los ciudadanos no son consumidores, y por eso su participación en la radio, es proporcional a sus acciones para generar, a través de la palabra, el cambio social y fortalecimiento de la democracia.

1.4. Gestión de la Radio Comunitaria

La Radio Comunitaria como organización y medio de comunicación busca ser sólida, autofinanciada y sustentable. Así aparece el concepto de la sostenibilidad estratégica porque la radio pretende conseguir la autonomía, permanencia y crecimiento de su proyecto, a través, de mecanismos de planificación orientados a mediano y largo plazo. *“Aún cuando la misión de la radio comunitaria no ha cambiado sustancialmente, las estrategias sí han cambiado significativamente. Por ejemplo, hay que invertir energías y recursos en temas nuevos como: gestión, fortalecimiento institucional, planificación estratégica, investigación, en la apertura a nuevos públicos, en la recuperación del género lúdico, de los programas en directo”*: Geerts, (2001, p.129).

Esta reflexión, permite diferenciar tres niveles de sostenibilidad en la Radio Comunitaria: la institucional, la social y la económica. La sostenibilidad institucional se refiere a los roles, funciones y estructura organizativa que existe dentro de la radio.

La sostenibilidad social es la relación con los públicos y los actores sociales de la sociedad civil, desde donde la radio tiene reconocimiento. Y la sostenibilidad económica es la capacidad de la radio para proveerse de los recursos necesarios que aseguren su funcionamiento.

“La sostenibilidad es estratégica, a largo plazo, y va mucho más allá de la mera obtención de ingresos. El autofinanciamiento es puntual. Una radio puede autofinanciarse de un año a otro o de un proyecto a otro proyecto, y al mismo tiempo no tener ninguna sostenibilidad”: Geerts, (2001, p.159).

1.4.1. Sostenibilidad Institucional

Según ALER y AMARC, dentro de la sostenibilidad institucional existen los siguientes aspectos:

- **La propiedad de las radios comunitarias:** Existen las *radios institucionales* que dependen de entidades cuya misión no es la comunicación en sí, son organizaciones de base, entidades eclesiásticas, sindicatos, etc. Por ejemplo, tenemos a Radio Católica Nacional, Radio Antena Libre de Esmeraldas o Radiodifusora HCJB La Voz de los Andes, como emisoras de la Iglesia Católica. Radio Alfaro, en Jipijapa, es una emisora propiedad de una organización de base llamada la Unión Provincial de Organizaciones Campesinas de Manabí UPOCAM.

También están las *radios autónomas* donde el poder de decisión está en los comunicadores y, generalmente, pertenecen a fundaciones u organizaciones cuyo fin es la comunicación misma, amplían la participación a otros sectores o movimientos sociales. Por ejemplo, Radio La Luna en Quito es propiedad del Centro de Educación Popular CEDEP, que desde hace 15 años, se dedica a la capacitación radiofónica y edu-comunicación.

Esta emisora tiene coproducciones con organizaciones como el Colectivo Quito para Todos, Acción Ecológica, Colectivo Socio-Cultural Diabluma o el Cuerpo de Ingenieros de Petroecuador.

Un estudio de ALER Y AMARC, en el 2001, señala que las *radios propiedad de la Iglesia Católica representan el porcentaje más elevado en América Latina, que es el 35%; las emisoras que dependen indirectamente de la iglesia mediante instituciones educativas, campesinas o populares son el 45% y las radios autónomas representan el 20%*: Geerts, (2001, p.118).

- **Investigación:** La investigación ocupa un lugar importante en las agendas institucionales de las emisoras, por eso, se emplean diversos mecanismos que permiten conocer a la audiencia, evaluar el trabajo radiofónico y potenciarlo. Así por ejemplo, se compran datos de rating para conocer la sintonía de la emisora o se realizan estudios de audiencia con grupos focales.

Según ALER y AMARC, el 41% de las radios comunitarias en América Latina, ha realizado uno o más sondeos de audiencia durante el 2001. En comparación con la escasa investigación realizada a inicios de 1980: Geerts, (2001, p.123). Consientes de este tipo de gestión para el crecimiento de la radio, el equipo de Radio Sucumbíos visita una vez por semana, y de manera alternada, a 250 comunidades de Napo, Sucumbíos y Orellana para recopilar datos sobre las necesidades, aspiraciones y gustos de la población. Así surgió el programa “La Vida de los Pueblos” que se graba con los mismos pobladores y busca el rescate de la cultura amazónica y su identidad.

- **Planificación y Evaluación:** Un diagnóstico previo de la realidad como punto de partida y luego una ordenada ejecución de actividades corresponden a una proyección previamente establecida. La improvisación se da en momentos creativos pero no debe ser el eje de un proceso.

Según un estudio realizado por ALER, en el 2001, *de entre 74 radios y 6 coordinadoras nacionales, solamente 24 tienen algún sistema de planificación y evaluación. Y de las 24 instituciones, 10 están en Perú y Bolivia; las otras 14 están repartidas en Ecuador, El Salvador, República Dominicana, Venezuela, Argentina, Colombia, Guatemala y Paraguay: Geerts, (2001, p.120).*

Como ejemplo, de esta forma de sostenibilidad institucional, está Radio Yaraví, en Perú, es una de las emisoras que más invierte en planificación para realizar sondeos de audiencia, dos veces por año. Estos sondeos no sólo buscan datos de la sintonía sino de la realidad de la población y sus expectativas sobre la radio.

1.4.2. Sostenibilidad Social

Es la relación que la radio crea con las diferentes organizaciones y movimientos de su entorno para mantener su permanencia. Los vínculos que existen son:

- **Alianzas con actores sociales:** Actor social es toda organización que promueve intereses sociales grupales, regionales o nacionales. La radio es un proyecto socio-político que se hace en alianza y coproducción con sectores como el Estado, tanto en su dimensión nacional como local. La sociedad civil, constituida por los movimientos populares, instituciones no gubernamentales, iglesias, etc. La esfera política con los partidos y personajes políticos.

“Una vinculación estratégica entre las radios comunitarias y el estado que perdura desde hace más de 30 años y está presente en media de docena de países latinoamericanos es la que se establece con el Ministerio de Educación para los programas de educación por radio”: Geerts, (2001, p.84). Como el caso de las Escuelas Radiofónicas de Radio Santa María en República Dominicana, el Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónico IGER, Instituto Radiofónico Fe y Alegría en Bolivia, Venezuela y Ecuador. Esta vinculación con el estado no representa la entrega de la radio a los fines políticos del gobierno de turno.

“Antes se definía a los actores sociales en términos de clase social. Hoy se ha ampliado la selección a otros ejes. Algunos de esos ejes son: la calidad de vida, el medio ambiente, el enfoque de género, el estado de derecho, la ciudadanía”: Geerts, (2001, p.93). Así, surgen iniciativas participativas y de co-producción de programas con organizaciones de vendedores ambulantes, niños de la calle, presos de la cárcel, ancianos, objetoras de conciencia, movimientos de sectores étnicos minoritarios. Por ejemplo, el programa la Ranchada producido por las empleadas domésticas y transmitido por Radio Antena Libre de México.

- Alianzas con otros medios de comunicación: La Radio Comunitaria debe vincularse con otros medios de comunicación como las radios comerciales, prensa o televisión, para lograr una estrategia común de cambio social y que establezca una relación de mutuo beneficio. Por ejemplo, en Paraguay, existe la Red Sur formada por 10 radios locales, entre comunitarias y comerciales, y un canal de televisión; la red se enlaza diariamente y transmite el noticiero de 60 minutos que producen conjuntamente y en el que se abordan temas sobre la zona fronteriza del Paraguay con Argentina.

1.4.3. Sostenibilidad económica

Una radio comunitaria se preocupa por conocer a su público, de relacionarse con los diferentes actores sociales, de mantener una programación congruente con sus principios pero también de forjar una adecuada gestión económica, de lo contrario, tarde o temprano dejará de existir. Por ejemplo, Radio Voces Latinas 1610 AM, creada en el 2003 y, actualmente, la primera emisora en Canadá para la comunidad hispanohablante desarrolla varios proyectos para su sostenibilidad económica. Radio Voces Latinas, con sede en el Centro Comunitario de la Iglesia de San Lorenzo, Toronto, organiza los “*festivales Inti Raymi y Abya Yala que transcurren durante dos días y concentran a más de 5000 personas donde hay espacio para la comida y feria de artesanías elaboradas por la misma comunidad de San Lorenzo*”: Centro Comunitario San Lorenzo, (2007). Otros proyectos son el *Banco de Comida Mamma Caya* para que los moradores del sector se alimenten a precios económicos, el Diario San Lorenzo y el jardín comunitario, un espacio para obtener y vender productos orgánicos. Estas alternativas de financiamiento permiten el funcionamiento de la emisora.

En nuestro país, la radio comunitaria estaba sometida a no pasar ningún tipo de publicidad pero así se labraba su fracaso. Esta noción está argumentada en la Ley de Radiodifusión y Televisión vigente desde el 18 de abril de 1975, en el Título II, Capítulo I, artículo 8: “*Son estaciones de servicio público las estaciones destinadas al servicio de la comunidad, sin fines unitarios, las que no podrán cursar publicidad comercial de ninguna naturaleza. Están incluidas en el inciso anterior, las estaciones privadas que se dediquen a fines sociales, educativos, culturales, o religiosos debidamente autorizados por el Estado*”: Decreto Supremo N° 256-A, (1975).

La Asamblea Constituyente, durante el 2008, en el marco de la reforma a la Constitución Nacional y leyes de nuestro país, añadió el siguiente párrafo al artículo 8 de la Ley de Radiodifusión y Televisión: *“Sin embargo las estaciones comunitarias que nacen de una comunidad u organización indígena, afroecuatoriana, campesina o cualquier otra organización social, que su labor esté orientada al fortalecimiento de la comunidad, a la consolidación intercultural y social, a la defensa de los valores humanos, históricos, artísticos, que afiancen la identidad nacional y vigoricen la vigencia de los derechos humanos, pueden realizar autogestión para el mejoramiento, mantenimiento y operación de sus instalaciones, equipos y pago de personal a través de donaciones, mensajes pagados, y publicidad de productos comerciales”*.

Con esta modificación, se regulan las fuentes de financiamiento para la radio comunitaria y se garantiza su sostenibilidad económica con el autofinanciamiento ya sea con la negociación de convenios, subsidios externos, venta de publicidad, etc, porque la misión de esta radio no la excluye de ser una empresa que también necesita dinero para subsistir, ser sólida, autofinanciada y sustentable.

1.4.4. Fuentes de financiamiento

En 1999, las investigaciones realizadas por la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica-ALER, determinan que las radios comunitarias tienen como principales fuentes de ingreso a *la ayuda de organizaciones de cooperación internacional con el 22%, los subsidios gubernamentales son el 8%, los aportes de la institución propietaria corresponden al 10%*: Geerts, (2001, p.161).

- **Agencias de Cooperación Internacional:** Esta forma de financiamiento implica el subsidio externo o aporte financiero que las agencias de cooperación internacional otorgan a las radios. También, las agencias internacionales apoyan a la radio con cooperación técnica, a través, de voluntarios extranjeros que trabajan y aportan sus conocimientos en la organización. *Un estudio realizado por ALER y AMARC determinó que de 56 radios encuestadas en América Latina el 17%, en 1995, aún dependía por más del 75% de la cooperación internacional. Mientras que en 1999 el porcentaje se redujo al 2%:* Geerts, (2001, p.164).

Como ejemplo, está el convenio entre la Sociedad Salesiana y la ONG Española Ayuda en Acción para realizar la *Radio Revista Juvenil Aventura por la Vida* de 30 minutos que fue transmitida por 10 radios a nivel nacional. Ayuda en Acción aportó 10.000 dólares, durante el 2004 y 2005, para la producción de 48 emisiones del programa que contaba con la participación de estudiantes de la universidad. *Aventura por la Vida* se transmitió hasta agosto del 2006, por Radio Municipal 720 AM, Radio de la Casa de la Cultura 940 AM, RTU cadena satelital, Radio Latina 88.1 FM, Radio Gaviota de Esmeraldas, Radio Latacunga y la Coordinadora de Radios Populares del Ecuador-CORAPE.

- **Publicidad y Mercadeo:** La publicidad es una fuente de ingreso para la radio comunitaria y el mercadeo está relacionado con la imagen que proyecta esta radio; estos factores inciden a la hora de negociar publicidad o convenios con diferentes actores. *“Las imágenes tienen más larga vida que las audiencias”:* Geerts, (2001, p.173). Y, por su trayectoria, la radio comunitaria se concibe como radio para el desarrollo o radio de alta credibilidad. Así, las radios comunitarias que no tienen trabas ideológicas frente a la publicidad, ven en ella una alternativa de financiamiento y desarrollan nuevas estrategias de gestión económica.

En Ecuador, las grandes radios comunitarias tienen un departamento de mercadeo como las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador-ERPE, Radio Latacunga, Radio Sucumbíos, Radio La Luna. En el caso de Radio La Luna, las estrategias de mercadeo que han fortalecido su imagen son: las emisiones especiales para que la gente exprese su opinión, por ejemplo, dedicar 8 horas continuas, a las elecciones presidenciales de Septiembre del 2006, con reportes de ciudadanos desde sus urnas. Otra estrategia de mercado es el pautaaje gratuito de cuñas sociales y la organización de talleres de producción radiofónica.

- **Convenios con entidades públicas y privadas:** Son las alianzas entre las radios comunitarias y los gobiernos locales como municipios, prefecturas, ministerios para que las emisoras presten servicios sociales como trabajar en sectores apartados y en temas de educación, salud, cultura, comunicación. A cambio, las frecuencias o los espacios cedidos para los programas son gratuitos.

En el caso de los convenios con entidades privadas, se genera la coproducción pero estos actores sociales ajenos a la radio deben discutir y planificar los contenidos de las producciones con la emisora para mantener la coherencia con la programación global y enriquecer el trabajo de la radio.

- **Los servicios radiofónicos,** por ejemplo, la grabación y producción para terceros de campañas de responsabilidad social, mensajes educativos, cuñas, avisos y comunicados. También, está el alquiler de equipos de audio o la cabina de sonido. Esta es una forma de autofinanciamiento que requiere de constante promoción e incentivos hacia los actores sociales y el público de la radio.

- **Otros Servicios no radiofónicos,** corresponden a actividades que no están relacionadas, directamente, con la radio pero sirven para financiar parte de sus gastos.

Hay radios que ponen a disposición el uso de salones de su instalación para talleres, alquilan parte de la torre de su antena a empresas de comunicación, poseen aulas de computación o telecentros.

Otras radios poseen granjas, tiendas de comercio justo o desarrollan proyectos productivos como el caso de las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador, que desde 1998, lleva a cabo la producción de quinua orgánica. Actualmente, tiene un certificado de calidad internacional que le abre el mercado en Europa y Estados Unidos, *los ingresos de este proyecto cubren el 57% del presupuesto de la institución: Geerts, (2001, p.178).*

- **Apoyo solidario de clubes de amigos:** Este apoyo es una cuota o donaciones eventuales recogidas en fiestas, campañas para un objetivo determinado, etc. Por ejemplo, los directivos de Radio Eco-Pavas de El Salvador, en el 2001, viajaron a California para establecer un club de amigos entre los compatriotas residentes en Estados Unidos y lograr una colecta para dotar a la radio de computadoras.

- **El voluntariado:** Reporteros comunitarios, productores con vocación social y otros actores apoyan en las radios comunitarias con trabajo no remunerado y aunque sean pocas horas, son importantes para la permanencia de la radio. Por ejemplo, Radio Alfaro de la Unión Provincial de Campesinos de Manabí UPOCAM, dicta talleres de producción radial a organizaciones juveniles en cantones como Jipijapa y Paján. Se establecen horarios para que los jóvenes visiten la radio y pongan en práctica los conocimientos adquiridos; editando productos radiales u operando controles en cabina. Así, Radio Alfaro cuenta con reporteros y técnicos voluntarios de la misma comunidad. La radio comunitaria deben ser económicamente sostenible porque como empresa también necesita dinero para subsistir y ser una empresa sólida, autofinanciada y rentable.

1.5. La Capacitación dentro de la Radio Comunitaria

La capacitación ha sido, con frecuencia, considerada como una actividad ajena a la radio y, por lo tanto, se asignaba esta actividad a instituciones especializadas en educación u organizaciones nacionales o internacionales. *“Lo máximo de que se encargaban las radios era de alguna capacitación de sus corresponsales”*: Geerts, (2005, p.369) pero con el transcurso del tiempo las radios han adquirido conciencia de que la formación de su personal es parte integral de su sostenibilidad para responder con mayor eficiencia a las necesidades de sus públicos.

Esta reflexión *“en el 2001, según un estudio de ALER en América Latina, convirtió a México, Perú, Ecuador y Guatemala entre los países más capacitados con un porcentaje del 80%. Se revela que el 42% de la capacitación recibida es para producción radiofónica. El 19% se relaciona con el manejo institucional como gestión, mercadeo, investigación. Los temas de sociedad como ciudadanía, ecología, género tienen el 19%. El 16% se dedicó a capacitaciones en tecnologías como Internet, computación, manejo de equipos”*: Geerts, (2001, p.136).

Sin embargo, la capacitación no es eficiente sino hay condiciones propicias para asegurar la permanencia de los voluntarios: un clima laboral atractivo, la posibilidad de asumir cargos de mayor responsabilidad, incentivos económicos y psicosociales. En el 2000, Radio Fe y Alegría y la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador, firmaron un convenio para capacitar al personal de la radio. Antes se evaluó al personal sobre temas sociales y relaciones humanas y la capacitación se enmarcó dentro del proyecto institucional de la radio para conseguir una formación integral en gestión.

CAPÍTULO II. FORMATOS RADIOFÓNICOS

La producción radiofónica se crea desde los contenidos o la forma de comunicar el mensaje. Cualquiera que sea el punto de partida, es necesario conocer los distintos géneros y formatos radiales para crear productos atractivos y originales. *“Hay mil cosas en la vida que pueden salir al aire y no por eso las tenemos que endosar a uno u otro género. No todo lo que se hace por radio puede catalogarse como formato radiofónico. Si un locutor lee unos versos en su revista, sería caprichoso hablar de género lírico o de formato poema. Simplemente, se trata de una poesía leída a través del micrófono”*: López, (1997, p.82). En este contexto, los conceptos de género y formato radiofónico, se desarrollan a continuación:

2.1. Género: La palabra Género tiene una raíz griega que significa generación u origen. Es así que en la producción radiofónica los géneros son las características generales de un programa. Según José Ignacio López Vigil, en el libro *Manual Urgente para Radialistas Apasionados y Apasionadas*, los géneros se clasifican desde tres perspectivas: el modo de producción de los mensajes, la intencionalidad del emisor y la segmentación de los destinatarios.

Según el **modo de producción de los mensajes** existen los géneros: dramático, periodístico y musical. Desde la **intención del emisor** nacen los géneros: informativo, educativo, de entretenimiento, cultural, religioso, de movilización, social, publicitario. Y finalmente, según la **segmentación de los destinatarios** están los géneros: infantil, juvenil, femenino, campesino, urbano, sindical pero también surgen diferentes géneros de acuerdo al target que se defina para la producción radiofónica.

2.2. Formato: La palabra *formato* proviene del vocablo latino *forma*. Son las formas o moldes concretos para la realización radiofónica. “*Un formato es un producto completo. Tiene sentido por sí mismo. Aunque pequeño, debe ser autónomo*”: López, (1997, p.85). Por ejemplo la entrevista, en un primer caso, es un recurso radiofónico ya que se incluye en otros formatos más amplios como el reportaje. Pero si la entrevista se transmite independientemente guardando su significado, es ya un formato. Y si la entrevista se edita para construir una noticia, el fragmento editado es el recurso radiofónico del formato, en ese caso, la noticia. “*Si le gusta, diga que la programación, en su conjunto, es un súper formato que engloba a todos los demás*”: López, (1997, p.86). Los formatos según el tiempo de duración se dividen en pequeños y grandes, los más usuales se describen a continuación:

2.3. Pequeños Formatos

2.3.1. Género Informativo

- **Noticia:** Es la información sintética, sin mayores detalles y comentarios, de un hecho y su duración oscila entre un minuto y minuto y medio. La noticia pertenece al género informativo y posee tres elementos: entrada, cuerpo y cierre.

El primer elemento es la *entrada* o *lead* que corresponde al titular radiofónico o encabezamiento atractivo para captar la atención del oyente. La entrada de la noticia radiofónica se realiza con una interrogación, admiración, cita directa, cita célebre, refrán, descripción, narración, efecto de sonido o música.

El segundo elemento de la noticia es el *cuerpo* que cuenta los detalles, mezclando el orden lógico con el cronológico y repitiendo información, la idea es explicar cómo sucedieron los hechos. Es importante mantener una intensidad constante según avanza el relato para proporcionar información y datos.

El tercer elemento de la noticia radiofónica es el *cierre* que se realiza utilizando los mismos recursos de la entrada: cita de un testigo, refrán, elemento descriptivo, dato humorístico, detalle ingenioso o una frase mediante la cual se compare el pasado con el presente y dejar que el oyente concluya.

- **Entrevista:** Es un diálogo basado en preguntas y respuestas entre el periodista o entrevistador y una persona lejana al medio o entrevistado, quien responde a las interrogantes aportando información de interés para el oyente. La entrevista es individual o colectiva, generalmente, se graba antes de ser transmitida pero también se la realiza en vivo y en directo desde el lugar mismo del hecho. Se distinguen dos clases de entrevistas: indagatoria e informativa.

En el caso de la **entrevista indagatoria**, el periodista interroga a una personalidad sobre temas de actualidad; caben preguntas polémicas basadas en las opiniones adversas pero se excluyen aquellas que involucren la vida privada.

Por otro lado, la **entrevista informativa** es breve, se formulan numerosas preguntas para que el entrevistado las responda de forma detallada. La entrevista se emite directamente al aire y los oyentes interrogan antes o durante el transcurso de la misma. En ocasiones hay varios entrevistadores, entonces, el formato se asemeja a una conferencia de prensa pero centrada en un sólo tema.

- **Crónica:** Este formato se caracteriza por ser la información amplia de un hecho desarrollada entre tres y cinco minutos. No incluye comentarios personales del periodista pero sí antecedentes del hecho y opiniones de otras personas entorno al suceso. Entonces, se le proporciona al oyente elementos para que se forme una idea más íntegra del hecho y elementos de juicio. La crónica, también, es la descripción cronológica de hechos noticiosos de la vida de un personaje.

- **Comentario:** Este formato involucra un análisis y una opinión entorno al hecho. El comentario no solo da información, sino también, orienta al oyente para influir sobre él e inclinarlo a favor de una determinada interpretación del hecho considerada como justa y correcta. El comentario aprueba o condena un hecho.

- **Pequeño Reportaje:** Este formato dura entre 3 y 10 minutos. La palabra reportaje proviene del verbo latino *reportare*, que significa, *traer* o *llevar una noticia*. Un reportaje incluye entrevistas, testimonios, comentarios, estadísticas, escenas que reconstruyen los hechos o fondos musicales para trasladar al oyente al lugar de los hechos y hacerle vivir la situación. El reportaje requiere de mucha investigación porque brinda toda la información posible sobre un hecho y sus posibles consecuencias.

- **Charla:** Es un discurso o monólogo breve, con duración de máximo 5 minutos. Se distinguen tres clases: charla expositiva, charla creativa y charla testimonial.

La *charla expositiva* explica un hecho aunque es la menos radiofónica y menos pedagógica. “*Es la más corriente: alguien que habla por radio con el fin de poder expresar algo, divulgar conocimientos, dar consejos. Es la forma más sencilla y económica de emplear la radio pero también la menos radiofónica*”: Kaplún, (1999, p.159). Se hace a una sola voz aunque también existen *charlas expositivas* a dos voces, leyendo el texto, alternando entre una voz masculina y femenina pero aunque se imprime dinamismo no existe un diálogo.

La *charla creativa* como formato educativo motiva, llama la atención o despierta una inquietud en el oyente, transmite una vivencia para provocar en los receptores su sentido de participación y responsabilidad. “*En ocasiones el texto de una charla tiene tantos matices expresivos que no la puede leer el propio autor ni un locutor, sino que debe ser dicha por un actor*”: Kaplún, (1999, p.161).

En la *charla testimonial* una persona comunica su propia experiencia, es la expresión espontánea, el relato de alguien que vivió una situación y reflexiona sobre ella. En este formato “*alguien cuenta su propia experiencia directa: Yo estuve ahí o mí me está sucediendo tal cosa. Llega por auténtica, por vivida, por real*”: Kaplún, (1999, p.161).

2.3.2. Género Publicitario

- **Cuña**: Es el formato más corto de todos, tiene una duración entre 20 segundos y un minuto. Debe ser corto y concreto, de mensaje breve y repetido para vender un producto o servicio. Debe aprovechar al máximo los recursos del lenguaje radiofónico para crear imágenes auditivas y sugerir escenarios sonoros.

Las cuñas comerciales fueron la génesis del formato, emplean el singular para vender porque quien compra es un individuo y no la colectividad; los públicos se segmentan por edades, género y clase social. También existen las cuñas educativas y sociales que fomentan valores para mejorar las relaciones humanas. Entre los modelos de cuñas se distinguen:

Las **cuñas habladas** “*son las más frecuentes y las menos originales. Un locutor lee un texto que, generalmente, viene apoyado por un fondo musical apropiado al tema*”: López, (1997, p.276), a veces, una segunda voz sirve para el slogan de cierre. Las cuñas habladas no se deben confundir con las viñetas que son los textos comerciales leídos en directo por un locutor.

Las **cuñas dramatizadas** son el diálogo entre personajes o una breve escena que motiva una idea o producto, empleando recursos teatrales.

Las **jingles** son las cuñas cantadas. La música debe ser pegajosa para que guste y sea tarareada por la audiencia.

Las **cuñas testimoniales** corresponden a las palabras cotidianas de un ama de casa, de un vecino, de un campesino para lograr credibilidad en los sectores a quienes representan. El testigo es verdadero o un actor.

- **Identificativos:** Este formato comercial se emplean a lo largo de la programación radiofónica para promocionar a la emisora o sus programas, lo que buscan estos mensajes es vender la imagen de la radio y sus diferentes espacios.

2.3.3. Género Dramático

- **Radiodrama:** Es el formato que más se asemeja a la vida real. En lugar de un locutor que narra la historia, existen personajes que interactúan entre sí. La historia es real o imaginaria y el oyente se siente identificado con el drama. Se plantea un problema, el público se enfrenta con una opción y extrae el mensaje sobre el que se busca la reflexión. El radiodrama es de tres clases: unitario, seriado y radionovela.

En el caso del **radiodrama unitario** la acción comienza y termina en una única emisión, los personajes no tienen continuidad posterior y son creados para esa producción independiente. *“La pieza radiofónica constituye una unidad en sí, no forma parte de un conjunto”*: Kaplún, (1999, p.178).

En el **radiodrama seriado** cada capítulo presenta una trama independiente, seguida y comprendida sin necesidad de haber escuchado los capítulos anteriores. *“Un personaje o grupo de personajes que es fijo le da continuidad a la serie. A veces, son la estructura y la temática de la serie las que le dan su carácter de tal”*. (1999, p.179).

La radionovela se aborda en detalle, posteriormente, en los grandes formatos de género dramático.

2.4. Grandes Formatos

2.4.1. Género Informativo

- **Gran Reportaje:** Este formato de función informativa dura entre 15 a 30 minutos y adopta la forma de una investigación para conocer más sobre el tema, por ejemplo, una entrevista da una pista o dato que se encadenan con el que sigue. El conductor del programa inicia igual que el oyente, con un conocimiento vago del tema, pero a medida que el programa avanza se profundiza en el tema. Un reportaje de profunda investigación no sólo describirá el problema sino que además, buscará sus causas y planteará posibles soluciones.

“El reportaje es lo más cercano al género dramático. Como éste, irá creando en el oyente una atmósfera de suspense, de intriga creciente, hasta llegar a un desenlace de preferencia sorpresivo. Es como una novela, sólo que no que no de ficción, sino real, que informa sobre hechos verídicos. El espíritu es trasladar al oyente al lugar de los hechos, hacerle vivir la situación, como si fuera aquí y ahora”: López, (1997, p.191). Los temas de un gran reportaje no deben desarrollarse con charlas, sino, emplear variedad de recursos y formatos que, en la producción, cumplen con el mismo papel que las fotografías y gráficos en un artículo de prensa escrita.

- **Documental:** *“Algunos productores, más que de reportaje, prefieren hablar de documental cuando el relato periodístico se limita a pruebas documentales, es decir, registros en directo, sonidos reales del lugar de los hechos, dejando fuera cualquier recreación dramatizada”:* (1997, p.191). Estos recursos ilustran el tema, dan una presentación variada y vivaz. Cuando no hay la posibilidad de manejar documentos reales se realiza una dramatización pero, se debe cuidar que el drama no sea el eje principal porque el objetivo es informar sobre un hecho.

- **Noticiero:** Es el conjunto de noticias de actualidad, generalmente, se presentan titulares y luego los hechos se desarrollan ampliamente. *“En dicho espacio se pueden -y se deben- incluir otras secciones de opinión, de humor político, meteorología. Pero el mayor porcentaje del tiempo del noticiero estará ocupado, obviamente, por noticias. El noticiero, antes que a otras funciones periodísticas, se dedica a informar”*: López, (1997, p.204).

El noticiero es un servicio de una radiodifusora que, normalmente, produce dos o tres emisiones con una duración de 30 minutos. La estructura del informativo ordena las noticias según el panorama local-regional, nacional e internacional. Sin embargo, este orden se invierte cuando alguna noticia es de importancia porque la característica del noticiero es partir desde lo más urgente. Según la duración del noticiero se distinguen los siguientes modelos:

- El **avance**: es una mini-noticia con una duración máxima de un minuto. Con los avances se invita a escuchar el próximo noticiero.
- El **microboletín**: es el resumen de las noticias sobresalientes o bien 2 ó 3 noticias diferentes cada hora. Mantiene a la audiencia informada durante todo el día. Dura entre tres y cinco minutos.
- El **boletín clásico**: dura 10 minutos. Menciona las noticias más destacadas del día. Se usa para iniciar y cerrar la jornada de trabajo radial.
- El **noticiero de media hora**: trata las noticias importantes dentro de su contexto, un comentario de tres o cuatro minutos y alguna otra sección.
- El **noticiero de una hora**: ha sido el modelo más usado en la programación radiofónica pero resulta muy largo para retener la atención del público. Suele sustituirse por boletines o una radiorevista informativa que contenga el resumen noticioso semanal.

2.4.2. Género Dramático

- **Radionovela:** Este formato es un radiodrama de varios capítulos con una trama continua y secuencial. Es necesario escucharla íntegra o la mayoría de los episodios porque *“si se pierde algún capítulo, es difícil de reubicarse y seguir el argumento; si se pierden varios capítulos seguidos, casi imposible”*: Kaplún, (1999, p.179). La radionovela expone al oyente al suspenso dramático, en cada capítulo, favoreciendo la difusión de los mensajes educativos.

Este trabajo de titulación elige a la radionovela porque la extensión del formato permitirá aplicar en los guiones, las herramientas creativas de la metodología del edu-entretenimiento propuesta por PCI-media impact; por ejemplo, la Malla de Valores, perfiles de personajes, desarrollo temporal de la historia, etc. Así, esta producción que constantemente abordará la temática de la inequidad de género, a través de distintas historias y personajes; permitirá que la comunidad expuesta a ella, identifique a la trama con sus realidades cotidianas y la problemática abordada.

- **Serie:** También se llama radiodrama seriado, no tiene secuencia y los capítulos se escuchan, indistintamente, porque cada uno trata un tema diferente.

En la serie, existen personajes o elementos permanentes que dan unidad al conjunto y sin atar al oyente, lo motivan para seguir escuchando el programa y si la historia es extensa se presenta, máximo, en dos o tres capítulos.

La diferencia entre la serie y la radionovela es que la primera, desarrolla la trama y el mensaje educativo en un sólo capítulo, mientras que en el segundo caso, la transmisión del mensaje se produce sólo cuando se escuchan gran parte de los capítulos, de lo contrario, hay confusión.

2.4.3. Género de Entretenimiento

- **Radio revista:** Tiene la característica de alternar diferentes temas utilizando en sus secciones otros formatos: entrevistas, crónicas, encuestas, charlas, comentarios, etc. La radio revista mantiene su unidad gracias al conductor o conductores; y lo mejor es que sean un hombre y una mujer; las diferentes secciones se intercalan con piezas musicales, procurando que las canciones tengan relación con los temas tratados. El valor del formato es que se acerca al público y despierta inquietudes, crea conciencia e interés sobre diversos temas porque amplía la información para la audiencia. *“Su limitación está dada por su mismo carácter de misceláneo. Como debe ofrecer en cada emisión varios temas y secciones y todos ellos deben ser presentados en forma breve y ágil, no puede dar sino una visión rápida y superficial de cada uno”*: Kaplún, (1999, p.169).

- **Programa Musical:** Este formato es un espacio en la programación radiofónica que se realiza en vivo, desde estudio, o grabado. Se dividen según el género o ritmo de la música: infantil, clásica, folclórica, jazz, etc. También se producen por complacencias o especializado y su contenido está vinculado a la historia musical de un género, instrumentos, baile, biografía de artistas, etc. Es importante definir el target para elaborar un adecuado contenido musical. Sin embargo, *“No olvidemos que la radio es para gustos. No ganamos nada soltando así, sin más, las geniales pero desconocidas melodías. Otra cosa sería explicarlas, hacer una educación musical”*: López, (1997, p.238).

- **Programa Humorístico:** Es la combinación del género informativo y musical con un toque de humor. La duración oscila entre dos y tres horas; se transmiten en horas pico de la mañana para aprovechar buena parte de la audiencia mientras se traslada a sus actividades laborales o estudiantiles.

El programa humorístico es similar en estructura a una radio revista porque contiene entrevistas, música, concursos, debates, llamadas del público y tiene uno o diversos temas como eje pero el factor diferenciador es una conducción humorística que en ocasiones está a cargo de un personaje gracioso.

Un ejemplo de programa humorístico es *Radiación Temprana*, que se transmite de lunes a viernes de 8 a 10 de la mañana por Radio Canela 103.7 FM, en Quito. La conducción del programa la llevan a cabo 5 locutores; dos hombres, dos mujeres y un personaje denominado el *loro Homero*; que con un toque de humor desarrollan los temas coyunturales del país. El programa produce temas musicales que varían la letra de canciones conocidas, según el tema que se trate, con un toque satírico que busca la reflexión.

CAPÍTULO III. PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS RADIALES

La realización de productos comunicacionales requiere de un proceso denominado producción que se divide en las siguientes etapas: preproducción, producción y postproducción. Estas etapas de creación abordan: la idea, la documentación, elaboración de guiones, ensayo, grabación, edición. A continuación, se desarrolla las fases de la producción radiofónica:

3.1. Fase de preproducción: Es la etapa de planificación en la que se prepara todo el material para iniciar la grabación del producto. Incluye:

- Idea y definición del producto. Aquí se define el género y contenido del producto.
- Investigación. Es la recopilación de material escrito y sonoro para conocer a fondo el tema a tratarse. Es importante, investigar con libros, artículos y consultar a especialistas, a través, de entrevistas que después servirán como material sonoro.
- Selección de recursos informativos. Se priorizan los materiales escritos y sonoros que se hayan recogido porque se utilizan sólo los datos más importantes para la realización del producto.
- Elaboración del guión y libreto. El último paso consiste en la elaboración del guión que servirá de guía para locutores, actores y técnicos.

En la preproducción y antes de escribir el guión, se elaboran herramientas que facilitan y organizan tanto el proceso creativo como el desarrollo mismo del guión. Así la etapa del libretaje se desarrolla con elementos como: la ficha técnica, guión estructural, hoja de pautaje, guión y libreto.

3.1.1. Ficha Técnica: También llamada ficha de identificación, según René Olivo. Consiste en información que se coloca como cabecera de página en el guión, se escribe con letras mayúsculas y no importa que sea muy extenso. Se encuentran los siguientes datos:

- Nombre de la emisora, del programa, de la sección.
- El tema que se tratará, es decir, el título y objetivos de la producción.
- El horario en que se transmitirá el programa.
- La duración del programa.
- Los créditos como el director, productor, locutores, personajes principales y por último, aparece el nombre de la persona que realiza controles.

A continuación una ficha técnica o ficha de identificación, ejemplificada.

RADIO ALFARO

PROGRAMA: A CALZÓN QUITADO

TEMA: EL EMBARAZO ADOLESCENTE

OBJETIVOS: DIFUNDIR EL USO DEL CONDÓN COMO MÉTODO ANTICONCEPTIVO EN LA JUVENTUD DE JIPIJAPA PARA QUE LO EXIJA EN LOS CENTROS DE SALUD PÚBLICA DE LA LOCALIDAD.

HORARIO: DE 10H00 A 11H00

DURACIÓN: 60 MINUTOS

PRODUCTOR: GREGORIO PÉREZ

LOCUTORAS: DOLORES PINARGOTE Y JANETH RODRÍGUEZ

CONTROL: SIXTO MIRANDA

3.1.2. Guión Estructural: Es una pauta que contiene los segmentos o escenas de producción con su respectivo tiempo o minutaje. Este esquema a manera de listado de contenidos, no tiene diálogos y, está sujeto a cambios.

Si es necesario se reajusta el plan de tiempos, suprimiendo o extendiendo las escenas. A continuación, el guión estructural del programa “A calzón quitado”:

PROGRAMA: A CALZÓN QUITADO

TIEMPO	CONTENIDO
10H00 - 10H05	Saludo y presentación
10H05 - 10H10	Musicalización
10H10 - 10H20	Planteamiento del tema y charla con invitado
10H20 - 10H35	Insumo radio novela
10H35 - 10H50	Charla con el invitado y audiencia
10H50 - 10H55	Musicalización
10H55 - 11H00	Despedida

3.1.3. Hoja de Pautaje: Este documento organiza, en detalle, la información y del contenido radiofónico y el tiempo real de los insumos radiales que se emplean. Como ejemplo, la hoja de pauta de la radiorevista “*A calzón quitado*”.

PROGRAMA: A CALZÓN QUITADO

TIEMPO	CONTENIDO
10H00 - 10H05	Saludo y presentación del contenido
10H05 - 10H08	Musicalización: Respirar. AUD
10H08 - 10H10	Musicalización: Domingo 7. Analuz y Stalin
10H10 - 10H20	Planteamiento del tema y charla con invitado
10H20 - 10H35	Capítulo 8 “Mi primera vez”. Radionovela Domingo 7
10H35 - 10H50	Charla con el invitado y audiencia
10H50 - 10H53	Musicalización: Pase lo que pase. Big Boy
10H53 - 10H55	Musicalización: Oye lo que es un ven ven. Vico C
10H55 - 11H00	Despedida

3.1.4. Guión:

“Cada programa radiofónico responde a un plan de trabajo diseñado y preparado previamente, bajo un esquema que se conoce con el nombre de guión. Sucede que el guión constituye una pauta escrita cuyo contenido deviene en un programa”: Erazo, (1980, p.123). El guión es un texto que guía la locución radiofónica, se utiliza para dar lugar a la *improvisación*, es decir, para que el locutor agregue información sobre el tema pero ese caso debe documentarse, de lo contrario, se cae en la *repentización* que es hablar de repente sin conocer el tema. Se lo ocupa en formatos de entretenimiento e informativos para que el locutor improvise de forma ordenada y lógica.

3.1.5. Libreto: Según Mario Kaplún, en su libro Producción de Programas de Radio, el libreto *“es el esquema detallado y preciso de la emisión, que comprende el texto hablado, la música que se va a incluir y los efectos sonoros que se insertarán e indica el momento preciso en que se debe escuchar cada cosa”*: Kaplún, (1999, p. 341). Jimmy García Camargo, en su obra *La Radio por dentro y fuera*, dice *“el libreto es para la radio lo que los planos de una construcción son el para el arquitecto, o el plan de vuelo para el piloto aviador. El libreto marca toda la estructura del programa, sus diferentes pasos, la forma del manejo del sonido, la manera de interpretarse, la duración de los parlamentos, de la música y los efectos sonoros o del ruido”*: García, (1980, p.248).

Con estas definiciones, el libreto es un instructivo para la emisión de un programa radial, que indica el lugar preciso en que aparecen los elementos del lenguaje radiofónico e indica al personal técnico, cuando intervenir. El libreto es imprescindible en formatos de género dramático que requieren la intervención de varias voces e inserción de música y efectos sonoros.

3.1.6. Estructura del libreto: El libreto radiofónico es una herramienta de organización que detalla lo que se va a decir durante la grabación o transmisión de un programa radial. El libreto se diagrama de forma precisa y ordenada. *“Sólo con esa guía detallada es posible producir buenos programas y evitar toda confusión, a la hora de su montaje”*: Kaplún, (1999, p.341). A continuación, algunas normas básicas para la estructuración del libreto:

- **Las Columnas:** El libreto tiene dos columnas; una pequeña, a la izquierda donde se escriben con letras mayúsculas los nombres del locutor o personaje. La columna principal, está a la derecha, contiene los textos o parlamentos que se escriben con letra minúscula. Como ejemplo, sigue un fragmento de la serie *“Noviazgo violento”*, de SERPAL-Servicio Radiofónico para América Latina.

ÉRICA: Polo es demasiado amoroso y demasiado celoso. A veces, siento que me ahoga con su posesividad.

POLO: Érica, cuando nos casemos no tendrás que trabajar. Serás sólo para mí.

CONTROL: GOLPE MUSICAL

ÉRICA: Polo me ha pedido casarnos. Yo lo amo, pero tengo miedo de sus reacciones violentas, de su afán de controlarme. Él dice que lo hace por amor, aunque... ¿y si no cambia cuando nos casemos? Estoy muy confundida. No sé que hacer. Y tú ¿qué harías en mi lugar?

- **Control:** Esta indicación señala la existencia de efectos de sonido o música. Se escribe la palabra CONTROL, en la columna izquierda del libreto, mientras que el detalle *“de los códigos sonoros y musicales estarán en la columna derecha, siempre con letras mayúsculas y subrayadas”*: Oliva, (1989, p.3). Es necesario precisar las intensidades de los efectos sonoros e inserciones musicales como FADE IN, FADE OUT, GOLPE MUSICAL, RÁFAGA.

Ejemplo:

CONTROL: (FADE IN) TRINAR DE PÁJAROS Y VIENTO SUAVE ENTRE
COPAS DE LOS ÁRBOLES (FONDO)

Cuando se trata de efectos producidos en el estudio, se escribe en la columna izquierda EFECTO o ESTUDIO:

ESTUDIO: PASOS LENTOS (DE 1º A 2º PLANO), GOLPEAN PUERTA

- **Acotaciones:** Indican al locutor la interpretación con la que debe leer el parlamento. Se escriben con mayúsculas y entre paréntesis, pero sin subrayarlas. El siguiente fragmento corresponde a la serie “*Carina: mi marido con otro*”, producida por SERPAL-Servicio Radiofónico para América Latina.

DORIS: (EN VOZ BAJA, A CARINA) Shhh... Vamos a sorprenderlo. (RISAS SUAVES)

CARINA: (EN VOZ BAJA, ALEGRE) Abriré con cuidado la puerta.
(A DORIS) Doris, aguanta la risa. Entra ya...

ESTUDIO: PUERTA SE ABRE

CARINA: (DESCONCERTADA) ¡Andrés!

ANDRÉS: (ASUSTADO) ¡Carina!

“También se acota en la misma forma, con la indicación (TRANSICIÓN) o abreviado (TRANS) cuando se quiere hacer notar al actor que debe dar un cambio de entonación dentro del mismo parlamento”: Kaplún, (1999, p.343). Además, se marcan las pausas o silencios requeridos dentro del parlamento, utilizando la acotación (PAUSA) o (PAUSITA), si es breve. Ejemplo:

CARINA: (DÉBIL) Han pasado varios días y no puedo ni mirarlo.
(TRANSICIÓN) Me da tanta rabia. (PAUSA, LLORA) Tenemos 15 años de casados y dos hijos.

Si es necesario dar énfasis a una palabra, se la divide con guiones entre sílabas para sugerir la pronunciación marcada. Esta separación, también es útil cuando las palabras son muy largas y causan dificultad al leerlas.

CARINA: Jamás imaginé que mi Andrés, tan de-por-tis-ta, tan va-ro-nil, fuera en realidad... homosexual... o bisexual... me da lo mismo.

En caso de palabras difíciles:

Otorrinolaringología es Oto-rrino-larín-go-logía.

- **Numeración de líneas:** Los números se ubican sobre el margen izquierdo de la hoja. Esta norma ahorra tiempo, en los ensayos y las grabaciones del programa, porque permite encontrar, rápidamente, la línea o secuencia donde se comenzará de nuevo, después de un corte por algún error o indicación del director. Ejemplo:

01 ANDRÉS: Voy a entrenar con los muchachos... Ya sabes correr es mi

02 deporte favorito.

03 CARINA: Y el joven ese... tu amigo favorito, ¿verdad?

04 ¿Por qué no me lo presentas?

05 ANDRÉS: Estamos apurados otro día.

06 CONTROL: CORTINA DRAMÁTICA

07 CARINA: Las salidas de Andrés cada vez son más frecuentes. Si no era a

08 correr, era a ver una competencia o a... ¿otra vez Andrés?

- **Otras normas prácticas para el guionista**

- **Escribir en hoja de papel periódico** y de un solo lado; el uso de este papel liviano y de poco espesor evita crujidos.
- **No dividir las palabras** al final de la línea, ni el párrafo al final de la hoja porque dificulta la lectura.

- **Los planos se indican en mayúsculas** y entre paréntesis. El primer plano se supone y sólo se indica el segundo plano (2P) y tercer plano (3P).
- **Signos ortográficos** porque ayudan a la lectura correcta del locutor. En el caso de los signos de admiración e interrogación es necesario colocarlos tanto al inicio como al final de cada oración porque *“la pregunta o admiración se logra con la inflexión de la voz que afecta a toda la entonación de la frase, desde el comienzo”*: Kaplún, (1999, p.347).
- **Espaciado**: El guión debe escribirse a doble espacio para realizar correcciones manuscritas mientras se realizan los ensayos o grabaciones.
- **Duplicado**: Deben existir suficientes copias del libreto para entregarlas a cada uno de los integrantes del equipo de producción. Esto permite conocer el contenido del mismo y realizar observaciones al texto.
- **Cálculo de tiempo**: El tiempo de cada libreto varía según la cantidad de parlamento y la interpretación que el locutor o el actor le dé. Por ejemplo, una página de textos cortos, de ritmo ágil y rápido dura un minuto y medio pero si es una página de parlamentos extensos y son leídos lentamente dura entre tres y cuatro minutos.

En el idioma español, se pronuncian *“150 palabras a velocidad normal durante un minuto. En programas dialogados se calcula que una página tamaño oficio a doble espacio, escrita con letra Times New Roman de tamaño 12, dura alrededor de 2 minutos y medio”*. Kaplún, (1999, p.348). Sin embargo, estos cálculos no son estables.

Los elementos del lenguaje radiofónico y las normas de la forma del libreto permiten que el libretista plasme su idea original, que la historia se desarrolle de

manera ordenada y que los decorados radiofónicos sean acordes al contexto del tema abordado en la producción.

3.2. Fase de Producción: También conocida como realización, esta etapa representa el momento en que nuestro producto se va a materializar. Los técnicos, locutores y actores se dirigen al estudio para realizar la emisión o grabación del producto. En los formatos de género informativo, se realiza la transmisión en vivo y en directo porque se gana tiempo, pero se requiere de un guión claro. Sin embargo, cuando existen producciones complejas como las de ficción, resulta más adecuado grabar las voces por un lado y después ambientar la producción. Emma Rodero, en su libro titulado Producción Radiofónica, dice *“podemos aconsejar que cuanto más simple sea la producción del espacio, más adecuado será realizarlo en caliente y cuando más complejo sea, más propio será producirlo en frío”*: Rodero, (2005, p.274).

En esta fase de producción está la copia del libreto, el reparto, la dirección del plan de trabajo, ensayo, grabaciones y la edición o modificación de errores de los documentos sonoros pero sin agregar efectos.

3.3. Fase de Postproducción: Esta etapa abarca la edición y el montaje; aquí se corrigen los errores cometidos y se alista el producto para la emisión. La edición es eliminar un ruido inesperado, un carraspeo en la voz, una tos, una mala pronunciación o expresiones incorrectas mientras que el montaje es musicalizar y sonorizar el producto. En definitiva la postproducción da la posibilidad de mejorar la calidad del sonido, sin embargo, como lo señala Emma Rodero, *“no es la panacea y existirán algunos aspectos que no se podrán modificar. Por eso cuantos menos errores cometamos, menos tiempo perderemos después en corregirlos y más natural resultará nuestro producto”*: Rodero, (2005, p.275).

CAPÍTULO IV. EL LIBRETO DE LOS RADIODRAMAS

4.1. El Drama Radiofónico

El Radiodrama es una historia de emociones que se transmite, a través, de la radio y depende del diálogo, la música y los efectos de sonido para que el oyente la imagine. *“El ser humano, como todos los animales, es atraído, fascinado, por lo que se mueve, por lo que cambia. Somos dramáticos. La palabra lo explica todo: drama quiere decir acción. Y acción quiere decir que pasan cosas, que suceden hechos”*: López, (1997, p.90).

En 1920, radiodifusoras británicas y francesas, como la BBC-British Broadcasting Corporation, realizan las primeras producciones dramáticas en estudio aunque no resultan atractivas para el público. La razón era el uso del lenguaje teatral y la radio, para los fines dramáticos, requería su propio lenguaje. En el teatro, el peso de la acción recae en los gestos y movimientos de los actores; la voz se utiliza con fuerza para que se escuche hasta la última fila mientras que el ambiente está dado por la escenografía, tramoya, iluminación, vestuario, decorado, etc. En la radio, se reemplazan los gestos por la intención de la voz; el ambiente está dado por los efectos, la música y el narrador.

En sus inicios, los dramatizados radiales duraban 15 ó 30 minutos para no cansar al auditorio, pero cuando el lenguaje radiofónico madura se hace adaptaciones de cuentos, novelas y obras de teatro, entre los que se destacan relatos de los novelistas del siglo XIX como Alejandro Dumas, Émile Zola, Julio Verne y Salgari. A mediados de 1930, inicia la industria de las radionovelas en los Estados Unidos y son llamadas *Soap Operas*, traducidas al español como *Novelas Lágrimas de Jabón* porque la mayoría de sus anunciantes eran marcas de jabón y detergente como: Colgate Palmolive y Procter & Gamble.

En 1938, triunfan los radiodramas con la adaptación de la novela *La guerra de los mundos*, del escritor inglés Orson Wells. Esta producción pone a correr a los neoyorquinos que oían, en las emisoras, cómo los marcianos tomaban el planeta. En Ecuador, la obra literaria no era conocida y el radiodrama, dirigido por Leonardo Páez, se transmite casualmente cuando la prensa local difundía que, en la ciudad de Pasto, en Colombia, existían avistamientos de platillos voladores.

“Radio Quito-La Voz de la Capital, a través, de los 1360 kHz en onda media y 5970 kHz en onda corta. En la noche del sábado 12 de febrero de 1949”: Klemetz, (1995); informaba que un objeto volador no identificado, estaba sobre las Islas Galápagos y, minutos después, que un platillo volador descendía en las afueras de Quito, en el barrio de Cotocollao. Pero esta noticia sólo era parte de una producción radial conocida por poco personal de la radio. Allí empezó la dramatización. Hablando a través de un vaso para distorsionar la voz, se escuchaban órdenes impartidas a destacamentos de las Fuerzas Armadas para atacar a los supuestos invasores. También se oían comunicaciones desde Radio Continental, de Ambato; Radio La Voz de Tomebamba, de Cuenca; Radio Cenit, de Guayaquil y otras emisoras. Todas decían que una nube de gases asfixiantes se acercaba a Quito desde Latacunga.

La obra sólo se transmitió 20 minutos porque los oyentes que se sintieron burlados lanzaron piedras, ladrillos y finalmente, prendieron fuego al edificio en donde funcionaba la emisora y el periódico *El Comercio* que estaba situado en el centro de Quito. Las grasas y aceites de la imprenta del periódico, al igual que el papel allí almacenado, permitieron que el incendio fuera rápido y total. La policía al no divisar extraterrestre alguno en las afueras de Quito y, viendo que se trataba de una burla, se desentendió del problema.

“Los daños llegaron a 8 millones de sucres, muy por encima de los 2,5 millones que era el valor asegurado de los bienes. Cinco personas murieron calcinadas. Radio Quito estuvo fuera del aire durante dos años, el 30 de abril de 1951 reanudó sus transmisiones. En la actualidad, Radio Quito es la frecuencia 760 kHz en onda media, con 25 kw de potencia y 4920 kHz en onda corta, con 5 kw de potencia que le permiten cobertura global del planeta”: Klemetz, (1995).

Un ícono de la radionovela es *El Derecho de Nacer* realizada, en 1948, del cubano Félix Caignet. Esta producción fue la primera exportación melodramática desde Cuba y su éxito, originó adaptaciones para el cine y la televisión para toda América, Europa y Asia. *“Pasaba en los años 50 y sigue pasando también ahora, las novelas atrapan el interés de las multitudes tanto en Tokio como en Madrid o en Moscú. El drama radiofónico evoca ese pasado, adelanta ese futuro y pone ambos en el presente. Tal vez por eso nos resulta un género tan próximo, tan familiar, porque imita la vida”*: López, (1997, p.88).

Esta cualidad del radiodrama lo mantiene vigente y ha hecho que emisoras del Ecuador lo incluyan en sus programaciones. La desaparecida Radio La Mega que ocupaba la frecuencia 102.9 FM, durante el 2007 y 2008, transmitió las radionovelas mexicanas *Porfirio Cadena*, *el ojo de vidrio* y *Kalimán*. Otro caso, es Radio Pública del Ecuador 100.9 FM, que desde octubre del 2008 a las 8 de la noche, dedica un espacio diario de 30 minutos para la emisión de radiodramas, donde sean transmitido producciones como: *Jurado Número Trece*, *Un tal Jesús*, *500 Eng-años*. Este proyecto pretende el rescate del radiodrama.

La Radio Comunitaria adoptó este formato para impulsar producciones alternativas a las radionovelas de romance y lágrimas que, por la década de los 50 y 60, habían alcanzado mucho éxito; así surgen los radiodramas sociales que satisfacen a la gente en busca de una orientación para comprender su entorno. Sobre este planteamiento; Mario Kaplún en la publicación del Primer Festival de Radio Educativa celebrado en Quito, en 1980 afirma, “*El pensamiento popular es concreto y no abstracto; y el radiodrama permite objetivar el problema que se quiere proponer a la reflexión del oyente, en situaciones palpables, vívidas, concretas con su cotidianeidad*”: Kaplún, (1980, p.10).

La experiencia más reconocida en radio educación, en América Latina, es *Jurado N° 13*; una serie de 70 capítulos con una duración de 24 minutos cada uno y libretada por Mario Kaplún. “*Jurado N° 13 se produjo en 1968 y se transmitió a través de 600 emisoras latinoamericanas que incluyen radios educativas-culturales y comerciales*”: Kaplún, (1980, p.114).

En nuestro país, la CORAPE produjo *Corazón y Coraje*, una radionovela de 25 capítulos de 10 minutos cada uno que fue auspiciado por el Ministerio de Inclusión Económica y Social-MIES, para promocionar la Ley de Maternidad gratuita, alfabetización, universalización de la educación. La difusión de la radionovela se realizó desde el “*19 de noviembre del 2007, a través de 70 radios*”: El Universo, (2007); en casi todas las provincias del país, en diferentes horarios de la programación matutina y con reprise en horario nocturno.

La articulación de la comunicación radiofónica con organizaciones sociales, e incluso, con los gobiernos nacionales o locales, generan producciones creativas que responden a una expectativa social, por ello, llegan a una amplia audiencia.

4.1.1. Sociodrama: Este formato, en esencia, permite una relación directa con las problemáticas sociales porque cuenta una historia breve de lo que está ocurriendo en el barrio o la comunidad. Se los realiza fuera de cabina, en donde vive y trabaja la gente para que ella misma sea quien lo cuenta y lo graba. Un sociodrama no exige libreto, ni mucho ensayo; se escoge una anécdota conflictiva, se distribuyen los personajes, se plantean las escenas y surge la improvisación para grabar. Los efectos y la música se incorporan sobre la marcha, con los recursos que se tengan a mano. *“Las cortinas se pueden hacer directamente con algún guitarrista o con alguien que redoble un cajón. No hay que complicar mucho la realización”*: López, (1997, p.125).

En el sociodrama el final queda abierto, esa es la principal diferencia con otros formatos dramáticos. Se presenta un conflicto y se lo rebota a un debate posterior con la misma comunidad o, vía telefónica, con los oyentes de la emisora. El sociodrama es un estupendo recurso para dinamizar la programación, es participativo, fácil de hacer y replicar la experiencia.

4.2. Componentes del Libreto de un Radiodrama

4.2.1. Un contenido: Es la idea o el mensaje sobre el que se quiere reflexionar, es el motivo o la intención para escribir el radiodrama; no se lo debe confundir con el argumento o trama que es la situación precisa que ilustra la idea.

La idea parte de una anécdota o una situación que contenga conflicto. *“Si la idea es buena, llevará dentro un buen mensaje. Si la historia es atractiva, el tema irá surgiendo, la acción irá halando por sí misma. En el arte dramático, como en la realidad, no vivimos de lo que pensamos, pensamos de lo que vivimos”*: López, (1997, p.94). La idea rige el desarrollo de la historia, los personajes, el desenlace y permite que los oyentes identifiquen el mensaje en la obra.

- **Los objetivos:** Para su determinación, se realiza la pregunta ¿qué quiero decir? o ¿para qué se escribe el radiodrama? Según el contenido que se desea transmitir, el propósito u objetivo es didáctico o formativo.

El objetivo didáctico busca que el oyente reciba información y conocimiento porque la finalidad es la enseñanza. Sin embargo, no hay que caer en errores como *“personajes que, en medio de la acción, comienzan a desplegar conocimientos catedráticos o una disertación disimulada, demostrando además una memoria increíble para recordar en el momento cifras, datos, nombres, citas, etc”*: Kaplún, (1999, p.420). Por otro lado, el objetivo formativo permite que el oyente viva la trama, la asuma y se enriquezca humanamente. *“El radiodrama sirve para motivar, para llegar no sólo a la mente del oyente sino sobre todo a su sensibilidad y a su conciencia”*: Kaplún, (1999, p.422). El objetivo formativo invita al oyente a emitir un juicio sobre una realidad social o individual, lo enfrenta a una opción y propone un modelo de conducta positivo para asumirlo.

Por estas razones el radiodrama es un instrumento importante en el campo de la educación popular, ayuda en el cambio social basándose en la reflexión de las actitudes individuales y colectivas de las personas.

4.2.2. Una historia: Surge al darle forma a una idea y se basa en un hecho real o imaginario pero cotidiano a las vivencias del oyente. Los hechos hablan por sí mismos, llevan implícito el mensaje que se quiere comunicar pero no se trata de crear cuentos con moraleja o usar personajes sabios que se dirijan al oyente con sermones; por el contrario, el diálogo debe ser natural y *“lo que los personajes no pueden decir sin salirse de sus propios límites, debe inferirlo el oyente de la situación, de la historia”*: Kaplún, (1999, p.423). El radiodrama es pedagógico porque permite que la audiencia decodifique el mensaje, en los hechos narrados.

4.2.3. Personajes: Deben ser creíbles, con los cuales el oyente se identifique porque los siente reales. Para ello, el guionista vive los personajes cuando los construye, los nombra para sentirlos como personas y no como cosas. José Ignacio López Vigil, en su Manual Urgente para Radialistas Apasionados y Apasionadas, los llama “*personajes de carne y hueso*” porque en el arte dramático se trabaja lo ficticio-verosímil, es decir, lo que se cuenta es como si hubiera pasado de verdad.

En cuanto al número de personajes es mejor que sean pocos; así se evita confundir a la audiencia. “*En el radiodrama el oyente puede sentirse consubstanciado e identificado con los personajes de la trama. Identificación que se logra cuando el guión expresa los problemas reales, las situaciones, el lenguajes y los valores de la comunidad destinataria*”. Kaplún, (1980, p.10).

4.3. Trama o Argumento

El argumento es la idea convertida en historia, la secuencia de hechos dramáticos que responden a:

- Dónde y cuándo sucede la acción. La investigación evita anacronismos y farsas en relación al lugar y a la época de la historia.
- Los personajes principales.
- El subgénero que se va a utilizar: tragedia, comedia, suspenso, etc.
- El arco dramático, es decir, un conflicto con un principio, un medio y un fin.

4.3.1. Presentación del conflicto

Es el primer momento de la historia y debe ser impactante. El tiempo de atención en radio es apenas de 1 minuto y por ello, hay que atrapar la atención del público desde el inicio del programa.

“Los cuentos infantiles conocedores de la capacidad de los niños, entran inmediatamente en acción: Había una vez una princesa bella, tan bella que su madrastra no la dejaba ni asomarse a la ventana... En esta línea ya está insinuado el conflicto principal y comenzamos a simpatizar con la protagonista y a rechazar a la madrastra”: López, (1997, p.94). En la presentación del conflicto, se deja claro el problema y se presenta a los personajes antagónicos.

4.3.2. Enredo del conflicto y Punto de Giro

Luego de presentar el conflicto, los hechos se complican y los personajes se someten a sucesivas crisis que dependen del formato, si es una radionovela, varias sucederán a lo largo de la historia pero en el caso de los radiodramas cortos serán suficientes tres nudos o puntos de giro.

En un punto de giro hay un dato oculto e inesperado, es decir, hay suspenso que *“consiste en enseñar las cartas al espectador; hacerle partícipe de un secreto que los personajes ignoran”*: Kaplún, (1999, p.95). La acción dramática expone las fuerzas en oposición y el conflicto; José Ignacio López Vigil, en el Manual Urgente para Radialistas Apasionados y Apasionadas, menciona los siguientes esquemas básicos conflictivos:

- **Una culpa y varios sospechosos.** Hay que descubrir quién es el culpable y por qué actúa así. Este esquema se usa en el género policial y en películas de suspenso que finalizan con un juicio a los implicados.
- **Un deseo y varios aspirantes.** Se averigua quién consigue el objeto o la persona deseada y cómo lo logra. *“Es vital para el drama que el evento sea crítico y amenazante para la vida interior (pensamientos, fijaciones o fantasías) del personaje”*: Dacynger, (1993, p.64). El género romántico y los dramas pasionales utilizan este esquema.

- **Un peligro y pocas escapatorias.** El protagonista sortea los obstáculos que se le presentan. Se emplea en el género de aventuras y películas de acción.
- **Un misterio y ninguna clave.** Hay que resolver la intriga; los buenos argumentos de terror se apoyan en este esquema.

4.3.3. Desenlace del conflicto

El radiodrama tiene un final, una conclusión que cierra la acción y transmite el mensaje. El desenlace surge como consecuencia de los puntos de giro de la trama y sin necesidad de que un personaje lo explique. Hay que saber dónde desemboca el conflicto para presentar un desenlace que agrade al público.

Un radiodrama tiene desenlace positivo cuando el problema planteado se soluciona para que el mensaje quede explícito, aunque no es, precisamente, un final feliz. El final positivo resulta falso cuando la historia no se presta para que sucedan cambios rápidamente. *“Entonces, apuntamos hacia ese final, lo insinuamos como próximo. Y el oyente queda con la sensación esperanzada de que el personaje, más adelante cambiará de actitud. Es un semi-desenlace”*: Kaplún, (1999, p.444). También, un radiodrama finaliza sin que el problema se resuelva, es mejor dejar el conflicto como interrogante para inquietar y movilizar al oyente. *“Muchas veces, sentimos que resolver un conflicto es forzado, inverosímil y además, poco pedagógico: le daría al oyente una fácil catarsis, una cómoda tranquilidad de conciencia, al final todo se arregló bien”*: Kaplún, (1999, p.444).

El final elegido depende de los puntos de giro y del público objetivo, pero siempre se debe mantener la expectativa del público mediante pistas y despistes a lo largo de la trama. El oyente debe disfrutar de un suceso inesperado aún cuando ya conozca el desenlace de la historia porque no sabrá cómo los personajes llegarán hasta esa solución.

4.4. Técnicas del Radiodrama

4.4.1. Las escenas

Son situaciones que ocurren en un momento y espacio determinado. Es la unidad dramática del libreto y, cada una, posee distinta duración, cambian cuando hay variación de tiempo, de lugar, o de ambos y se distinguen por la ambientación sonora. Para elaborar una escena son necesarios los personajes, el nudo dramático de la situación y se desarrollan sólo los detalles fundamentales.

“Las escenas cortas son, generalmente, más útiles que las largas. Dan más ritmo al libreto, permiten entrecruzar más fácilmente los personajes y los vericuetos del conflicto principal. En algunos momentos, sin embargo, caerá bien una escena larga, más reposada o más intensa. Una escena comienza a ser larga cuando pasa de 3 minutos”: López, (1997, p.105). Lo importante es intercalar las escenas de distinta duración y contar en, cada una, acciones interesantes para crear producciones radiales que atrapen la atención del oyente.

4.4.2. Los cruces

El argumento se construye entrecruzando los conflictos y los temas porque sino la historia tendrá *linealidad argumental*, es decir, que la trama desarrolla sólo a un personaje y todo su conflicto, de esta manera, avanza con cada personaje del drama. Así, resultan escenas muy largas que sólo se asocian después de escucharlas por completo.

Escribir un argumento dramático, como lo señala José Ignacio López Vigil, es muy similar a deshilar y entretejer con hebras de hilo. Hay que tomar y dejar historias, cruzar un conflicto principal con los secundarios, incluir elementos inesperados, volver de un personaje a otro. Así, se relacionan los dramas y la expectativa del público se mantiene de principio a fin.

4.4.3. El tiempo dramático

El tiempo, en radio, no dura igual que el real porque no se presentan las escenas completas con todas y cada una de las acciones y diálogos de los personajes. Se compacta el argumento y se gana intensidad dramática con la elipsis, es decir, con *cortes de tiempo y espacio* que no se muestran en el producto radiofónico pero que se supone sí ocurren.

El libretista también tiene la posibilidad de moverse en el tiempo, hacia adelante o hacia atrás, escenificando aspectos importantes de la vida del personaje. Estos *saltos de tiempo* dan ritmo a la producción ya que las escenas no tienen que ser cronológicas así, por ejemplo, se usa el flashback o salto atrás en el relato. Mario Kaplún, lo denomina *racconto* y lo define como la evocación escenificada de algo que sucedió antes y que aporta nuevos elementos que complican la trama.

El flashback se realiza solo o acompañado. En el primer caso, el personaje trae a la memoria un momento de su vida y, en la segunda opción, se cuenta el recuerdo a alguien. Cualquiera que sea la elección hay que prevenir al oyente del retroceso para no se pierda y, para ello, el personaje o el narrador utilizan frases como: Recuerdo muy bien ese día, aquella ocasión cuando, etc. “*En otros casos, el efecto es más expresivo si el retroceso toma al oyente sin previo aviso: ponemos una separación musical adecuada, que sugiera traslado, y pasamos a la escena en racconto, dejando que el oyente descubra poco a poco que ahora nos hemos trasladado al pasado*”: Kaplún, (1999, p.438). Al terminar el flashback, la misma frase musical nos devolverá a la realidad.

El flash forward o salto adelante aumenta el dramatismo de un argumento, permite que el oyente asista a un hecho intenso que aún no se explica pero luego se retrocede en el tiempo y se reconstruye la historia hasta llegar al punto de partida. El flash forward, llamado por Mario Kaplún, avance o tráiler permite que un radiodrama comience por el final o los momentos altos de la historia.

4.4.4. Diálogo de Personajes

El diálogo en un radiodrama es natural, espontáneo, tal como hablan las personas en la vida diaria y responde al grupo socio-cultural al que está dirigida la producción para garantizar la transmisión del mensaje.

A continuación, algunos diálogos que deben evitarse y que son recogidos de la obra *Manual Urgente para Radialistas Apasionados y Apasionadas*.

- **Diálogo leído.** Cuando el libreto tiene frases rígidas y sin contenido; la interpretación se pierde por la rigidez del lenguaje escrito.
- **Diálogo confuso.** Se da cuando existen muchos personajes en una escena y aún no se han diferenciado sus voces; no se repiten los nombres de los personajes y el oyente no sabe quién está hablando. Otra causa es el desorden de ideas en el libreto.
- **Diálogo homogenizado.** Se produce cuando no se respetan o no se diseñan bien los perfiles de los personajes y, por eso, no se incorporan las diferencias de género, clase social, edad.
- **Diálogo acaparado.** Habla sólo un personaje y los otros no hacen más que confirmar, negar o hacer preguntas para que el sabelotodo las responda.
- **Diálogo literario.** Los personajes hablan como si estuvieran declamando, todo suena artificial y las palabras son demasiado cultas.

- **Diálogo moralista.** El narrador o el personaje principal aprovechan toda oportunidad para emitir consejos o reflexiones sobre la vida, hablan de los riesgos que corren los que actúan mal.
- **Diálogo seco.** Hay poca expresividad en los textos. *“A través del diálogo tenemos que reflejar el estado de ánimo de los personajes y como en radio no podemos verlos, esos matices del diálogo tienen que suplir lo que la gente no expresa con palabras, sino con gestos”*: Kaplún, (1999, p.441). La sequedad en el diálogo, también se da por no emplear efectos sonoros para ambientar lo que dice un personaje.
- **Diálogo incompleto.** En radio, el parlamento debe incorporar los elementos visuales de la escena para entenderla, puesto que no se los ve.

Como se ha explicado, el libreto debe lograr un diálogo realista pero tampoco hay que recoger todas las palabras empleadas en una conversación cotidiana porque se vuelve muy largo, confuso y carente de interés. Además, el desvanecimiento del diálogo sirve para separar escenas, para ello, las voces finales de una escena desaparecen de a poco (*fade out*), se hace un breve silencio, y entran nuevos parlamentos con un *fade in*.

4.4.5. Narrador

El narrador o narradora cumple las siguientes funciones:

- **Describir el ambiente y los personajes.** El narrador muestra el lugar donde ocurre la acción, el paisaje, la vestimenta de los personajes pero no describe los sentimientos y si lo hace debe ser de modo indirecto, contando las acciones que los expresen. Por ejemplo, María levantó la cabeza, apuñó en sus manos la carta de su hermana y se perdió entre los comerciantes del malecón.

- **Enlazar lugares o tiempos muy distantes.** El narrador salta entre escenas que suceden en sitios lejanos o cuando transcurre mucho tiempo.
- **Levantar poéticamente el relato.** En el narrador se escuchan naturales las frases poéticas mientras que en los personajes no. Ayuda a imprimir drama en la escena y en adaptaciones conserva el estilo original del texto.

El narrador sitúa las escenas y las encadena pero hay que utilizarlo con prudencia, de lo contrario, se produce un mal desarrollo del radiodrama. Cuando se prescinde del narrador, el oyente imagina y decodifica las acciones porque se ubica en los distintos escenarios, por sí mismo, sólo con los datos que aparecen en el diálogo y con los sonidos. *“El oyente estimula su imaginación, llena los vacíos de lo que no se ha explicado, pone más de sí, se integra más en la trama”*: Kaplún, (1999, 430).

Existen tres tipos de narrador que se emplea en un radiodrama:

- **Narrador objetivo.** También llamado convencional o tradicional, está presente en todas las escenas pero no se integra a la trama. Su función es evocar algo que pasó y por eso la narración es en tercera persona y en tiempo pasado.
- **Narrador testigo.** Está presente en los lugares donde transcurre la acción como si fuera un reportero que está presenciando el suceso. Habla en presente y en segunda persona para transmitir que el testigo está comunicándose con los radioescuchas.
- **Narrador personaje.** El narrador es juez y parte de la trama; crea dos planos: el de la acción cuando el personaje actúa y, el plano personal o íntimo donde el personaje relata lo que vivió y lo vuelve a vivir en la escena; el diálogo es en pasado y en primera persona. Este narrador resulta cálido y comunicativo porque vuelve al radiodrama biográfico y testimonial.

- **El radiodrama sin narrador.** En este caso, ya no hay mediador entre la historia y el oyente. La acción habla por sí misma aunque resulte complicado, porque en la radio, no se observa el cambio de escenarios que ayudan al desarrollo del radiodrama.

“Si la acción tiene una gran continuidad y responde al esquema de unidad de lugar y de tiempo, el problema se obvia. El oyente se sitúa fácilmente en las distintas escenas; sólo tenemos que separar las distintas escenas mediante silencios o cortinas musicales adecuadas al clima de cada una”: Kaplún, (1999, p.433). Pero, generalmente, un radiodrama no responde a una unidad de tiempo y de espacio; entonces, la variedad de escenas y escenarios se enlazan con recursos como el diálogo, la música y efectos de sonido.

Cuando se emplea *el diálogo*, se ubica al final de la escena una frase para situar la siguiente acción y la próxima escena debe poseer datos, en el parlamento de los personajes, para que el oyente las relacione.

Tanto la *música* y los *efectos de sonido* son recursos que los radiodramas utilizan para cambiar de tiempo y lugar o pasar de una escena a otra, estas normas técnicas se explican a continuación.

4.4.6. La Música

La música en los radiodramas, por un lado, define el escenario cuando refuerza la ubicación de la acción y los personajes, por ejemplo, un ritmo bailable remite a una fiesta, un órgano tocando la Marcha Nupcial traslada a una boda eclesiástica. También, la música es un recurso para separar escenas pues indica el cambio de tiempo, espacio y refuerza los sentimientos. Así se distinguen 3 funciones de la música que son: objetiva, subjetiva y de acompañamiento.

En la *función objetiva*, la música sustituye a la palabra en la descripción de ambientes, sitúa al oyente en el lugar y tiempo donde la acción se desarrolla, es decir, los “*fondos o cortinas sugieren un paisaje que nos traslada a otros tiempos y espacios*”: López Vigil (1997, p.119). La *función subjetiva* expresa y apoya situaciones anímicas, genera respuestas emotivas en el oyente y caracteriza a personajes o personalidades, a través, del *leit motiv* que es una pieza musical para identificarlos y saber cuándo van a intervenir.

En la *función de acompañamiento*, la música es un fondo para apoyar a la palabra y marcar ritmos en la narración. Una forma de marcar acciones y diferenciar unas escenas de otras, es utilizar una transición rápida o ráfaga musical que dura menos de 8 segundos. “*Se suele marcar puente musical cuando buscamos un cambio sencillo de escena, sin nada especial, una música de simple transición. La llamada música de telón, más larga y rematada, se reserva para el final del programa*”: López Vigil (1997, p.118).

4.4.7. Los Efectos Sonoros

Estos sonidos conforman el fondo, acompañamiento y el ambiente donde la acción se desarrolla. Los efectos imprimen credibilidad, nos ubican en un espacio geográfico y sirven para representar una realidad física y ambientes irreales.

Los efectos de sonido se dividen en objetivos, subjetivos y descriptivos. Los efectos objetivos representan con exactitud la realidad física y, generalmente, forman parte de ambientes generales como: aeropuerto, lluvia, mar. Los efectos subjetivos generan estados de ánimo como miedo, abatimiento, nerviosismo. Y finalmente, los sonidos descriptivos son los que representan lugares y momentos fantásticos e irreales.

En los radiodramas, la norma técnica para realizar transición de escenas, empleando efectos sonoros, se logra cuando “*los ambientes se llevan a primer plano para luego disolverse con los efectos de la siguiente escena. Otro recurso es emplear efectos de sonido ambientales para situar la escena*”: López Vigil (1997, p.120), es decir, si un personaje menciona un determinado lugar, la siguiente escena debe poseer sonidos característicos de aquel sitio para así establecer la relación entre ambas.

La realización de un radiodrama exige el conocimiento de las técnicas específicas de este formato, para así, fusionarlas con las iniciativas propias que surgen durante la producción de los programas. Algunas de las principales normas se han desarrollado en el presente trabajo pero, en las producciones radiofónicas, la imaginación y la creatividad son las que guían el proceso para crear programas agradables y coherentes con la audiencia.

CAPÍTULO V. EDU-ENTRETENIMIENTO

El *edu-entretenimiento* va más allá de los mensajes que instruyen al público mientras lo divierte; el concepto es mucho más preciso y se relaciona, tanto con la educación como “*praxis, reflexión y acción del hombre sobre el mundo para transformarlo*”: Freire, (2004, p.7). Así como, con el entretenimiento que es la ventaja de los medios de comunicación para “*llenar los espacios de esparcimiento, socialización y cognición de las audiencias*”: Rebeil, (2006).

La industria del entretenimiento es el *sector de mayor crecimiento para los próximos 20 años; se espera que durante el 2009 facture 1.8 trillones de dólares americanos, de los cuales, 47 billones provendrán desde América Latina*: Rebeil, (2006). Por lo tanto, el entretenimiento adquiere responsabilidades sociales en la transmisión de conocimientos. Así, surge el *edu-entretenimiento* como una forma de comunicación desde los medios masivos, que transforma comportamientos y prácticas socio-culturales de las audiencias para mejorar su calidad de vida.

5.1. Trayectoria del Edu-Entretenimiento

El *edu-entretenimiento*, abreviado como EE, busca el cambio social, es decir, “*alteraciones en la estructura y función de un sistema social*”: Rogers, (1996, p.54) para el beneficio común. Tiene su origen en la radio educativa y en las telenovelas pro-desarrollo. En el primer caso, se distingue la serie *Los Archer* o *Familia Archer*, producida por la British Broadcasting Corporation - BBC Radio y el Ministerio de Agricultura de Inglaterra, que se transmitió por primera vez, “*el 1 de enero de 1951 y a mediados de ese año, la audiencia de Los Archer la componía, 2 de cada 3 adultos ingleses*”: Tufte, (2004, p.6). El programa estaba dirigido a campesinos y promovía la agricultura como principal actividad de su desarrollo económico y social.

La telenovela pro-desarrollo que inspira el EE, es la versión peruana de *Simplemente María*. La producción original fue un radioteatro escrito, en 1948, por Celia Alcántara y su primera adaptación televisiva se hizo, en 1967, para Argentina. La segunda versión hecha por Perú, en 1969, se transmitió en 18 países de América Latina: Argentina, Bolivia, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, Estados Unidos, El Salvador, Honduras, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

Simplemente María cuenta como una joven campesina y madre soltera supera dificultades en la ciudad, logra alfabetizarse, aprende a coser y se convierte en una famosa diseñadora de modas. Esta telenovela “*desató la histeria colectiva. Todas las mexicanas querían ser como María, verse como ella, amar como ella y coser en una máquina Singer. Un triunfo del feminismo en el drama de la trabajadora doméstica que se transforma en empresaria*”: Gutarra, (2008).

El éxito de esta producción hizo que Miguel Sabido, productor de Televisa México, desarrolle el mercadeo social que consiste en “*el uso social de la telenovela comercial, para lograr un bien social comprobado sin bajar el rating, el share, ni las ventas*”: Sabido, (2005). Sabido produjo, en 1975, la telenovela comercial *Ven conmigo* que promovía la alfabetización de adultos, con la cual, confirmó su hipótesis del uso social, tuvo “*32 puntos de rating promedio y logró que 840.000 personas se inscribieran en distintos niveles de la instrucción primaria*”: Mazziotti, (2004). También están: *Acompáñame* que, en 1977, educó sobre planificación familiar. *Vamos juntos*, en 1979, promocionó la paternidad responsable y el desarrollo integral de la niñez.

El trabajo de Miguel Sabido y la experiencia de Los Archer, convirtieron al género dramático, concebido como de entretenimiento, “*en una herramienta tanto para la difusión de información como para la generación de conciencia y de cambios de comportamiento*”: Tufte, (2004, p.7). A partir de estas experiencias, nace el EE como una forma de comunicación que emplea formatos dramáticos, en medios masivos, para el beneficio social.

El caso representativo de edu-entretenimiento es “*Soul City o Ciudad de las almas*”, una serie televisiva de Sudáfrica que promueve estilos de vida saludables frente a la problemática del VIH-SIDA, violencia intrafamiliar y abuso sexual. Esta producción es parte de una estrategia de comunicación que emplea la televisión, radio, medios impresos, relaciones públicas y publicidad que se alianza con organizaciones sociales, movimientos de base e instituciones educativas para movilizar social y políticamente a su audiencia. Los pioneros de este proyecto son los médicos Shereen Usdin y Garth Japhet que atendían a la población pobre de Sudáfrica. La gravedad de los problemas básicos existentes, hizo pensar a Japhet en usar la televisión y la radio para quienes no sabían leer, ni escribir y así, ampliar la reflexión sobre temas de salud. Entonces, *Soul City* se emitió por primera vez en 1994 y llegó a transmitirse todos los días, durante una hora en horarios triple A. Hasta el 2005 se realizaron, en total, siete temporadas.

En 1999, *Soul City* se adaptó para radio en una serie titulada *Corazones que sanan* o *Healing Hearts*; constaba de “60 episodios de 16 minutos, cada uno, que se transmitía en 9 lenguas”: CILA (2000), para llegar a la audiencia que no tenía acceso a la televisión. Esta emisión radial tuvo una audiencia del “54% en el área rural y 46% en el área urbana; 37% de personas sin ningún grado de escolaridad escucharon la transmisión de *Soul City* por radio”: Tufte, (2001, p.40).

Esta estrategia comunicativa también utilizó manuales de comportamiento, tiras cómicas, libros y artículos de prensa en 10 diarios nacionales, para complementar la información desarrollada en las series televisivas y radiales. La cobertura del medio impreso fue del “69% en el área rural y del 58% en el área urbana”: Tufte, (2001, p.40). Los sudafricanos, incluyendo los que viven en zonas marginales, tuvieron acceso por lo menos a un medio de información masiva: “92% de la población tuvo acceso a la radio, 71% a la televisión y 17% a la prensa escrita”: CILA, (2000). Soul City demostró que los medios masivos llegan, eficientemente, a las audiencias amplias y, con frecuencia, analfabetas.

El impacto positivo de Soul City se debía a la transmisión de historias culturalmente propias de su audiencia, mediante los medios masivos, enfatizando en actitudes positivas para mejorar estilos de vida. Por ejemplo, frente a los comportamientos a favor de la salud en temas como el VIH-SIDA; se registró que el “43% de personas que seguían los programas de Soul City, hablaban más abiertamente sobre el tema comparadas con el 25% de personas no expuestas a Soul City. El 38% de personas que sintonizaron al menos 3 capítulos de las series de Soul City, utilizan el preservativo con mayor frecuencia frente al 6% que nunca había visto los programas”: Tufte, (2001, p.41). Actualmente, Soul City es una organización líder en EE que trabaja en el campo de la salud desarrollando temas como: la presión alta, salud sexual y reproductiva, VIH-SIDA.

Como se ha expuesto el edu-entretenimiento surge, en el campo de la comunicación para la salud, como modelo exponente de conductas e información para formar audiencias activas y reflexivas sobre los mensajes que reciben.

5.2. Edu-Entretenimiento y cambio social

El edu-entretenimiento y su estrategia para la prevención y mediación de conflictos se han extendido a otros campos diferentes de la salud como: los derechos humanos y el desarrollo social. En este contexto, la *Johns Hopkins University* y *Population Communication International-PCI* desarrollan, desde hace 25 años, procesos de comunicación para sensibilizar a la opinión pública sobre la problemática que tratan. PCI ha coproducido, desde 1985, más de “242 productos comunicacionales en 27 países; incluyendo series dramáticas de radio y televisión, revistas de comics, documentales y spots sociales, llegando a 153 millones de personas”: PCI, (2002) con temas relacionados a la salud sexual y reproductiva, VIH-SIDA, derechos de las mujeres, ecología.

Una experiencia de EE, como proceso de movilización social, es “*Loma Luna tierra de pasiones*”; una radionovela peruana de “52 capítulos que gira en torno al VIH-SIDA, la planificación familiar y el medio ambiente, fue producida entre el 2002 y 2004 por la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria y PCI”: Ampuero, (2002). *Loma Luna* se transmitía en una radiorevista dominical que mantenía enlaces directos con una reportera mientras visitaba a la audiencia, en los barrios, para dialogar sobre la trama de la radionovela y reflexionar sobre los servicios de los centros de salud e iniciativas ciudadanas.

La participación ciudadana, en la realización de *Loma Luna*, generó una audiencia de “50 mil oyentes cada domingo, se recibían 12 llamadas por programa y 170 registros en el Club de Oyentes. Además se produjo el involucramiento de 76 instituciones”: Ampuero, (2002); entre centros de salud, organizaciones públicas y organismos no gubernamentales; que se apropiaron del espacio radial para compartir sus conocimientos y servicios con la audiencia.

En Ecuador, las experiencias sobre radio edu-entretenimiento han sido, principalmente, radionovelas como: Corazón y Coraje, Domingo 7 y Toque Mágico. Corazón y Coraje producida, en el 2008, por la Coordinadora de Radios Populares del Ecuador-CORAPE y el Ministerio de Inclusión Económica y Social, aborda la violencia intrafamiliar. Domingo 7, realizada en el 2007, trabaja la prevención del embarazo adolescente. Toque Mágico, realizada en el 2008, promueve la equidad de género entre adolescentes y jóvenes. Estas experiencias han sido coproducidas por PCI-media impact que trabaja en Ecuador, desde el 2006, capacitando y monitoreando el trabajo de las organizaciones aliadas.

Como se ha ejemplificado el EE, emplea el drama para *“volver a las preocupaciones de carácter privado en cuestiones de interés público, y por ende, político. La narración de historias tiene el potencial de influir en los sentimientos y acciones de las audiencias frente a circunstancias desempoderantes”*: Tufte, (2004, p.7). Esta forma de comunicación que responde a la empatía, diálogo y reconocimiento de las diferencias para motivar procesos de movilización social.

5.3. Edu-entretenimiento y Pedagogía Liberadora

El edu-entretenimiento se relaciona con la pedagogía de la liberación porque ambas propuestas empoderan al ciudadano mediante la comunicación interpersonal y la participación comunitaria. La pedagogía de la liberación surge en campañas de alfabetización para adultos desarrolladas, entre 1950 y 1960, por el educador brasileño Paulo Freire. Esta propuesta de educación no formal, elimina la distinción entre educando y educador, porque considera que todas las personas tienen algo que aprender.

El modelo de alfabetización de Freire culminaba en menos de 45 días y no requería *“las 40 ó 80 palabras básicas para la comprensión de la lengua portuguesa, sino, bastaban 15 ó 18 que permitan la concienciación”*: Freire, (2004, p. 109). La *conscientizacáo* o *concienciación* se define como *“un cambio de mentalidad que implica comprender realista y correctamente la ubicación de uno en la naturaleza y en la sociedad; la capacidad de analizar críticamente sus causas y consecuencias y establecer comparaciones con otras situaciones y posibilidades; y una acción eficaz y transformadora”*: Freire, (2004, p. 14).

El edu-entretenimiento incorpora el pensamiento de Paulo Freire en la estrategia de los medios masivos porque considera al diálogo comunitario crucial para romper el silencio y el status quo. Así se originan medios de comunicación a favor del poder ciudadano con fuerte participación ciudadana porque como lo manifiesta Tomas Tufte: *“lo que está caracterizando a la nueva ola de estrategias de edu-entretenimiento es la necesidad de ir más allá del enfoque del marketing social, en pos de estrategias participativas, fundamentadas en la comunidad”*: Tufte, (2008). El EE desarrolla espacios de debate y reflexión, en los cuales, se articula el conocimiento y los sentimientos para un equilibrio social y personal.

5.4. Edu-entretenimiento: estrategia cíclica de comunicación

El edu-entretenimiento como forma de comunicación participativa, inicia con la identificación del problema para distinguir las soluciones que *“van más allá del cambio individual de comportamiento pues tienen y que ver con un problema estructural, temas basados en los derechos, inequidades de género, condiciones socioeconómicas, etc”*: Tufte, (2004, p.4).

El libro *Comunnication for Development: one world, multiple cultures* de Jan Servaes; expone cuatro principios de la comunicación participativa para el EE:

1. Concebir a personas comunes como el núcleo del cambio, por eso, se focaliza sus aspiraciones y necesidades para que la gente reconozca y exija sus derechos.
2. Educar y estimular personas como seres activos en procesos individuales y colectivos, respetando el medio ambiente. Así se levantan los ánimos de una comunidad local y siente orgullo de su propia cultura e intelecto.
3. Enfatizar en la comunidad local más que en el estado o nación, en el diálogo más que el monólogo y en la libertad más que en la prohibición.
4. Involucrar a instituciones y procesos democráticos comunitarios para lograr la redistribución del poder.

El EE implica ir más allá de la razón hacia la emoción; la educación no sólo es la transmisión de la información si no la acción de involucrar a las personas en el cambio de la sociedad.

5.5. Teorías para la metodología del edu-entretenimiento

El edu-entretenimiento basa su propuesta en teorías que abordan el ámbito de la conducta individual, la interacción social o colectiva y los sistemas nerviosos del ser humano.

5.5.1. Teoría de la Educación

En 1970, el investigador estadounidense Jhon Dewey, concluyó que la educación es el conjunto de conocimientos para mejorar e innovar tanto los procesos instructivos de la formación académica en escuelas, colegios, universidades. Así como, las actividades de la educación no formal: cine-foros, debates públicos, programas radiofónicos o televisivos, salidas de campo, conciertos, talleres, obras de teatro, etc.

La teoría de la educación implica conocer para actuar; es decir, *“debe darse un conocimiento acerca de la realidad educativa, a través de diversas metodologías (descriptiva, experimental y analógica), a fin de que este conocimiento de la realidad nos posibilite formas de intervención adecuadas y eficaces para mejorar la situación de la educación”*: Colom, (1999, p.159).

La carencia de esta reflexión y práctica en las instituciones educativas ha permitido que la educación no formal, se convierta en una alternativa que transmite conocimientos, valores o actitudes, mediante espacios atractivos e incluyentes en los que se valora la participación de hombres y mujeres.

La comunicación para el desarrollo implica estrategias de educación no formal y eso es necesario una autoevaluación para eliminar, mantener o mejorar las prácticas comunicativas.

5.5.2. Teoría del Modelaje

La teoría del modelaje es *“la adquisición de nuevas formas de comportamiento a consecuencia de la exposición de las personas a los medios de comunicación”*: De Fleur, (2003, p.281). Los medios masivos son una fuente accesible de diversos comportamientos que son imitados por el público.

El modelado de conductas se basa en el aprendizaje social u observacional desarrollado, en 1962, por el psicólogo Albert Bandura. Se llama *social* porque estudia cómo las personas observan las acciones del resto de la gente y las adoptan para responder a problemas o acontecimientos en sus propias vidas. La psicología afirma que *“al observar la conducta de los demás y las consecuencias de sus respuestas, el observador puede aprender respuestas nuevas o variar las características de respuestas previas. En algunos casos el observador puede aprender, de hecho, tanto como el ejecutante”*: Bandura, (1985, p.57).

Las fases que conforman el proceso del modelaje han sido recopiladas del libro *Teorías de la Comunicación de Masas*, escrito por De Fleur y Ball-Rokeach:

1. Una persona del público observa, escucha o lee acciones y conductas de un modelo que es un personaje o personalidad de los medios masivos.
2. El observador se identifica con el modelo y piensa imitarlo porque sabe que su comportamiento lo llevará a un resultado satisfactorio. En esta fase, el emisor tiene mayor influencia si sus vivencias y actitudes son similares a las del receptor, por ello, si *“se entrega bien el mensaje y en especial si el auditorio está familiarizado con las pruebas”*: Ross, (1978; p.198) se producirá la empatía deseada.
3. La persona recuerda y reproduce el comportamiento del modelo cuando se encuentra frente a situaciones similares. *“La gente tiene a menudo recuerdos, comprensiones y reconocimientos muy claros de conductas pautadas”*: De Fleur, (2003, p.279). Aunque no se entienden todas las fases del comportamiento, se siente satisfacción al copiar al modelo.
4. Las personas adquieren las formas de comportamiento del modelo porque les genera alivio, recompensa o bienestar. Según la Psicología, el reforzamiento o estímulo es sentir una experiencia agradable tras las acciones o el alivio posterior al enfrentar una situación de tensión.

La teoría del modelaje que busca la adopción de nuevas conductas se complementa con los medios masivos por su característica de masificar mensajes, es decir, transmitirlos constantemente por radio, televisión, prensa para crear influir en la reflexión de las personas sobre los temas abordados.

5.5.3. Teoría de las Expectativas Sociales

Las relaciones y la toma de decisiones de las personas se basan en las expectativas de los otros, es decir, en las aprobaciones, censuras, premios, castigos o reconocimientos del resto de la gente. Dentro de las sociedades existen elementos de organización como normas, roles, categorías, sanciones y recompensas que al ser difundidos en los medios de comunicación influyen en el comportamiento.

La teoría de las expectativas sociales afirma que los medios transmiten información desde la de conducta social de las personas para modelar su comportamiento. Este concepto se basa en los estudios de *“Payne Fund que durante la década de los veinte, revelan que las personas interiorizaban normas, definiciones de roles y otros tipos de información sobre la organización social a partir de lo que veían en la pantalla”*: De Fleur, (2003, p.291).

La teoría de las expectativas sociales es la relación entre la socialización y la organización social, a través, de los medios masivos; en este proceso *“las personas pueden utilizar los medios de comunicación como fuentes, sea de forma deliberada o inconsciente, para adquirir guías para un adecuado comportamiento que les suponga una ayuda en el proceso de adaptación al complejo mundo en el que viven”*: De Fleur, (2003, p.293). Así, las revistas, diarios, televisión, cine o radio son fuentes de comportamientos, sanciones y recompensas que aunque sean diferentes a las experiencias propias influyen en las relaciones interpersonales.

5.5.4. Teoría de los hemisferios cerebrales y emociones

La teoría de los hemisferios cerebrales explica la forma en que el cerebro almacena y relaciona la información que recibe para generar el proceso de aprendizaje. El cerebro humano consta de dos hemisferios, cada uno con cuatro lóbulos: frontal, parietal, occipital y temporal; que están conectados por el cuerpo caloso y se relacionan con diversas áreas de actividad. Cada hemisferio piensa diferente porque funcionan de distinto modo pero complementario.

El *hemisferio izquierdo* analiza la información de forma lógica y secuencial, razona y abstrae datos, mide el tiempo, planea procedimientos, piensa en palabras y en números. *“El hemisferio izquierdo tiende a cambios rápidos en el tiempo y a analizar estímulos en términos de detalle y características”*: Springer, (1991, p.201). Este hemisferio forma la imagen del todo a partir de las partes, obtiene nueva información al usar datos ya disponibles y forma nuevas ideas convencionalmente aceptables.

El *hemisferio derecho* u *holístico*, procesa la información partiendo del todo para entender las partes. Además es intuitivo, piensa en imágenes y sentimientos, crea ideas que van más allá de lo convencional y genera la expresión artística, creatividad y emociones. *“Podríamos decir, en cierto modo, que cada uno de nosotros tiene dos mentes conectadas e integradas por un cable de fibras nerviosas que une ambos hemisferios. Ningún hemisferio es más importante que el otro”*: Personarte, (2008) y necesitamos de ambos para realizar cualquier tarea.

El *pensamiento consciente* tiene relación con la percepción, memoria, atención y acción; por su parte, la *emoción* abarca los sentimientos, reacciones vegetativas como sudoración o temblor y las reacciones motoras como gestos o movimientos.

Las emociones se producen de manera inconsciente ya que son *“procesos biológicos determinados que dependen de mecanismos cerebrales innatos, depositados por una larga historia evolutiva”*: Mora, (2000, p.23), por ello, se ejecutan de modo inmediato antes que los procesos conscientes. Y *“el sentimiento, el aspecto consciente de la emoción, ocurre después de que se hayan puesto en marcha los mecanismos automáticos de ésta”*: Belmonte, (2008).

Este proceso se ejemplifica, cuando el cerebro detecta una situación de peligro como el ser atacados, entonces, las reacciones serán actividades motoras como huir, luchar o respuestas vegetativas como sudar o taquicardia, etc. Estas emociones, a nivel inconsciente, son las que producen el sentimiento consciente de miedo, en otras zonas del cerebro.

“El lenguaje emocional sigue jugando un papel esencial en las relaciones humanas. Cuando en una conversación hay un fuerte componente emocional (agresivo), las palabras sirven de bien poco. Al contrario, una conversación con un fuerte componente de confianza y agrado potencia el significado simbólico de las palabras”: Mora, (2000, p.23). Trasladando este concepto al entretenimiento, los mensajes deben tener emoción pero con propuestas positivas para que se produzca, a través del hemisferio derecho, la identificación de soluciones a los problemas sociales. Luego la interacción de los hemisferios cerebrales genera la reflexión y el análisis para el aprendizaje y el cambio social.

CAPÍTULO VI. RADIODRAMAS DE EDU-ENTRETENIMIENTO Y SU PROCESO CREATIVO

Los radiodramas de EE se alimentan de la participación de la comunidad y, a través de sus anécdotas o testimonios, se combaten mitos y prejuicios, ya que en la construcción de *“un puente que logre pasar de la percepción ingenua a la visión crítica, es preciso partir de la experiencia cotidiana”*: Kaplún, (1980, p. 132), y en este caso desde la realidad de la audiencia.

Este capítulo desarrolla un proceso para libretar radiodramas de edu-entretención, fusionando la metodología de PCI-Population Communication International y las experiencias obtenidas de las radionovelas *Domingo 7* y *Toque Mágico*, producidas en el 2007 y 2008, por el Colectivo Pro Derechos Humanos-Ecuador y el UNFPA-Fondo de Población de las Naciones Unidas.

6.1. Investigación Formativa

La *Investigación Formativa* o *Sumativa* es la fase que recopila información para generar objetivos y resultados. Esta etapa se realiza de dos formas:

1. *“Proceso de investigación centrado en la audiencia y expertos.*
2. *Alianzas establecidas con la sociedad civil, gobierno, sector privado, socios internacionales y otros”*: Tufte, (2004, p.12).

La radionovela *Toque Mágico* empleó como metodología de investigación grupos focales y una encuesta a la población meta, constituida por jóvenes portovejenses de entre 15 a 25 años. *“Se realizaron un total de 408 encuestas, aplicadas 208 a varones y 200 a mujeres. Los hombres de entre 14 y 17 años participaron, mayoritariamente, con un total de 188 que representa el 90,4%. La mayor proporción de mujeres corresponde a las comprendidas entre los 14 y 16 años, las cuales suman 176, es decir, el 88%”*: ver Anexo 1.

El estudio indagó conocimientos, prácticas y actitudes de los jóvenes de Portoviejo sobre las inequidades de género, por ejemplo, se evidenció estereotipos en los roles de hombres y mujeres; “*el 50% de los encuestados considera que los varones tienen que ser siempre fuertes, autoritarios y hablar alto. Mientras que el 65%, concibe a las mujeres como delicadas, condescendientes y de voz suave*”: ver Anexo 1.

Se realizaron entrevistas a médicos, educadores para conocer las percepciones entorno a la equidad de género y violencia intrafamiliar. Además, se crearon alianzas con el Área de Atención a Adolescentes del Ministerio de Salud Pública y la Dirección Provincial de Educación de Manabí para mejorar estos servicios hacia la juventud. La cercanía con la comunidad, característica del edu-entretenimiento, se realiza desde la *investigación* para obtener datos reales de la vida de la gente y motivar su participación en el proceso de cambio.

6.2. Objetivos Comunicativos y Resultados

Los *objetivos comunicativos*, en el radiodrama de contenido social, tienen como aspiración fortalecer “*la relación entre las personas; es decir, permitir que se conozcan, comprendan e interactúen*”: Ampuero, (2006, p.1), respetando y valorando sus diferencias. Los criterios para la construcción de los objetivos son:

- Ser concretos, es decir, precisar el cambio que quieren alcanzar.
- Visibilizar los problemas y los actores claves de la comunidad.
- Promover ideas, actitudes y prácticas adecuadas, cuestionando las inadecuadas.
- Fomentar la participación, demanda y uso de servicios, normas e iniciativas.

A partir de los objetivos comunicativos, los radiodramas de educación-entretenimiento consiguen dos resultados, como lo señala Thomas Tufte:

- *“El resultado directo que constituye en el cambio de conocimientos, actitudes, normas sociales. Así como el desarrollo de un ambiente que favorezca estos cambios mencionados.*
- *Se producen otras estrategias comunicativas como paquetes educativos, abogacía a nivel comunitario y nacional, el desarrollo y uso de una marca promocional que pueden llevar a la influencia de procesos sociales profundos”*: Tufte, (2004, p.12).

Los *resultados* que surgen de los radiodramas de EE han sido recopilados del Taller de Educación-Entretenimiento PCI, realizado en Bolivia, el 2006:

- La Comunidad conoce el problema, implicancias y sectores involucrados.
- La Comunidad reconoce actitudes, las conversa y construye su propia opinión.
- La Comunidad incorpora a su vida la orientación recibida.
- La Comunidad se expresa y se moviliza.
- La Comunidad incrementa el uso de básicos, de salud, educación y exige una atención de calidad.
- Hay cambio de normas o mejora de los servicios públicos.

En la radionovela *Toque Mágico*, los objetivos comunicativos son:

- Aportar a la construcción de una cultura, servicios y relaciones humanas basadas en la equidad entre los géneros y la eliminación de la violencia contra las mujeres, en especial de entre 15 y 25 años, en la provincia de Manabí, Ecuador.

- Fortalecer los conocimientos de los integrantes de la Red Juvenil “Ponte 11” de Portoviejo para promover la equidad de género en ámbitos como: familia, educación, salud y medios de comunicación.
- Fortalecer la capacidad de las instituciones públicas como el Municipio, Consejo Provincial y Dirección Provincial de Educación para promover la equidad de género en las acciones y servicios que les corresponden.

Los objetivos comunicativos y los resultados, característicos del edu-entretenimiento, hacen de la radionovela *Toque Mágico* una herramienta de información que, a través de la trama, busca sensibilizar a la audiencia y motivarla hacia la construcción de una cultura de equidad de género en Portoviejo.

6.3. Talleres creativos con la Comunidad

Los talleres creativos que son encuentros con la gente en lugares cerrados, preferentemente, amplios y que evocan tranquilidad, favorecen el diálogo y sensibilizan a los participantes sobre la problemática detectada en su comunidad. Además, es importante contar a las personas sobre el propósito del radiodrama, el perfil de la audiencia, se recomienda usar la técnica del grupo de debate porque facilita el intercambio de criterios e historias de vida entre la gente.

El grupo de debate o focus group, consiste en la “*recolección de información de tipo exploratoria, de un tema específico, a un pequeño número de personas-entre 8 y 12-con características e intereses homogéneos*”: UCA, (2008); por ejemplo, el grupo tendrá en común la edad, sexo, origen o ubicación geográfica. Bajo el enfoque del edu-entretenimiento, esta técnica posibilita que las personas discutan ampliamente su realidad y derechos.

En el caso de la radionovela *Toque Mágico*, el focus group se conformó por 21 jóvenes, de entre 15 y 25 años; todos integrantes de la Red Juvenil Ponte Once de Manabí para conocer sus opiniones sobre las inequidades vividas, entre hombres y mujeres, en la provincia. El focus group se desarrolló así:

- Introducción: Se explicó a los participantes, los propósitos de la reunión y la metodología a seguir, es decir, que gracias a las anécdotas, sentimientos, puntos de vista y expectativas en torno a sus vidas; se escribiría la historia y personajes de la radionovela *Toque Mágico*.
- Presentación de asistentes. Cada participante dijo su nombre, edad, hobbies, etc para crear familiaridad en el grupo.
- Contexto para el debate. Un facilitador abordó conceptos e ideas básicas sobre la inequidad de género y violencia intrafamiliar, cuestionó por qué se debe hablar de esos temas y qué debemos hacer. Entonces, los jóvenes participantes dijeron sus criterios y se inició la discusión porque existían opiniones similares y otras que se contraponían.

Una recomendación para el desarrollo de la técnica del focus group es *“brindar facilidades a las personas que convocamos para asistir a los grupos de debate, sobre todo si son de zonas apartadas o donde el transporte es difícil. Hacer los grupos de debate en lugares cercanos a sus domicilios, en horarios apropiados para ellos y ellas”*: Ampuero, (2006, p.6) porque si no la participación de la gente no será real.

6.4. Malla de Valores

Las reflexiones y conclusiones que el grupo de debate desarrolla sobre la problemática de su comunidad, se recogen en un cuadro llamado “Malla de Valores”, que consiste en *“un instrumento diseñado para asistir a los libretistas en el desarrollo del guión”*: Valdez, (2006, p.17) ya que recuerda, constantemente, la temática de las producciones y el eje del mensaje. En este contexto, la Malla o Tabla de Valores es *“un elemento vertebral y clave en la creación de los mensajes educativos”*: Valdez, (2006, p.17) de los radiodramas porque balancea educación e información en un formato de entretenimiento atractivo para la audiencia.

La Malla de Valores consiste en un cuadro didáctico que indica *“los asuntos educativos y contrasta valores o conductas positivas con las negativas”*: Valdez, (2006, p.17) que existen alrededor de un problema social. El contenido de la Malla de Valores se construye con el debate de la comunidad, investigación formativa, Constitución de los países, leyes o estatutos locales y como marco moral la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

A continuación, un ejemplo de la Malla de Valores:

CATEGORÍA: VIH-SIDA		
Asunto Educativo	Valores Positivos (Es positivo que)	Valores Negativos (Es negativo que)
Las personas de mi comunidad creen que el SIDA es una enfermedad que sólo la padecen los homosexuales.	Las personas de mi comunidad aprendan que el SIDA es una enfermedad que la podemos padecer todos, sin importar nuestra preferencia sexual.	Las personas de mi comunidad vean a la homosexualidad como la causa principal para contraer el VIH y no acepten que la falta de protección es la causa para contraer el virus.

La Malla de Valores consta de tres filas y tres columnas; se asigna, inicialmente, la categoría o tema a desarrollar como: VIH-SIDA, planificación familiar, derechos de las mujeres, medio ambiente, etc. En la primera columna, llamada *Asunto Educativo* se escribe el problema específico que vive la comunidad en la actualidad, es decir, la realidad que preocupa a la gente y quiere cambiar. La segunda columna corresponde a los *Valores Positivos* o alternativas del problema social para que las personas vivan dignamente y se las escribe en futuro porque es el objetivo que se pretende alcanzar.

Finalmente, la tercera columna denominada *Valores Negativos*, sugiere una realidad agravada por la práctica del problema y se la redacta en futuro porque es lo que sucedería si la gente no se sensibiliza. El contenido del cuadro se redacta con la frase “*las personas de mi comunidad*” para crear cercanía entre el libretista y la producción.

La Malla de Valores de Toque Mágico, se construyó con los participantes del focus group y se definieron tres asuntos educativos: *Estereotipos y roles en el colegio, sociedad y familia, Corrupción y acoso en el colegio, Abuso y violencia por género*; cada uno con sus respectivos problemas específicos.

A continuación, el detalle de la Malla de Valores:

CATEGORÍA: Estereotipos y roles en la familia, colegio y sociedad		
Asunto Educativo	Valores Positivos (Es positivo que)	Valores Negativos (Es negativo que)
Las personas de mi comunidad creen que los hijos son superiores a las hijas; por eso las tareas del hogar son sólo para las mujeres.	Las personas de mi comunidad aprendan que hijas e hijos tienen iguales capacidades por eso las tareas del hogar son para ambos.	Las personas de mi comunidad nieguen a las mujeres la posibilidad de estudiar y superarse para dedicar su vida a servir a sus hermanos.

Las personas de mi comunidad creen que en el colegio los deportes, la indisciplina y malas calificaciones son propios de los varones y que un vocabulario cortés sólo debe usarse con las chicas.	Las personas de mi comunidad exijan al colegio que varones y mujeres participen en los mismos espacios de aprendizaje y recreación. El trato de los profesores sea respetuoso para chicos y chicas.	Las personas de mi comunidad acepten un trato soez y malas calificaciones para los hombres. Y que se excluya a las mujeres de actividades que aporten para su desarrollo por ser consideradas delicadas.
---	---	--

CATEGORÍA: Corrupción y acoso en el colegio

Asunto Educativo	Valores Positivos (Es positivo que)	Valores Negativos (Es negativo que)
Los chicos y chicas de mi comunidad creen que, en el colegio, se obtienen buenas calificaciones con dinero o coqueteos a los maestros.	Los chicos y chicas de mi comunidad reconocen y denuncian actos de corrupción y acoso entre pares o intergeneracional, en el colegio.	Los chicos y chicas de mi comunidad intercambien favores sexuales con buenas calificaciones, en el colegio, o que sean víctimas de acoso y no lo denuncien.

CATEGORÍA: Abuso y violencia por género

Asunto Educativo	Valores Positivos (Es positivo que)	Valores Negativos (Es negativo que)
Los chicos y chicas de mi comunidad no dialogan cuando se produce un embarazo no deseado y el hombre, generalmente, no asume su responsabilidad.	Los chicos y chicas de mi comunidad inicien relaciones sexuales protegidas y en el caso de embarazos no deseados dialogan y asumen responsabilidades.	Las adolescentes embarazadas de mi comunidad son discriminadas, no reciben atención médica ni apoyo en la familia o el colegio.

Estos asuntos educativos surgieron de la realidad que viven en sus hogares, colegio, universidad y trabajo, los participantes del grupo de debate. Identificada la problemática de la comunidad, se inicia la recopilación de historias y para ello, se emplean las frases generadoras que son una técnica para acceder a las anécdotas de la gente.

6.5. Frases generadoras

Este momento consiste en exhibir cartulinas con expresiones relativas a la problemática, por ejemplo: *las mujeres a la cocina, los niños no lloran, esa es una machona, etc.* Cada participante toma una tarjeta, generalmente aquella que le evoca una historia, y se designa un espacio de tiempo para los recuerdos. Luego se comparten las historias, una persona relata y las demás escuchan, porque “*el valor principal de un grupo de debate, es lograr la interacción dinámica entre los integrantes, es decir, la respuesta de una persona es capaz de convertirse en estímulo para otra*”: UCA, (2008). Esta dinámica permite a los participantes entrar en confianza y contar testimonios, anécdotas, pasajes propios o ajenos que enriquecerán la trama del radiodrama.

Esta fase concluye con una reflexión que surge de las historias contadas; se identifica el problema social, el cambio necesario y la situación futura. El siguiente paso es construir historias, escenarios y personajes para el radiodrama.

6.6. Creación del argumento y personajes

Esta fase concentra la creatividad de los participantes en la creación de la historia y los personajes; sus aportes son el argumento para desarrollar, posteriormente, el libreto del radiodrama.

La creatividad considerada como la *“actitud del individuo ante el mundo que lo rodea caracterizada por la capacidad de descubrir nuevas relaciones, modificar acertadamente las normas establecidas, hallar nuevas soluciones a los problemas y enfrentarse positivamente con los nuevos contribuyendo al progreso de la realidad social”*: Abril, (2004, p.82), ratifica la participación de la comunidad como eje del edu-entretenimiento para la sensibilización y transformación social.

6.7. Introducción al drama y personajes

Es momento de explicar al grupo de debate el diseño de los radiodramas, por ejemplo, la trama y su estructura, para obtener información referente al tema remítase al Capítulo V, de este trabajo. También se expone las características de los personajes positivos, negativos, de transición y humorísticos, que son personajes propios del edu-entretenimiento.

El personaje positivo encarna los valores positivos de la Malla, por lo tanto, *“demuestra siempre la conducta deseada y será recompensado por sus buenos actos”*: PCI, (2008), sus convicciones y objetivos se mantienen fijos a lo largo de la historia. El personaje negativo ilustra los valores negativos, *“regularmente son castigados por su mala conducta. Ocasionalmente, sufren internamente y se arrepienten de sus acciones pero no cambian”*: Ampuero, (2006, p. 30). Sus características son la crueldad, egoísmo o mentira y generan conflicto en la trama, evocan rechazo en la audiencia y son los antagonistas del drama.

Los personajes transicionales oscilan su comportamiento entre los valores positivos y negativos porque sus intereses, ideas y tendencias entran en conflicto. Este personaje *“refleja a la mayoría de las personas, ya que se enfrentará con situaciones difíciles en que tendrá la posibilidad de elegir qué camino tomar”*: PCI, (2008).

La audiencia aprende a través de los personajes, por lo tanto, en el entretenimiento, los protagonistas son los personajes transicionales para enfatizar en un cambio de actitud positiva que es recompensado.

El personaje humorístico es un elemento para dinamizar la trama, no es trascendente en la historia y está representado como el chismoso; su intervención ayuda en la descripción de ambientes, traslado lugares o transcurso del tiempo y, sobretodo, para imprimir la parte graciosa o entretenida a la historia.

Los personajes poseen tres perfiles: el psicológico que se relaciona con el temperamento, carácter, reacciones, miedos y deseos; el físico que se refiere a la edad, apariencia, manera de hablar o muletillas; y el social que aborda el trabajo, cultura, religión, instrucción. El nombre de los personajes “*corresponderá con el triple perfil que les hemos asignado*”: López, (1997, p.96) para reforzar sus características y construir empatía con el público. También se usan sobrenombres populares o expresivos, lo importante es que sean fáciles de recordar.

Estos conocimientos capacitan a los participantes del focus group para la creación de historias y personajes reales con los que la comunidad se identifique en búsqueda de transformar la realidad colectiva e individual del oyente.

6.8. Creación de historias y personajes en grupos de trabajo

El siguiente momento, en esta metodología de EE, es organizar a los participantes para crear el argumento y los personajes del radiodrama. En el caso de Toque Mágico, se formaron 3 grupos de 6 personas, a cada uno se le asignó un asunto educativo de la Malla de Valores para desarrollar historias relacionadas a la inequidad de género que vive los jóvenes en Portoviejo.

El grupo número 1 trabajó los siguientes asuntos educativos:

- *Las personas de mi comunidad creen que los hijos son superiores a las hijas, por eso, las tareas del hogar son sólo para las mujeres. Y,*
- *Las personas de mi comunidad creen que en el colegio los deportes, la indisciplina y malas calificaciones son propios de los varones y que un vocabulario cortés sólo debe usarse con las chicas.*

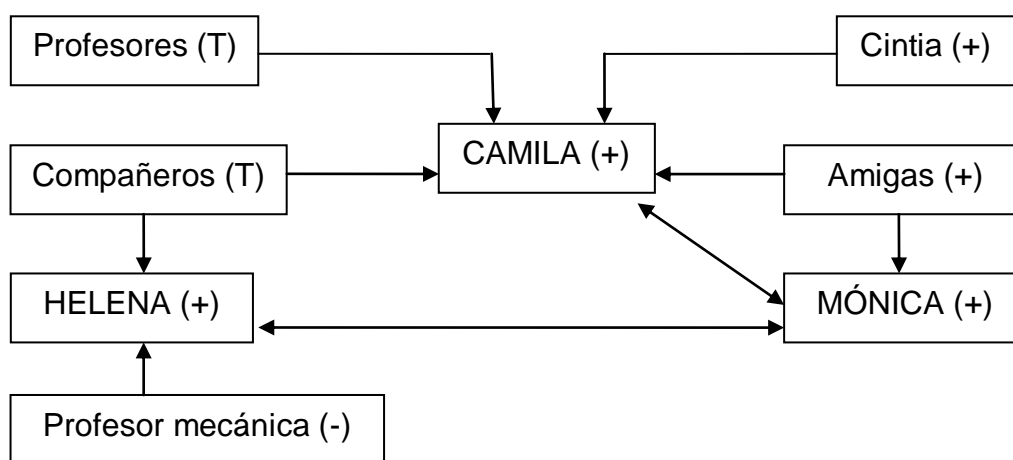
La historia que surgió fue la siguiente:

En un colegio se desarrollan juegos intercolegiales de fútbol, tradicionalmente, se conforman equipos de hombres pero no de mujeres. Camila, una chica muy alegre e introvertida, organiza a sus amigas para formar un equipo femenino y participar, por primera vez, en el campeonato del colegio. Pudo convencer a todas sus compañeras, incluso a Cintia; su amiga que odia el fútbol pero acepta por amistad. Las chicas acuden a inscribirse pero son rechazadas por el inspector. Así inicia el enfrentamiento con profesores y compañeros para demostrar que las mujeres tienen las mismas capacidades que los varones, al final obtienen el respeto y aprecio de ellos.

Helena, que estudia en primer curso, elige muy motivada el taller de mecánica pero su profesor se burla de ella por ser la única mujer de la clase y afirma que debería dedicarse a los quehaceres domésticos. Helena se embaraza pero demuestra su capacidad y tiene las mejores notas en mecánica.

Mónica, la nueva profesora de música, apoya a los chicos y las chicas para que se organicen y reclamen sus derechos. Ella se gana la confianza de sus alumnos, conversan en sus clases sobre temas que les preocupa a ellos.

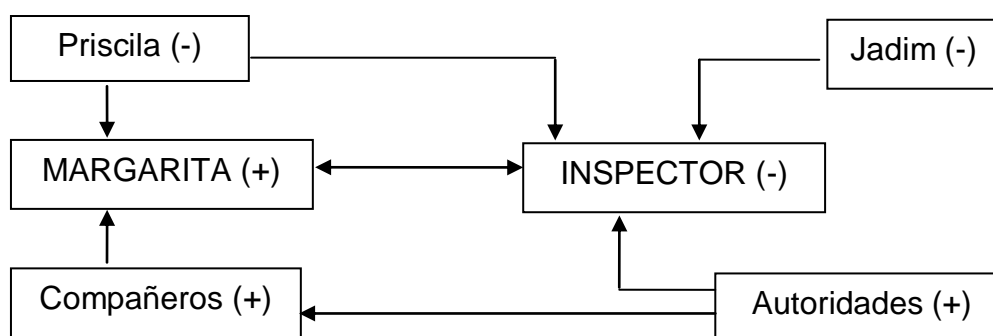
A continuación, se realiza un *mapa de personajes*, es decir, un organigrama que los identifica y establece la relación entre ellos. Los personajes principales se escriben en mayúsculas y en el centro del cuadro, los secundarios con minúsculas y alrededor del personaje principal; su cercanía, por ejemplo, si son familia, profesores, amigos, etc se grafica a través de flechas que van desde los personajes secundarios hacia los principales. Los personajes positivos se representan con el signo +, los negativos con -, y los transicionales con la letra T:



El grupo número 2, trabajó el asunto educativo: *Los chicos y chicas de mi comunidad creen que, en el colegio, se obtienen buenas calificaciones con dinero o coqueteos a los maestros*. La historia y los personajes obtenidos desde esta problemática, se describen a continuación:

Jadim, un estudiante corrupto, mantiene un trato con el inspector de su colegio para mejorar las calificaciones de sus compañeros a cambio de licor o dinero. El inspector disculpa el mal comportamiento de Priscila, la alumna nueva, ya que ella coquetea abiertamente con él y le informa las actividades de sus compañeros, esto para chantajear a los estudiantes cuando lo requiera.

Priscila odia a Margarita porque envidia su liderazgo, en el colegio. Margarita organiza a sus compañeros para combatir injusticias, por ejemplo, la expulsión de estudiantes embarazadas. Finalmente, los chicos y chicas se cansan de los abusos del inspector, lo denuncian con las autoridades y es destituido.



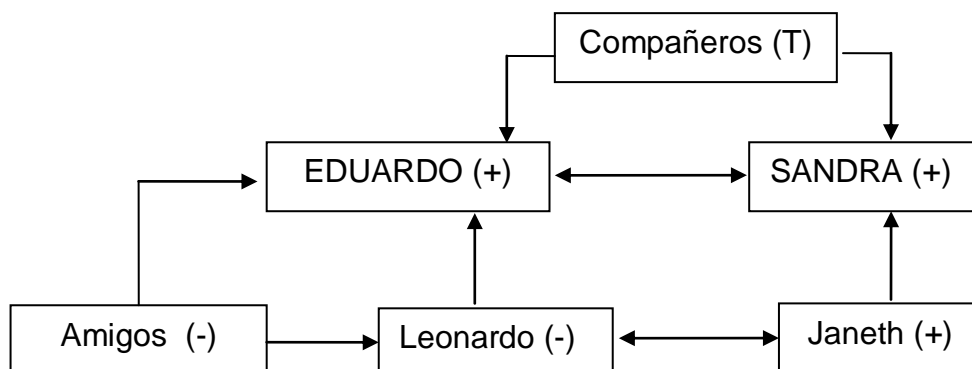
El grupo número 3 se ocupó de los siguientes asuntos educativos:

- *Los chicos y chicas de mi comunidad no dialogan cuando se produce un embarazo no deseado y el hombre, generalmente, no asume su responsabilidad.*

La historia y los personajes alrededor de esta problemática son:

Eduardo, un buen estudiante, recibe burlas de sus compañeros porque no tiene enamorada pero decide mentirles para que no lo molesten. Ellos lo desafían para que les presente a la chica y Eduardo acepta, él pide ayuda a Sandra, su mejor amiga y líder entre sus compañeros; tras las aventuras que ambos viven se enamoran. Leonardo, el líder malo, acosa a sus compañeras pero Janeth, la nueva estudiante, no lo tolera y lo abofetea. Entonces, él jura vengarse enamorándola. Janeth y Leonardo mantienen relaciones sexuales sin protección y ella se embaraza; él niega la paternidad y Janeth continúa con el embarazo, lucha con Sandra y Eduardo para que no la destituyan del colegio pero no lo consiguen y antes de ser expulsada de la institución, muere por una mala formación del feto.

La muerte de Janeth, hace que el colegio exija el derecho a la educación para las estudiantes embarazadas.



Las historias y los mapas de personajes se socializan entre todo el focus group para fusionarlos, por ejemplo, las historias anteriores tienen como protagonistas a tres chicas: Camila, Margarita y Sandra que se caracterizan por luchar contra las injusticias en sus colegios. Estas se fusionan con el nombre de Camila, por decisión mayoritaria del focus group; así se obtiene el primer personaje principal y positivo del radiodrama que “*debe ser activo, empático y carismático*”: Dacynger, (1993, p.99). En consecuencia, Camila promueve la equidad y respeto entre los estudiantes varones y mujeres, así como, el derecho a la educación de las adolescentes embarazadas.

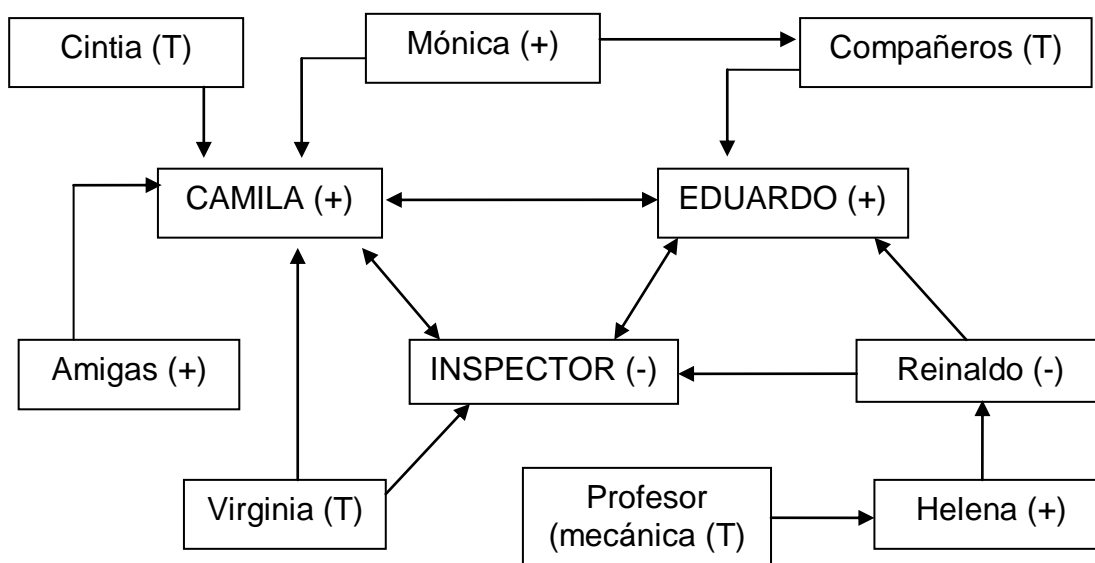
La Malla de Valores es la guía fundamental, en este momento de creación colectiva, porque recuerda constantemente los valores positivos y negativos que promueve y combate el radiodrama. En el caso de Toque Mágico, la Malla de Valores y la fusión de las historias, antes expuestas, originan el siguiente argumento y personajes: En un colegio mixto existe, anualmente, un campeonato de fútbol en el que sólo participan hombres. Mónica, la nueva profesora de música, motiva a las chicas para inscribirse.

Camila, chica carismática, forma con sus amigas un equipo de fútbol aunque Cintia, extremadamente preocupada de su aspecto físico, se resiste pero finalmente acepta para que la nombren reina del campeonato. Las chicas, en medio de la discriminación del inspector por considerarlas inútiles, inician sus entrenamientos con Eduardo, amigo de Camila y mejor jugador de fútbol; las prácticas se hacen a escondidas para evitar que los compañeros de Eduardo se burlen de él, aunque en poco tiempo Virginia, nueva en el colegio, descubre este secreto y se lo cuenta al inspector para que sancione a Camila.

Virginia es la espía del inspector, entre sus compañeros, a cambio de buenas calificaciones; así él trunca la organización estudiantil para mantenerse en su cargo. Además, acosa a Virginia pero ella se lo evade con coqueteos.

Reinaldo, el chico malo del colegio, pacta con el inspector cobrar dinero a sus compañeros a cambio de mejorarles sus notas y compartir las ganancias de este negocio. Reinaldo, también recibe como paga, favores sexuales de las chicas que no tienen dinero; fue así como Helena, que vivía sólo con su abuela, accede a mantener relaciones sexuales sin protección con Reinaldo y se embaraza. Él niega su paternidad y finge no conocerla.

Además de su embarazo, Helena es discriminada por sus compañeros y profesor de mecánica por ser la única mujer en un taller para hombres. El inspector expulsa a Helena argumentando que daña el prestigio del colegio, luego su embarazo se complica y muere. Este incidente moviliza a Camila y sus compañeros que exigen el derecho a estudiar de las adolescentes embarazadas, la destitución del inspector y la igualdad de oportunidades para estudiantes, hombres y mujeres, en su colegio. Finalmente, las chicas ganan el campeonato de fútbol y consiguen el apoyo y respeto de sus compañeros y profesores.



El proceso creativo con la comunidad concluye en esta fase, cuando a través de la participación colectiva, se construyen una historia con conflictos propios de su localidad y personajes que resultan de la cotidianidad de la gente.

6.9. El libretista y el proceso creativo

Mario Kaplún, guionista de la serie radial Jurado N°13, manifiesta: “*más de una vez me ha tocado trabajar con participantes que demostraban destreza y captación del oficio. Pero tenían una vida encerrada y fácil, sin contacto con el pueblo, sin sufrimientos, sin dilemas hondos. Estos estudiantes no lograron producir buenos radiodramas ni sé si alguna vez lo lograrán. No sentían los temas ni vibraban con ellos. Y en sus guiones, todo era convencional, falso, disociado de la realidad*”: Kaplún, (1983, p.119). Para evitar esta disyunción, el edu-entretenimiento, propone que el libretista participe del taller creativo con la comunidad para alimentar su creatividad, conocer la cotidianidad de la gente y escribir guiones apropiados con la problemática que viven.

Por otro lado, quien libreta tiene la capacidad de elegir el formato y desarrollo dramático para la producción; es decir, si es mejor una tragedia, comedia o drama, así como el número y ritmo de las escenas para contar la historia.

Las libretistas de Toque Mágico eligieron el mundo de las brujas para abordar la equidad de género porque resulta un escenario atractivo al target de la producción: jóvenes de sectores urbanos y, sobretudo, porque está ligado a la discriminación y violación de los derechos humanos que vivieron, entre los siglos XIV y XVII, las mujeres que eran llamadas brujas. *“Las elites eclesiásticas, políticas y económicas, que se consolidaban en aquellos tiempos comenzaron a desarrollar un modelo social muy masculino y consideraban que el saber que las mujeres tenían sobre el control de la reproducción y preparación de diversos abortivos, implicaba la posibilidad de ejercer una sexualidad más libre, lo cual ponía en riesgo la hegemonía masculina y por ello, los hombres expropiaron su conocimiento y las aniquilaron en las hogueras”*: Norandi, (2008). Con estos antecedentes, el argumento de la radionovela Toque Mágico es el siguiente:

La Araña, diosa del cosmos, junto a su disparatado ayudante el Diccionario, cuentan la historia que marcará a la “Escuela de Magia y Hechicería”, donde hay una marcada discriminación contra las brujas, por ejemplo, no pueden leer el gran libro de la magia, domar dragones o cazar de fantasmas. Sólo son consideradas hábiles para volar en escobas, cocinar en calderos y preparar pociones mágicas.

Micala, una joven brujita, cuestiona esta educación y junto con el apoyo de su madre y el de Sol, la nueva profesora de Armonía Sideral, lucha por las mismas oportunidades, en su escuela, para las brujas y brujos; su oponente es Virgi, una alumna nueva, que la detesta por su liderazgo.

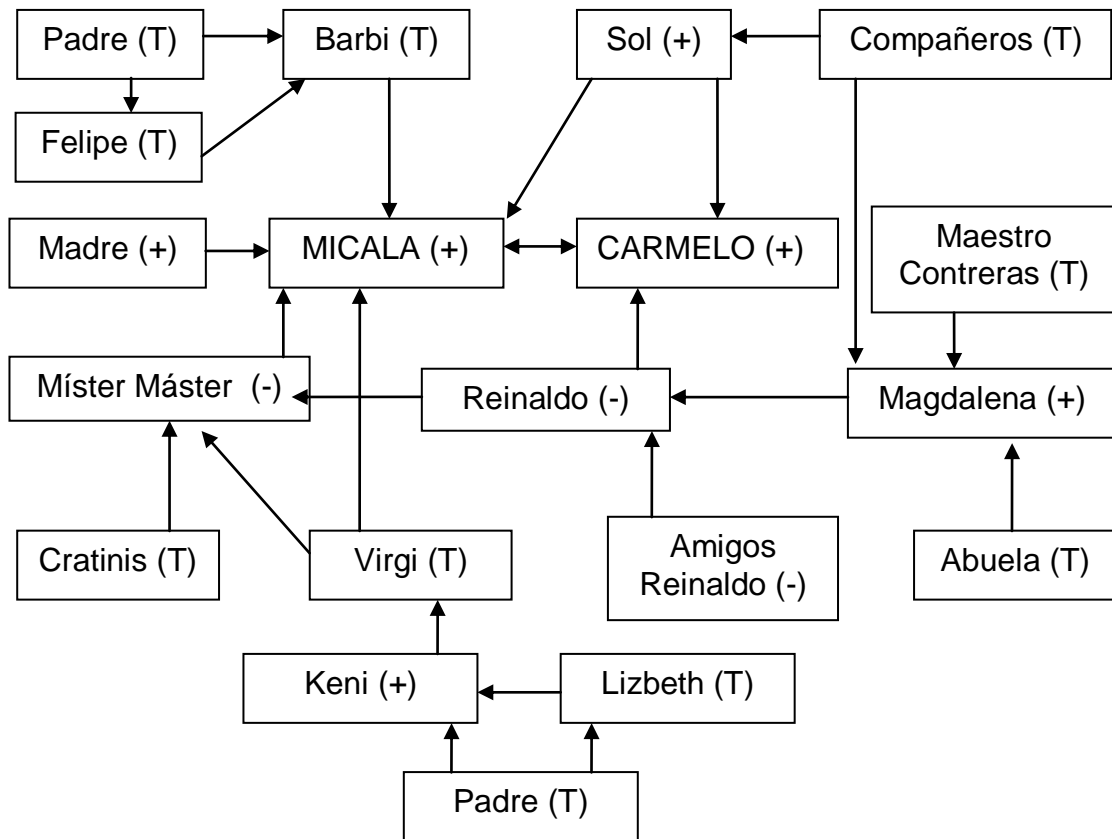
Además, Micala es rechazada por Carmelo, su mejor amigo, por no cumplir con el perfil de bruja sumisa y delicada. Este incidente despierta el amor en ambos y los cuestionan sobre los roles que los brujos y las brujas deben cumplir.

Barbi, una brujita que sueña con ser modelo, tiene permisos para salir con sus amigos o amigas sólo si Felipe, su hermano menor, la acompaña; esto hace que Barbi entregue dinero a Felipe para sus videojuegos a cambio de quedarse sola con sus amigos.

Keni, hermano mayor de Lizbeth, propone que las tareas de la casa se compartan entre ambos pero esto le causa discusiones con su familia que cree que las brujas nacieron para los quehaceres domésticos. Keni es discriminado por sus compañeros y rechazado por Virgi, de quien está enamorado, porque le gusta decorar las fiestas, cocinar y detesta la caza de fantasmas.

Míster Máster NN, el inspector de la escuela, es un brujo corrupto y machista que mantiene negocios con Reinaldo, un brujo estudiante, que modifica las calificaciones de sus compañeros por dinero u otro regalo para repartirlo entre ambos. El inspector quiere la dirección de la escuela y ve como su rival a Cratinis, una sabia y estricta maestra que sólo busca el prestigio de la escuela y cuando se entera que Magdalena, que vive con su abuela, está embarazada hace lo posible para expulsarla. Magdalena sufre discriminaciones del maestro Contreras por participar en su taller de domar dragones, una clase considerada sólo para brujos. Con el transcurso del tiempo, el embarazo de Magdalena se complica y muere. La muerte de Magdalena, logra unir a la escuela, sus compañeros y compañeras se movilizan exigiendo iguales oportunidades y derechos para brujos y brujas.

El mapa de personajes que resulta de esta historia es el siguiente:



Después de la creación del argumento, se confecciona el perfil de los personajes que consiste en un cuadro donde se recoge la relación, características físicas y subjetivas de los personajes, sus sueños o aspiraciones que son inmediatas o a largo plazo. Este formato es una propuesta, queda a la iniciativa del libretista agregar otras áreas que considere necesarias.

PERSONAJE	BIOGRAFÍA	ASPECTO FÍSICO	CUALIDADES Y DEFECTOS	SUEÑOS
Micala (+) Positivo	16 años. Hija única y de madre soltera. Amiga de Eduardo.	Pequeña, atractiva, cabello largo, lacio y negro, piel blanca, ojos grandes.	Cariñosa, carismática, buena estudiante, alegre, lideresa.	Quiere que en su colegio, la educación se base en la equidad de género.

PERSONAJE	BIOGRAFÍA	ASPECTO FÍSICO	CUALIDADES Y DEFECTOS	SUEÑOS
Maestra Sol (+) Positivo	28 años, Profesora de Armonía Sideral. Vive con su madre divorciada y se lleva bien con el padre.	Delgada, simpática, nariz larga, cabello con mucho frizz.	alegre, bromista, amigable, creativa,	Busca que exista respeto en las relaciones de sus alumnos y entre profesores de la escuela.
Míster Máster (-) Negativo	40 años, soltero. Se enfrenta con Cratinis por el puesto de director de la escuela.	Calvo y feo, usa mucho perfume, joyas y gafas, alto y flaco.	Viejo verde, vago, corrupto, acosador, manipulador, grosero.	Quiere ser el próximo director de la escuela de brujos.
Cratinis (T) Transicional	38 años, soltera, profesora de Pociones Mágicas y representante del Consejo de Brujos.	Atractiva, alta, delgada, dedos largos, leves ojeras, labios finos, viste de negro.	Estricta, exigente, temida por los alumnos, mal carácter, puntual, intransigente.	Quiere mantener el prestigio de la Escuela de Magia y Hechicería.
Virgi (-) Negativo	17 años, envidia a Micala, estuvo embarazada.	Atractiva, tez blanca, cabello largo y negro.	Manipuladora arrogante, buen gusto para vestir, mentirosa.	No quiere que nadie se entere de su pasado.

PERSONAJE	BIOGRAFÍA	ASPECTO FÍSICO	CUALIDADES Y DEFECTOS	SUEÑOS
Magdalena (+) Positivo	14 años, Vive con su abuelita ciega, sus padres migraron a Plutonio.	Bonita, sonrisa amplia, ojos tristes, cabello corto y lacio, tez blanca, alta.	Baja autoestima, sentimental, tierna, amigable, temerosa, solidaria.	Sueña con vivir nuevamente con sus padres y su abuela.
Maestro Contreras (T) Transicional	50 años, Maestro del taller para domar dragones, casado, tiene 3 hijas.	Pequeño, Cabello canoso, gordo, manos grandes.	Responsable, machista, exigente, grosero, grita mucho.	Quiere que sus alumnos ganen el torneo nacional de domar dragones.
Barbi (T) Transicional	15 años. Madre peluquera y padre comerciante. Le gusta decorar las fiestas.	Alta, flaca, cabello lacio, teñido de rubio, boca pequeña, uñas largas.	Delicada, detallista, sentimental, orgullosa, extravagante para vestir.	Quiere ser la modelo estrella del Magic Fashion, la compañía más prestigiosa del Reino Mágico.
Padre Barbi (-) Negativo	45 años, Comerciante, le gusta que admiren a su esposa porque es muy guapa.	Pequeño, gordo, tez morena, nariz grande, ojos pequeños, ceño fruncido.	Hospitalario, comelón, celoso, machista y de apariencias, autoritario, controlador.	Quiere comprar un carro y remodelar su casa con última tecnología.

PERSONAJE	BIOGRAFÍA	ASPECTO FÍSICO	CUALIDADES Y DEFECTOS	SUEÑOS
Keni (+) Positivo	17 años, Tiene padres machistas, se lleva mejor con las brujas que con brujos.	Alto, delgado, cabello crespo y castaño, ojos claros y pestañas largas.	Guapo, amigable, cariñoso, responsable, sensible, buen estudiante.	Quiere ser decorador de interiores.
Lizabeth (T) Transicional	13 años, Sus padres le han enseñado que debe atender a su hermano.	Cabello largo, rizado y negro, ojos negros, piel blanca y cachetes rosados.	Inteligente, hábil, responsable, puntual, sentimental, baja autoestima.	Quiere estudiar fuera del país.
Padre Keni (T) Transicional	50 años, tiene un brujitaxi, le gusta que su esposo e hija le atiendan.	Pequeño, cabello lacio, abultado y con canas, bigote espeso.	Mal hablado, machista, servido, conformista, grosero,	Quiere que su hijo sea rudo como él.
Madre Micala (+) Positivo	34 años, educó sola a su hija, no tienen secretos con Micala.	Atractiva, ojos grandes y pestañas rizadas; frente amplia, cejas densas.	Sincera, responsable, cariñosa, confidente, alegre.	Quiere que Micala tenga una profesión y que se valore siempre

Si bien es cierto que el aspecto físico de los personajes detallado en este cuadro, no son apreciados a través de la radio porque no es medio visual, sirven para que actores y actrices los interpreten añadiéndoles características auditivas que permitan distinguirlos unos de otros. Por ejemplo: el brujo acosador y corrupto, pequeño, calvo y gordo, tendrá una voz jadeante y grave; la maestra bruja temida en la escuela, alta, delgada que siempre viste de negro, utilizará frases cortas, tajantes y de tono monótono.

6.10. Creación de Líneas Dramáticas

En esta fase, el libretista desglosa el argumento del radiodrama para precisar “*la relación y conflictos entre los personajes: protagonistas, antagonistas, positivos, negativos y transicionales*”: Ampuero, (2006, p.23). Para ello, se confecciona un cuadro que contiene todas las historias relacionadas al tema y asunto educativo de la producción. Cada historia se construye con líneas dramáticas, estructuradas como oraciones gramaticales cortas y precisas que indican el inicio, conflicto y desenlace de un momento particular del argumento. Una recomendación es redactar las líneas dramáticas de cada personaje, según el asunto educativo que especifique la Malla de Valores. A continuación, la tabla de las líneas dramáticas desarrollada para la radionovela Toque Mágico:

CATEGORÍA: Estereotipos y roles en la familia, colegio y sociedad	
ASUNTO EDUCATIVO: Las personas de mi comunidad creen que los hijos son superiores a las hijas, por eso, las tareas del hogar son sólo para las mujeres.	
Línea Dramática	Personajes
HISTORIA 1 Micala y Carmelo son amigos, se gustan pero lo ignoran.	Micala

Líneas Dramáticas	Personajes
<p>Carmelo siente la obligación de proteger a Micala pero eso no le agrada a ella.</p> <p>Los amigos de Carmelo se burlan de él porque no tiene novia así que Carmelo pide a Micala que finjan ser novios.</p> <p>Micala cuestiona la falta de expresividad de Carmelo y se disgustan. Pero Micala no puede seguir mintiendo y confiesa su amor a Carmelo.</p> <p>Carmelo acepta a Micala y él también le confiesa estar enamorado de ella.</p>	Carmelo
<p>HISTORIA 2</p> <p>El papá de Keni quiere que su hijo sea mecánico pero él quiere ser diseñador de interiores.</p> <p>Lizbeth atiende a su hermano Keni; él se opone y Lizbeth sufre porque se siente desvalorizada.</p> <p>Keni está enamorado de Virgi pero ella lo rechaza porque lo considera afeminado.</p> <p>Keni sufre porque siempre lo han discriminado por no mostrar actitudes violentas.</p> <p>Keni y Lizbeth se sienten abatidos y desaparecen por varios días practicando un conjuro.</p> <p>Los padres de Keni lloran por sus hijos, piden ayuda a la maestra Sol y aparecen. La familia se reconcilia.</p> <p>Virgi se siente sola y confiesa a Keni que se practicó un aborto. Keni la consola y ella se siente atraída por él porque no se siente juzgada.</p>	<p>Keni</p> <p>Papá Keni</p> <p>Lizbeth</p> <p>Virgi</p> <p>Compañeros</p>
<p>HISTORIA 3</p> <p>Barbi ha sido educada para vestir bien y mostrar en todo momento su delicadeza femenina.</p> <p>Barbi no sale de casa sin compañía. Pacta con Felipe, su hermano menor, que la deje sola con sus amigos a cambio de dinero.</p> <p>Felipe olvida encontrarse con Barbi para regresar juntos a casa.</p>	<p>Barbi</p> <p>Felipe</p> <p>Papá de Barbi</p>

Líneas Dramáticas	Personajes
<p>Su padre castiga a Barbi pero no a Felipe.</p> <p>Barbi se revela y desafía a sus padres, llega tarde, no explica su conducta y decide cambiar su apariencia femenina por la de un brujo.</p> <p>Finalmente, la familia recupera su buena relación.</p>	
<p>ASUNTO EDUCATIVO: Las personas de mi comunidad creen que en el colegio los deportes, la indisciplina y malas calificaciones son propios de los varones y un vocabulario cortés debe usarse sólo con las chicas.</p>	
<p>HISTORIA 1</p> <p>Micala organiza un equipo femenino para el campeonato de cazafantasmas, Míster Máster NN las rechaza pero Cratinis permite que participen.</p> <p>Micala pide ayuda Carmelo para entrenar; lo hace en secreto para que sus amigos no se burlen de él.</p> <p>El inspector quiere sacar a Micala del equipo argumentando que promovió a su equipo entrenar con un brujo pero Sol demuestra con el reglamento del juego que eso sí es posible.</p> <p>En el campeonato de cazafantasmas; los brujos ganan y las brujas pierden, ellos se burlan de las chicas pero la maestra Sol las motiva.</p> <p>Al finalizar el campeonato, las chicas ganan y los brujos quedan en segundo lugar, Sol reflexiona junto con los chicos sobre el trabajo en equipo.</p> <p>Brujos y brujas planean una fiesta, Sol premia a los equipos y propone que se forme un equipo mixto para un campeonato internacional.</p>	<p>Micala</p> <p>Míster</p> <p>Máster NN</p> <p>Cratinis</p> <p>Carmelo</p> <p>Sol</p> <p>Brujas</p> <p>Brujos</p>

CATEGORÍA: Corrupción y acoso en el colegio	
ASUNTO EDUCATIVO: Los chicos y chicas de mi comunidad creen que, en el colegio, se obtienen buenas calificaciones con dinero o coqueteos a los maestros.	
Línea Dramática	Personajes
HISTORIA 1 Virgi es la sapa oficial de Míster Máster NN y lo convence para que castigue a Micala porque envidia su liderazgo. Virgi realiza un incendio para culpar a Micala pero Míster Máster NN castiga a los brujos. Míster Máster NN intenta abusar de Virgi y ella se lo cuenta a Cratinis, Micala y Sol con una nota anónima. Micala, Sol y la escuela organizan movilización para destituir a Míster Máster NN. Cratinis, en nombre del Consejo de Brujos, envía a prisión a Míster Máster NN. Los estudiantes eligen a sus nuevas autoridades por sufragio.	Virgi Míster Máster NN Micala Cratinis Maestra Sol

ASUNTO EDUCATIVO: Los chicos y chicas de mi comunidad no dialogan cuando se produce un embarazo no deseado y el hombre, generalmente, no asume su responsabilidad.	
Línea Dramática	Personajes
HISTORIA 1 Magdalena escoge el taller de domar dragones y recibe discriminaciones del maestro Contreras, por ser mujer. Magdalena saca mala nota en el examen de pociones Mágicas y acude donde Reinaldo para modificarla. Magdalena no tiene dinero para pagar a Reinaldo y por eso acepta tener relaciones sexuales con él. Magdalena está embarazada, Reinaldo le propone dinero para un aborto pero ella decide continuarlo.	Magdalena Maestro Contreras Cratinis

Línea Dramática	Personajes
Míster Máster NN decide trasladar a Magdalena al colegio nocturno y Cratinis lo apoya.	Maestra Sol
Magdalena se desmaya en los brazos de Virgi, entonces, ella recibe los recuerdos de Magdalena y se entera del chantaje de Reinaldo y negocios con Míster Máster NN.	Reinaldo
Magdalena muere por una complicación durante el embarazo, Cratinis se arrepiente de su maltrato a la brujita.	Virgi
Micala y la escuela organizan una manifestación exigiendo el derecho a estudiar de las chicas embarazadas.	Micala

6.11. Desarrollo Temporal de la Historia: Distribución de Escenas

En esta etapa, el libretista amplía cada una de las líneas dramáticas, es decir, especifica aún más las escenas. Por ejemplo, el asunto educativo: los chicos y chicas de mi comunidad no dialogan cuando se produce un embarazo no deseado y el hombre, generalmente, no asume su responsabilidad; tiene entre sus líneas dramáticas, la siguiente: Magdalena está embarazada, Reinaldo le propone dinero para un aborto pero ella decide continuarlo. Entonces se distinguen tres momentos: saber cómo Magdalena descubre su embarazo, la forma en que Reinaldo le propone el aborto y por qué Magdalena rechaza esa opción. Contestar estas interrogantes requiere desmenuzar la historia y organizar la exposición de las escenas. Así surge, la etapa del Desarrollo Temporal de la Historia para “*planificar el desarrollo dramático y temático por bloques de capítulos*”: Ampuero, (2006, p.24), es decir, contar la trama asignando un asunto educativo, a cada capítulo y, desarrollar las historias de los personajes que estén relacionadas a ese tema específico.

El formato para trabajar esta etapa creativa consiste en un cuadro de dos columnas: una, designada a los capítulos del radiodrama y el tema educativo y la segunda, contiene las líneas dramáticas que detallan las escenas e intercalan las historias de los personajes, así se entrecruzan o “*trenzan las líneas dramáticas para la construcción de la historia de la producción*”: Ampuero, (2006, p.24).

A continuación, se detalla el cuadro del Desarrollo Temporal de la Historia de la radionovela Toque Mágico:

CAPÍTULO	LÍNEA DRAMÁTICA
Capítulo 1 ESTEREOTIPOS FAMILIA Y ESCUELA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Micala y Carmelo son amigos, se gustan pero ambos lo ignoran. Carmelo es tímido y siente la obligación de proteger a Micala. 2. Magdalena vive con su abuela ciega, sus padres migraron a Plutonio. 3. Magdalena está condiciona con la maestra Cratinis por malas notas en Pociones Mágicas. 4. Reinaldo negocia el cambio de notas con un compañero para Cálculo Mágico. 5. Sol comenta campeonato de caza fantasmas y Micala organiza equipo femenino. 6. Keni se enamora de Virgi, la estudiante nueva. 7. El papá de Keni quiere que él sea mecánico pero Keni quiere ser diseñador de interiores.
Capítulo 2 ACOSO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inspector Mister Máster NN acosa a Virgi. 2. Barbi acepta jugar fútbol por interés, quiere ser famosa en la escuela. 3. Inspector Mister Máster NN acosa a Virgi. 4. Inspector Mister Máster NN acosa a Virgi. 5. Barbi acepta jugar fútbol por interés, quiere ser famosa en la escuela.

CAPÍTULO	LÍNEA DRAMÁTICA
Capítulo 2 ESTEREOTIPOS FAMILIA Y ESCUELA	6. Míster Máster rechaza equipo femenino y Cratinis lo enfrenta. 7. Magdalena escoge taller de domar dragones. 8. Cratinis presiona a Magdalena por sus malas notas. 9. Sol gana la confianza de los aprendices, animándolos para el campeonato.
Capítulo 3 ABUSO POR GÉNERO ESTEREOTIPOS FAMILIA ESCUELA Y SOCIEDAD ACOSO	1. Barbi ha sido educada para vestir bien y mostrar en todo momento su delicadeza femenina. 2. Virgi siente envidia de Micala por el liderazgo, entra al equipo de cazafantasmas para opacarla. 3. Micala pide ayuda Carmelo para entrenamiento. 4. Barbi exige uniformes a la moda para el equipo y Keni la apoya. 5. Virgi se burla de los detalles de Keni. 6. Amigos de Carmelo se burlan de él porque no tiene novia. 7. Reinaldo y amigos acosan a Barbi.
Capítulo 4 ESTEREOTIPOS ESCUELA ABUSO POR GÉNERO CORRUPCIÓN	1. Profesor de domar de dragones se burla de Magdalena porque escogió un taller, tradicionalmente, para brujos. 2. Sol habla con Magdalena y ayuda recuperar su autoestima. 3. Barbi abofetea a Reinaldo y todos se burlan de él. Reinaldo ultraja a Barbi y Micala los separa. 4. Magdalena pide a Reinaldo que cambie su nota de Pociones Mágicas pero no tiene dinero para pagarle. 5. Virgi le cuenta a Míster Máster que las brujas entrenan con Carmelo en secreto. 6. Keni y Barbi diseñan uniformes para el equipo femenino 7. Barbi sale con un brujo, exige que le paguen todo. Chantajea a Felipe para que la deje sola.

CAPÍTULO	LÍNEA DRAMÁTICA
<p>Capítulo 5</p> <p>ESTEREOTIPOS FAMILIA Y SOCIEDAD</p> <p>VIOLENCIA</p> <p>CORRUPCIÓN</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. En la clase de la maestra Sol, se discute el irrespeto entre brujas y brujos por la pelea entre Barbi y Reinaldo 2. Amigos proponen plazo a Carmelo para que presente a su novia. 3. Carmelo pide a Micala que finjan ser novios. 4. Relación sexual de Magdalena y Reinado por chantaje. 5. Reinaldo negocia con Míster Máster el cambio de notas de Magdalena. 6. Virgi manipula a Míster Máster en contra de Micala, para que la destituyan del equipo femenino por entrenar con un brujo. 7. Lizbeth atiende a su hermano Keni pero él la reprende y ella sufre porque se siente desvalorizada.
<p>Capítulo 6</p> <p>ESTEREOTIPOS SOCIEDAD</p> <p>CORRUPCIÓN</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Micala y las brujas mejoran en los entrenamientos. Carmelo es popular entre ellas. 2. Micala cuenta a su madre que quiere conseguir dinero para los uniformes. Su mamá la apoya. 3. Keni invita a salir a Virgi y ella lo rechaza porque lo considera afeminado. Keni llora y recuerda que siempre le han discriminado. 4. Maestra Cratinis felicita a Magdalena por buenas notas. 5. Carmelo presenta a Micala como novia a sus amigos. 6. Felipe exige dinero a Barbi a cambio de no contarle a su papá que se ve a solas con sus amigos. 7. Barbi exige que todas las brujas se maquillen para el campeonato pero Micala afirma cada quien es femenina a su manera.
<p>Capítulo 7</p> <p>ESTEREOTIPOS</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Magdalena saca las mejores notas en taller de domar dragones. 2. Micala sobresale en el equipo pero Míster Máster amenaza eliminarla del equipo. 3. Micala cuenta a Sol la decisión de Míster Máster.

CAPÍTULO	LÍNEA DRAMÁTICA
<p>ESCUELA</p> <p>ABUSO POR GÉNERO</p>	<ol style="list-style-type: none"> 4. Micala motiva a sus amigas para trabajar y conseguir dinero para los uniformes. 5. Magdalena descubre que su ombligo brilla y le cuenta a Reinaldo que está embarazada. 6. Keni abandona su motivación de conquistar a Virgi. 7. Inicia el campeonato. Las brujas pierden, los brujos ganan.
<p>Capítulo 8</p> <p>ESTEREOTIPOS SOCIEDAD</p> <p>CORRUPCIÓN</p> <p>ABUSO Y VIOLENCIA POR GÉNERO</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sol demuestra a Mister Máster que no puede destituir a Micala. 2. Sol conversa con los aprendices sobre el amor, las relaciones sexuales protegidas y la responsabilidad de llevar condones tanto brujos como brujas. 3. Virgi prepara un incendio en los entrenamientos para inculpar a Micala. 4. Carmelo entrena por última vez a las brujas porque ya se inicia el campeonato. 5. Mister Máster culpa a los alumnos por incendio y los sanciona. 6. Barbi descubre su talento para cazar fantasmas. 7. Reinaldo propone dinero a Magdalena para aborto.
<p>Capítulo 9</p> <p>ESTEREOTIPOS FAMILIA Y ESCUELA</p> <p>VIOLENCIA POR GÉNERO</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alumnos confiesan a Sol que no provocaron el incendio. Sol defiende a los brujos ante Mister Máster. 2. Cratinis pone en duda a Mister Máster y a Sol, pide una investigación. 3. El equipo femenino de cazafantasmas pierde, los brujos se burlan de ellas. 4. Magdalena decide continuar su embarazo, mientras se lo cuenta a Micala, Virgi las escucha. 5. Virgi cuenta el embarazo de Magdalena a Mister Máster. 6. Los padres de Keni lo descubren planchando su ropa, castigan a Lizbeth y Keni la defiende.

CAPÍTULO	LÍNEA DRAMÁTICA
<p>Capítulo 10</p> <p>ESTEREOTIPOS ESCUELA Y SOCIEDAD</p> <p>VIOLENCIA Y ABUSO POR GÉNERO</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Juega el equipo de Carmelo y las brujas los apoyan a pesar de que se burlaron de ellas. 2. Los profesores hacen comentarios machistas y Sol les exige que los corrijan. 3. Felipe se olvida de encontrarse con Barbi y regresa sólo a casa. Felipe confiesa a su padre el acuerdo que tiene con Barbi. Ella es castigada pero Felipe no. 4. Barbi profundiza su amistad con Keni. Decoran el salón para la fiesta del campeonato. Barbi piensa en elección de reina y Keni le habla de la belleza interior. 5. Míster Máster conoce el embarazo de Magdalena y decide su cambio al colegio nocturno. 6. Cratinis maltrata Magdalena por el embarazo.
<p>Capítulo 11</p> <p>ESTEREOTIPOS ESCUELA</p> <p>VIOLENCIA Y ABUSO POR GÉNERO</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Final de campeonato. Las brujas ganan en su categoría y los brujos en 2do lugar. Las brujas festejan el triunfo mientras que los brujos se acusan entre ellos. 2. Sol felicita a los 2 equipos y le hace reflexionar sobre el trabajo en equipo. 3. Sol y los brujos proponen fiesta de final de campeonato. 4. Magdalena gana concurso de domar dragones. 5. Micala pide a Míster Máster que desista de la expulsión de Magdalena por su embarazo pero él lo reafirma. 6. Magdalena se siente cada vez más enferma pero los profesores no le prestan atención. 7. Barbi se pregunta porque son injustos sus papás y decide tomar la apariencia de un brujo.
<p>Capítulo 12</p> <p>VIOLENCIA Y ABUSO POR GÉNERO</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Magdalena se desmaya en los brazos de Virgi y ella recibe sus recuerdos, se entera del chantaje de Reinaldo y los negocios con Míster Máster. 2. Cratinis apoya al inspector para que Magdalena abandone el colegio por el prestigio de la institución.

CAPÍTULO	LÍNEA DRAMÁTICA
ESTEREOTIPOS FAMILIA	<ol style="list-style-type: none"> 3. Profesor de domar de dragones considera a Magdalena como su mano derecha. 4. Magdalena va al hospital ayudada por Sol y Micala. 5. Magdalena muere en el hospital por mala ubicación del embrión.
Capítulo 13 ESTEREOTIPOS SOCIEDAD Y FAMILIA VIOLENCIA POR GÉNERO CORRUPCIÓN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cratinis se arrepiente de su maltrato a Magdalena. 2. Sol organiza con los brujos el funeral de Magdalena. 3. Virgi recuerda que perdió a su bebé por los golpes de su novio y que podría estar muerta como Magdalena. 4. Míster Máster y autoridades del colegio tratan de evadir su responsabilidad sobre la muerte de Magdalena. 5. Micala habla con su madre y la apoya para defender el derecho a estudiar de las brujas embarazadas. 6. Micala y la escuela organizan una manifestación en rechazo a la discriminación de las brujas embarazadas. Micala y Carmelo se reconcilian en la manifestación. 7. Barbi llega tarde, responde a los padres y no explica su conducta.
Capítulo 14 ESTEREOTIPOS FAMILIA Y SOCIEDAD VIOLENCIA POR GÉNERO CORRUPCIÓN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keni y Lizbeth practican un conjuro y desaparecen por varios días. 2. Virgi habla con Reinaldo sobre la muerte de Magdalena. Reinaldo se convierte en sapo para reflexionar sobre su comportamiento. 3. Barbi habla con su familia, les confiesa sus sentimientos y mejora su relación con ellos. 4. Míster Máster intenta abusar de Virgi. 5. Virgi envía una nota anónima a Cratinis, Micala y Sol contando el proceder de Míster Mater. 6. Micala y compañeros exigen la destitución de Míster Máster. Organiza un grupo juvenil por la equidad.

CAPÍTULOS	LÍNEAS DRAMÁTICAS
Capítulo 15 ESTEREOTIPOS SOCIEDAD ABUSO Y VIOLENCIA POR GÉNERO CORRUPCIÓN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Micala se acerca a Virgi y le brinda su confianza. 2. Micala no puede seguir mintiendo y confiesa a Carmelo que está enamorada de él. 3. Keni consuela a Virgi porque la ve triste. Ella lo compara con su antiguo novio y le confiesa su historia. 4. Los padres de Keni valoran a sus hijos que aparecen con la ayuda de Sol; los aceptan como son. 5. Sol habla con otros profesores sobre corrupción y resuelven que los alumnos elijan a sus autoridades. 6. Cratinis enfrenta a Mister Máster y lo destituye en nombre del Consejo de Brujos. Los espíritus de los antiguos magos pierden a Mister Máster en el tiempo.
Capítulo 16 EQUIDAD DE GÉNERO ESTEREOTIPOS SOCIEDAD	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reunión del grupo juvenil en la playa. Los brujos y brujas se proponen ayudar a otros brujos para vivir en equidad de género. 2. Keni invita a sus amigos a preparar una fiesta por fin de año, en la playa. 3. Carmelo confiesa sus sentimientos a Micala. Se besan. 4. Virgi se siente atraída por Keni porque no se siente juzgada. 5. Reinaldo acude a Sol porque se siente arrepentido. Él decide ir a trabajar con brujos que no tienen familia. 6. Reinaldo se disculpa con sus compañeros; les confiesa que los admira y valora. 7. Reinaldo empieza a transformarse de sapo a brujo.

Este cuadro referente al Desarrollo Temporal de la Historia de la radionovela Toque Mágico es la penúltima fase del proceso creativo del libretista, a continuación, se escriben los libretos de cada capítulo del radiodrama.

6.12. El Libreto radiofónico y su validación con la comunidad

El cuadro del Desarrollo Temporal de la Historia es una guía para libretar los radiodramas, es decir, escribir las escenas de cada capítulo, especificando lugares, diálogo de personajes y acciones. Al igual que en otras producciones radiales, el libreto usa su lenguaje técnico como la numeración de líneas, detalle de control, música, intervención de actores o narrador, etc. Esta fase se refiere a la capacidad del libretista para cambiar o transformar lo escrito y así generar empatía con la audiencia, por ello, su quehacer creativo llega hasta la validación de los libretos, que es ponerlos a juicio de la comunidad para corregir su contenido porque conseguir *“la sintonía con la vida, expectativas y sentimientos de nuestra audiencia no depende sólo de nuestra intuición, requerimos confrontar constantemente nuestros avances con el público”*: Ampuero, (2007, p.3).

En el proceso de validación se emplea la técnica del focus group formado por 8 ó 12 personas que leen, escuchan y reflexionan sobre el contenido del libreto. A continuación, algunas recomendaciones para obtener las aportaciones de la comunidad sobre lo escrito y que constan en el estudio de Javier Ampuero: *“Escuchando a nuestra audiencia: procesos de validación y monitoreo”*:

Paso 1. Presentación: de los asistentes y explicación del objetivo de la reunión.

Paso 2. Lectura del libreto: Pedir sinceridad en las opiniones.

Paso 3. Evaluación de la empatía: Conocer qué partes de la historia resultan atractivas, identificar a los personajes y situaciones de la vida real. Para esto se realizan las siguientes preguntas:

“¿Qué partes de la historia encuentras más atractiva? ¿Originales? ¿Dramáticas?

¿Qué partes de la historia te resultan confusas?

¿Qué personajes te han interesado más? ¿Cuáles entre ellos te parecen que tienen más vida?

¿Es el personaje principal interesante y creíble?": Seger, (2007, p.209).

“¿Suena realista el diálogo? ¿Hay alguna frase que suene artificial?": Seger, (2007, p.210).

Paso 4. Evaluación de la comprensión: Es describir los hechos, escenarios, características físicas, psicológicas y ocupacionales de los personajes. Lograr la predicción sobre el futuro de cada personaje. Las siguientes preguntas ayudan en esta etapa:

“¿De qué crees que trata el guión?

¿Qué temas piensas que se intentan comunicar?

¿Te resultó el concepto intrigante? ¿Te hizo pensar en otras ideas parecidas?

¿Puedes pensar en otras ideas que debería considerar? ¿Quizá en otro giro de la historia? ¿Algo que añadir a algún personaje?": Seger, (2007, p.209).

Paso 5. Evaluación de la motivación: Se identifican las situaciones de mayor impacto, obtener opiniones sobre dichos y hechos de los personajes y permitir la confrontación entre los diferentes puntos de vista. Tras la validación del libreto radiofónico, el libretista obtiene respuestas a las siguientes interrogantes:

“¿La comunidad percibe los temas, enfoques y mensajes planteados en el libreto (y que figuran en la malla de valores)?

¿Qué nuevos temas e interpretaciones plantean?

¿Qué actitudes, opiniones y sentimientos provoca la historia del radiodrama en la comunidad respecto a cada tema?

¿Cuán dispuestos estarían los asistentes a escuchar y compartir el radiodrama con su entorno (familia, amigos, etc)?: Ampuero, (2007, p.4)

Los libretos de la producción se validan con la gente para garantizar que el mensaje del producto tenga empatía con los oyentes. La siguiente escena, corresponde a la primera versión del capítulo 1 de la radionovela Toque Mágico; las observaciones de la comunidad y de los especialistas en el tema, determinaron que el libreto debía reescribirse.

037 CONTROL: (FADE IN) MÚSICA SUAVE (FONDO)

038 ARAÑA: Pero que oigo es Henalé, una de las más jovencitas entre las
039 aprendices de hechicera, Henalé está triste porque recuerda a sus
040 padres que viajaron por trabajo allá... a las minas de plutonio. Vive con
041 su abuela pero está ciega... ¿Qué dice? ¿Algo murmura?...

042 CONTROL: (FADE IN) MÚSICA SUAVE SE FUNDE CON LLANTO

043 DESCONSOLADO DE HENALÉ (FONDO)

044 HENALÉ: (TRISTE) Jamás podré ser una hechicera sino puedo hacer
045 una simple poción para curar el hipo... La maestra Cristina me
046 suspenderá y no podré seguir en esta academia y ya es la segunda vez
047 que tengo bajas notas en Posiciones Mágicas ¿por qué esa materia me
048 resulta tan difícil? ... Y mis padres tanto sacrificio que hacen por darme
049 esta profesión.

050 CONTROL: (FADE IN) MÚSICA SUAVE (FONDO)

051 ARAÑA: (MOLESTA) Ahhh... esa Cristina, es la bruja mayor, sus años de
052 experiencia y su toque mágico le han dado la mejor reputación en la
053 academia. Pero si que sabe ser molesta, exige a los estudiantes lo que
054 debe y no debe. (INTRIGA) Cuando ella pasa todos se esconden, menos
055 uno... ¿Qué hace Therco ahí?

056 CONTROL: MÚSICA SUAVE DE FONDO SE FUNDE CON EFECTO DE
057 MURMULLOS DE ALUMNOS DESPAVORIDOS QUE MENCIONAN A
058 CRATINIS. MURMULLOS DESAPARECEN.

059 EFECTO: ZAPATOS DE TACO QUE CAMINAN SOBRE PISO DE
060 MADERA DE FONDO A 2DO PLANO

061 CRISTINA: Therco... ¿Qué hace fuera del aula?

062 THERCO: Maestra Cristina la estaba esperando... Sabe, mi tío fabrica
063 bolas de cristal de gran calidad y me ha pedido ayuda para instalar una
064 en la academia... Solicito su permiso.

065 CRISTINA: Ahhh... su tío las fabrica. Sí es así permiso concedido pero
066 después le pediré algo a cambio. Puede retirarse. (PENSANDO) Therco
067 es ya todo un hombre, su sonrisa, sus ojos, su cuerpo... No, no... pero
068 que pienso es un aprendiz y ya...

069 CONTROL: MÚSICA SUAVE (FONDO)

070 ARAÑA: Ese no puede ser otro que Mijad, el consentido de Míster Máster
071 NN, Mijad es un maestro de la negociación telepática y de la
072 teletransportación, con ellas y con sus relaciones mueve los hilos al
073 interior de la academia. Cuando los alumnos, como en este caso Gerjo,
074 fracasan en sus estudios hablan con Mijad y asunto arreglado...

Este libreto fue validado por 7 integrantes; 4 varones y 3 mujeres; de la Red Juvenil Ponte Once y el equipo técnico del Fondo de Población de las Naciones Unidas-UNFPA de Portoviejo como resultado, los integrantes del grupo focal, señalan en un 43%, es decir, 3 de 7 participantes no sentirse identificados con los personajes, principalmente, porque estos poseen nombres largos y extraños que, además resultan difíciles de recordar. Ante esta observación, la comunidad sugiere que se adopten nuevos nombres: ver Anexo 2. Además, se reconoce en el libreto, las experiencias contadas por ellos, el tema de la equidad de género y a Micala como el personaje positivo.

El equipo técnico del UNFPA, resalta la existencia de escenas y personajes que no están relacionados al tema de la equidad de género que acentúan la discriminación y rechazo hacia las personas de aquellas características. Así lo señala Belén Marotos, miembro del equipo técnico UNFPA-Portoviejo: *“encuentro diversidad de situaciones que pretenden ser reflejo de problemáticas que tienen que ver con la construcción de mujer y de hombre que social e históricamente se ha ido dibujando en Portoviejo. Sin embargo, en algunas ocasiones creo que estas situaciones no se matizan y no detallan lo suficiente, como si se sobreentendiera lo que se pretende analizar. Por ejemplo: No entiendo muy bien que representa la maestra Cristina en el transcurso de la historia. ¿Qué se pretende visibilizar en la relación con su alumno Therco? ¿Se criminaliza a la mujer por tener una relación con alguien más joven y se pretende mostrar que no sucede lo mismo a la inversa?”*: ver Anexo 3.

Las apreciaciones externas para quien libreta mejoran el contenido y la forma del radiodrama, de tal forma, las observaciones y sugerencias hechas al capítulo piloto de Toque Mágico, determinaron que el libreto se reescriba, eliminando o fusionando personajes y escenas. Por ejemplo, la profesora Miconah ahora se llama Sol, Arduode es Carmelo, Henalé cambia su nombre por Magdalena para reforzar la tristeza y llanto del personaje. Se suprimió el romance que viven la maestra Cristina y su alumno Therco porque no refuerzan el tema de equidad de género que busca transmitir el radiodrama. A continuación, una escena de la segunda versión del capítulo 1 de Toque Mágico, que contiene las valoraciones de la comunidad:

031 EFECTO: GEMIDOS Y LLANTOS

032 ARAÑA: Ahora oigo un leve llanto... Es Magdalena, compañera de Micala
033 y Carmelo en la escuela de hechicería. Magdalena está triste porque
034 recuerda a sus padres que viajaron por trabajo allá... a Plutonio a
035 cosechar melones iónicos. Vive con su abuela que está ciega... ¿Qué
036 dice? ¿Algo murmura?...

037 EFECTO: AMBIENTE LABORATORIO. LÍQUIDOS EN EBULLICIÓN DE
038 FONDO

039 MAGDALENA: (TRISTE) Jamás seré una hechicera si no puedo hacer
040 una simple poción para curar el hipo... La maestra Cratinis me
041 suspenderá por segunda vez y no podré seguir en esta escuela. Ohhh,
042 ¿Qué voy a hacer?

043 EFECTO: AMBIENTE LABORATORIO. LÍQUIDOS EN EBULLICIÓN SE
044 DESVANECE Y CROSS FADE CON SONIDO DE ZAPATOS DE TACO
045 QUE CAMINAN SOBRE PISO DE MADERA

046 ARAÑA: (MOLESTA) Ahhh... esa Maestra Cratinis, es la bruja mayor,
047 sus años de experiencia y su toque mágico le han dado la mejor
048 reputación de la escuela.

049 DICCIONARIO: Pero que cargosa es, exige demasiado a los estudiantes.
050 Cuando ella pasa todos se esconden y todo queda en silencio.
051 (SILENCIO)

052 EFEECTO: RUGIDO DE BESTIA

053 DICCIONARIO: Ayy Amita... ¡Qué susto! ¿Qué fue eso tan horrible?

054 CONTROL: CARACTERÍSTICA NARRADORES SUBE A PP 00:05,
055 BAJA Y QUEDA DE FONDO

056 ARAÑA: Tranquilo diccionario. Ese fue Reinaldo, el consentido del
057 inspector Míster Máster NN, Reinaldo es un as de la negociación y de la
058 tele-transportación.

059 DICCIONARIO: Lo que quiere decir es que Reinaldo tiene palancas en la
060 escuela y parece que estuviera en todas partes.

061 CONTROL: CARACTERÍSTICA NARRADORES SE DESVANECE

062 ARAÑA: Cuando los alumnos fracasan en sus estudios hablan con
063 Reinaldo y asunto arreglado... Diccionario, allí, en las escaleras, pégate a
064 la pared y oirás que sucede...

El proceso de validación es constante para asegurar la participación de la comunidad y crear historias reales con su cotidianidad, por eso, esta segunda versión del capítulo 1 también, es analizada por los integrantes de la Red Juvenil Ponte Once.

Hasta el capítulo nº5 se emplea, en la validación, la técnica del focus group para asegurar el desarrollo dramático del radiodrama y reconstruirlo en caso de ser necesario: ver Anexo 4. El principal factor que obstaculizó continuar el trabajo con el focus group, fue el dinero para la logística de los encuentros. Sin embargo, los demás capítulos, se corrigieron mientras los actores, jóvenes de la localidad, ensayaban en seco; así se modificaron, particularmente, los diálogos del libreto.

Así finaliza, el proceso creativo de los radiodramas de edu-entretenimiento pero la aventura continúa porque el proceso de participación ciudadana se extiende a la grabación, promoción y difusión del radiodrama para lograr la reflexión sobre la problemática que vive la comunidad.

Todas las actividades que se desarrollan en estas etapas de producción del radiodrama, se convierten en “*espacios de aprendizaje útiles para mejorar su vida cotidiana*”: Calandria, (2002). Este documento se ha focalizado en la etapa creativa para demostrar que se existen producciones locales atractivas y de contenido social, a partir, de la participación activa de la comunidad; este trabajo pretende recopilarse en un producto audiovisual para guiar a quienes no posean experiencia previa en el libretaje radiofónico desde la metodología del edu-entretenimiento pero que sí posean vocación por el desarrollo social y, en este caso, desde la radio.

6. MARCO METODOLÓGICO: EL CAMINO A SEGUIR

La realización de un producto comunicacional orientado a la educación comunitaria y a la construcción de ciudadanía requiere de procesos de investigación que garanticen el éxito del contenido. Se emplea el método *Histórico Lógico*, en la representación de hechos fundamentales del desarrollo del objeto de estudio que, en este caso, posibilitan exponer de manera progresiva cada uno de los temas de este trabajo para llegar a una comprensión profunda del mismo.

Además, este método teórico forma parte del proceso de investigación que examina, en fuentes bibliográficas físicas y virtuales, la historia de la radio comunitaria en América Latina y en Ecuador, permitiendo la comprensión y el análisis de su aporte en los procesos de desarrollo social del país. Entonces, surge un razonamiento más profundo del objeto de estudio para lo cual, se emplea el método *Analítico Sintético* porque se genera un procedimiento mental que descompone el todo en sus componentes para establecer relaciones entre estas partes constitutivas mediante la integración mental.

El método analítico está inmerso en cada etapa de la realización de este trabajo de titulación porque se utiliza, constantemente, la reflexión mental que va desde la formulación misma del tema de estudio, luego al investigar cada área que lo compone como el libreto, el edu-entretenimiento, el empoderamiento de derechos, la radio comunitaria hasta llegar a las conclusiones y recomendaciones.

La Modelación se emplea para crear un ente similar al objeto de estudio y resolver el problema identificado porque, de esta manera, se descubren nuevas relaciones que no son visibles en la realidad. Por ello, la modelación se utiliza en este trabajo para adaptar el *edu-entretenimiento*, metodología propuesta por PCI, a la realidad de la localidad en la que se desarrolla la experiencia comunicativa.

Para complementar la información entorno al edu-entretenimiento, las técnicas de libretaje y el papel del libretista en producciones sociales se emplea *la entrevista* porque permite la recopilación de información mediante el diálogo directo entre el profesional y el entrevistador para profundizar en las opiniones, intereses, valoraciones, etc. Esta técnica se utiliza en las diferentes etapas de la labor investigativa para recoger datos sobre las variables de estudio.

La investigación se profundiza obteniendo datos sobre el público objetivo es necesario la aplicación del *Cuestionario* porque se obtiene información precisa, a través, de las preguntas previamente elaboradas que miden actitudes o criterios respecto al tema estudiado. Esta técnica se complementa con el método estadístico, que sintetiza los datos de los cuestionarios aplicados para conocer de manera cuantitativa, el grado de información que tienen los beneficiarios de este trabajo en torno al libreto, radiodramas, edu-entretenimiento y la radio comunitaria.

En cuanto a la investigación de campo, se utiliza la técnica del focus group, en el proceso creativo, de la metodología del edu-entretenimiento para construir el libreto de los radiodramas. Esta técnica, altamente participativa, permite que los asistentes reflexionen sobre la problemática de su comunidad, cuenten sus testimonios o anécdotas sobre los asuntos educativos señalados en la Malla de Valores, escriban historias y diseñen personajes, así como emitan sus opiniones en la validación de libretos sobre el lenguaje empleado, el desarrollo de la trama o perfiles de personajes.

Estos métodos y técnicas de investigación sirven para conocer las necesidades y expectativas relacionadas al tema estudiado y, sobre las cuales, este trabajo de titulación expone alternativas.

7. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

7.1 Resultados de la Encuesta: Este plan de titulación aplica una encuesta a jóvenes, hombres y mujeres de entre 15 a 24 años, de nivel socio-económico medio y que viven en la ciudad de Portoviejo, para conocer sus percepciones entorno a la radio comunitaria, los radiodramas de edu-entretenimiento y el libreto radiofónico.

La población de entre 15 y 24 años, en la ciudad de Portoviejo, es de 28.445 jóvenes, que concentra a 13.771 hombres y 14.674 mujeres. Según el INEC-Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, en el 2001, este grupo representa el 1.6% del total de jóvenes, de igual rango etario, que viven en el país: SIISE 4.0, (2008).

La muestra representativa para este estudio es 300 encuestados de 28.445 jóvenes que viven en Portoviejo, es decir, el 1% de su universo. El tamaño de la muestra responde a $\pm 5\%$ de margen de error, 95% de confiabilidad y 50% de probabilidad; esta *“combinación es utilizada, por lo general, en investigaciones sobre cuestiones sociales y aquí se incluyen los estudios de comunicación”*: Macassi, (1997, p.31). De esta manera, los resultados obtenidos en la encuesta tienen una precisión de $\pm 5\%$, las afirmaciones que se hacen son verdaderas en 95 de cada 100 participantes, con jóvenes de Portoviejo que han tenido dos posibilidades: de ser escogidos o no para integrar la muestra y, por lo tanto, cada alternativa tiene un porcentaje del 50%.

Los cuestionarios se aplican, en distintos lugares de la ciudad; colegios, universidades, grupos juveniles y en la calle; la modalidad para completarlos varía entre auto llenado individual y dictado de respuestas.

Del total de las 300 encuestas, 170 son mujeres y 130 son varones. Hay mayoritariamente mujeres de entre 16 y 18 años, que suman 93 participantes es decir el 31% del total de encuestados. En cuanto al grupo de los varones, la mayor proporción corresponde a 71 participantes, de entre 17 y 19 años, equivalente al 24% del universo encuestado. A continuación, estos resultados se grafican en la tabla 1:

Tabla 1. Aplicación cuestionarios a hombres y mujeres por edad				
EDAD	Hombres		Mujeres	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
15	8	6,2%	26	15,3%
16	11	8,5%	31	18,2%
17	23	17,7%	19	11,2%
18	17	13,1%	43	25,3%
19	31	23,8%	15	8,8%
20	12	9,2%	11	6,5%
21	6	4,6%	8	4,7%
22	10	7,7%	5	2,9%
23	7	5,4%	9	5,3%
24	5	3,8%	3	1,8%
Total	130	100,0%	170	100,0%

Los encuestados fueron elegidos aleatoriamente y respondieron a un documento de 10 preguntas cerradas para evaluar sus conocimientos sobre el trabajo de la Radio Comunitaria en el país, el cambio social, la estructura del libreto radiofónico, así como el tiempo y el formato del producto audiovisual mediante el cual se difundirá la metodología del edu-entretenimiento para la elaboración de radiodramas sociales. El formato del cuestionario aplicado y las respectivas preguntas, se presenta en el Anexo 5.

A continuación, se presenta la interpretación de las respuestas obtenidas en los cuestionarios y su aplicación para este trabajo de titulación:

1. ¿Conoces qué es la Radio Comunitaria?

En el gráfico 1, se observa que el 75%, es decir, 225 participantes NO conoce la Radio Comunitaria y el 25%, que representa a 75 encuestados, dice SÍ tener conocimientos sobre el tema. Aplicando el margen de error, se observa que los jóvenes de Portoviejo, entre un 70% y 80% NO saben lo que es la Radio Comunitaria. Mientras que, entre un 20% y 30%, su respuesta es afirmativa.

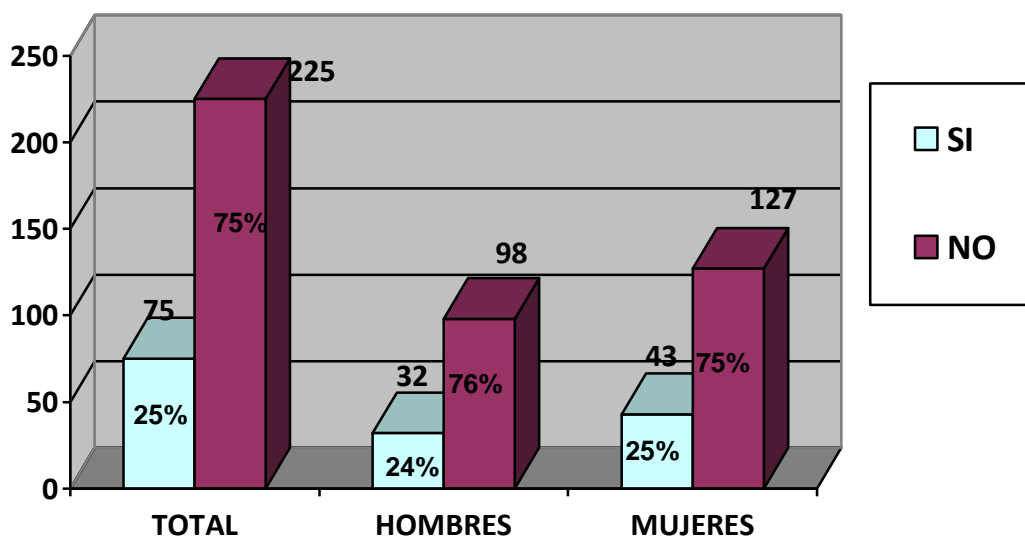


GRÁFICO 1. ¿Conoces qué es la Radio Comunitaria?

Saber que la mayoría de los jóvenes, no tiene conocimientos en torno a la Radio Comunitaria, determina que en el contenido del producto audiovisual se realice una introducción sobre este medio de comunicación para resaltar su trabajo en procesos sociales y de organización ciudadana.

2. ¿Crees que la Radio Comunitaria colabora en el desarrollo de las comunidades ecuatorianas?

El gráfico 2, indica que 225 encuestados desconocen la labor de la Radio Comunitaria en nuestro país y eso se expresa con un porcentaje del 75% sobre la opción NO. Luego 75 personas, es decir, el 25% se expresan con el Sí. El margen de error, con relación al NO está entre el 70% y 80% mientras que el Sí varía entre el 20% y 30%. También, el gráfico, detalla las respuestas desde las perspectivas masculina y femenina.

El resultado establece que, en el producto audiovisual, se transmita que la comunicación radiofónica apoya procesos de desarrollo social en nuestro país.

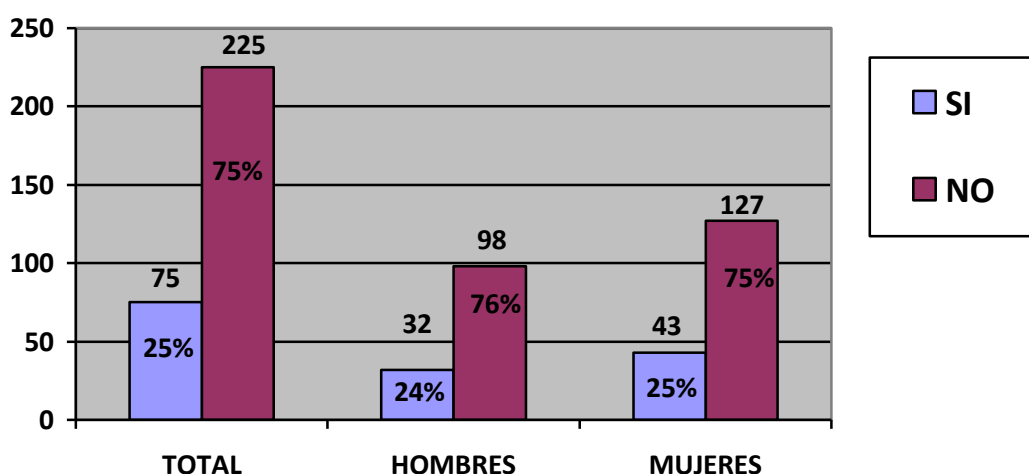


GRÁFICO 2. ¿Crees que la Radio Comunitaria colabora en el desarrollo de las comunidades ecuatorianas?

3. ¿Crees que en la Radio Comunitaria se transmiten programas producidos por los oyentes?

Tanto hombres como mujeres, en número de 294, correspondientes al 98%, manifiestan NO saber que la Radio Comunitaria transmite programas producidos por los oyentes. Mientras que 6 personas, representadas en el 2%, lo afirman.

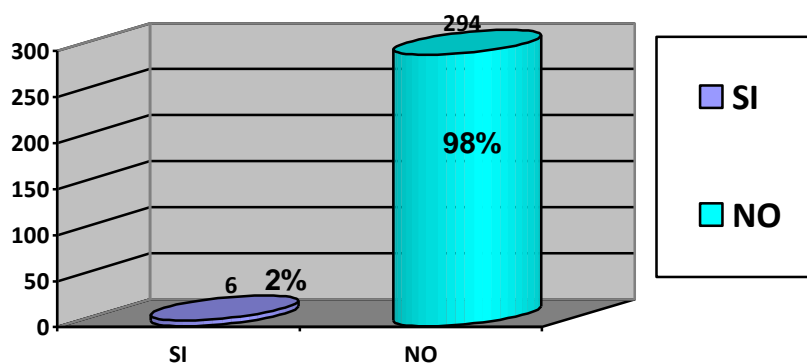


GRÁFICO 3. ¿Crees que en la Radio Comunitaria se transmiten programas producidos por los oyentes?

La mayoría de los encuestados desconoce qué es la Radio Comunitaria y, por lo tanto, 128 de 130 varones y 166 de 170 mujeres, no saben que la Radio Comunitaria transmite programas que producen los oyentes. Estos datos se representan en el gráfico 3.1.

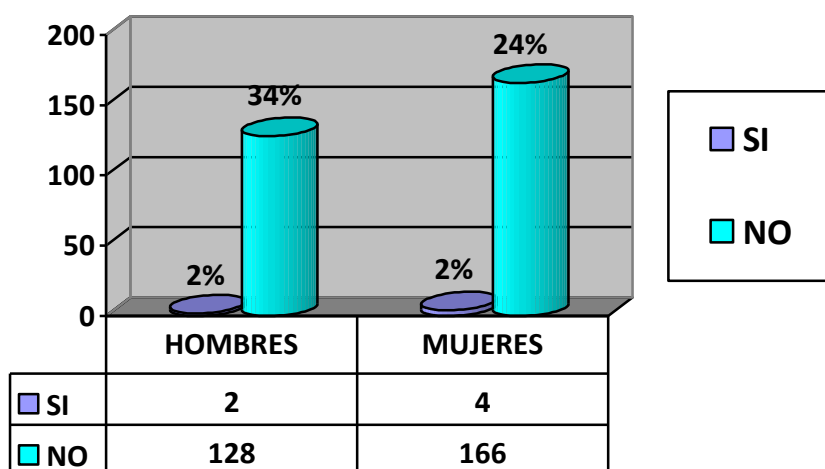


GRÁFICO 3.1. ¿Crees que en la Radio Comunitaria se transmiten programas producidos por los oyentes?

4. ¿Qué es para ti una radionovela?

De los 300 jóvenes encuestados 213 participantes, es decir el 71%, consideran que la radionovela es un conjunto de historias que se relacionan entre sí y su desarrollo se cuenta en varios capítulos radiales. Por otro lado, 87 jóvenes, es decir el 29%, se refieren a la radionovela como un conjunto de historias tristes que se cuentan a través de la radio. Sin embargo, ningún participante eligió como concepto de radionovela, la alternativa: Historia breve sobre la comunidad.

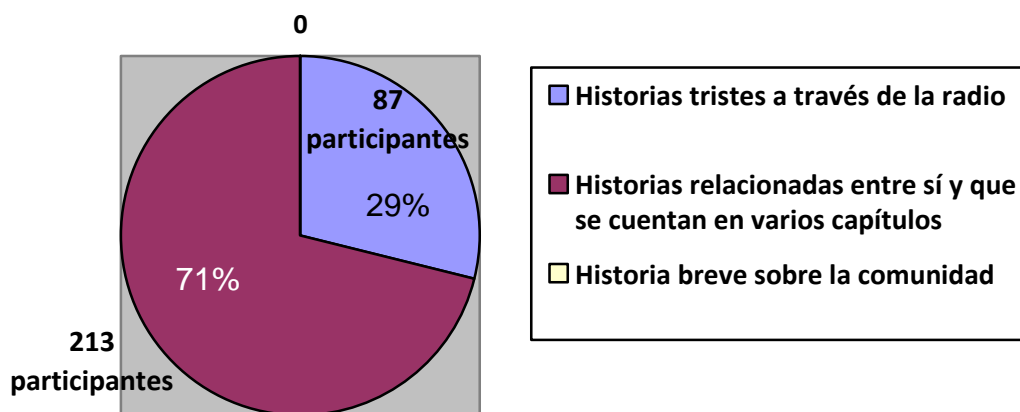


GRÁFICO 4. ¿Qué es para ti una radionovela?

Los resultados por género que consideran a la radionovela como un conjunto de historias que se relacionan entre sí y se cuenta en varios capítulos radiales, corresponden a 94 varones y 119 mujeres. En torno a la alternativa: Historias tristes a través de la radio, 36 son varones y 51 son mujeres. El gráfico 4.1 expresa esta información.

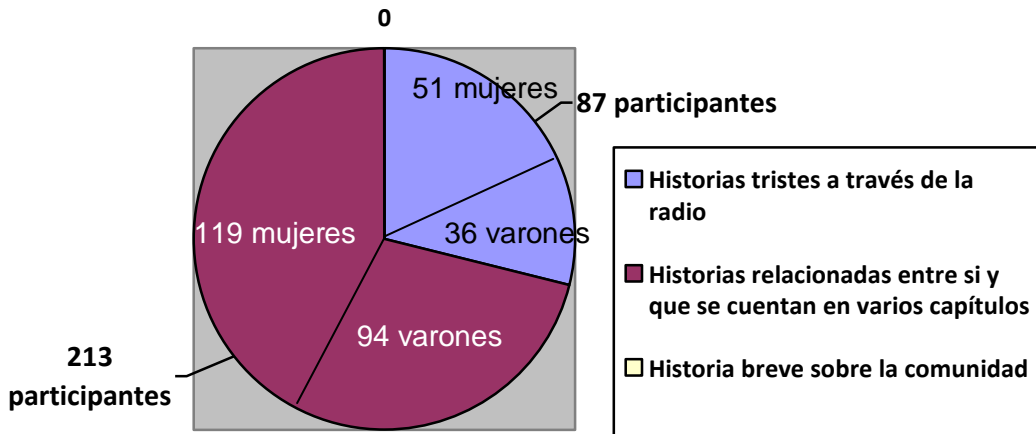


GRÁFICO 4.1. ¿Qué es para ti una radionovela?

Los resultados obtenidos en torno al concepto de radionovela, afirman que este formato no es desconocido por el público objetivo. Por lo tanto, el presente trabajo de titulación emplea, en la parte teórica, la estructura dramática de la radionovela para desarrollar y ejemplificar la metodología de libretaje de radiodramas sociales.

5. ¿La radionovela basada en historias cotidianas de la gente puede educar mientras divierte? Frente a esta pregunta, el mayor pronunciamiento está en el NO SÉ con el 64%, le sigue el SÍ que obtuvo 20% y finalmente, el NO con 16%. Según la respuesta se aprecia que la incertidumbre, en los participantes, predomina aunque tengan claro el concepto de radionovela.

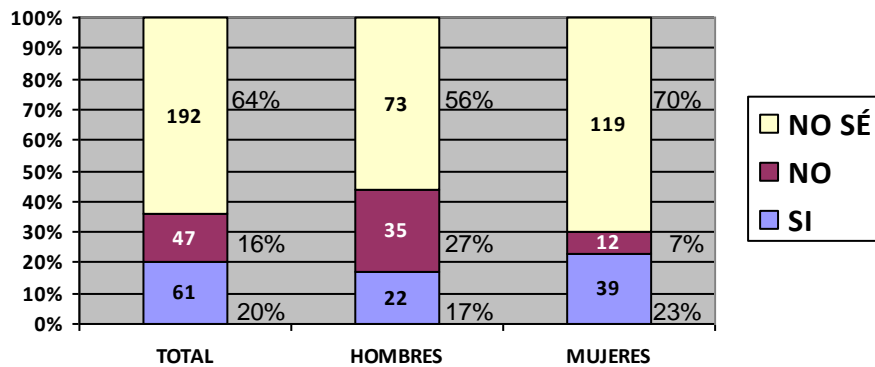


GRÁFICO 5. ¿La radionovela basada en historias cotidianas de la gente puede educar mientras divierte?

Este resultado establece que el libreto de la radionovela, aborde la inequidad de género que vive la juventud de Portoviejo desde un formato de ficción, dejando de lado el realismo dramático pero sí creando metáforas escénicas entre el mundo real y el ficticio.

6. ¿La radionovela puede generar un cambio social?

203 participantes responden NO SÉ, con el 68%, a la posibilidad de que la radionovela genere un cambio social. 54 jóvenes, es decir el 18%, dicen que SÍ y 43 encuestados, que representan el 14%, lo niegan.

Aunque los participantes sí conocen lo que es una radionovela, como lo refleja la pregunta 4, la duda surge en relación al cambio social. Esta información y sus detalles, desde la perspectiva de varones y mujeres, se muestran en el gráfico 6.

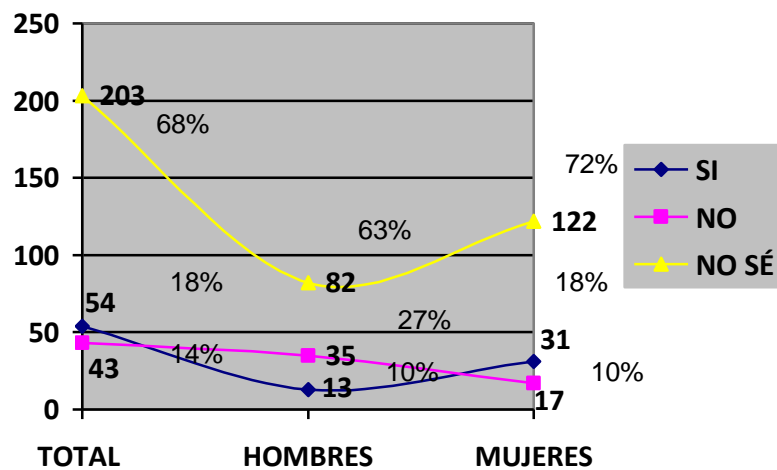


GRÁFICO 6. ¿La radionovela puede generar un cambio social?

7. ¿Sabes qué es un libreto?

La respuesta predominante es que los encuestados NO saben qué es un libreto radiofónico y lo manifiestan 213 participantes que representan el 71%. Luego 87 jóvenes, es decir el 29%, SÍ conocen qué es un libreto. Esta tendencia se mantiene en los resultados desglosados por género, así por ejemplo, el NO obtiene un 88% en el caso de los varones y el 58% entre las mujeres. Observar el gráfico 7.

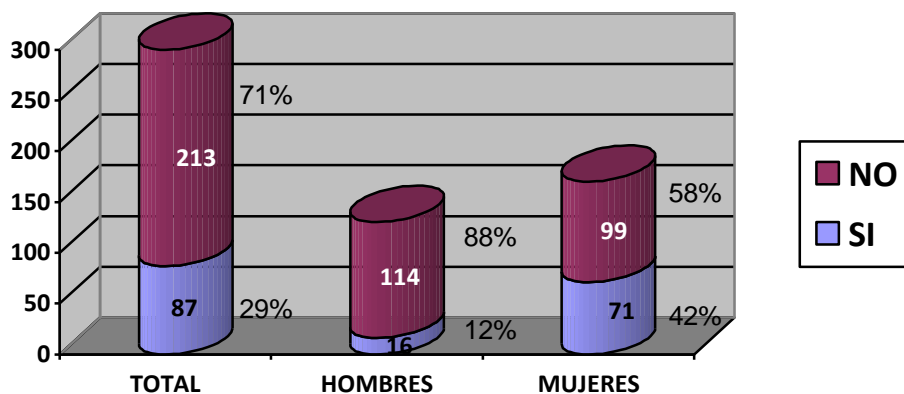


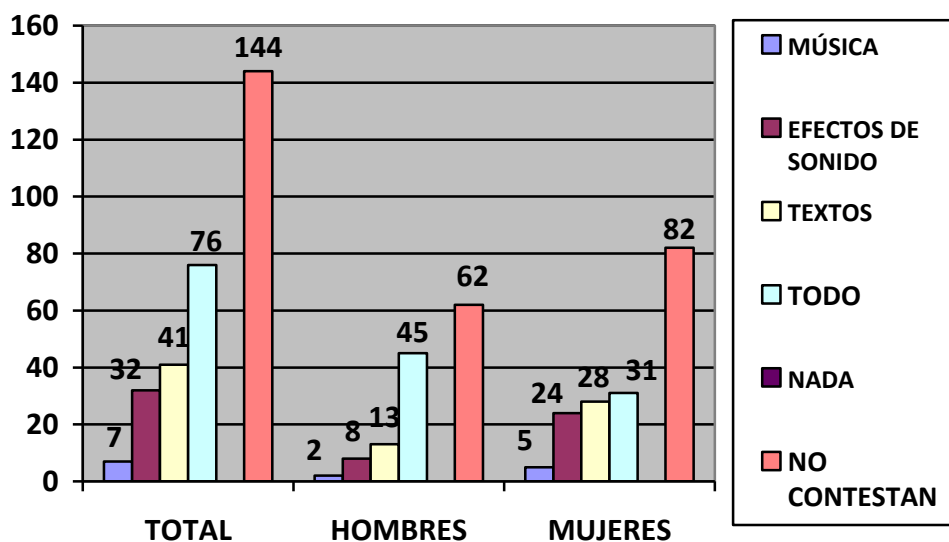
GRÁFICO 7. ¿Sabes qué es un libreto?

Este resultado determina que este trabajo de titulación desarrolle, en su parte teórica, el concepto de libreto y sus características para resaltar el uso de esta herramienta de trabajo en el proceso creativo de los radiodramas.

8. El libreto para radio se compone a través de:

Hombres y mujeres, en porcentaje del 48%, no contestan a esta pregunta, así se refleja el desconocimiento de esta importante herramienta en el quehacer radiofónico al igual que se evidencia en la pregunta anterior. Apenas, un 25% contesta correctamente, afirmando que el libreto consta de música, efecto de sonido y textos literarios.

Mientras que la música, efectos de sonido y texto obtienen los siguientes porcentajes: Música el 2%, efectos de sonido el 10% y textos literarios el 13%. Observe el gráfico 8 para obtener más detalles sobre este resultado.



Respuesta	TOTAL		VARONES		MUJERES	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Música	7	2%	2	1%	5	3%
Efectos de sonido	32	11%	8	6%	24	14%
Textos	41	14%	13	10%	28	17%
Todo	76	25%	45	35%	31	18%
Nada	0	0%	0	0%	0	0%
No contestan	144	48%	62	48%	82	48%
TOTAL	300	100%	130	100%	170	100%

GRÁFICO 8. El libreto para radio se compone a través de:

9. ¿Cuánto tiempo te gustaría que dure un video que muestre cómo libretar para radio?

Del total de participantes, 173 es decir, el 58% señalan que les gustaría conocer cómo se libreta para radio, a través de un audiovisual que dure entre 9 y 12 minutos. Esta misma tendencia se observa en hombres y mujeres, como se muestra en el gráfico 9.

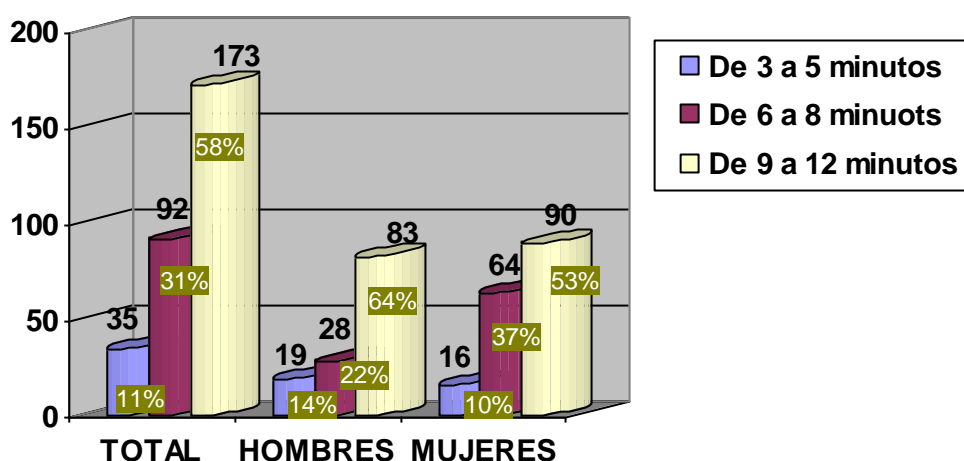


GRÁFICO 9. ¿Cuánto tiempo te gustaría que dure un video que muestre cómo libretar para radio?

Este resultado, dentro del trabajo de titulación, sirve para establecer que el tiempo de duración del video, que forma parte de este proyecto, sea entre 9 y 12 minutos.

10. ¿Qué formato te gustaría para este video?

Como se observa en el gráfico 10, la mayoría de jóvenes, representados en el 47%, señalan que prefieren al reportaje como formato para conocer sobre el libreto radiofónico. En segundo lugar, está la animación con el 38% y finalmente, el documental con el 15%.

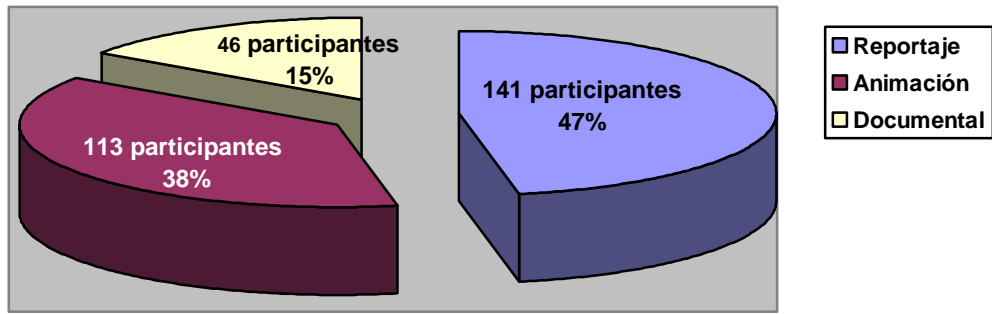


GRÁFICO 10. ¿Qué formato te gustaría para este video?

Los hombres, con el 52% prefiere la animación, el 40% el reportaje y el 8% el documental. En el caso de las mujeres, el 52% apoya el reportaje, el 27% la animación y el 21% el documental. Observar el gráfico 10.1

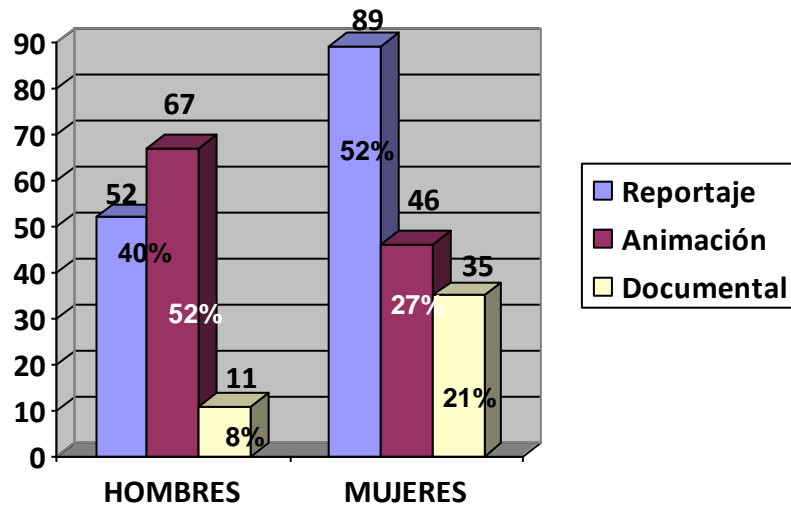


GRÁFICO 10.1. ¿Qué formato te gustaría para este video?

El análisis de las respuestas obtenidas en la aplicación de los cuestionarios permite construir productos comunicacionales amigables al público objetivo en formato, tiempo y contenido para garantizar el uso e impacto de estos.

Es importante señalar que aunque el audiovisual será empleado por la Red de Radialistas Juveniles Ponte Once como herramienta de capacitación para la producción radiofónica, las encuestas no sólo se aplican a los integrantes de la Red sino a distintos jóvenes, en la ciudad de Portoviejo, porque se necesita saber el nivel de conocimientos de quienes representan los potenciales integrantes de esta organización. Pues la capacitación radiofónica sobre la metodología del entretenimiento, apoyada en el audiovisual, está pensada como estrategia para fortalecer la organización interna de este grupo juvenil.

7.2. Producto audiovisual

7.2.1. Identificación:

Título: ¿Cómo escribir radiodramas de edu-entretenimiento?

Género: Reportaje

Tiempo: 16 minutos

Realización: Rocío Pallasco

Target:

- Edad: 15-24 años
- Sexo: Masculino y Femenino
- Nivel Instrucción: Medio
- Área: Urbana
- Otras (especificar cuáles): Jóvenes, hombres y mujeres, pertenecientes a organizaciones sociales, voluntarios, colaboradores o trabajadores de la radio comunitaria.

7.2.2. Tema: El libreto en los radiodramas de edu-entretenimiento.

7.2.3. Objetivos:

- Difundir la metodología del edu-entretenimiento para que los jóvenes se capaciten en el libretaje de radiodramas de contenido social basados en historias de la comunidad.
- Promover la participación de la comunidad en la fase creativa de los radiodramas sociales para mejorar el vínculo de los grupos juveniles organizados con la gente de la localidad.

- Exponer la metodología para libretar radiodramas de edu-entretenimiento como una herramienta que fortalece la organización interna de los grupos juveniles.

7.2.4. Investigación:

Este proyecto audiovisual, como género periodístico, empleará la observación, la investigación documental y la entrevista como técnicas de investigación para recopilar información. Sobre la observación, la realizadora de este trabajo audiovisual participa directamente en el proceso creativo de la radionovela Toque Mágico para conocer las características de la metodología de edu-entretenimiento empleada en el libretaje de radiodramas sociales.

La investigación documental, relacionada a la revisión de literatura de experiencias sobre la metodología del edu-entretenimiento, aprendizaje social, libreto radiofónico es indispensable para profundizar y fortalecer el contenido del reportaje; la principal fuente de información es el material recopilado con Population Communication International-PCI, organización de comunicación que apoya proyectos de radio edu-entretenimiento en América Latina.

Finalmente, las entrevistas serán realizadas a libretistas, productores, o realizadores de producciones radiofónicas sociales; como por ejemplo, la Asociación Latinoamérica de Educación Radiofónica-ALER, Colectivo Pro Derechos Humanos-PRODH, radialistas apasionados; estos especialistas en la realización de producciones radiofónicas con enfoque social nos despejarán las incógnitas que la observación y la investigación documental no esclarezcan.

7.2.5. Sinopsis:

La metodología que propone el edu-entretenimiento para libretar radiodramas, consiste en vincular a la comunidad en el proceso creativo de las producciones radiofónicas. Este reportaje audiovisual expone las fases de este proceso creativo y las características que poseen los libretos de radiodramas cercanos a la realidad de la comunidad.

7.2.6. Estructura Temática:

Este reportaje desarrollará la metodología del edu-entretenimiento para libretar radiodramas sociales, exponiendo las fases de: sensibilización de la comunidad sobre el tema, malla de valores, frases generadoras, creación de historias y personajes, líneas dramáticas, desarrollo temporal de la historia y libreto. Esta producción está orientada para fortalecer las capacidades de quien librete producciones radiales y su trabajo por el bienestar social.

7.2.7. Tratamiento Visual:

Se entrevistará a libretistas de producciones radiales sociales, los escenarios serán los lugares naturales de trabajo o casa de los entrevistados. Para el tratamiento fotográfico de la producción, en el caso de las entrevistas, mayoritariamente se emplearán medios y primeros planos; los planos medios establecen una relación equilibrada entre quien habla en la pantalla y el televidente, y de esta manera, sugerir y no imponer la metodología del edu-entretenimiento para escribir libretos. Por otro lado, los primeros planos reforzarán las respuestas obtenidas acerca de esta metodología y permitirán adentrarse en las experiencias radiofónicas y de vida de los entrevistados. Se emplearán imágenes que refuercen y vuelvan comprensible la explicación de los entrevistados para dinamizar el lenguaje narrativo.

Se incluirán tomas con los diferentes tamaños de planos incluyendo contraplanos, planos de relación y planos de ubicación. La cámara realizará tomas, en su mayoría, estáticas aunque no se rige al uso estricto del trípode sino más bien al puseo del camarógrafo, de esta manera, el movimiento sutil y natural imprimirá cercanía y agilidad al tema.

El tono general de la iluminación, en las entrevistas, será suave ya que las distancias son cortas entre el sujeto y la cámara, así la intensidad de la luz que decrece con la distancia es aprovechada para modificar el tono, texturas y sombras que resulten molestas ante la cámara. Se cuidarán los cambios de color entre un plano y otro, estos no serán bruscos, con el fin de evitar molestias en el televidente por el breve lapsus de acción retiniana. Se describe la metodología del edu-entretenimiento para escribir radiodramas, encadenando los planos de los entrevistados para formar cada una de las secuencias y, de manera lógica y cronológica, contar cómo se desarrolla el proceso.

7.2.8. Talento Humano:

- Preproducción: realizadora (investigadora, productora, guionista).
- Producción: camarógrafo, luminista, productora.
- Postproducción: editor, realizadora.

7.2.9. Producción Técnica:

- Formato: DVCAM
- Equipo de producción: cámara DVCAM, micrófono corbatero, luces, rebotadores, trípode.
- Equipo de postproducción: editora digital.

7.2.10. Presupuesto:

PREPRODUCCION					
CANTIDAD	CONCEPTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	GASTOS REALES	GASTOS VALORADOS
1	Proyecto, guión	300,00	300,00		300,00
1	Investigación	200,00	200,00		200,00
<i>Subtotal 1</i>			500,00	0,00	500,00
PERSONAL					
1	Camarógrafo	300,00	300,00		300,00
1	Productor	400,00	400,00		400,00
1	Editor	300,00	300,00		300,00
<i>Subtotal 2</i>			1000,00	0,00	1000,00
EQUIPOS					
3	Jornadas alquiler Cámara DVCAM y trípode	150,00	450,00	450,00	
<i>Subtotal 3</i>			450,00	450,00	0,00
MATERIALES					
4	Cintas MiniDV	5,00	20,00	20,00	
3	DVD's (Máster y copias)	0,50	1,50	1,50	
5	Copias impresas/full color: DVD+cajas	2,60	13,00	13,00	
<i>Subtotal 4</i>			34,50	34,50	0,00
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
	Movilización	40,00	40,00	40,00	
	Llamadas telefónicas		20,00	20,00	
<i>Subtotal 5</i>			60,00	60,00	
COSTOS DE POSTPRODUCCIÓN					
20	Horas de edición digital (captura, render, exportación)	10,00	200,00	200,00	
<i>Subtotal 6</i>			200,00	200,00	
SUBTOTAL			2244,50	744,50	1500,00
IMPREVISTOS (15%)			336,68	111,68	225,00
TOTAL			2581,18	856,18	1725,00

7.2.11. Cronograma de ejecución:

ACTIVIDADES	TIEMPO (SEMANAS)					
	1	2	3	4	5	6
PREPRODUCCIÓN						
Redacción proyecto	X					
Guión	X					
Obsevaciones guión		X				
Guión final			X			
PRODUCCIÓN						
Cita entrevistas		X				
Elaboración hojas de estructura, desgloce, grabación, de pauta		X				
Grabación entrevistas			X	X		
Revisión material apoyo audiovisual				X		
POSTPRODUCCIÓN						
Edición					X	
Montaje					X	X
Entrega producto final						X

Fecha de inicio: 1 de marzo del 2009.

Fecha de finalización: 20 de abril del 2009.

Nota: Este cronograma corresponde a la realización del audiovisual, tiempo que ya está considerado dentro del cronograma general del trabajo de titulación.

7.2.12. Scalleta:

Escena/ Secuencia	Interior	Exterior	Tiempo	Tomas	Locación	Entrevistado	Contenido
				CARACTERES			El libreto en los radiodramas de edu-entretenimiento
1			1'30	Tomas grabación de programa "No Lapsus":			Imágenes que denoten el trabajo y dinamismo en la radio
1		operador, locutores y					
1		fotografías archivo grabación					
1		radionovela "Toque Mágico"					
1		Créditos de realización					
				CARACTERES			La radio
2	D		0'30	PP, PM Planos apoyo: cut in	Cabina Radio La Luna	Rubén Espinosa Productor del programa "No Lapsus"	¿Qué es la radio?
2	D		0'30	PP, PM Planos apoyo: cut in	Cabina Radio La Luna	Ana Acosta. Coordinadora "El churo comunicación"	Por qué escribir radiodramas o producciones radiales de contenido social
				CARACTERES			Edu-Entretenimiento
3	D		0'30	PP, PM ,PG	Centro de Producción "comunedcu"	Lola García. Libretista "comunedcu"	¿Qué es el edu-entretenimiento?
3	D		0'30	PP, PM ,PG	Domicilio	Ximena Gudiño. Coordinadora "Colectivo PRODH"	El edu-entretenimiento y el aprendizaje
3	D		0'30	PP, PM ,PG	Centro de Producción "Radialistas Apasionad@s"	Tachi Arriola. Libretista "Radialistas Apasionad@s"	El edu-entretenimiento en la radio
3		D	0'30	PP, PM ,PG	Hostal "Los Quipus"	Javier Ampuero. Comunicador Asociación "Calandria"	La metodología del edu-entretenimiento

Escena/ Secuencia	Interior	Exterior	Tiempo	Tomas	Locación	Entrevistado	Contenido
				CARACTERES			Investigación y libreto
4		D	1'30	PP, PM, PG	Hostal "Los Quipus"	Javier Ampuero	Investigación formativa
4	D		0'30	PP, PM, PG Planos apoyo: Fotografía de la fase	Cabina grabación Radio "La Luna"	Ana Acosta	Vínculo con la comunidad
4	D		0'30	PP, PM, PG Planos apoyo: fotografías Toque Mágico	Centro de producción "comundecu"	Lola García	Escritura desde códigos de la gente
				CARACTERES			Malla de Valores
5		D	2'30	PP, PM, PG Planos apoyo: cuadro ejemplo de malla de	Hostal "Los Quipus"	Javier Ampuero	¿Qué es la Malla de Valores? Asuntos educativos, valores positivos y valores negativos
				CARACTERES			Personajes
6		D	3'00	PP, PM, PG Planos apoyo: cuadro ejemplo de personajes	Hostal "Los Quipus"	Javier Ampuero	Personaje positivo, personaje negativo y personaje transicional ¿Para qué sirve?
				CARACTERES			Trenzado
7	D		0'30	PP, PM, PG	Centro de producción "comundecu"	Lola García	¿En qué consiste?
7		D	1'00	PP, PM, PG	Hostal "Los Quipus"	Javier Ampuero	Análisis características de personajes

Escena/ Secuencia	Interior	Exterior	Tiempo	Tomas	Locación	Entrevistado	Contenido
				CARACTERES			Final propositivo
8	D		0'30	PP, PM, PG	Centro de Producción "Radialistas Apasionad@s"	Tachi Arriola	Desenlace en los radiodramas de contenido social
8	D		0'15	PP, PM, PG	Centro de Producción "comunedcu"	Lola García	Cambio y posibilidad de elección
8		D	0'30	PP, PM, PG	Hostal "Los Quipus"	Javier Ampuero	Propuesta educativa de los radiodramas
			0'30	CARACTERES			Créditos: invitados, realización, edición y montaje
TOTAL TIEMPO			15'45				

8. MARCO EVALUATIVO

Este trabajo de titulación, que comprende la realización de un producto audiovisual y un radiodrama de contenido social, cuenta con la participación activa de la Red Juvenil Ponte Once, por lo tanto, el trabajo de campo se desarrolla en Portoviejo y está orientado, por un lado, a difundir una metodología para libretar radiodramas de contenido social y, por otro lado, a fortalecer la relación entre la comunidad y la organización que emplee esta metodología.

La fase de investigación se realiza con encuestas y grupos focales; estas técnicas permiten el cumplimiento de los objetivos del trabajo, por ejemplo, el producto audiovisual se realiza un reportaje de, aproximadamente, 16 minutos que expone un proceso creativo para escribir radiodramas educativos, divertidos e inspirados del cambio social que vincula y da protagonismo a la comunidad. El formato del video, el tiempo y su contenido responden a las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada a jóvenes, de entre 15 y 24 años, en la ciudad de Portoviejo. Aunque las y los encuestados señalaron que prefieren un reportaje de 12 minutos, el tiempo total de la producción se extendió hasta 16 minutos para lograr una exposición apropiada de la metodología del edu-entretenimiento.

En principio, este reportaje está destinado como material de apoyo de la Red Juvenil Ponte Once para guiar nuevos proyectos radiales pero es creado con el objetivo de que otras personas voluntarias, integrantes o cercanas a las organizaciones juveniles, así como estudiantes, educadores populares, libretistas y personal creativo de las radios comunitarias o alternativas adquieran conocimientos radiofónicos que fortalecen las capacidades tanto colectivas como individuales para trabajar productos radiofónicos que se identifiquen con la gente de su localidad y promuevan su bienestar social.

La investigación desarrollada a lo largo del trabajo de titulación y, principalmente, aquella del capítulo destinado a la radio comunitaria y al desarrollo, permite un análisis sobre las experiencias ciudadanas vinculadas a la radio comunitaria en América Latina y Ecuador. Este trabajo señala algunas áreas del funcionamiento de la radio comunitaria que representan alternativas de autogestión, se ejemplifican con experiencias para inspirar a ponerlas en marcha.

La percepción que los jóvenes de Portoviejo tienen sobre la radio comunitaria se determina con la aplicación y sistematización de las encuestas, así se conoce que casi las tres cuartas partes de la población joven desconocen el trabajo e impacto de este medio de comunicación en las transformaciones sociales. La participación de la comunidad es fundamental en la realización de productos comunicacionales de contenido social; esto se visibiliza en el taller creativo y la técnica del focus group que valoran la experiencia de vida y la criticidad de la comunidad. Este espacio de reflexión, creatividad y debate originan un radiodrama acorde a la problemática de inequidad de género que vive la juventud en Manabí y que contiene sus anécdotas y sugerencias.

La evaluación correspondiente al impacto que han tenido los productos comunicacionales es:

- El 40% de los jóvenes, integrantes de la Red, expuestos al producto audiovisual adquiere conocimientos sobre la metodología del edu-entretenimiento para libretar series radiofónicas de contenido social.
- Se impulsa la realización de radiodramas de contenido social como una forma de sostenibilidad para la radiorevista Ponte Once.

- Se incrementa, en la Red Ponte Once, el número inicial de personas que creen en el mejoramiento de la calidad de vida, a través, de los programas pautados en la Radio Comunitaria.
- Se realiza la producción completa de una radionovela, de 16 capítulos, llamada *Toque Mágico* y la elaboración de una canción para la radionovela.
- El radiodrama es transmitido, como se había planificado, por Radio San Gregorio 106.1 FM los días sábados en el espacio de la Radio revista Juvenil Ponte Once, de 12h00 a 13h00. Además, se transmite en la Radiorevista Juvenil *Habla Serio* que se emite los domingos de 6pm a 7 pm y, a través, de una cadena radial que impulsa el Consejo Provincial de Manabí, institución del gobierno local, llegando a 13 cantones de la Manabí por medio de 32 estaciones radiales.

Los jóvenes de entre 15 y 24 años de Manabí se benefician del aporte que la Red Ponte Once da la educación no formal desde su radiorevista y la difusión de la radionovela. La apuesta es a la formación integral de las personas partiendo desde la comunicación entre pares, es decir, un espacio radiofónico producido por jóvenes para jóvenes que sensibiliza entorno a la equidad de género.

9. MARCO CONCLUSIVO

9.1. Conclusiones

- Esta investigación expone cómo libretar radiodramas de entretenimiento y fortalece el trabajo de la radio comunitaria porque es una herramienta mediante la cual las personas vinculadas a este medio, adquieren conocimientos especializados para producir programas radiales con la participación de la ciudadanía.
- La Radio Comunitaria aporta al desarrollo del Ecuador porque mediante la comunicación permite que los sectores excluidos accedan a la educación, por ejemplo, en sus inicios con procesos de alfabetización radiofónica para las y los campesinos, o ahora con producciones enmarcadas en la educación no formal, permite que las personas se empoderen de sus derechos y se organicen para solucionar sus necesidades.
- La comunidad, integrada por jóvenes que viven en Portoviejo, fortalece el conocimiento de sus derechos participando en el proceso creativo de una radionovela que aborda la inequidad de género, en donde comparte sus historias de vida sobre este tema; también sugiere, califica y critica el contenido de los libretos del radiodrama.
- Se elabora un reportaje de 16 minutos porque es el formato favorito de los jóvenes, de entre 15 y 24 años, que viven en Portoviejo. El reportaje expone una metodología de participación colectiva que permite libretar radiodramas acordes a la realidad del target y que tienen la característica de generar comportamientos positivos en su audiencia.

9.2. Recomendaciones

- Los estudiantes y profesionales de la Producción Audiovisual deben realizar estudios e investigaciones orientadas a la capacitación radiofónica de las personas vinculadas a la Radio Comunitaria para fortalecer el trabajo de este medio en la transformación social.
- El equipo directivo, creativo y técnico de la Radio Comunitaria debe producir y difundir productos radiofónicos atractivos a la juventud, abordando temas de sus derechos, para así aportar al desarrollo del Ecuador mediante el acceso a la educación de este sector de la población, a través, de la comunicación.
- Los jóvenes integrantes de organizaciones sociales, vinculadas a la Radio Comunitaria, deben adoptar la metodología del edu-entretenimiento como herramienta para promover la participación de la comunidad en producciones radiofónicas que buscan la organización ciudadana y transformación social.
- Las personas que se desempeñen como libretistas en las radios comunitarias, centros de producción radiofónica u organizaciones sociales deben trabajar el proceso creativo de radiodramas educativos con la comunidad para crear historias cercanas a su realidad con adecuadas propuestas sobre la exigibilidad de sus derechos.

9.3. Bibliografía

Textos

- Abril, M. (2004). Diccionario Enciclopédico de Educación. Ecuador: PPL Impresores.
- Alfaro, R. (1994). Cultura de Masas y Cultura Popular en la Radio Peruana. Lima: Tarea Asociación Gráfica Educativa.
- Alfaro, R. (2003). Atrapadas sin salida, imágenes de mujer y pareja en telenovelas y publicidad. Lima: Tarea Asociación Gráfica Educativa.
- Ampuero, J. (2006). Cómo diseñar un proyecto de Radio Educación Entretenimiento. La Paz: PCI-Media Impact.
- Ampuero, J. (2007). Escuchando a nuestra audiencia. Guía práctica para validar productos radiales. Lima: PCI-Population Communication International.
- Bandura, A. (1985). Aprendizaje Social y desarrollo de la personalidad. Madrid: Alianza Editorial.
- Dacynger, K. (1993). Libretos, cómo escribir comedias, dramatizados y documentos para radio y televisión. Santa Fe de Bogotá: Voluntad.
- De Fleur, M. (2003). Teorías de la comunicación de masas. Buenos Aires: Paidós.
- Erazo, J. (1980). Manual Práctico de Radiodifusión. Quito: Imprenta del Municipio de Quito.
- Freire, P. (2004). La Educación como práctica de la libertad. Argentina: Siglo XXI Editores.
- García, J. (1980). La Radio por dentro y por fuera. Quito: Intiyan-CIESPAL

- Geerts, A. (2001). La Radio Popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia. Quito: Efecto Gráfico-ALER.
- Geerts, A. (2005). La Práctica Inspira, Radio Comunitaria. Quito: Imago-ALER/AMARC.
- Kaplún, M. (1980). Primer Festival de Radio Educativa. Quito: CIESPAL.
- Kaplún, M. (1983). Taller de Radiodrama: su metodología y proceso. Quito: CIESPAL.
- Kaplún, M. (1999). Producción de Programas de Radio. Quito: Quipus-CIESPAL.
- López Vigil, J. (1988). Hacia una radio participativa. Managua: CORADEP-Corporación de Radiodifusión del Pueblo.
- López Vigil, J. (1997). Manual Urgente para Radialistas Apasionados. Lima: AMARC.
- Macassi, S. (1997). Cómo elaborar muestras para los sondeos de audiencia. Quito: ALER
- Mora, F. (2000). El Cerebro Sintiente. Barcelona: Ariel.
- Oliva, R. (1989). El libreto o guión radiofónico-Cuadernos de Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos.
- Ortiz, S. (2002). Participación Ciudadana. Quito: Asociación Cristiana de Jóvenes.
- Proaño, L. (1962). Archivo de las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador. Bogotá: Andes.
- Rodero, E. (2005). Producción Radiofónica. Madrid: Cátedra

- Rogers, E. (1996). Elementos de Cambio Social: Difusión de Innovaciones. Bogotá: Ediciones Tercer Mundo.
- Ross, R. (1978). Comunicación y relaciones interpersonales. México: Trillas.
- Seger, L. (2007). Cómo llegar a ser un guionista excelente. Madrid: RIALP.
- Springer, P. (1991). Cerebro izquierdo, cerebro derecho. Barcelona: Gedisa.
- Tufte, T. (2001). Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, Volume XXIV, Nº2. Sao Paulo: Intercom.
- Valdez, E. (2006). Tabla de Valores. Taller de Radio Educación Entretenimiento. La Paz: PCI-Media Impact.
- Villamayor, C. (1998). Gestión de la Radio Comunitaria y Ciudadana. Quito: AMARC y Friend Ebert Stiftung.

Publicaciones accesibles vía www

- Acción en SIDA. Loma luna. Lima: Acción en Sida, 2002, (consultado el 20-6-2008), http://www.accionensida.org.pe/lomaluna_1.htm
- Alma Latina. Simplemente María. Perú: Luis Gutarra, (consultado el 15-06-2008), <http://www.alma-latina.net/SimplementeMaria/comments.shtml>
- Aprender a Aprender. Estilos de aprendizaje: cómo organizamos la información. Argentina: Aprender a Aprender, 2007, (consultado el 5-07-2008)
<http://www.galeon.com/aprenderaaprender/hemisferios/hemisferios.htm>

- Asociación de Comunicadores Calandria. Loma Luna Radio Educación-Entretenimiento. Perú: Calandria, 2002, (consultado el 18-11-2008), http://www.calandria.org.pe/bp.php?id_bp=25.
- Association of North America Radio Clubs Don Moore. La tragedia de Radio Quito. Suecia: Henreik Klemetz. 1997, (consultado el 2-06-2008) <http://donmoore.tripod.com/south/ecuador/radioquito.htm>
- Centro Comunitario Latinoamericano “San Lorenzo”. Festivales. Inti Raymi, Abya Yala. Toronto: Centro Comunitario SL, 2003, (consultado el 7-05-2008) http://sanlorenzo.ca/espanol/Community_Centre/Festivals.html
- Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión. Marco Legal. Ley de Radiodifusión y Televisión. Ecuador: CONARTEL, (consultado el 14-05-2008) http://www.conartel.gov.ec/c/document_library/get_file?p_l_id=10514&uuid=bfeed3ee-5666-401d-92f9-529ce39e2ef8&groupId=10113
- Coordinadora de Radios Populares del Ecuador-CORAPE. Naturaleza y Cobertura. Ecuador: CORAPE, 2008 (consultado el 2-06-2008) <http://www.corapecuador.org/corape.htm>
- El Universo. Política. Radionovela promociona obras. Quito: El Universo.com, 19-11-2007, (consultado el 2-06-2008) <http://archivo.eluniverso.com/2007/11/19/0001/8/FE26B5CA6A3346BF9649B9906B8D7B17.aspx>

- Facultad de Periodismo y Comunicación Social de La Plata. Temas de salud en las telenovelas latinoamericanas: el desafío de enseñar “deleitando”. La Plata: Nora Mazziotti, 2004, (consultado el 17-06-2008)
http://www.alaic.net/VII_congreso/gt/gt_16/gt16%20p17.html.
- Institute Health & Development Communication “Soul City “. Soul City Series 7 and Soul Buddyz 3. Sudáfrica: Soul City, 2006, (consultado el 28-06-2008)
http://www.jhuccp.org/legacy/countries/south_africa/Cadre_SoulCity.ppt#267,2,Methodology
- Instituto Cervantes. Congresos internacionales de la lengua española. La radionovela como instrumento de poder en Latinoamérica. Valladolid: Instituto Cervantes, 2007, (consultado el 24-05-2008)
http://www.congresosdelalengua.es/valladolid/ponencias/el_espanol_en_la_sociedad/2_la_radio_en_espanol/ordonez_f.htm.
- Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional “Hegoa”. Diccionario de Ayuda Humanitaria y Cooperación al Desarrollo, Empoderamiento. País Vasco: Instituto Hegoa, 1987, (consultado el 2-05-2008), <http://dicc.hegoa.efaber.net/listar/mostrar/86>.
- Intercom. Revista Brasileña de Comunicación. El edu-entretenimiento: buscando estrategias comunicacionales contra la violencia y conflictos. Sao Paulo, 2008, (consultado el 23-06-2008)
<http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/rbcc/article/viewDownloadInterstitial/4814/4527>

- La Rebótica. Las emociones y el cerebro. Alicante: Carlos Belmote, 2008, (consultado el 10-7-2008)
<http://www.larebotica.es/larebotica/secciones/expertos/emocionescerebro/index.html>
- Observatorio de Género y Equidad. Mito las brujas de la Edad Media sólo eran mujeres con conocimientos. México: Norandi, 28-07-2008, (consultado el 10-11-2008)
http://www.observatoriogeneroyliderazgo.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=474&Itemid=9
- Personarte. Hemisferios cerebrales y el procesamiento de la información. Personarte: 2008, (consultado el 8-07-2008)
<http://www.personarte.com/hemisferios.htm>
- Population Communication Internacional. La teoría detrás de Educación-Entretenimiento. New York: PCI-media impact, 18-6-2008, (consultado el 15-11-2008), <http://es.mediaimpact.org/leer.php/9374141>
- Population Communication Internacional. What is PCI-Media Impact? New York: PCI-media impact, 2008, (consultado el 17-06-2008)
http://www.population.org/aboutpci_new.shtml
- Prensa Latina. Nace en Bolivia red nacional de radios comunitarias. Bolivia : La Razón, 21-04-2007, (consultado el 22-11-2008)
www.larazon.com/versiones/20070421_005883/nota_247_417367.htm
- Revista Comunicología. La participación ciudadana en la radio. México: Martell Lenin, 11-11-2005, (consultado el 13-07-2009)
http://revistacomunicologia.org/index.php?option=com_content&task=view&id=113&Itemid=79

- The Communication Initiative Latin America CILA. Soul City. Sudáfrica: Iniciativa de la Comunicación, 2007, (consultado el 28-06-2008)
<http://www.comminit.com/es/node/266425/37>
- Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”. EL focus group como herramienta de mercadeo. San Salvador: UCA, 2007, (consultado el 13-08-2008)
http://www.uca.edu.sv/deptos/dae/boletin_4-03_focus_gropu.pdf
- Universidad del Norte. Edu-entretenimiento en la Comunicación para el VIH-SIDA más allá del mercadeo hacia el empoderamiento. Thomas Tufte, 2004, (consultado el 28-07-2008)
<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/268/26800102.pdf>

Varios

- Colectivo ProDH y UNFPA. (2008). Resultados de la Encuesta. Percepciones sobre Equidad de Género entre Adolescentes y Jóvenes de Manabí. Manabí: Estudio CAP
- Cultura. (2008). Artículo La Radio Comunitaria cumple 40 años. Riobamba: El Comercio.
- Diario El Comercio. (2008). La gestión de Guayllabamba se premió. Quito: El Comercio.
- Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador, (2000). Desarrollo Social Propio. Riobamba: ERPE
- SIISE 4.0. (2001). Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador- Juventud. Manabí.
- Terán, C. (2007). Propuesta para solicitar beca semilla-Mi Comunidad. Quito: Colectivo Pro Derechos Humanos.

9.4. Anexos

Anexo 1. Resultados Encuesta Percepciones Inequidad

PERCEPCIONES SOBRE EQUIDAD DE GÉNERO ENTRE ADOLESCENTES Y JÓVENES DE MANABI Estudio CAP - 2008

Población estudiada

Se realizaron un total de 408 encuestas a jóvenes de la provincia de Manabí, 208 varones y 200 mujeres. Sus edades se oscilan entre 12 y 25 años. En el grupo de los hombres, han participado en mayor proporción varones entre 14 y 17 años, con un total de 188 (90,4%). La mayor proporción de mujeres corresponde a las comprendidas entre los 14 y 16 años, las cuales que suman 176 (88%). Su distribución podemos observar en la tabla 1.

Tabla 1. Distribución de hombres y mujeres por edad				
EDAD	Hombres		Mujeres	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
12	1	0,5%	0	0,0%
13	11	5,3%	13	6,5%
14	70	33,7%	84	42,0%
15	67	32,2%	64	32,0%
16	26	12,5%	28	14,0%
17	25	12,0%	7	3,5%
18	4	1,9%	4	2,0%
19	1	0,5%	0	0,0%
21	1	0,5%	0	0,0%
23	1	0,5%	0	0,0%
25	1	0,5%	0	0,0%
Total	208	100,0%	200	100,0%

El análisis de los cuestionarios se realizó con el programa **Epi Info del CDC** de Atlanta, Estados Unidos. Los datos relacionados a los roles de hombres y mujeres percibidos por la población encuestada, se observan en las tablas 2, 3, 4 y 5.

1. Los hombres ¿tienen que ser siempre fuertes, autoritarios, valientes y hablar alto?

La mayoría, tanto de varones como mujeres, se expresan afirmativamente en un 50%. Un porcentaje significativo dice que no y otro similar no sabe como pronunciarse. Entre los varones el predominio afirmativo a esta pregunta es mayor que en las mujeres. En las mujeres es significativamente mayor la negación a esta pregunta (36,5% vs. 16,3%), como se observa en las tablas 71 y 72.

Los hombres ¿tienen que ser siempre fuertes, autoritarios, valientes y hablar alto?	Frecuencia	Porcentaje
NO	107	26,2%
NO SE	97	23,8%
SI	204	50,0%
Total	408	100,0%

Los hombres ¿tienen que ser siempre fuertes, autoritarios, valientes y hablar alto?	VARONES		MUJERES	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
NO	34	16,3%	73	36,5%
NO SE	52	25,0%	45	22,5%
SI	122	58,7%	82	41,0%
Total	208	100,0%	200	100,0%

2. Las mujeres ¿tienen que ser siempre delicadas, condescendientes, comprensivas y de voz suave?

La mayoría de hombres y mujeres está de acuerdo con esta imagen femenina. Muy pocos jóvenes se pronuncian por el “no”. Es más significativo el “a veces”, tanto en hombres como en mujeres. En general, como se observa en las tablas 73 y 74, no hay diferencias significativas en las respuestas dadas por varones y mujeres.

Tabla 4. Imagen de las mujeres y equidad de género		
Las mujeres ¿tienen que ser siempre delicadas, condescendientes, comprensivas y de voz suave?	Frecuencia	Porcentaje
A VECES	92	22,5%
NO	51	12,5%
SI	265	65,0%
Total	408	100,0%

Tabla 5. Imagen las mujeres y equidad de género, desde la perspectiva de los varones o de las mujeres.				
Las mujeres ¿tienen que ser siempre delicadas, condescendientes, comprensivas y de voz suave?	VARONES		MUJERES	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
A VECES	44	21,2%	48	24,0%
NO	25	12,0%	26	13,0%
SI	139	66,8%	126	63,0%
Total	208	100,0%	200	100,0%

Anexo 2. Validación del libreto “Capítulo 1”

VALIDACIÓN DE CAPÍTULO 1 - 6 mayo 2008

METODOLOGÍA

Objetivos:

Conocer la aceptación del estilo-tipo de historia.
Identificar la percepción-aceptación de los personajes.
Recoger sugerencias desde la potencial audiencia.

Procedimiento:

1. Se les pidió que lean, en silencio e individualmente, el capítulo 1, se les dio un tiempo limitado para la lectura de 10 minutos.
2. De inmediato, se solicitó que contesten el cuestionario adjunto al libreto, por escrito e individualmente.
3. Luego de la validación individual, se hizo un conversatorio abierto sobre sus percepciones.

Grupo de validación:

7 compañer@s de la red Ponte 11, de entre 15 y 24 años.
Varones: 4 Mujeres: 3

A continuación, se indican las respuestas obtenidas en el cuestionario.

1. Luego de leer el capítulo, ¿Cuál era el tema tratado?

- Careta radionovela
- El grupo caza fantasmas del colegio
- Torneo anual de caza fantasmas
- Equidad de género - amores adolescentes
- Problemas de equidad
- Escuela de brujos y brujas, donde las brujas son marginadas
- Equidad de género

2. Por favor, escribe los personajes que recuerdas:

Nombre de personaje	Es de sexo...	Cualidad / Defecto
Araña	Masculino	Narrador de la historia. Machista
Araña	Femenino	Introdutora
Mijad	Femenino	Es una chica que atraviesa situaciones en su adolescencia como enamorarse
Mijad	Masculino	Machista
Micala	Masculino	Muy presumido
Micala	Femenino	Maestra que defiende la equidad entre sus alumn@s
Diccionario	Femenino	Dice las cosas que no se entiende a la araña
Diccionario	Masculino	Sabio, culto
Suil	Masculino	Un chico un poco aislado porque su padre no lo comprende
Pralisa	Femenino	Bruja
Mister Master NN	Masculino	Puede aparecer y desaparecer

3. ¿Te sentiste identificada-o con algún personaje? SI _4_ NO_3_

¿Con cuál?

- Micala
- No recuerdan el nombre

¿Por qué?

- No me identifico porque la mayoría son un poco machistas y no van con mi personalidad.
- Con Micala porque quiere marcar la diferencia y realzar la igualdad entre brujos y brujas.
- Siento que el personaje Barbi como yo tenemos miedo al amor por nuestro papá.
- Me identifico con Micala porque quiere demostrar que hombres y mujeres tienen las mismas capacidades.
- Recuerdo y me gusta Micala porque el personaje llama a la igualdad.

4. En este capítulo, sucedió que...

- Es un año nuevo en la escuela de brujas y brujos, tod@s tienen características iguales y a la vez diferentes y, presentan a l@s alumn@s y a una profesora con una nueva idea (formar un grupo de chicas casa fantasmas) los brujos se burlan de las chicas y algunas brujas tienen dudas.
- Un hermano amenaza y esclaviza a su hermana porque la cachó con el pelado. En el colegio para bruj@s quieren hacer un equipo mixto. Hay coimas.
- Se formará un torneo de caza fantasmas y las mujeres no quieren participar.

- Un grupo de chico@s pasan situaciones en una escuela de brujo@s como: enamorarse, miedo a sus padres, no ser comprendido por su padre, inequidades de género.
- Unos de los chicos decía que las brujas solo servían para volar y cocinar y, una de las chicas quiere demostrar lo contrario mediante un concurso.
- Que quieren hacer un equipo femenino de caza fantasmas y los brujos se burlaban y las discriminaban.
- Hay discrepancias por la participación de las mujeres en un equipo de caza fantasmas.

5. El mensaje que podrías resumir en este capítulo es:

- Que tanto hombre como mujeres podemos realizar las mismas actividades.
- Que hombres y mujeres podemos hacer las mismas cosas.
- Que se visualiza mucha inequidad al momento de armar los equipos.
- Enseña que tanto el hombre como la mujer tenemos las mismas condiciones y que muchas veces nuestros padres no nos comprenden ni entienden.
- Que los hombres son muy machistas y no debería ser así.
- Que tod@s tenemos derechos a poder demostrar nuestras cualidades físicas, intelectuales, etc.

5. ¿Te gustó la historia de este capítulo? (Califica de 1 = NADA a 5 = MUCHÍSIMO)

1

2

3

4

5

El promedio de calificación de los 7 participantes es 4:

1 mujer y 4 varones dieron la puntuación de 4.

2 mujeres calificaron al capítulo con 5 puntos.

7. ¿Algo que tú no pondrías en este capítulo?

- Nombres muy difíciles en la historia.
- Nombres complicados y frases raras.

8. ¿Algo que te parece lo más positivo?

- Equidad
- Sale de lo común
- Que las brujas puedan también jugar en el equipo (igualdad)
- Que forman grupos de brujas para cazar fantasmas
- El positivismo de una de las chicas
- El contenido
- La condición de igualdad

9. ¿Qué es lo que más te gustó?

- Lo fantástico de la historia.
- Que el equipo se haga mixto.
- El brujo que a pesar de los comentarios de su papá y otros sigue con su idea de decorar la escuela.
- El chico que estaba enamorado.
- El final de la historia.

10. ¿Qué cambiarías?

- Solo los nombres de algunos personajes.
- Que sea de bruj@s (parece de Harry Potter) preferiría con humanos (1 opinión).

CONVERSATORIO

LO POSITIVO DEL CAPÍTULO:

- Interesante
- Llamativo
- Basado en algo popular (muy conocido) “Harry Potter” (todos-as coincidieron)
- Es una historia fuera de lo común

LO NEGATIVO DEL CAPÍTULO:

- Nombres difíciles (no se entienden)
- Nombres confusos
- No pegan a la primera
- Existen varios nombres que comienzan con Mi que podrían causar algo de confusión, por ejemplo: Micala, Mijad, Miconá.

OTROS CRITERIOS:

- Como positivo, sienten que es la historia que contaron y que parte de las experiencias de ellos y ellas
- Al inicio del capítulo Araña dice que va a contar una historia (que ya pasó), pero durante la historia ella es parte de la misma (habla en presente)
- El Diccionario es el hombre sabio y culto, la inquietud es que si eso es lo que se quiere reflejar.

Una de las cosas que a l@s chic@s les produce más inquietud son los nombres de los personajes, partiendo de esas interrogantes se propone conservar los nombres que gustan mucho y cambiar los que no. A continuación, los chicos sugieren algunas alternativas a esta apreciación:

Nombres actuales de la historia

SI= adecuados

NO = mejor cambiar

- Araña = Si
- Diccionario = Si
- Micala = Si
- Arduode = No, cambiar
- Racla = Si
- Henalé = No, cambiar
- Cranitis = Si
- Therco = Si
- Gerjo = No, cambiar
- Mijad = No, cambiar
- Micona = No, cambiar
- Nicita = No, cambiar
- Pralisa = No, cambiar
- Suil = No, cambiar
- Mister Master NN = Si

Nombres sugeridos

- Imily por Pralisa
- Eucli por Suil
- Tioré por Gerjo
- Pidolfo por Arduode
- Virgi por Pralisa
- Bayoní por Pralisa
- Licie por Nicita
- Sader por Mijad
- Carmelo por Arduode
- Magdalena por Henalé

Anexo 3. Observaciones Equipo UNFPA-Manabí

Belén Marotos

Carlos Terán

Equipo Técnico Portoviejo

Fondo de Población de las Naciones Unidas-UNFPA

20 de junio del 2008

OBSERVACIONES ACERCA DE LA RADIONOVELA

Belén: En líneas generales considero que es una buena propuesta de guión. Lo más valioso desde mi punto de vista es que las ideas de las líneas dramáticas partieron de las propias chicas y chicos de Portoviejo. Sin embargo, a veces tengo la sensación de que se manejan algunos tópicos (tales como el de los juegos deportivos), que son ejes fundamentales de la historia, y si no se manejan con profundidad, analizando las verdaderas raíces de estas situaciones, se quedarán en problemáticas un tanto anecdóticas.

Trato de explicarme con mayor claridad: al leer con detenimiento las líneas dramáticas encuentro diversidad de situaciones que pretenden ser reflejo de problemáticas que tienen que ver con la construcción de mujer y de hombre que social e históricamente se ha ido dibujando en Portoviejo. Sin embargo, en algunas ocasiones creo que estas situaciones no se matizan y detallan lo suficiente, como si se sobreentendiera lo que se pretende analizar.

Carlos: Comparto la inquietud, talvez es asunto de forma, pero creo que vale ser también fuerte y dramático, o explícito en las propuestas alternativas o valore como en las actitudes e ideas que deseamos proponer.

Algunas observaciones o propuestas personales:

Belén: Creo que la primera tarea debe ser la realización de un exhaustivo perfil estereotipado tanto de la mujer como del hombre de Portoviejo, que nos conduzcan con claridad a las conductas y actitudes que queremos cuestionar, denunciar y poner en la mesa de debate. Me parece fundamental visibilizar las relaciones de poder, la necesidad de dominio y posesión que marcan casi todas las relaciones entre hombre y mujeres.

Carlos: Considero que se convierte en una tarea fundamental la atención al uso del lenguaje, el machismo que impregna la forma de comunicarnos tanto verbalmente como en la comunicación no verbal, que la radionovela, en cada capítulo, nos permita reflexionar permanentemente sobre nuestra forma de relacionarnos.

- COLEGIO:

Belén: En cuanto a la dinámica del colegio me parece necesario hacer hincapié en la participación social de las mujeres, no sólo en las actividades deportivas, sino como agentes de transformación social, como miembros activos en la comunidad educativa. Analizar los roles sociales marcados por los estereotipos: mujeres-objeto y la valoración de las chicas en el grupo de pares en función de su físico, mujeres “reinas”, hombres que salen a cazar y mujeres educadas para ser la mejor presa.

Carlos: No es necesario que el profesor sea de 35 años para que sea jodón, lo mismo puede ser un profesor joven de 24 años. Más bien, usualmente, el inspector es de mayor edad.

- FAMILIA

Belén: Dentro de la dinámica de “cuidado” y “protección”, me parece importante analizar el diferente rol que practican hombres y mujeres en este sentido: la mujer-madre cuidadora de l@s hij@s y la casa (Camila cuidará de l@s hij@s de la familia Delgado, Elizabeth-Luis), los hermanos mayores como protectores de sus frágiles hermanas ante el “mundo hostil”.

Así mismo, considero fundamental explotar el rol de Camila con la familia Delgado, y su posibilidad de analizar en profundidad la primera etapa de aprendizaje en el seno de la familia, donde se va construyendo la persona que seremos. Quizás sería conveniente que un personaje masculino tuviese la oportunidad de participar de este análisis (además de Luis).

- RELACIONES AMOROSAS

Belén: Las relaciones de poder entre hombres y mujeres impregnan las relaciones sexuales. Creo que se debe trascender más allá de la corresponsabilidad en un embarazo y analizar el papel de sumisión y sometimiento de la mujer en todo el espectro de las relaciones sexuales.

Abordar la libertad de ejercicio de la sexualidad con responsabilidad y plenitud. La libertad de la mujer para hablar de placer, de lo que nos gusta y lo que no, de lo que quiere y no quiere. El poder de decisión.

Carlos: Es necesario evidenciar el doble rasero de la virginidad para hombres y mujeres: hombres bacanes-mujeres “las amantes”.

El doble rasero del uso de métodos anticonceptivos (mujeres que no pueden responsabilizarse de su sexualidad).

El sexo es masculino”, relación sexual entendida como relación coital y enfocada al placer masculino.

Además, no me queda muy claro ¿cómo se enfoca y se analiza el maltrato? ¿Desde dónde? ¿Qué diferencias existen entre la cachetada de la mujer al hombre y el maltrato físico y/o psicológico que sufren la mayoría de las mujeres de Portoviejo?

- DESCRIPCIÓN DE PERSONAJES Y LÍNEAS ARGUMENTALES

Belén: No entiendo muy bien que representa Cristina en el transcurso de la historia. ¿Qué se pretende visibilizar en la relación con su alumno? ¿Se criminaliza a la mujer por tener una relación con alguien más joven y se pretende mostrar que no sucede lo mismo a la inversa?

Los Delgado son médicos y están en campaña política: en este sentido, ¿se tratará de analizar algo en cuanto a participación política del hombre y la mujer y las diferencias existentes?

Luis representa al chico sensible que es capaz de expresar sus sentimientos con sinceridad. Es por esto que lo tachan de poco masculino, amanerado, etc. Considero que ésta también podría ser una buena ocasión para conversar un poco sobre homosexualidad y lesbianismo por su relación directa con nuestra identidad sexual y la construcción del género.

Carlos: En cuanto a la capacidad de la radionovela para motivar su escucha, en ocasiones, me parece cotidiana en exceso, es decir, que no nos quedemos en el plano de sociodrama. Claro que su valor, en este caso, radicará en la capacidad que tengamos de dotarla de realismo y dramatismo. Creo que deberíamos tratar de mostrar que es realmente dramático que un hombre no pueda ni sepa expresar sus sentimientos, que una mujer no pueda decidir su embarazo, que coarten nuestra libertad de expresión, acción...y en definitiva nuestra libertad de ser la persona que elijamos, por ser mujer u hombre.

Anexo 4. Validación capítulos del 1 al 5

VALIDACIÓN DE CAPÍTULO 1 - 6 Junio 2008

METODOLOGÍA

Objetivos:

1. Conocer la aceptación del estilo-tipo de historia.
2. Identificar la percepción-aceptación de los personajes.
3. Recoger sugerencias desde la potencial audiencia.

Procedimiento:

1. Se les pidió que lean, en silencio e individualmente, el capítulo 1 (última versión), se les dio un tiempo limitado para la lectura de 10 minutos.
2. De inmediato, se solicitó que contesten el cuestionario adjunto al libreto, por escrito e individualmente.
3. Luego de la validación individual, se hizo un conversatorio abierto sobre sus percepciones.

Grupo de validación:

7 compañeros de la Red Ponte Once, de entre 15 y 24 años.

Varones: 2 Mujeres: 5

A continuación, se recopilan las respuestas obtenidas en el cuestionario:

1. Luego de leer el capítulo: ¿cuál era el tema tratado?

- Careta radionovela
- Equidad de género - apoyo de las mujeres
- Escuela de brujos y brujas
- Radionovela

2. Por favor, escribe los personajes que recuerdas:

Nombre de personaje	Es de sexo...	Cualidad / Defecto
Micala	Femenino	Era muy tímida, creo que era alguien que defendía sus derechos. Luchado y tiene química con Reinaldo. Enamorada del otro que no sabía, quería hacer equipos de mujeres. Tiene deseos de demostrar que no somos menos las mujeres
Araña	Femenino	Era razonable, explicativo
Diccionario	Masculino	Era como muy metido, lo sabe todo
Reinaldo	Masculino	Hermano de Racla. Vende los exámenes. Tiene palancas.

		Machista cree que los hombres lo puede todo. Esclaviza a la hermana
Míster Máster NN	Masculino	Profesor
Sol	Femenino	Profe Nueva. Quiere hacer un equipo nuevo.
Keni	Masculino	Detallista, creativo, quiere adornar la escuela

3. ¿Te sentiste identificada-o con algún personaje? SI _5_ NO _2_

¿Con cuál?

- Micala
- Diccionario

¿Por qué?

- Siento que me han pasado situaciones similares a las de Micala.
- Con Micala porque quiere que se respeten los derechos de las mujeres y lograr que la caza de fantasmas no sólo sea para hombres.
- Al igual que el Diccionario que gusta saber muchas cosas.
- Como Micala me gustaría ser amiga de todos y no ser machista.
- Soy como Micala me gusta demostrar la equidad que hay entre los hombres y las mujeres.

4. En este capítulo, sucedió que...

- A las mujeres no se les permitía leer libros de hechizos y que fueran caza fantasmas porque eso era para los hombres y para ellas sólo volar.
- Se forma un grupo femenino de caza fantasmas.
- Los torneos deportivos comienzan y las chicas dudan en participar porque los torneos dicen que son para hombres.
- Sol anima para que haya un grupo de caza fantasma femenino.
- Se conocieron a casi todos los personajes, pusieron una bola de cristal en la escuela, la profe Sol hizo un grupo de caza fantasmas femenino y Reinaldo cobró dinero por cambiar calificaciones del colegio.
- Micala es una chica que lucha por la equidad de género.
- En partes discriminaban al sexo femenino porque las mujeres son débiles pero al final ellas deciden participar en el equipo de caza fantasmas.

5. El mensaje que podrías resumir en este capítulo es:

- Que hay machismo en las situaciones cotidianas que vivimos.
- La equidad de género y el estereotipo de las labores domésticas para las mujeres.
- Equidad de género, tener autoestima, no comprar exámenes.
- Que las mujeres también pueden hacer cosas de los hombres.
- Que tanto como hombres y mujeres podemos hacer las mismas cosas.
- Que debe haber equidad de género y cuando se hacen los favores que no sean por interés y sin pedir algo a cambio.

6. ¿Te gustó la historia de este capítulo?
Califica de 1 = NADA a 5 = MUCHÍSIMO

1

2

3

4

5

El promedio de calificación de los 7 participantes es 4.
2 varones y 4 mujeres dieron el puntaje de 4.
1 mujer calificó el capítulo con 5 puntos.

7. ¿Algo que tú no pondrías en este capítulo?

- Todo está muy bien.
- No tanta magia.

8. ¿Algo que te parece lo más positivo?

- El mensaje que va a dejar a los y las jóvenes.
- La innovación y la diversidad.
- El mensaje que es muy claro.
- El equipo de caza fantasma femenino para demostrar la capacidad de las brujas.

9. ¿Qué es lo que más te gustó?

- La manera en que se expresa la Araña.
- Que la historia tiene algo de chistoso y realista.
- La creatividad.
- Los chicos que están enamorados y no lo saben.
- Que la historia es algo diferente.
- La actitud de Micala.

10. ¿Qué cambiarías?

- Sólo los nombres de algunos personajes.
- Los brujos se parecen a Harry Potter.
- El nombre de Barbi, Devora para mí parece ser más bonito.

VALIDACIÓN DE CAPÍTULO 2 - 6 Junio 2008

Grupo de validación:

7 compañeros de la Red Ponte Once, de entre 15 y 24 años.

Varones: 2 Mujeres: 5

A continuación, se recopilan las respuestas obtenidas en el cuestionario:

1. Luego de leer el capítulo, ¿cuál era el tema tratado?

- La equidad de género

2. Por favor, escribe los personajes que recuerdas:

Nombre del personaje	Es de sexo	Cualidad / Defecto
Felipe	Masculino	Hermano menor de Barbi
San Merlín	Masculino	Hace Fiestas
Barbi	Femenino	La chica "o sea", súper creída
Reinaldo	Masculino	El que chantajeaba a su hermana

3. ¿Te sentiste identificada-o con algún personaje? SI _6_ NO _1_

¿Con cuál?

- Micala

¿Por qué?

- Con Micala porque alcanza los objetivos que se propone.
- Al igual que Barbi tengo

4. En este capítulo, sucedió que...

- Virgi estaba con su novio y Misterín casi los descubre entonces ella le coqueteó.
- El chico que estaba enamorado de Micala se alegró porque ella le pidió que le ayudara.
- Se ve como los padres creen que las mujeres tienen que servirles a los hombres.

5. El mensaje que podrías resumir en este capítulo es:

- Que los hombres y mujeres tenemos iguales capacidades y por eso nadie ni menos, ni más.
- Que los hombres también pueden hacer los oficios de la casa.

1. ¿Te gustó la historia de este capítulo?

Califica de 1 = NADA a 5 = MUCHÍSIMO

1

2

3

4

5

El promedio de calificación de los 7 participantes es 5.

1 varón y 5 mujeres dieron el puntaje de 5.

1 varón calificó el capítulo con 4 puntos.

7. ¿Algo que tú no pondrías en este capítulo?

- Escenas muy largas.
- Personajes que hablen demasiado.

8. ¿Algo que te parece lo más positivo?

- Que Micala le ponga empeño al grupo de caza fantasmas.
- Que lo puedo entender.

9. ¿Qué es lo que más te gustó?

- Que se refleja la realidad de que las chicas deben salir con chaperones.
- Que se muestra la corrupción que hay en los colegios.
- Los mundos que crea la radinovela son originales.

10. ¿Qué cambiarías?

- Que haya más descripción de ambientes con sonido y que los personajes hablen menos.

CONVERSATORIO

En términos a la mayor parte de los chicos y las chicas les gustó sobre todo el segundo capítulo en relación al primero:

- El segundo capítulo les parece menos confuso, porque ahí resuelven algunas dudas frente a los personajes (los empiezan a reconocer).
- En un caso específico no agrada el nombre Barbi, pero al resto les parece acertado el nombre porque va de acuerdo con la personalidad de ella (Barbi).
- Todos concuerdan que el mensaje que se trata de transmitir está muy claro.
- Los nombres que se han utilizado esta vez son mucho mejores.

VALIDACIÓN DE CAPÍTULO 3 - 27 Junio 2008

Participantes:

9 chicas y chicos de la Red Ponte Once de entre 15 y 24 años

Varones: 3 Mujeres: 6

A continuación, recopilan las respuestas obtenidas en el cuestionario:

1. En este capítulo sucedió qué:

Todo el mundo está pendiente con el uniforme de caza fantasmas

2. ¿Cuál les parece que fue el tema tratado en este capítulo?

Que nuestros sentimientos y apariencias muchas veces se influncian por lo que dicen nuestros padres, pelados o amigos.

3. Por favor, escriban los personajes que recuerdan:

Nombre del personaje	Es de sexo...	Cualidad / Defecto
Reinaldo	Masculino	Machista
Keni	Masculino	Sensible
Barbi	Femenino	Creída, agrandada

4. ¿Se sintieron identificada-o con algún personaje? SI _9_ NO_X_

¿Cuál?

- Keni

Porque:

Se siente la discriminación aunque no como en el caso de Keni por no mostrar actitudes varoniles pero sí hay discriminaciones entre los jóvenes por la ropa, por el físico, por los pelados o peladas, por el lugar donde vives.

5. El mensaje que podrían resumir en este capítulo es:

Que las brujitas se están sumando al equipo de caza fantasmas para demostrarse a sí mismas que son capaces de lo que les parece prohibido.

Que los hombres también pueden hacer las "labores de las mujeres".

6. ¿Les gustó la historia de este capítulo?

Califica de 1 = NADA a 5 = MUCHÍSIMO

1

2

3

4

5

El promedio de calificación de los 7 participantes es 4.
 2 varones y 4 mujeres dieron el puntaje de 4.
 1 varón y 2 mujeres calificaron el capítulo con 5 puntos.

7. ¿Algo que no pondrían en este capítulo?

¡CALAS! (acá no decimos así) ¡CACHAS! Sí.

7. ¿Algo que les parece lo más positivo?

El entusiasmo de las brujas.

8. ¿Qué es lo que más te gustó?

El aprendizaje que tiene la Araña a pesar de que es una diosa.
 Que con el personaje Keni se rompe con el estereotipo de los hombres rudos.

9. ¿Qué cambiarías?

Que Keni sufra mucho en la historia.
 Que los personajes digan palabras groseras.

CAPÍTULO 4 - 27 junio del 2008

Participantes:

9 chicas y chicos de la Red Ponte Once de entre 15 y 24 años
 Varones: 3 Mujeres: 6

A continuación, recopilan las respuestas obtenidas en el cuestionario:

1. En este capítulo sucedió qué:

Magdalena entró en el taller y el maestro Contreras la regañó porque estaba en un taller para hombres y lo que pensó el maestro era que ella buscaba un novio.

2. ¿Cuál les parece que fue el tema tratado en este capítulo?

Fue acerca de la discriminación, el irrespeto de Reinaldo y el abuso a las brujitas.

3. Por favor, escriban los personajes que recuerdan:

Nombre de personaje	Es de sexo...	Cualidad / Defecto
Micala – Barbi – Reinaldo – Felipe	Hombre – Mujer – Hombre – Hombre	Amiga – interesada – morbosos – chantajista
Maestro Contreras – Sol Araña	Hombre – Mujer – Mujer	Maestro y dueño del taller – Sol

4. ¿Se sintieron identificada-o con algún personaje? SI _9_ NO_X_

¿Cuál? *Magdalena*

Porque:

Porque queremos llegar más allá de lo propuesto.

5. **El mensaje que podrían resumir en este capítulo es:**

Que no nos debemos dejar engañar por las apariencias.

6. **¿Les gustó la historia de este capítulo?**

Califica de 1 = NADA a 5 = MUCHÍSIMO

1

2

3

4

5

El promedio de calificación de los 7 participantes es 4.

3 varones y 4 mujeres dieron el puntaje de 4.

2 mujeres calificaron el capítulo con 5 puntos.

7. **¿Algo que no pondrían en este capítulo?**

Que el profesor sea muy morboso

Que la chica no actúe con decisión frente a la situación de acoso.

8. **¿Algo que les parece lo más positivo?**

La amistad que Micala muestra hacia Barbi.

9. **¿Qué es lo que más te gustó?**

Que la Maestra Sol es una amiga para sus alumnos y los ayuda.

10. **¿Qué cambiarías?**

Que Magdalena no actúa si no que sólo pasa llorando.

CAPÍTULO 5 - 27 junio del 2008

Participantes:

9 chicas y chicos de la Red Ponte Once de entre 15 y 24 años

Varones: 3 Mujeres: 6

A continuación, recopilan las respuestas obtenidas en el cuestionario:

1. En este capítulo sucedió qué:

Reinaldo quería tener relaciones sexuales con Magdalena a cambio de ayudarle con sus notas.

2. ¿Cuál les parece que fue el tema tratado en este capítulo?

Que hay padres y madres que, por costumbre, inculcan a sus hijas que los hombres son los que mandan.

3. Por favor, escriban los personajes que recuerdan:

Nombre de personaje	Es de sexo...	Cualidad / Defecto
Micala	Mujer	Deseos de superación
Míster Máster	Hombre	Corrupto
Keni	Hombre	Comprensivo

4. ¿Se sintieron identificada-o con algún personaje? SI _9_ NO_X_

¿Cuál? Lizbeth

Porque:

Porque en unos casos nos enseñaron que tenemos que obedecer a los hermanos.

5. El mensaje que podrían resumir en este capítulo es:

Que cada persona tiene sus obligaciones y sus derechos.

6. ¿Les gustó la historia de este capítulo?

Califica de 1 = NADA a 5 = MUCHÍSIMO

1

2

3

4

5

El promedio de calificación de los 7 participantes es 4.

3 varones y 3 mujeres dieron el puntaje de 4.

3 mujeres calificaron el capítulo con 5 puntos.

7. ¿Algo que no pondrían en este capítulo?

Palabras groseras

8. ¿Algo que les parece lo más positivo?

La reacción de Keni

9. ¿Qué es lo que más te gustó?

La actuación de Micala y Carmelo

10. ¿Qué cambiarías?

Las palabras groseras que dicen Míster Máster NN y Reinaldo.

Anexo 5. Cuestionario sobre la percepción de la radio comunitaria, los radiodramas de edu-entretenimiento y el libreto radiofónico

CUESTIONARIO JUVENIL 2008

Nombres y Apellidos: _____

Edad: _____ Sexo: M H Fecha: _____

Por favor elige una respuesta según corresponda a tu opinión

1. ¿Conoces qué es una Radio Comunitaria? SI NO NO SÉ
2. ¿Crees que la Radio Comunitaria colabora en el desarrollo de las comunidades ecuatorianas? SI NO NO SÉ
3. ¿En la Radio Comunitaria se transmiten programas producidos por los oyentes? SI NO NO SÉ
4. ¿Qué es para ti una radionovela?
 - a. Un conjunto de historias tristes contadas a través de la radio
 - b. Historias que se relacionan entre sí y su desarrollo se cuenta en varios capítulos radiales
 - c. Una historia breve sobre lo que sucede en la comunidad
5. ¿La Radionovela basada en historias cotidianas de la gente puede educar mientras divierte? SI NO NO SÉ
6. ¿La Radionovela puede generar un cambio social? SI NO NO SÉ
7. ¿Sabes qué es un libreto? SI NO NO SÉ
8. El libreto para radio se compone a través de:

Música	<input type="checkbox"/>	Todo	<input type="checkbox"/>
Efectos de sonido	<input type="checkbox"/>	Nada	<input type="checkbox"/>
Textos literarios	<input type="checkbox"/>		
9. ¿Cuánto tiempo te gustaría que dure un video que muestre cómo libretar para radio?

De 3 a 5 minutos	<input type="checkbox"/>	De 6 a 8 minutos	<input type="checkbox"/>	De 9 a 12 minutos	<input type="checkbox"/>
------------------	--------------------------	------------------	--------------------------	-------------------	--------------------------
10. ¿Qué formato te gustaría para este video?

Animación	<input type="checkbox"/>	Reportaje	<input type="checkbox"/>	Documental	<input type="checkbox"/>
-----------	--------------------------	-----------	--------------------------	------------	--------------------------

GRACIAS POR PARTICIPAR