

Enl@ce: Revista Venezolana de Información,
Tecnología y Conocimiento
ISSN: 1690-7515
Depósito legal pp 200402ZU1624
Año 4: No. 3, Septiembre-Diciembre 2007, pp. 57-70

La radio como herramienta para la promoción de la lectura

*Alicia Montero*¹
*Cósimo Mandrillo*²

Resumen

Este trabajo discute la metodología a seguir en el proceso de producción de un programa radiofónico de cuentos para niños con el objetivo último de promover la lectura. En ese sentido, se proponen estrategias para la sensibilización y la formación estética que adquiere el niño, a través del contacto temprano con la literatura, utilizando el medio radial que ha sido poco aprovechado por los educadores y promotores de la lectura y subestimado en su función educativa. Se incluye una revisión sobre el cuento y su función didáctica en los niños. Se propone, finalmente, un modelo de guión para un programa radial de narración de cuentos para niños.

Palabras clave: literatura infantil, radio, cuento, promoción de la lectura, educación.

Recibido: 27-06-07 Aceptado: 12-10-07

¹ Profesora Asociada de la Universidad del Zulia. Productora radial y promotora de lectura. Experta en medios radiales para la enseñanza. Correo electrónico: monalicia69@gmail.com

² Profesor Titular Emérito de la Universidad del Zulia. Coordinador de la Maestría en Literatura Venezolana. Doctor en Literatura. Experto en contenidos en hipertextos. Correo electrónico: cosimomandrillo@gmail.com

Radio as a Tool for the Promotion of Reading

Abstract

This paper discusses the methodology to be followed in the process of production of a children's story-telling radiophonic program with the ultimate goal of promoting reading. In this sense, some strategies are proposed for the sensibility and aesthetic formation of children through early contact with literature using radio media, little-used by teachers and promoters of reading, and underestimated in its educational function. A revision about story-telling and its didactic function for children is included. Finally, a model for scripts is designed for a radio children's story-telling program is proposed.

Key words: Children's Literature, Radio, Story-telling, Promotion of Reading, Education.

Introducción

Pocas personas tendrán dudas en nuestros días acerca del rol que la radio, como medio formativo e informativo, puede cumplir en la promoción de la lectura. Para ello es necesario que incluya en su programación espacios para la divulgación y la promoción de la literatura, ofreciéndole al público infantil la oportunidad de estar en contacto con la tradición oral, cuentos, mitos y leyendas propios de cada país.

Si hemos reflexionado sobre el influjo aparentemente superficial que las frases "había una vez..." o "érase que se era..." producen en nosotros, sabemos que el estado de total fascinación que crea la conjunción de una fórmula lingüística ancestral y una voz emocionada por la anticipación de aventuras y peripecias en una historia, es común incluso entre adultos; pero no cabe duda de que en los niños tal fascinación se muestra con una evidencia que no deja de sorprender a los mayores.

Desde que nacemos estamos expuestos a la palabra hablada y a su esencia poética. El niño pequeño, balbuceante apenas, oye una canción de cuna, un arrullo de música y voz que disfruta plenamente y que será su primer contacto con la poesía. Luego vendrán los juegos de palabras, construirá sus trabalenguas, armará sus adivinanzas y repetirá cuentos de nunca acabar. Georges Jean (1990) se ha esforzado en probar que la imaginación infantil está permanentemente surcada por la poesía y el estímulo estético que recibe de los cuentos que escucha.

La costumbre de escuchar cuentos comienza desde la primera infancia, cuando muchos tuvimos la suerte de tener cerca a los abuelos o a alguna maestra a quien le gustara las historias de tío Tigre y tío Conejo, los cuentos de calleja, las historias bíblicas, las fábulas de Esopo y cualquier narración para compartir. Contar cuentos es un acto intenso, de comunicación personal que invita al recogimiento, a concentrarse. Y el escuchar, esa

capacidad tan olvidada en estos días, supone un contacto con la palabra y el espacio donde ésta se inscribe.

Entre los hispanohablantes no es gratuita la inclinación por la palabra hablada: para nuestros ancestros los árabes, la palabra, el idioma, el hábito y la voz tienen la mayor de las trascendencias. Y por los antepasados indígenas sabemos que el cuento, generalmente mítico, transmite por vía oral conocimientos, historia, tradiciones y, más importante aún, su propia visión del mundo.

La radio, siendo esencialmente voz, tiene una conexión natural con ese fenómeno múltiple y profundamente cultural que llamamos oralidad. Se reconoce, de otro lado, la enorme capacidad de este medio para penetrar en vastos sectores de la población a una escala a la cual no alcanzan ni los medios impresos ni la televisión. En ese sentido, puede afirmarse sin ambages que la radio es, y puede llegar a ser mucho más, una efectiva herramienta para la promoción de la lectura, utilizando para ello textos literarios que deberán ser elegidos, y en algunos casos adaptados al medio y al público al que van dirigidos.

Este artículo discute algunas de las variables y de las claves pertinentes que inciden en la concepción, producción y difusión de un programa radial para la promoción de la lectura. Aunque dicho programa radial se sustenta en el uso de la literatura, sin que importe su país de origen, a la hora de ejemplificar se usará, en este artículo, mayoritariamente textos pertenecientes a la literatura venezolana. Se trata, en definitiva, de diseñar e impulsar una alternativa comunicacional univer-

sal para la promoción de la lectura y para el encuentro con los valores, las costumbres, el folklore y la creación literaria, por medio de la radio.

La lectura como problema, la palabra como respuesta

En Venezuela es generalizada la apatía hacia la lectura. Puede constatararse la afirmación anterior con sólo revisar el libro *La promoción de la lectura* (1990) de Digna D´ Jesús Rivas en el que se expone de manera detallada las causas de los bajos índices de lectura en Venezuela y otros países de Latinoamérica como Argentina. A conclusiones similares llegan los informes sobre esta materia del Ministerio de Educación venezolano hechos públicos en 1985 y cuyos resultados muestran que la escuela primaria y diversificada enseñan una literatura que no llega al alumno y por lo tanto es una literatura sin destinatario. La investigación dirigida por Nelson Rodríguez del Banco Venezolano del Libro (1984) menciona el papel de la familia y la escuela y la importancia de las bibliotecas escolares en la formación de los hábitos de lectura de niños y adolescentes. Gloria Stolk (1975) habla del analfabetismo funcional en el que caen las personas alfabetizadas, cuando no practican las destrezas de lectura adquiridas, muchas veces por no tener a mano obras de calidad.

Las causas varían desde un casi inexistente hábito lector en la familia, hasta el aumento en los precios de los libros, y las crecientes demanda y oferta de juegos interactivos y electrónicos. La mayoría de nuestros niños no disfruta en su casa de un ambiente propicio para la lectura y en la escuela

tienen ocasionalmente como modelo a un docente apático, con un hábito lector débil o con poca actualización en estrategias de animación a la lectura. Por su parte, las escuelas no suelen poseer una biblioteca dotada con textos literarios o la “hora de biblioteca” es usada para hacer las tareas de otras asignaturas o para suplir a un maestro ausente.

Analistas como Luis B. Prieto Figueroa (1981) y Angel Rosenblat (1964) han puesto en evidencia, desde los años sesenta y hasta finales del siglo XX, el casi total desconocimiento de autores y obras literarias venezolanas por parte de los estudiantes de educación media diversificada. La adopción de modelos lingüísticos, literarios, musicales y culturales extranjeros, impulsados por un aparato publicitario poderoso, poco incentivan a la lectura, por el contrario, empujan al niño y al adulto a permanecer frente a las pantallas –de la televisión, del cine o de las computadoras- y a mantenerse alejados de los libros. Escuchar cuentos, leyendas y mitos de diversas culturas, a través del medio radial, contribuye a satisfacer la necesidad del ser humano, específicamente del niño, de desarrollar su creatividad, alimentar su imaginación y su fantasía, fomentar la creación y el afianzamiento de valores estéticos, éticos y morales. Por medio de la literatura, el niño sigue un proceso de socialización, adquiere conocimientos, normas de conducta y afectividad. Escuchar narraciones puede ser, pues, un elemento importante en el proceso de desarrollo integral de la personalidad.

La palabra es respiración y, por tanto, es fuerza vital. Para muchas culturas, en la palabra hay un alma y ésta es transmitida junto con todos

los contenidos que le son propios, cuando hablamos. La palabra es poderosa, produce efectos distintos según el sujeto sobre el cual actúe.

Walter Ong (1994) al estudiar la oralidad explica la importancia del habla y la contrapone a la escritura como tecnología. Ong es categórico al rescatar la valía de las culturas orales o sociedades con oralidad primaria, llamadas despectivamente ágrafas o analfabetas, “El habla es inseparable de nuestra conciencia; ha fascinado a los seres humanos y provocado reflexión seria acerca de sí misma desde las fases más remotas de la conciencia, mucho antes de que la escritura llegara a existir” (Ong, 1994: 18).

La literatura no puede prescindir de la oralidad, pues ella es su fuente. La historia de la literatura provee testimonios en abundancia de los intentos de la escritura por recuperar, por medio de variadas estrategias, la cercanía y la complicidad con el público propias de la oralidad. Algunas de esas estrategias como las llamadas al público, la presencia del narrador, los diálogos directos, la inserción de pensamientos en voz alta, las historietas y los folletines, muestran un lenguaje más directo, sin circunloquios o excesivas perífrasis, y una economía de palabras propias de la oralidad. Se trata entonces de tender un puente entre la capacidad de transmisión oral de la radio y los esfuerzos del texto literario por mantener el carácter propio de la narración hablada como medio de acercar a los niños a la palabra escrita y estimular en ellos la lectura.

Como se asomó arriba, la vida moderna ha incidido en aspectos fundamentales de la constitu-

ción de la familia: hay que anotar, en primer lugar, que se ha reducido el número de sus integrantes; ya no se vive con los abuelos, tíos y otras personas mayores. Muchas veces los niños suelen estar acompañados por una empleada y en otras ocasiones quien cumple la función de niñera es nada menos que la televisión.

Tales condiciones afectan grandemente las posibilidades de contacto del niño con la literatura. El centro de la atención familiar suele ser el televisor, lo cual impide la comunicación familiar. Cada vez son menos frecuentes los cuentos narrados o leídos antes de dormir.

Regalar libros a los niños es una costumbre casi olvidada. El libro se ha convertido en un objeto elitescos como consecuencia de los altos precios de ediciones demasiado lujosas, sobre todo para sociedades pobres. En la escuela, cuando el niño entra en contacto con los libros, la lectura suele ser una tarea pesada, aburrida, carente de goce. A este escenario debe añadirse la sobreoferta de una pseudoliteratura al estilo de los *comics* o de literatura de masas nada edificante, empobrecedora del lenguaje y del espíritu.

De otro lado, para que el niño desee aprender a leer no necesita el conocimiento de la utilidad práctica de la lectura, sino la firme creencia de que saber leer abrirá ante él un mundo de experiencias que le permitirá, además de despojarse de su ignorancia, comprender el mundo y ser dueño de su destino. (Bettelheim y Zelan, 1983). Es necesario que padres, maestros y escritores vean la lectura como un ritual de iniciación de un principiante, la adquisición de un arte antiguo que descubrirá secretos ocultos, que abrirá la puerta de la sabiduría

y permitirá participar de sublimes logros poéticos. De ese modo padres y maestros inculcarían en sus hijos y estudiantes el amor, el interés y la motivación por la lectura.

Leer literatura estimula ambos hemisferios del cerebro: el izquierdo, encargado del lenguaje, de la lógica, las secuencias, las partes y el análisis; y el derecho, asociado a la imaginación, a la globalidad, a la música, al ritmo, a lo visual-espacial. Escuchar literatura, por otro lado, estimula el hemisferio derecho, el cual es capaz de identificar los diversos tipos de entonación, y darle significación. Además, en la escuela tradicional, en donde el cuento es muchas veces un premio -y no una actividad central a partir de la cual se pueden generar acercamientos a diversos campos del conocimiento-, es también mucho menos frecuente la estimulación del hemisferio derecho. El cuento narrado es una excelente estrategia de estimulación bihemisférica, a través del desciframiento y disfrute de la metáfora, figura literaria que frecuentemente aparece en los cuentos, las parábolas, las fábulas y los mitos.

Alga Marina Elizagaray (1977:14) defiende los cuentos para niños porque “son imprescindibles para la formación ética y estética de la infancia, porque desarrollan el caudal latente de su imaginación y la ayudan a conocer el mundo cada vez menos ancho y ajeno que la rodea y a crear defensas contra la vida, pero sobre todo contra el choque con la mediocridad, el facilismo y la vulgaridad cotidiana.”

Por su parte, para Savater (1994) “La educación es una cosa muy necesaria (...), pero la literatura es realmente imprescindible. Me refiero,

para ser más preciso, a esa parte de la literatura llamada ficción. Sin educación, los recursos de la subjetividad quedarían desaprovechados, pero sin ficción literaria no podría haber subjetividad.” Muchas veces le ofrecemos al niño lecturas “para que aprendan” y erróneamente pensamos que la literatura es sólo para abstraernos de la realidad, para estimular la fantasía, y entonces se presenta la dicotomía: lectura útil o para aprender y lectura de entretenimiento, para pasar el tiempo, para descansar, sin utilidad aparente. Fernando Savater confirma que la ficción es útil precisamente, porque desarrolla la subjetividad del lector.

Entre las funciones sociales que ha cumplido la narración de historias, Daniel Mato (1994) incluye las de informar acerca del manejo de diversas herramientas e instrumentos, mostrar formas de ejecución de los procesos técnicos; preservar, difundir y desarrollar creencias e historias (familiar, de clanes y de pueblos), informaciones sanitarias, alimenticias, hazañas de los héroes y facilitar formación ética. Aunque la principal función de narrar una historia es el placer de narrarla y de escucharla, de disfrutar el lenguaje y la anécdota, Mato y otros estudiosos del arte y la técnica de contar cuentos le han encontrado variadas aplicaciones. Actualmente se le atribuyen hasta funciones terapéuticas y curativas. Lo interesante es que en nuestras ciudades y aun en algunos pueblos, con el auge de la cultura audiovisual y la disminución de los índices de lectura, y aun con la dificultad de acceder a una cantidad amplia de libros de narraciones, muchos de estos objetivos se cumplen cuando se escuchan cuentos por la radio, pues allí se mantienen estas características de complicidad con el

oyente, oralidad, brevedad, repetición, y transmisión amena de conocimientos, creencias, actitudes y valores, mencionados previamente.

Narrar en la radio

¿Por qué escoger el medio radial para contar y para leer cuentos? Porque a un cuento, para ser comprendido, no le basta con ser transmitido por el texto: necesita desplegarse más ampliamente por medio de la voz y el gesto, la melodía del discurso y el juego del contenido. ¿Por qué escoger la radio, un medio aparentemente venido a menos por el auge de la televisión y los videojuegos? Ana Pelegrín (1982) sostiene que “leer, al igual que contar, son artes olvidados. Los hemos perdido. La lectura, entendida como conjugación de ritmo, expresión, cadencia y entonación de un lector que quiere contar, cantar y encantar a un público” y porque la radio sigue siendo un medio masivo, invitado frecuente en los hogares (y en los automóviles), y en muchas ocasiones compañero de labores y actividades en la casa y un elemento que congrega alrededor de él a la familia. Porque la producción, aunque compleja, es más asequible y necesita de una menor inversión que la producción audiovisual.

Sabemos que narrar en radio tiene sus limitaciones, pues los oyentes, ese círculo de personas alrededor del juglar, no están presentes al momento de la narración. Como lectores se está solos ante el texto y el micrófono. Nuevamente Pelegrín (1982:165) ilustra el asunto “El lector es el intérprete y el intermediario entre el libro y los que escuchan. Pero la voz en el espacio, la

voz contactando la sensibilidad de otros, crea un ámbito de intensidad aumentada por la de cada oído-interioridad". Todo hecho sólo con la voz y sus inflexiones, la capacidad de crear un ambiente o una atmósfera y dotarlos de la magia que se requiere para introducirse en una historia, sin la ayuda del cuerpo, de gestos; pero se tiene, sin embargo, a favor la posibilidad de aprovechar la música, los sonidos y efectos especiales para situar, ejemplificar y apoyar la imagen auditivo-visual de las palabras. Sin dejar por ello a un lado las pausas y los silencios que pueden significar tanto en la comunicación. La palabra concita la imagen, es un detonador de la imaginación al penetrar en su superficie y crear ondas concéntricas que se alejan cada vez más de su centro. La palabra es una voz que se disfraza y nos envuelve.

La radio es un medio muy rico y trabajar en ella implica un conocimiento de sus peculiaridades técnicas y de cómo éstas pueden aprovecharse para incitar el acercamiento al libro, después de una afortunada aventura auditiva, en la cual, además del goce de la palabra oral, primigenia y envolvente, se fomentan valores literarios, se difunde información (datos biográficos del autor, contexto espacial y temporal de la narración, datos editoriales del libro donde aparecen la o las historias), y por ende, se promueve la lectura.

La radio siendo un medio de comunicación masiva exige, como hemos dicho, un conocimiento no solamente técnico sino también de un lenguaje específico. El lenguaje radiofónico es esencialmente distinto del lenguaje literario: hay un recorrido de lo oral (base de la escritura), a lo escrito, para ir de nuevo a lo oral radial, a veces a

través de adaptaciones sencillas o más complejas. Por esto las recopilaciones folklóricas, las leyendas y los mitos, además de los cuentos de animales y los maravillosos son los preferidos por los oyentes puesto que, como se sabe, sus orígenes y formas de transmisión son orales.

En los cuentos llamados de autor o cuentos literarios, en donde el lenguaje escrito está más distanciado de la oralidad, la adaptación al medio se hace casi obligatoria, independientemente de la necesidad de mantener, hasta donde se pueda, la fidelidad al texto original.

Por último, no puede obviarse la inmediatez característica de la palabra hablada, la cual se escucha y se pierde -incluso antes de concluir una frase- si el lector-narrador no le imprime el sello de emoción y de fuerza que la fije en la imaginación de quien la escucha. G. Bachelard (1982) dice que sin cesar, la imaginación reanima la memoria y la ilustra y nosotros afirmamos que además la enciende, a través de una exquisita llama que es la palabra y su vehículo, la voz.

El medio radiofónico reivindica la fuerza de la palabra hablada y de la voz como vehículos de la imagen. No puede olvidarse que la identidad de un pueblo está basada en su lengua hablada, en el idioma que utiliza y con el cual nombra su entorno, su cultura, creencias, formas de organización social, manifestaciones artísticas, etc.

La radio puede ser concebida y practicada en forma artística a través de su vinculación con la literatura, pues desde su nacimiento la radio ha transmitido obras literarias, sean cuentos, poesía o teatro. Además, el lenguaje radiofónico tiene

siempre una doble vocación: por un lado, como instrumento de comunicación y por otro, promotor de arte y de cultura.

Balsebre (1994) establece la palabra, la música, los efectos sonoros y los silencios como elementos constitutivos del lenguaje radiofónico. La palabra, representa la realidad y sus distintas dimensiones a través del diálogo y el monólogo, las narraciones y las descripciones, y por tanto, se constituye en la base fundamental del lenguaje radiofónico, en torno a ella se articulan los otros elementos sonoros. Para los amantes de la lengua y de la literatura, la radio es un medio ideal pues la palabra se constituye en el elemento central, al hacerse imprescindible en la comunicación, al excluir la posibilidad de ver al interlocutor.

En el caso de la narración radial, ésta se apoyará fundamentalmente en la cualidad vocal y en el uso de los efectos sonoros, de la música y de los silencios, que tanto comunican. Huelga decir que debe conocerse bien el texto a ser leído, de modo que la lectura parezca como si se estuviera contando en persona, transmitiendo así vívidamente la historia y generando imágenes en el oyente con sólo escuchar. Tal lectura, despertará, por último, la imaginación y pondrá en marcha el delicado mecanismo de la reelaboración de lo escuchado.

El narrador debe poseer también dominio de sí mismo, actitud serena y distensión corporal. Es importante sentir que hay un acto de entrega de algo personal para lograr sintonía con los oyentes. Esto ayudará a crear la sensación de encantamiento y seducción que rodea el acto de escuchar una historia.

En la producción radial, quien tiene la responsabilidad de transmitir la capacidad expresiva del cuento, tiene además el reto de mantener la atención del receptor para pintar con sonidos las imágenes y, sumergido en lo maravilloso de ese sonido, brindar al oyente la oportunidad de ver con sólo escuchar. De la calidad integral -técnica y estética- de la producción radial dependerá que el ver al escuchar sea un hecho simple, intrascendente, o un acto de valor artístico, un verdadero logro literario a través de la producción sinestésica constante.

Proceso de producción radial

El proceso de producción del programa radial ha de comprender las siguientes tareas o fases:

1.- Lectura y selección de las narraciones.

Los criterios que se manejan para la selección de las narraciones incluyen desde características textuales o literarias, como la extensión del cuento (veinte minutos de narración a lo sumo); estructura temporal sencilla, preferiblemente lineal; lenguaje descriptivo y narrativo, con inclusión de diálogos directos, profusión de imágenes sensoriales y figuras literarias que contribuyan a pintar con imágenes las escenas narrativas. Esas figuras literarias comprenden, entre otras: onomatopeyas, aliteraciones, exageraciones, enumeraciones y símiles. Es conveniente, así mismo que el texto elegido contenga fórmulas de inicio y cierre, como “Érase una vez, había una vez..., y colorín, colorado, este cuento se ha acabado” etc.; repetición de estribillos, y rimas que ayudan a la memorización

de los relatos. Otra característica relevante es el uso del humor. Situaciones pícaras, absurdas, de travesuras, aventuras o con enredos y malos entendidos son muy atractivas tanto para niños como para adultos.

Muchos relatos poseen una fuerte carga ética o moral, o personajes que en algunos casos son prototipos de alguna virtud o de una debilidad. Valores como la amistad, la solidaridad, el respeto, la honestidad, el trabajo, el servicio, la creatividad, el amor, la solidaridad, suelen ser apropiados en las narraciones a elegir para el programa radial, puesto que se imprimen con fuerza en la emotividad del oyente al ser escuchadas y, sobre todo, disfrutadas.

En cuanto a la selección del tema y la procedencia del cuento la clave es la diversidad, se escogen diferentes temas y de distintas partes y esto no será un obstáculo o una restricción en la elección de los relatos. Si el cuento escogido, por ejemplo, es venezolano y está emparentado con la tradición oral de otros países y continentes, se mencionan los nexos y los hilos que los conducen y conectan a otras narraciones en diversas latitudes, demostrando que la narración es universal.

2.- *Selección de la música* para la presentación o para el fondo musical del cuento y de los efectos de sonido cuando así se requiera. Esta selección está basada en la relación de la música con el tema y la ambientación de la narración escogida.

3.- *Adaptación de los cuentos* cuando el lenguaje no sea el apropiado para el medio radiofónico (redacción del guión literario).

4.- *Redacción del guión técnico y del guión radiofónico.* Para esta fase se tomarán en cuenta la o las voces, la música, los efectos sonoros, las pausas y los silencios, elementos del lenguaje radiofónico que permiten enriquecer las narraciones escritas y hacerlas atractivas para un público oyente el cual es diferente al público lector y que consideran las características técnicas específicas del medio radial.

Corpus: autores y textos

La materia prima para el programa radial propuesto en este artículo es el conjunto de los cuentos maravillosos, las narraciones provenientes del folklore, las leyendas y los mitos, además de las narraciones indígenas, latinoamericanas y de cualquier otra procedencia dado su origen oral y su pertinencia con el medio radiofónico elegido para su difusión, aunque en ocasiones también pueden usarse cuentos literarios, con las adaptaciones que el lenguaje radial requiera.

Cuentos de autores, en el caso venezolano, como Aquiles Nazoa, Teresa de la Parra, Orlando Araujo, Laura Antillano, Elizabeth Schön, Rafael Rivero Oramas, Salvador Garmendia, Oscar Guaramato, Julio Garmendia, Armando José Sequera y Luiz Carlos Neves, así como las creaciones poéticas de Efraín Subero, Jesús Rosas Marcano, Velia Bosch, Fernando Paz Castillo y otros, son muestras de la literatura venezolana cercana a la oralidad, pues recogen y plasman los elementos constitutivos del ser venezolano y cumplen con algunas de las características atribuidas al género oral tradicional. Sin embargo, aunque no sean cercanos a

este género, es importante que los niños y también los adultos puedan escuchar cuentos literarios, para afinar su escucha estética y experimentar el goce estético que esta actividad provee.

-Guión técnico de un programa radial de narración de cuentos para niños

(Previamente grabado, antes del día de transmisión)

- 1.- Identificación del Programa :30 seg.
- 2.- Identificación del o de los patrocinantes: 30 seg
- 3.- Presentación del relato, el autor y las características editoriales del libro: 2 min.
4. Narración del cuento: 14-16 min.
- 5.- Comentario sobre el cuento y el contexto histórico literario del autor: 1-2 min
- 6.- Presentación de número musical: 15 seg.
- 7.- Canción o número musical relacionado con la narración del día. 3 min
- 8.- Despedida: 20 seg.
- 9.-Identificación del o de los patrocinantes: 30 seg.
- 10.-Identificación- despedida del programa: 10 seg.

En otro formato, si se hace el programa en vivo y se incluye la participación de la audiencia:

- 1.- Identificación del Programa: 30 seg.
- 2.- Identificación del o de los patrocinantes: 30 seg

3.- Presentación del relato, el autor y las características editoriales del libro: 2 min.

4. Narración del cuento: 14-16 min.

5.- Comentario sobre el cuento y el contexto histórico literario del autor: 1-2 min

6.- Lectura de mensajes de la audiencia o conversaciones en vivo con los oyentes, concurso (libro, disco, entrada a un espectáculo infantil), a partir de alguna pregunta relacionada con el tema, autor y relato del día para verificar audiencia y favorecer la interacción: 2-5 min.

7.- Presentación de número musical: 15 seg.

8.- Canción o número musical relacionado con la narración del día: 3 min

9.- Despedida: Anuncio del o los ganadores del concurso: 20 seg.

10.- Identificación del o de los patrocinantes: 30 seg.

11.-Identificación- despedida del programa: 10 seg.

-Guión radiofónico de un programa de cuentos para niños

Cuento: “El expreso polar”. Autor: Chris Van Allsburch. Norteamérica

OPERADOR: TEMA MUSICAL DEL PROGRAMA. PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA. SOSTIENE Y BAJA A FONDO

OPERADOR: (FADE IN) MÚSICA DE NAVIDAD. CLASSIC CHRISTMAS #4 FADE OUT AL COMENZAR LA PRESENTACIÓN

LOCUTOR: Muy buenos días, oyentes de “...” Bienvenidos a un nuevo encuentro con la magia y la literatura de todos los lugares. Esta mañana tenemos una bella narración navideña titulada: El Expreso Polar. Su autor e ilustrador es Chris Van Allsburg y fue publicada por Ediciones Ekaré y Banco del Libro en Venezuela.

Esta narración nos cuenta la aventura de un niño que cree en San Nicolás y que desea poseer el cascabel de uno de sus renos. Tiene la oportunidad de viajar con otros niños en un Tren al reino donde vive San Nicolás, Santa Claus o Santa. Por cierto ¿Cómo llaman ustedes al señor gordo vestido de rojo que trae los regalos en Navidad?

OPERADOR: EFECTO SANTA HABLANDO Y CASCABELES

LOCUTOR: El Tren de nuestro cuento es el Expreso Polar, pues como dice la leyenda, Santa Claus y sus ayudantes viven en el Polo Norte. Cuando llega allí, el niño le pide a Santa el cascabel pues sus padres no creen en San Nicolás y el niño piensa que así podrá demostrar su existencia. Pero resulta que en el viaje de regreso (*SILENCIO*). No les contaremos más. Siéntense y disfruten de un bello cuento que nos reconcilia con nuestras creencias, con las ilusiones de la infancia y nos regocija en esta bella época navideña. Con ustedes: El Expreso Polar.

OPERADOR: FADE IN. TRACK 1 CLASSIC CHRISTMAS. (FONDO)

LOCUTOR: “Era nochebuena, hace muchos años. Yo estaba acostado en mi cama, sin moverme, sin permitir siquiera que las sábanas susurraran. (...) El tintineo de cascabeles del trineo de San Nicolás.

OPERADOR: EFECTO DE CASCABELES, INTRO DE JINGLE BELLS.

OPERADOR: FADE IN: TRACK 1 CLASSIC CHRISTMAS. BAJA A FONDO

LOCUTOR: “- No existe San Nicolás- (...) De la calle llegaban unos resoplidos de vapor y un chirriar de metales”

OPERADOR: Efecto tren fondo

LOCUTOR: “ Me asomé a la ventana (...) De puntillas, bajé las escaleras y salí de la casa.

-¡Todos a bordo! (eco) (...) Este es el Expreso Polar.”

OPERADOR: EFECTO TREN ARRANCANDO.

LOCUTOR: “Tomé la mano que me tendía y subí al tren”.

OPERADOR: FADE IN: EFECTO: TREN EN MARCHA

LOCUTOR: “Adentro había muchos otros niños en ropa de dormir”.

OPERADOR: Música de Navidad cantada por niños fondo track 2. Hasta (...) chocolates derretidos”.

OPERADOR: FONDO CLASSIC CHRISTMAS.

LOCUTOR: “Afuera...el Expreso Polar enfilaba hacia el Norte”

OPERADOR: EFECTO: TREN EN MARCHA (BAJA A FONDO)

LOCUTOR: “Pronto, ya no se vieron luces. Nos internamos por bosques oscuros y fríos, donde vagaban lobos hambrientos (*EFECTO LOBOS*) y co-

nejos de colas blancas huían de nuestro tren, que retumbaba en la quietud del agreste paraje.

LOCUTOR: “Trepamos (...) Pero no aminoraba su marcha (Efecto tren), como en una montaña rusa

OPERADOR: (FONDO) CLASSIC CHRISTMAS #3

LOCUTOR: “Las montañas (...)

Sigue la lectura y la música de fondo sube en Fade In en las pausas largas de los puntos y aparte.

LOCUTOR: “Frente a nosotros se alzaba el trineo de San Nicolás”

OPERADOR: EFECTO DE CASCABELES, INTRO DE JINGLE BELLS.

LOCUTOR: “Los renos estaban inquietos (...) San Nicolás apareció. Los duendes lo saludaron con un gran estallido de gritos y aplausos.”

OPERADOR: EFECTO APLAUSOS.

OPERADOR: FADE IN CLASSIC CHRISTMAS #3 FONDO.

LOCUTOR: “Avanzó hacia nosotros y me señaló diciendo”:

OPERADOR: EFECTO SANTA HABLANDO Y CASCABELES

LOCUTOR: “Saltó a su trineo(...)¡El primer regalo de navidad! “(Eco)

OPERADOR: EFECTO RELOJ DANDO CAMPANADAS.

LOCUTOR: “Un reloj dio la medianoche, al tiempo que se escuchaba la delirante aclamación de los duendes (*EFECTO GENTE HABLANDO Y GRITANDO*) (...) San Nicolás voló sobre nosotros, tra-

zando un círculo; entonces desapareció en el frío y oscuro cielo polar”

OPERADOR: EFECTO DE CASCABELES, INTRO DE JINGLE BELLS.

OPERADOR: FONDO CLASSIC CHRISTMAS

LOCUTOR: “Tan pronto como regresamos (...)en ese momento el tren se estremeció y comenzó a moverse (*OP: EFECTO: TREN EN MARCHA (PERMANECE COMO FONDO)*). Ibamos de regreso a casa.”

OPERADOR: Fondo Classic Christmas

LOCUTOR: “Me rompió el corazón (...) Y haciendo una bocina con sus manos repitió: ¡Feliz Navidad! (eco) El Expreso polar hizo sonar su potente silbato y se alejó a toda velocidad”

OPERADOR: EFECTO: TREN EN MARCHA (PERMANECE COMO FONDO) Y SILBATO DE TREN. (FADE OUT)

OPERADOR: EFECTO: FONDO CLASSIC CHRISTMAS

LOCUTOR: “La mañana de Navidad (...) agité el cascabel (Efecto cascabel. #2 y permanece como fondo) Hubo un tiempo en que casi todos mis amigos podían escuchar el cascabel, pero con el pasar de los años, dejó de repicar para ellos. También Sarah, cierta Navidad, ya no pudo escuchar su dulce sonido. Aunque ya soy viejo, el cascabel aún suena para mí, como suena para todos aquellos que verdaderamente creen”

OPERADOR: “NOCHE DE BIEN” (Voz veis).

LOCUTOR: Y luego de haber escuchado estas canciones Blanca Navidad con Michael Bolton y No-

che de Bien con Voz Véis, queremos desearles el mejor de los años que esté lleno de éxito, felicidad y alegría y agradecerles a nuestros patrocinantes por su apoyo a la iniciativa de llevarles las mejores narraciones de todo el mundo.

¡Feliz Año Nuevo! y nos encontramos la próxima semana.

OPERADOR: PROMOCIÓN DEL PATROCINANTE.

OPERADOR. TEMA MUSICAL DEL PROGRAMA SE ESTABLECE Y BAJA HASTA DESAPARECER

Despedida del programa.

¿Sólo una vez? A modo de conclusión

Lo que caracteriza la programación radial, especialmente en nuestro medio es su obsolescencia. Al igual que las artes escénicas, el esfuerzo realizado por los productores parece destinado a unas pocas representaciones y luego al olvido. Y sin embargo, es posible adelantar algunas iniciativas para garantizar al programa radial, en nuestro caso, un período de vida más largo y un más eficiente cumplimiento de su objetivo de promover la lectura y difundir el acervo literario del país. He aquí algunas sugerencias:

-Desarrollo de un proyecto de mercadeo del programa dirigido a posibles empresas patrocinantes, con lo cual se obtengan los fondos que permitan la continuidad del programa en cualquier emisora dispuesta a radiarlo, en la ciudad o fuera de ella.

-Grabar en CD-ROM todos los programas realizados y conformar una Audioteca que pueda estar disponible para estudiantes y para todos los interesados en escuchar literatura, así como instituciones que atienden personas que por su condición de salud no pueden leer: por ejemplo, ancianos, hospitales, casas de reposo, hogares de cuidado, fundaciones de ayuda a discapacitados, etc.

-Establecer convenios con instituciones bibliotecarias, escuelas, y otras instituciones públicas y privadas que puedan interesarse en utilizar el material los programas grabados en sus propias actividades de promoción de la lectura.

- Considerar la posibilidad de vender el programa a otras emisoras a fin de ampliar el campo de acción en la difusión de la literatura para niños y concientizar a los propietarios de las estaciones y a otros productores de la importancia de entretener, informar y educar a través de la radio, en esta área.

Bibliografía

- Bachelard, G. (1982). *La poética de la ensoñación*. México. Fondo de Cultura Económica. Traducción de Ida Vitale.
- Balsebre, A. (1994). *El lenguaje radiofónico*. Ediciones Cátedra, Madrid. 250 pp.
- Bettelheim, B. y Zelan, K. (1983). *Aprender a leer*. Editorial Crítica. Barcelona, España, 294 pp.
- D'Jesús Rivas, D. (1990). *Promoción de la lectura*. Ediciones de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Caracas.

- Elizagaray, A. (1977). *En torno a la literatura infantil*. Unión de escritores y artistas de Cuba. La Habana. 211 pp.
- Jean, G. (1990). *Los senderos de la imaginación infantil*. Fondo de Cultura Económica. México, 231 pp. (Traducción de Juan José Utrilla)
- Mato, D. (1994). *Cómo contar cuentos*. Monte Ávila Editores Latinoamericana, 173 pp
- Ministerio de Educación - Dirección de Educación Especial. Organización de Estados Americanos (1985). *Informe general acerca del desarrollo de la investigación Niveles de lectura en niños alfabetizados*. Caracas.
- Ong, W. (1994). *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra*. Fondo de Cultura Económica, Colombia, (1a. edición en inglés: 1979). 190 pp. Traducción de Angélica Scherp.
- Pelegrín, A. (1982). *La aventura de oír. Cuentos y memorias de tradición oral*. Ediciones Cincel. España. 208 pp.
- Prieto Figueroa, L. (1981). *La magia de los libros*. Monte Ávila Editores. Caracas. 5a. edición. (1a. edición: 1955) 191 pp.
- Rodríguez, N. (1984). *Papel de la escuela y la familia en la formación de hábitos de lectura*. Caracas. Banco del Libro.
- Rosenblat, A. (1964). *El fracaso de nuestro bachillerato” La educación en Venezuela*. Voz de alerta. Caracas, Colegio de Humanistas de Venezuela
- Savater, F. (1994). *Sin contemplaciones*. Ediciones Ariel, España. 292 pp.
- Stolk, G. (1975). *Algo sobre bibliotecas*. El Nacional. Caracas, 22-05-75.