

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO



**Programa radial online educomunitativo que promueve el diálogo y
participación de los jóvenes en ambientes educativos**

Tesis para optar el grado académico de magíster en comunicaciones

Autor:

Christian Eloy Becerra Florez

Asesor:

Mag. Mario Wilfredo Gonzales Flores

Abril, 2018

RESUMEN

El presente proyecto de comunicación desarrolla la propuesta de un programa radial online educomunicativo, el cual responda a las necesidades de formación que necesitan los jóvenes en los ambientes educativos.

En primer lugar, se describe la experiencia que ha desarrollado la Congregación Salesiana en el Perú, desde su trabajo en la educación, el uso de la radio como elemento pastoral, además de los aciertos y desaciertos desarrollados en los campos educomunicativos.

En segundo lugar, desarrollamos una reflexión teórica acerca del uso de los medios de comunicación social, sobre todo de la radio, sus usos y transformaciones en el ambiente educativo. Se hace una valoración de los aportes teóricos que desarrollados desde los campos de la educación y la comunicación, mostrando la sinergia entre estos dos campos, lo que favorece el objetivo común del aprendizaje significativo.

En tercer lugar, se describe la sistematización de la experiencia, que desarrolla un diagnóstico, un estudio de la propuesta y activación del programa radial. Cada una de las fases de estudio muestran elementos claves, como son: la selección de la audiencia, cuáles son sus características y tendencias; identificar el formato radial; la conformación de un equipo multidisciplinario que fortalezca la reflexión y desarrollo de la propuesta y la activación de los grupos formativos, conformada por estudiantes de tercero, cuarto y quinto de secundaria de dos colegios salesianos.

Es importante remarcar que la elaboración de la propuesta educomunicativa se presenta de forma original porque ha sido creada y producida por los propios estudiantes,

quienes luego de trabajar un programa formativo sobre el uso de los medios de comunicación, luego aportarían al desarrollo de las características del programa radial online. Un primer paso fue conformar un equipo gestor multidisciplinario, con quienes se activó la propuesta comunicacional, cumpliendo estos el papel de ser facilitadores de la propuesta.

Finalmente, cabe resaltar que el objetivo de la propuesta educomunicativa es apoyar a los jóvenes en su formación, con la ayuda de historias, donde ellos se sientan identificados y llamados a escuchar el programa. El programa radial online #FueraDeSerie se muestra como una propuesta interesante porque son los propios jóvenes quienes cuentan sus historias, siendo el eslogan del programa el siguiente: “Historias contadas en nuestro idioma”.

Palabras clave:

Programa radial, radio online, entretenimiento, educomunicación, jóvenes, diálogo, participación.

ABSTRACT

The present communication project develops the proposal of an educommunicative online radio program, which responds to the training needs that young people need in educational environments.

In the first place, we describe the experience that the Salesian Congregation has developed in Peru, from its work in education, on the use of the radio as a pastoral element. In addition to its successes and failures that this institution has developed in the educommunicative fields.

Secondly, the theoretical reflection about the use of social media, especially radio, its uses and transformations in the educational environment. Assess the theoretical contributions that have been developed from the fields of education and communication, showing the synergy that these two fields have and that favor the common goal of meaningful learning.

The systematization of the experience is described, which develops a diagnosis, a study of the proposal and activation of the radio program. Each of the phases of the study show key elements such as: the selection of the audience, what are their characteristics and trends; identify the radial format; the formation of a multidisciplinary team that strengthens the reflection and development of the proposal and the activation of the formative groups conformed by third, fourth and fifth secondary students of two Salesian schools.

It's important to note that the development of the characteristics of the educommunicative proposal is presented in an original way because it has been created and produced by the students themselves, who after working a formative program towards the use of the media, then contribute to the development of what would be the characteristics of the online radio program. A first step was to form a multidisciplinary management team, with whom the communication proposal was activated, fulfilling the role of facilitators of the proposal.

Finally, the objective of the educommunicative proposal is to help young people in their formation, telling them stories where they feel identified and called to listen to

the program. #FueraDeSerie program is shown as an interesting proposal because the young people themselves tell their stories, for that reason the slogan of the online radio program #FueraDeSerie: "Stories told in our language".

Keywords:

Radio program, online radio, entertainment, educommunication, youth, dialogue, participation

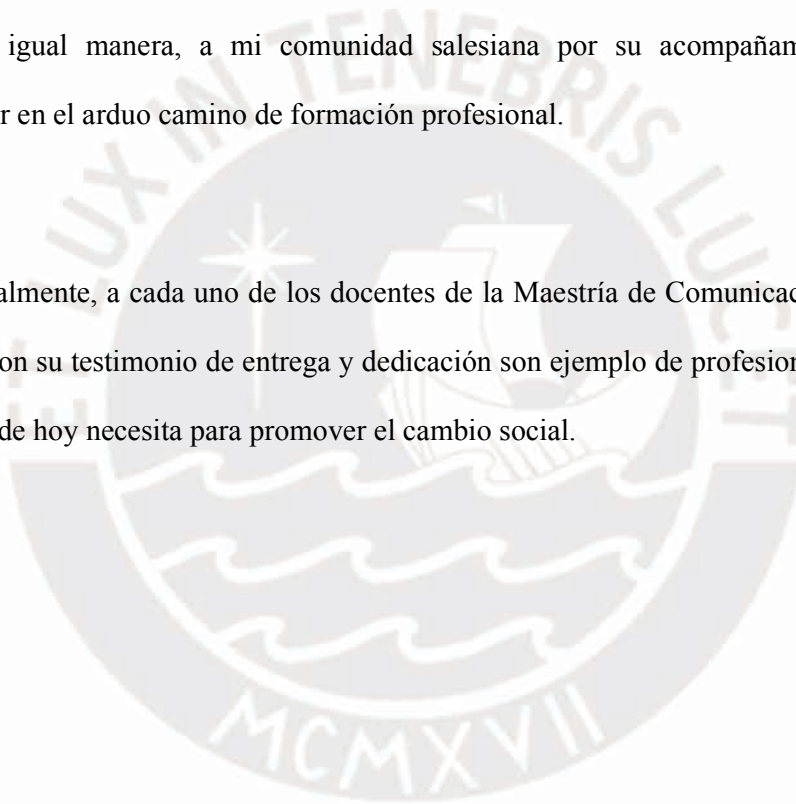


AGRADECIMIENTOS

A mi padre Dios, quien me permite continuar sirviendo a su lado, por medio de esta misión tan hermosa y fascinante, que es trabajar por los jóvenes, en especial a los más pobres y necesitados.

De igual manera, a mi comunidad salesiana por su acompañamiento para perseverar en el arduo camino de formación profesional.

Finalmente, a cada uno de los docentes de la Maestría de Comunicación Social, quienes con su testimonio de entrega y dedicación son ejemplo de profesionales que la sociedad de hoy necesita para promover el cambio social.

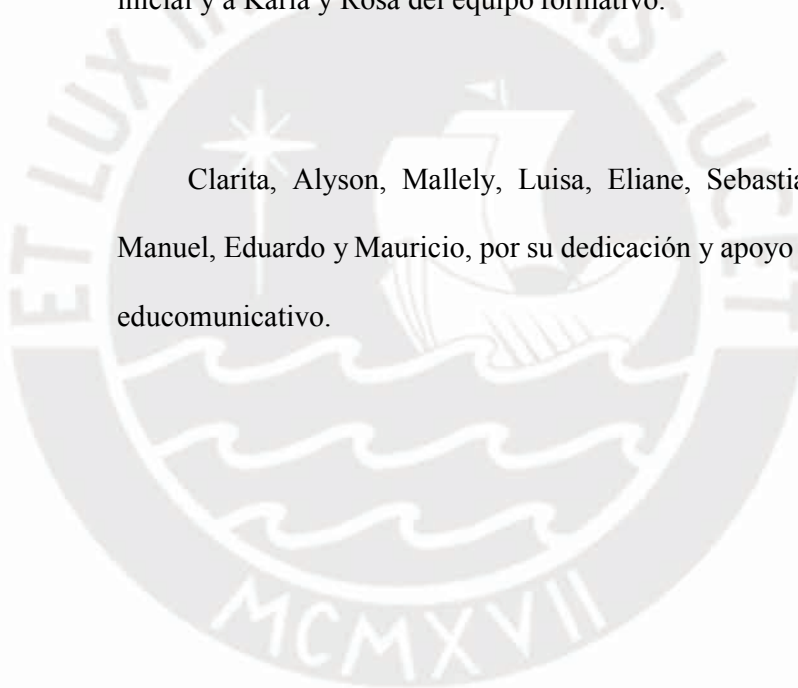


DEDICATORIA

A mi familia: Eloy, Hermelinda, Oscar, Sara, Eder, Astrid y Abdy por su presencia y palabras de ánimo.

A cada uno de los jóvenes que han hecho posible este proyecto, Fiorella, Luis Fernando, Oreana que fueron parte del equipo gestor inicial y a Karla y Rosa del equipo formativo.

Clarita, Alyson, Mallely, Luisa, Eliane, Sebastián, Adrián, Manuel, Eduardo y Mauricio, por su dedicación y apoyo al proyecto educomunicativo.



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	13
CAPÍTULO I: ANTECEDENTES, PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS DEL PROYECTO	
1.1 Proyecto inicial	15
1.2 Descripción de Radio Don Bosco	16
1.2.1 Valoración de la experiencia de Radio Don Bosco	17
1.3 Planteamiento del problema	22
1.4 Objetivos del proyecto	24
1.4.1 Objetivo general	24
1.4.2 Objetivos específicos	24
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	
2.1 El aprendizaje	25
2.1.1 Definición	25
2.1.2 Importancia	25
2.1.3 Modelo de aprendizaje	26
2.1.4 Reflexiones	26
2.2 La educación	29
2.2.1 Concepto general	29

2.2.2	La educación y la comunicación	29
2.2.3	La comunicación en la práctica educativa	30
2.2.4	Reflexiones desde el pensamiento de Paulo Freire	31
2.3	La Educomunicación	34
2.3.1	Conceptos generales	34
2.3.2	Educomunicación y el desarrollo social	35
2.3.3	Educomunicación como agente participativo	36
2.3.3.1	Rasgos de una radio como medio participación	37
2.3.4	Aportes desde el pensamiento de Freire	38
2.4	La radio educativa	39
2.4.1	Aspectos generales	39
2.4.2	Características	40
2.4.3	Aportes de la radio al aprendizaje	41
2.4.4	Desarrollo de la radio estudiantil	42
2.4.5	La radio en la era digital	44
2.4.6	La radio en las redes sociales	45
2.5	Educación evangelizando – evangelizar educando.	45
2.5.1	La Congregación salesiana y su labor de evangelización	45
2.5.2	Características de la misión salesiana	47
2.5.3	Los diversos ambientes y actividades de la misión salesiana	48
2.5.4	Centros educativos	48

2.5.5	El oratorio-centro juvenil	49
2.6	Realidad juvenil	50
2.6.1	Descripción	50
2.6.2	Problemáticas	51
2.6.3	Desafíos	51

CAPÍTULO III: SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA

3.1	Breve descripción del diagnóstico	53
3.1.1	Primera etapa – Estudio de audiencias	53
3.1.2	Segunda etapa – Análisis de la información	54
3.1.3	Tercera etapa – Valoración de los resultados	57
3.1.4	Cuarta etapa – Evaluación pretest	58
3.2	Estudio de la propuesta del formato radial online juvenil para la escuela	60
3.2.1	Fase exploratoria	60
3.2.2	Fase inicial – experimental	61
	• Primera etapa: 2016	63
	• Segunda etapa: proyecto al 2017	65
3.2.3	Fase de implementación	67

• Periodo marzo - abril	67
• Periodo mayo – setiembre	67
3.2.4 Convocatoria y formación del equipo gestor	69
• Detalles de la selección del equipo gestor	70
• Ideas claves para equipo gestor	71
3.2.5 Diseño de la propuesta radial	75
• Primer paso	75
• Segundo paso	75
• Tercer paso	76
3.2.6 Bocetos gráficos del programa radial	79
3.2.7 Elaboración de la matriz de implementación del proyecto	80
3.2.8 Fase de activación	81
• Primero: coordinación	82
• Segundo: identificación del formato radial	83
• Tercero: activación de los grupos formativos	89
• Cuarto: producción del contenido radial	98
• Quinto: Lanzamiento del programa radial #FueraDeSerie	100
• Sexto: Manteamiento del programa radial #FueraDeSerie	117
 REFLEXIONES	 120
 RECOMENDACIONES	 123
 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	 126

ANEXOS

Anexo N° 1	
Encuesta aplicada a los alumnos y alumnas de los colegios	131
Anexo N° 2	
<i>Brief</i> – proyecto de comunicación	134
Anexo N° 3	
Cuestionario de la entrevista a fundadores de radio Don Bosco	135
Anexo N° 4	
Transcripción de la entrevista a Abel Camasca	136
Anexo N° 5	
Transcripción de la entrevista a Víctor Santillán	141
Anexo N° 6	
Transcripción de la entrevista a Iván Peña	144
Anexo N° 7	
Encuesta filtro para los grupos formativos	146
Anexo N° 8	
Crónica fotográfica – Equipo gestor y formativo	151
Anexo N° 9	
Crónica – fase formativa	152
Anexo N° 10	
Juego lúdico de redacción – acróstico	156
Anexo N° 11	
Texto para la elaboración de la historia del programa #FueraDesSerie	157

Anexo N° 12	
Historia: Mi hermano mayor y yo	159
Anexo N° 13	
Historia: Mi primer amor	160
Anexo N° 14	
Crónica fotográfica de los eventos de lanzamiento	161
Anexo N° 15	
Crónica fotográfica – miscelánea	166
Anexo N° 16	
Material ¡Qué onda con la radio!	172

TABLAS

Tabla N° 1: Esquema comparativo de entornos de aprendizaje	28
Tabla N° 2: Programa formativo radial ¡qué onda con la radio!	90
Tabla N° 3: Modelo para el lanzamiento de un producto innovador	106

INTRODUCCIÓN

*“La educación es un acto de amor, por tanto
es un acto de valor”*

(Paulo Freire. 1973. p. 105)

En el marco de la Educación en el Perú, debemos mencionar que nuestra sociedad experimenta cambios, no solo en los aspectos económicos y sociales, sino en el campo de la educación; en ella se han presentado, principalmente, avances en las metodologías pedagógicas de participación, trabajos grupales u otros, con una mirada crítica a la forma tradicional de cómo se ha transmitido la información (Freire, 1973).

La educación no solo es pertinencia del Estado, sino también de la Iglesia, la cual desde su misión comparte esta tarea en su labor evangelizadora de los pueblos. Para dicha tarea, dicha institución cuenta con distintas instancias, como las Congregaciones religiosas, las que en su mayoría se han dedicado a la educación; una de ellas es la Congregación Salesiana en el Perú, la cual, desde su llegada al Perú en 1891, se ha dedicado a la labor pastoral por medio de un proyecto educativo en todas sus obras, proyecto orientado a la promoción integral de la persona humana de niños y niñas, adolescentes y jóvenes, especialmente de los más pobres, que busca la construcción una sociedad más justa y solidaria.

Actualmente, la Congregación Salesiana en el Perú desempeña labores educativas en nueve colegios a nivel nacional (Arequipa, Ayacucho, Cusco, Huancayo, Lima, Callao, Loreto, Piura y Ucayali) de nivel primario y secundario, atendiendo a una población estudiantil de alrededor de diez mil niños y adolescentes. Sus acciones

educativas se realizan en: oratorios ¹, casas de acogida (albergues), centros juveniles, colegios, centros de formación técnica (Cetpros), institutos, parroquias, misiones, Centros de formación pastoral y comunicación social, entre otras presencias al servicio de la juventud, dedicados a la educación y evangelización de los jóvenes, preferentemente de las clases populares.

Durante estos años, los Salesianos en el Perú han desarrollado todo un proyecto educativo integral que abarca distintas áreas. Una de la cuales es el departamento de comunicación que, desde sus inicios, como tradición ha producido material impreso, como el Boletín Salesiano, así también ha desarrollado un área para la producción audiovisual y toda una línea de material de acompañamiento para los centros educativos (libros, tutorías, catequesis y otros).

Los avances pedagógicos han propuesto el uso de los medios de comunicación en ambientes formativos, que con el pasar de los años se ha ido incrementando; desde la salida del televisor como material audiovisual, hasta las nuevas tecnologías con el uso del internet, hasta las TIC (Tecnologías de la información y la comunicación) (Quiroz, 1991). Por tal razón, es de nuestro interés desarrollar un proyecto de comunicación con el uso de la radio online en relación a la educación, ya que, como los sostiene Szyszko (2010), este medio de comunicación es una opción para proponer una nueva forma de educar y educarse, desde la práctica de la interacción.

¹*“El oratorio es casa que acoge, parroquia que evangeliza, escuela que encamina hacia la vida y patio donde se comparte la amistad y la alegría”.* (Constituciones Salesianas, Artículo N° 40)

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES, PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y

OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.1 Proyecto inicial

La Congregación Salesiana en el Perú y el departamento de comunicación social implementó, en el año 2000, un programa de comunicación llamado “Comunicador en la escuela” que propuso el uso de los medios de comunicación en los ambientes educativos. El objetivo principal era que los estudiantes sean los protagonistas, acorde con la realidad de los medios de comunicación social (MCS), desde una visión crítica, responsable y con valores. Los destinatarios principales eran los mismos adolescentes y jóvenes de los ambientes educativos y pastorales.

La lógica del proyecto permitió fortalecer una cadena de pequeños centros de comunicación en cada obra salesiana (colegios, oratorios, centros juveniles, entre otros) El primer paso fue la formación del animador de la comunicación del ambiente educativo. Además se promovía el fortalecimiento de la red de comunicación salesiana, por medio de un portal web, como espacio de difusión y expresión de los contenidos formativos que se producían, así como el intercambio de noticias y eventos que se desarrollan en cada lugar de origen.

Uno de los productos de mayor difusión fue la producción radial, la cual dio origen a Radio Don Bosco como portal de encuentro de las producciones radiofónicas de las diferentes obras salesianas, en especial de los oratorios. Dicho proyecto se emitió desde el año 2012, vía internet. Desde su lanzamiento, hasta la fecha, tiene 3241 seguidores en

su página de Facebook, además los datos muestran que la cantidad de oyentes promedio fue de alrededor de 100 personas, aproximadamente.

1.2 Descripción de Radio Don Bosco

Radio Don Bosco es un producto comunicacional que surge de la experiencia pastoral del uso de los MCS en ambientes educativos. Dicha experiencia nace cuando un grupo de jóvenes tuvieron la inquietud del uso de la radio como medio de comunicación para llegar con un mensaje positivo a sus coetáneos, lo cual fue aprovechado por un educador quien los motivo a crear y producir el contenido de su preferencia.

La experiencia comenzó con producir contenido para los oratorios, donde se congregaban los jóvenes cada fin de semana, es así que se fueron produciendo diferentes programas radiales. Posteriormente, las audiencias fueron aumentando, por lo que la producción de contenido fue variando según las iniciativas y necesidades.

Se describe que la finalidad de Radio Don Bosco era dar a conocer la espiritualidad salesiana desde lo ordinario de cada día, donde los primeros destinatarios de Radio Don Bosco eran los jóvenes productores quienes se convirtieron en protagonistas. En el proceso de Radio Don Bosco, comenzó a tener una audiencia en ascenso al lograr conectar un grupo de oratorios, con los cuales se coordinaba la producción local.

En la actualidad, la audiencia de radio Don Bosco ha descendido por diversas razones, las que son descritas por los propios fundadores en las entrevistas realizadas (Contenido seleccionado - ver Anexos N° 4, 5 y 6). Algunos de las explicaciones más resaltantes es que, dado que el proyecto creció rápidamente, no se planificó cómo manejar a corto plazo la situación de la producción radial; además se sostiene que el proyecto

surgió de forma espontánea, por lo que no en ese momento no era actividad propuesta para misión salesiana según su proyecto educativo pastoral y esto afectó directamente sobre la parte económica con respecto a su financiamiento para su sostenibilidad.

La producción radiofónica en el periodo 2014-2015 emitía un solo programa vía online llamado BUSCAMINOS, el cual se producía en vivo todos los viernes de 9 pm. a 10 pm., su audiencia era 30 jóvenes según la plataforma y las conexiones de las redes sociales. En la actualidad, no se produce ningún programa radial online desde el portal de Radio Don Bosco.

1.2.1 Valoración de la experiencia de Radio Don Bosco

Desde el inicio de operaciones de Radio Don Bosco, en 2010, se fueron desarrollando diferentes tipos de programas con distintos formatos que respondían a una necesidad pastoral. Se producían los siguientes programas radiales:

- Frecuencia Salesiana (lunes a viernes, de 12:30 pm a 1:00 pm)
- Buscaminos, es tu ruta (jueves, 9:00 pm a 10:00 pm)
- Caminando con DB (viernes, 5:00 pm a 7:00 pm)
- La hora salesiana (sábados, 9:00 am a 11:00 pm)
- Un sonido diferente (sábados, 11:00 am a 12:00 pm)
- Al ritmo de Don Bosco (sábados, 2:00 pm a 4:00 pm)

Imagen N° 1: PROGRAMACIÓN DE RADIO DON BOSCO

Programas		
FRECUENCIA SALESIANA  Lunes a viernes de 12:30 - 13 pm.	BUSCAMINOS, ES TU RUTA  Jueves de 21:00 - 22:00.	CAMINANDO CON DB  Los viernes de 5 - 7 pm.
LA HORA SALESIANA  Sábados de 9:00 - 11:00.	UN SONIDO DIFERENTE  Sábados de 11 am. - 12 m.	AL RITMO DE DON BOSCO  Sábados de 14:00 - 16:00.

Fuente: www.salesianos.pe

Cada uno de ellos tenía su horario y día establecido para su repetición. Con ello se propuso que la plataforma tuviese una producción radial las 24 horas del día, los siete días a la semana. Como se muestra a continuación:

Imagen N° 2: HORARIO DE LA PROGRAMACIÓN DE RADIO DON BOSCO

Hora / Día	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
00 - 01	Caminando con Don Bosco	Un sonido diferente	Caminando con Don Bosco	Un sonido diferente	Caminando con Don Bosco
01 - 02	Bosco	La hora salesiana	Bosco	La hora salesiana	Bosco
02 - 03	Al ritmo de Don Bosco 1	Buscaminos	Al ritmo de Don Bosco 1	Buscaminos	Al ritmo de Don Bosco 1
03 - 04		Una hora con Don Bosco		Una hora con Don Bosco	
04 - 05	Un sonido diferente	Al ritmo de Don Bosco 2	Un sonido diferente	Al ritmo de Don Bosco 2	Un sonido diferente
05 - 06	La hora salesiana		La hora salesiana		La hora salesiana
06 - 06:30	Baladitas	Voces de esperanza	Baladitas	Voces de esperanza	Baladitas
06:30 - 07	Memorias del Oratorio	Memorias del Oratorio	Memorias del Oratorio	Memorias del Oratorio	Memorias del Oratorio
07 - 08	Un sonido diferente	Una hora con Don Bosco	Un sonido diferente	Una hora con Don Bosco	Un sonido diferente
08 - 09	Buscaminos	La hora salesiana	Buscaminos	La hora salesiana	Buscaminos
09 - 10	La hora salesiana	Un sonido diferente	La hora salesiana	Un sonido diferente	La hora salesiana
10 - 11	Al ritmo de Don Bosco 1	Caminando con Don Bosco	Al ritmo de Don Bosco 1	Caminando con Don Bosco	Al ritmo de Don Bosco 1
11 - 12					
12 - 12:30	Memorias del Oratorio	Memorias del Oratorio	Memorias del Oratorio	Memorias del Oratorio	Memorias del Oratorio
12:30 - 13	Frecuencia juvenil	Frecuencia juvenil	Frecuencia juvenil	Frecuencia juvenil	Frecuencia juvenil
13 - 14	Sentimiento peruano	Cumbia, merengue y salsa	Sentimiento peruano	Cumbia, merengue y salsa	Sentimiento peruano
14 - 15	Rock y pop	Rock y pop	Rock y pop	Rock y pop	Rock y pop
15 - 16	Buscaminos	Baladitas	Buscaminos	Artista de la semana	Buscaminos
16 - 17	Un sonido diferente	Una hora con Don Bosco	Un sonido diferente	Una hora con Don Bosco	Un sonido diferente
17 - 18	Caminando con Don Bosco	Al ritmo de Don Bosco 2	Caminando con Don Bosco	Al ritmo de Don Bosco 2	Caminando con Don Bosco
18 - 19					
19 - 20	Bendito ranking	Caminando con Don Bosco	Bendito ranking	Caminando con Don Bosco	Bendito ranking
20 - 21	La hora salesiana		La hora salesiana		La hora salesiana
21 - 22	Al ritmo de Don Bosco 1	Buscaminos	Al ritmo de Don Bosco 1	Buscaminos	Al ritmo de Don Bosco 1
22 - 23		Un sonido diferente		Un sonido diferente	
23 - 23:30	Memorias del Oratorio	Memorias del Oratorio	Memorias del Oratorio	Memorias del Oratorio	Memorias del Oratorio
23:30 - 24	Rock y pop	Artista de la semana	Baladitas	Rock y pop	Mixes

Hora / Día	Sábados	Domingo
00 - 01	Un sonido diferente	Caminando con Don Bosco
01 - 02	La hora salesiana	
02 - 03	Buscaminos	Al ritmo de Don Bosco 1
03 - 04	Una hora con Don Bosco	
04 - 05	Al ritmo de Don Bosco 2	Buscaminos
05 - 06		Una hora con Don Bosco
06 - 06:30	Voces de esperanza	Voces de esperanza
06:30 - 07	Memorias del Oratorio	Memorias del Oratorio
07 - 08	Una hora con Don Bosco	Un sonido diferente
08 - 09	Buscaminos	La hora salesiana
09 - 10	La hora salesiana	Buscaminos
10 - 11	Un sonido diferente	Al ritmo de Don Bosco 2
11 - 12	Bendito ranking	
12 - 12:30	Memorias del Oratorio	Memorias del Oratorio
12:30 - 13	Rome reports	Rome reports
13 - 14	Cumbia, merengue y salsa	Sentimiento peruano
14 - 15	Al ritmo de Don Bosco 1	Rock y pop
15 - 16		Un sonido diferente
16 - 17	Un sonido diferente	Al ritmo de Don Bosco 2
17 - 18	Caminando con Don Bosco	
18 - 19		La hora salesiana
19 - 20	Al ritmo de Don Bosco 1	Un sonido diferente
20 - 21		Buscaminos
21 - 22	Buscaminos	Caminando con Don Bosco
22 - 23	La hora salesiana	
23 - 23:30	Memorias del Oratorio	Memorias del Oratorio
23:30 - 24	Mixes	Baladitas

Fuente: www.salesianos.pe

Uno de sus fundadores, el Sr. Abel Camasca, indicó que la finalidad que se buscaba al inicio del proyecto, no era buscar grandes audiencias, sino, por el contrario, se deseaba trabajar para unir a los diferentes frentes pastorales (oratorios) (Ver Anexo N°4).

Un elemento que respondía a la audiencia fue la música. Como se sabe, es un elemento de lenguaje universal que atrae diversas audiencias, según el tipo de música que se ofrece, por lo que se emitía música actual, cuidando los filtros con respecto al contenido de las letras, que vayan acorde a la identidad “cristiana católica” de la radio.

Tanto el equipo animador como los locutores eran mayormente jóvenes, por lo que aquí cabe resaltar la afirmación, dicha por los propios fundadores: si el joven es acompañado en sus iniciativas puede hacer grandes cosas. Así pues, no solo se forma el mismo, sino que provoca que otros jóvenes lo sigan, por una cuestión generacional.

Con respecto a la sostenibilidad, se reconoce que por haber iniciado de forma espontánea no se buscó establecer la conexión con la pastoral juvenil, del cual se deben desprender cada proyecto o iniciativa que se relacione con la misión salesiana. Es por ello que, luego de iniciar y experimentar el desarrollo, ocurrieron las necesidades económicas, las cuales no se pudieron afrontar al no contar con un presupuesto planificado en el proyecto educativo pastoral salesiano (PEPS).

El proyecto radial tenía mayor repercusión cuando la comunidad salesiana acompañaba este proceso, no solo de forma económica sino también en la identificación con el proyecto, logrando tener buenos resultados, por ejemplo, en el Callao, donde se logró emitir los programas radiales en los patios de los colegios u oratorios los fines de semana.

Los jóvenes que llevaban adelante los programas radiales, se unieron al proyecto de forma casi espontánea, sin contar antes con una formación humana o pastoral sobre el objetivo e identidad del proyecto. Esto provocó dificultades y consecuencias con respecto al contenido radial. El problema que se identificó era la falta de coherencia entre lo que se decía en los programas y lo que se vivía cotidianamente. Hay que considerar también que, como producción salesiana, no se habla a título personal sino que, por el contrario, como parte de una congregación y esta a su vez hace parte de la Iglesia universal.

Reconocer el valor y papel que tiene el joven que participa de esta propuesta, porque logra identificarse con lo que quiere y gusta, refleja una pasión que podría expresarse en una frase: “aquí estamos los jóvenes”.

Los fundadores del proyecto afirman que una radio online salesiana no debería buscar los fines lucrativos de las radios comerciales, sino por el contrario debe buscar su identidad que parte de un principio educativo-pastoral que ofrece la espiritualidad salesiana, donde se identifica su meta principal de promover que los jóvenes sean buenos cristianos y honrados ciudadanos.

Afirman también los entrevistados que el crecimiento exponencial y sin planificación provocó que la tarea principal se convierta en responder a las necesidades, sin considerar una evaluación sistemática y documental de los temas que se trataban.

1.3 Planteamiento del problema

Los ambientes educativos y pastorales experimentan el reto y desafío de incluir en su metodología y práctica a los medios de comunicación social, con la finalidad de la difusión y circulación del saber por medio de estos (Morduchowicz, 2008).

Jesús Martín Barbero, investigador que introdujo el término “educación”, explica la forma cómo difundir y circular el saber por medios de los medios, utilizando los términos “descentramiento”. Nos explica que la educación no está en el centro con respecto a los educadores y la “destemporalización”, al hacer referencia al tiempo con que se producen los nuevos conocimientos, enfatizando sobre el cómo hemos aprendido, en el uso de libros enciclopédicos y/o por los espacios tradicionales. En la actualidad, ya no son las únicas vías de adquirir el saber, los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de la información han generado nuevas esferas educativas por medio. Es también importante aclarar que los medios pueden producir mucha información, pero no es conocimiento. Por tanto, la escuela debe ser el filtro de esta información para construir y reconstruir nuevas ideas, a razón de su papel dentro de la formación integral del educando (Barbero, 2003).

Pero, ¿cómo formar este nuevo concepto de educación en los que los educandos puedan ser acompañados para lograr nuevas ideas y ellos sean los promotores de su saber?

Dicha interrogante nos lleva a formular la siguiente pregunta, la que guiará la presente sistematización del proyecto radial #FueraDeSerie: ¿De qué manera un proyecto radial ayuda, en principio, a los realizadores e indirectamente a los oyentes a un compromiso con su realidad? (Freire, 1973).

La justificación académica de la propuesta es el desarrollo de un programa de comunicación hacia el cambio social, presentándose así que la radio, en los ambientes educativos, aportará una experiencia hacia el desarrollo de capacidades comunicativas con el uso de los MCS. Además, cabe añadir que el proceso de producción y gestión del proyecto de comunicación desarrolla en su activación instrumentos de planeamiento estratégico y marketing, y que desarrolla, así también, una perspectiva integral hacia el cambio social.

Finalmente, cabe enfatizar que el proyecto de comunicación busca relacionar el entorno educativo con la experiencia de los estudiantes, quienes son los protagonistas de las historias.

1.4 Objetivos del proyecto

1.4.1 Objetivo central

Desarrollar una propuesta de programa radial online que responda a las necesidades de formación que requieren los jóvenes en los ambientes educativos.

1.4.2 Objetivos específicos

- Promover la interacción entre los interlocutores que favorezca el intercambio de información como generadores de cambio.
- Desarrollar en los jóvenes participantes la capacidad comunicativa de narración donde se cuenten “historias de ellos mismos en su idioma”, facilitando así que otros jóvenes se sientan identificados.
- Promover el uso del formato radial como un medio para vencer la timidez y poder expresarse con libertad, y ser, asimismo, un medio para desplegar su creatividad.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 El aprendizaje

2.1.1 Definición

Proceso de asimilación y acomodación de nuevos conocimientos en el que el lenguaje cumple un rol fundamental de organización y descripción de los mismos, razón por la cual el aprendizaje da paso al desarrollo del lenguaje, que es una de las características humanas fundamentales que se deben desarrollar progresivamente (Catalán, 2015).

Dicha potencialidad constituye como la principal herramienta con la que el ser humano construye el mundo que lo rodea, lo cual ayuda a que entre en interacción consigo mismo y con otros.

2.1.2 Importancia

El lenguaje desarrolla y sustenta en el ser humano el pensamiento crítico y reflexivo con el que luego se deberá enfrentar a su entorno. Además de desarrollar la capacidad de adquirir conocimiento, expresarlo entre sí, para incorporarlo en su círculo cultural.

2.1.3 Modelo de aprendizaje

En el modelo constructivista, el que se desarrolla la educación actual, se apunta a que el estudiante mediante el diálogo y la interacción logren instancias de aprendizaje donde se apropie del conocimiento desarrollado, llamado la zona de desarrollo próximo (Catalán, 2005)

Se desarrolla además competencias comunicacionales digitales, como la creatividad, el pensamiento crítico y aprendizaje colaborativo, valorando en ellos su categoría de ser nativos digitales.

2.1.4 Reflexiones

- La realidad generacional actual de los estudiantes presentan características espaciales, como son los llamados: nativos y migrantes digitales, quienes tienen determinadas características. Los nativos digitales son aquellos que han nacido en pleno auge tecnológico, en una época donde los aparatos electrónicos son utilizados de forma masiva y para usos múltiples. Caso contrario son los llamados “inmigrantes digitales”, aquellos que en la actualidad oscilan entre los 35 y 50 años, quienes no conocieron dicho uso de la tecnología al nacer, pero que luego la fueron descubriendo (García, 2007). Prensky, entre los años 2001 y 2004, introdujo los términos “migrantes” y “nativos”, donde se consideraba a dos etapas generacionales con respecto a la tecnología. Esto implicó luego la reflexión de otros pensadores sobre su repercusión en el ambiente educativo y en la sociedad (Cassany, 2008).
- Las características de los jóvenes nativos, enfatiza que pueden realizar varias tareas a la vez, por lo que su nivel cognitivo ha logrado emparejar la forma de

adquirir información como una pantalla o varias ventanas, como ocurre en el uso de Windows (García, 2007), a lo que Cassany (2008) reflexiona sobre una realidad digital, que implica todo un reto para los docentes, como también para sus familias, por el nuevo formato de ver la realidad, donde los jóvenes puede acceder rápidamente a toda clase de información, por su propia cuenta, a través de internet. Por ejemplo, los lenguajes son distintos, el código de grupos es cerrado, donde no solo buscan establecer reglas, sino también se hacen pactos para poder buscar información, lo cual es valioso. Un ejemplo de ello son las redes sociales, además se considera que los alumnos han pasado a ser “maestros” de los maestros en estos temas de la cultura digital.

- García (2007) establece un paralelo del tipo de educación que tuvieron generaciones pasadas con la actual. Es clave identificar que los ambientes son distintos, por tanto, los objetivos de aprendizaje han variado enormemente con el uso de la tecnología. Esta realidad no solo afecta el día a día, sino también la forma en que los jóvenes lograrán obtener resultados para su desarrollo profesional (Ver Tabla N° 1).
- Desde la pedagogía crítica de Freire según Ortiz (2010), menciona que el concepto de comunicación desde la perspectiva del diálogo como práctica social para la libertad, con respecto a la participación para el bien común, son todos aspectos encaminados a construir un desarrollo de la pedagogía crítica, desde la comunicación, donde no haya silencio ni temor ni desigualdad, sino, por el contrario, un diálogo crítico del cuidado de su semejante, de sus derechos y, finalmente, de la misma sociedad en su conjunto.

TABLA N° 1

ESQUEMA COMPARATIVO DE ENTORNOS DE APRENDIZAJE

<i>Tipo/modalidades</i>	<i>Migrantes</i>	<i>Nativos</i>
<i>Conocimiento y aprendizaje</i>	<i>Estructurado, controlado</i>	<i>Adaptable, dinámico</i>
<i>Teoría de aprendizaje</i>	<i>Conductismo, cognitivismo</i>	<i>Constructivismo social, colectivismo</i>
<i>Comunicación</i>	<i>Uno a muchos</i>	<i>Muchos a muchos</i>
<i>Pedagogía</i>	<i>Aprendizaje lineal</i>	<i>Nuevos ambientes</i>
	<i>Enseñanza memorística</i>	<i>Construcción social del conocimiento</i>
	<i>Centrado en el profesor/contenido</i>	<i>Centrado en el desarrollo del alumno</i>
	<i>Gestionado por el profesor</i>	<i>Gestionado por el alumno</i>
	<i>Profesor transmisor</i>	<i>Profesor mediador</i>
	<i>Organizado en clases y asignaturas</i>	<i>Basado en actividades y experiencias</i>
	<i>Competición e individualismo</i>	<i>Participación y colaboración</i>

(García, 2007)

2.2 La educación

2.2.1 Concepto general

Para Paulo Freire, la educación desde los campos del lenguaje, diálogo y alfabetización son oportunidades en la que el educador puede proponer espacios de libertad, como lo es el abordaje de los medios de comunicación para lograr que el estudiante sea un crítico de su formación (Ortiz, 2010).

Barbero (2003) añade que la educación es un conjunto de métodos y técnicas que logra interactuar con la comunicación, la cual no solo son medios. La convergencia que se produce entre educación y comunicación es la innovación más importante a la teoría de la comunicación, que se produjo desde el campo de la educación con el pensamiento de Paulo Freire. Además esta teoría latinoamericana de comunicación generó la comunicación de América Latina consigo misma y con el mundo.

2.2.2 La educación y la comunicación

La relación que se ha constituido entre la educación/comunicación muestra el encuentro entre los medios, que usando herramientas tecnológicas, como son las impresas o audiovisuales, tienen una influencia directa a la formación de la conciencia, modos de pensar, así como actitudes y opiniones (Quiroz, 1993).

El reto de modernizar la forma de enseñar presupone una forma distinta de adquirir el saber, donde son los jóvenes quienes colocan el reto para actualizar nuevos conceptos y formas de aprender (Quiroz, 1993).

Quiroz (1993) añade el propósito de ir desarrollando la *Pedagogía de la comunicación*, sobre el valor de la oralidad para transmitir un contenido, que se vea relacionado con la digitalización de un saber por medio de una imagen, que concretiza lo que tiene que aprender el estudiante (Quiroz, 1993).

Quiroz (1993) al citar a Piscitelli, sostiene que la tecnología de la comunicación no solo es una herramienta que transforma la realidad, sino que produce interactividad donde uno puede intervenir para modificar la capacidad de adquirir conocimientos.

Finalmente, la relación de educación/comunicación, no es el uso masivo de tecnologías para la educación; por el contrario, se basa en el fortalecimiento de la relación imagen y realidad, del individuo y su realidad.

2.2.3 La comunicación en la práctica educativa

Para Cabero (2015), la comunicación en la práctica educativa se resume una afirmación: de consumidores a creadores. La agrupación de distintas actividades, como son: la observación de la realidad y su grabación, presentación de temas por medio de imágenes, guiones didácticos para concretizarlo en un audiovisual, producción de programas con contenido informativo, entre otros relacionados, según la materia a exponer.

La experiencia que describe Cabero (2015), donde los audiovisuales estén en manos de los profesores y en manos de los alumnos, produce una dinámica distinta, donde el estudiante experimenta el apropiarse de un contenido que ha trabajado para mostrarlo según su interés.

La práctica educativa, con las distintas herramientas de evaluación, considera valiosa utilizar otras modalidades donde el estudiante es el protagonista de dar a conocer lo que ha aprendido significativamente (Cabero, 2015).

2.2.4 Reflexiones desde el pensamiento de Paulo Freire

- La experiencia que se promueve desde la libertad consiste en que la educación debe generar en el educando instrumentos que lo lleven a actuar de forma libre, para tomar sus decisiones y ser gestores de cambios para su entorno (Freire. 1973, p. 94).
- La experiencia de los educandos está lleno de datos e información, que no son teorías por no estar comprobadas y que, por lo tanto, utilizaría el término de educación bancaria, por el solo hecho de recibir y recibir, sin encontrar respuesta para lograr construir teorías (Freire. 1973, p. 101).
- Freire no solo experimentó en su vida los desaciertos de un cambio social que se desarrollaba en Latinoamérica, donde los modelos colonizadores ya debieran desaparecer, que lo que nos enseñaban era adoctrinamiento occidental. Por ello, él criticaba fuertemente el modelo educativo, donde no se podía dialogar. Así suscita la tarea de poder conversar con el otro, para que se pueda descubrir nuevos saberes (Freire. 1973, p. 105).
- La reinención de la educación era una tarea importante, donde no solo habría que aprender a discutir, para cambiar ideas, sino por el contrario trabajar sobre el educando para que cambie su forma de educarse. Dicha

tarea era revolucionaria y, hasta hoy, requiere romper paradigmas (Freire, 1973, p. 105).

- La pedagogía de la autonomía no solo se preocupó de la manera como se enseñaba, sino también de la forma como actuaban los educandos en el ambiente educativo, donde estos eran limitados en su ingenio y creatividad, al encontrarse en un modo de educación rígido. Porque la escuela no es un lugar para transferir conocimientos, contenidos; la educación debería ser algo tan importante que marque en el educando ser protagonista del cambio para su sociedad (Freire, 1999, pp. 21-25).
- Enseñar a los educadores que su principal tarea no es impartir información, sino que debe ser consciente del aprendizaje del educando, porque también tiene algo que enseñar, también ha adquirido conocimientos a través de su experiencia. Está convencido de que el ser humano tiene la fuerza creadora del aprender, por lo que se debe proponer ser rebelde para buscar comparar, repetir, crear dudas, curiosidades, lo que supera el simple hecho del falso enseñar (Freire, 1999, p. 27).
- Por todo ello, es que no solo desea cambiar una forma de enseñar, sino una concepción más antropológica de hombre latino, de la forma como hemos adquirido conocimientos, en que por un momento la colonización nos mostró saberes de cómo era el mundo, pero que no se imaginaban cuanto tienen que aprender del entorno (Freire, 1999, p. 30).
- Es el *diálogo* el modo de llegar a crear conocimientos desde la tarea de desafiar al educando para que logre comunicar lo aprendido y que pueda

producir su comprensión, y provocar la polémica con sus pares, como también de sus educadores (Freire, 1999, p. 34).

- El papel de los educadores es algo que no solo se puede describir como forjadores de un nuevo paradigma educativo, sino que la experiencia de ellos sean los saberes que deben aprender los próximos educadores, considerando que la educación es enseñar-enseñando. El desarrollo de este proceso, no se inspira solo en acciones, sino que deba usarse, los métodos, técnicas, materiales que implica la causa para este fin. Tampoco se quiere que el educador y el educando se sientan a la par, y que no haya jerarquía, lo que deseamos provocar es saber reconocer su papel, donde el educador, tiene el derecho de comparar, escoger, romper, decidir y estimular la asunción de ese derecho por parte de los educandos (Freire, 1999, p. 44).
- La pedagogía de la autonomía reflexiona en que “nadie puede estar en el mundo, con el mundo y con los otros de manera neutral. Ni puede estar en el mundo con las manos enguantadas, solamente comprobando, es en su adaptación el camino para la inserción, que implica decisión, elección, intervención en la realidad” (Freire, 1999, p. 77). Este cambio se presenta difícil, pero no imposible, donde se propone la revolución de la acción político-pedagógica (Freire, 1999, p. 77).
- La revolución de una nueva pedagogía debe promover la construcción de la autonomía, donde el educando experimente conocer diferentes campos, llevándolo a que lo que aprende por primera vez sea insuficiente, buscando

así una nueva experiencia donde pueda aprender mejor. Y eso me ayudará a crear y construir mi autonomía respectiva (Freire, 1999, p. 82).

- Finalmente, dicha autonomía conduce a crear el diálogo, sobre el cual hemos insistido bastante, donde el educando tome lectura del mundo, no como un acto simpático del educador para con el educando, sino que así dé a entender su realidad, sea significativo hacia la lectura de ella y de cómo se puede entablar la curiosidad de saber más, de provocar el espíritu crítico de su entorno. Así entonces, el educador provocará que el educando sea protagonista de crear y recrear nuevas ideas de sus conocimientos aprendidos y compartidos (Freire, 1999, p. 119).

2.3 La educomunicación

2.3.1 Conceptos generales

Entender y estudiar el término de “Educomunicación” implica separar el término para entender su relación y origen. Educación, desde la relación de la pedagogía, que desarrolla la forma como adquirimos los saberes; la comunicación desde una filosofía basada en el diálogo y en la participación, que no necesariamente se relaciona con el uso de tecnologías (Aparici, 2010).

La experiencia con los Medios de Comunicación Social (MCS), que son un conjunto de instrumentos que, mediante diversas técnicas de transmisión, impresas, orales o visuales, difunden información masiva y generalmente regulan todos los elementos de conocimientos, juicio, cultura y entretenimiento (Guerrero, 2009). Además los MCS han desarrollado, desde sus inicios, funciones clásicas

como lo son: informar, enseñar y divertir. Según Guerrero (2009), menciona que estas funciones se pueden organizar en formativas o de construcción del pensamiento crítico, con la cual la información que se propone pueda ser útil para los destinatarios.

Según Thompson (2006), los medios de comunicación se dividen según su alcance, por tanto, tenemos los masivos, son los que afectan a un mayor número de personas, como son: la televisión, internet, periódicos, revistas, radio. En segundo lugar, encontramos los medios auxiliares o complementarios, que son los que afectan a un número menor de personas, son las que podemos encontrar en la publicidad, correos electrónicos, entre otros similares y, por último, los medios alternativos que se relacionan con determinadas publicidades que ingresan, como por ejemplo, protectores de pantalla, aplicaciones, redes sociales, entre otros.

2.3.2 Educomunicación y el desarrollo social

Una de las experiencias de educomunicación con mejores resultados ha sido la radio comunicatoria, no solo por su efecto participativo, sino por el alcance que ha logrado en sus participantes, un efecto de identificación cuando es asumido colectivamente. Además de ello, se busca establecer la democratización del contenido que se va a producir, para que los participantes se involucren en el proceso. Se busca que una radio comunitaria aporte a desarrollar en su audiencia la conciencia de participación en los programas emitidos, que conlleve a desarrollar objetivos según el contenido (Kroling, 2006)

Aunque las radios comunicatorias involucran aspectos más globales, podemos identificar que en los ambientes educativos donde se desarrolle la experiencia de la radio pueda provocar los efectos de participación donde el protagonista –que este caso es el joven– se identifique con el programa, con la finalidad de buscar la meta común.

2.3.3 Educomunicación como agente participativo

Szyszlo (2010) establece que el uso de la radio representa una variadísima gama de posibilidades para desarrollar distintas actividades dentro de la escuela, que contribuiría a:

- Integrar las diferentes áreas del currículo escolar.
- Favorecer el trabajo cooperativo e integrador de los miembros.
- Asimilar un modo de conducta y convivencia democrático que respete la diferencia y la opinión.
- Crear vías de expresión y comunicación para los estudiantes, que les permita defender sus criterios, vencer la timidez, expresarse con libertad y desplegar su creatividad.
- Servir de enlace entre la escuela y su comunidad.
- Ofrecer una alternativa al tiempo libre que tienen los alumnos.
- Establecer vínculos con otros centros educativos para intercambios de experiencias escolares.
- Integrar las TIC en la realidad educativa como recurso educativo y como vehículo de futuro.

Además, la educomunicación representa un espacio donde se fomente el diálogo y la participación, que no requiere necesariamente de tecnologías, sino de un cambio de actitudes y concepciones pedagógicas (Aparici, 2010).

2.3.3.1 Rasgos de una radio como medio de participación

Cabe aclarar, en primer lugar, que el nivel de participación a la que haremos referencia es aquel donde el oyente interviene con comentarios, quejas y sugerencias, etc; en el contenido de las emisiones. Herrera (2003) establece estos rasgos según la función:

- a) En función de su presencia en la sociedad:
 - La penetración y difusión del contenido.
 - La radio se adapta perfectamente a las sociedades actuales.
 - La accesibilidad y asequibilidad del medio hacen de la radio un medio colectivo potencial.
- b) En función de su especificidad sonora:
 - La radio posibilita una mayor proximidad psicológica entre el emisor y el oyente.
 - La radio es un medio caliente que provoca en el oyente una imaginación mayor, la cual genera estímulos.
- c) En función de su percepción social:
 - La radio se perfila como un medio próximo, cercano y familiar.
 - La radio se presenta como un instrumento vivo, participativo y capaz de conectar con facilidad con la audiencia.

- El constituyente de la voz humana contribuye a una mayor proximidad y cercanía.
 - La temporalidad, por ser un medio inmediato e instantáneo.
 - La radio permite mejor que ningún otro el anonimato.
- d) En función de sus características técnicas:
- La radio tiene una gran potencialidad para incorporar a los oyentes a sus emisiones.
 - El uso del micrófono intimida menos que la cámara.

2.3.4 Aportes desde el pensamiento de Freire

- Para Paulo Freire, la educación desde los campos del lenguaje, diálogo y alfabetización son oportunidades en la que el educador pueda proponer espacios de libertad, como lo es el abordaje de los medios de comunicación para lograr que el estudiante sea un crítico de su formación (Ortiz, 2010).
- Por tanto, desde la pedagogía crítica de Freire, menciona que el concepto de comunicación desde la perspectiva del diálogo se da como práctica social para la libertad, con respecto a la participación para el bien común. Estos aspectos encaminados a construir un desarrollo de la pedagogía crítica, desde la comunicación, donde no haya silencio, ni temor, ni desigualdad, sino por el contrario un diálogo crítico, del cuidado del otro, de los derechos y de la misma sociedad en su conjunto (Ortiz, 2010).
- El papel de los educadores es clave en el nuevo paradigma educativo, porque ellos tienen la experiencia, de sus saberes previos, considerando

que la educación es enseñar-enseñando. El desarrollo de este proceso, no se inspira solo en acciones, sino que deba usar los métodos, técnicas, materiales que implica la causa para este fin. Tampoco se quiere que el educador y el educando se sientan a la par y que no haya jerarquía, lo que deseamos provocar, es saber reconocer su papel, donde el educador, tiene el derecho de comparar, escoger, romper, decidir y estimular la asunción de ese derecho por parte de los educandos (Freire, 1999, p. 44).

2.4 La radio educativa

2.4.1 Aspectos generales

La radio es un medio de comunicación de carácter másico que, según su forma tradicional, utiliza ondas electromagnéticas u ondas hertzianas para la transmisión de mensajes sonoros (Thompson, 2006). Además, la radio constituye uno de los medios de mayor presencia en la audiencia juvenil, por la gran variedad de emisoras según su preferencia de contenido (Quiroz, 1991).

Para los tiempos que han pasado, la radio era un aparato que ha presentado grandes cambios, pero que ha sabido adaptarse para continuar en su buena sintonía por medio de la red (Quiroz 1999). Pero es la radio en el formato tradicional donde, a diferencia de la televisión, no requiere un espacio específico, por lo que se adapta a los cambios a través del tiempo y el avance de la tecnología (Quiroz, 1991).

2.4.2 Características

Introducir el uso de un medio de comunicación como la radio en la escuela no solo suponía tener una herramienta, sino más bien crear una escuela diferente donde la forma de educar sería más activa, participativa, abierta, investigadora, innovadora y motivadora (Jiménez, 2001). Pero también presenta algunas discrepancias al modelo educativo, en que algunas tareas educativas se ven afectadas, como es el caso de la lectura (Méndiz, 2004), quien afirma además: “Hagamos de las TIC nuestras aliadas, aprovechemos de ellas sus potencialidades y virtudes en beneficio del trabajo que realizamos con estos nuevos aprendizajes” (Méndiz, 2004, p. 120).

Guerrero (2009) propone que la radio es uno de los medios de mayor inclusión dentro de la escuela, a poder incluir objetivos educativos como la inclusión de material cultural de cada alumno que se puede transmitir y compartir, además de confrontar a que el alumno se interpele sobre su entorno y sumado estos dos se pueda potenciar el modo de comunicación oral y escrita del educando. Agrega que la inclusión de un medio de comunicación, en este caso la radio, motiva el proceso de aprendizaje al propiciar en el educando una participación creativa de sus cualidades para producir un material radiofónico.

Entre las características propias de este uso de la radio en la escuela, está la oralidad como principal rasgo de este medio, no exigiendo alguna habilidad especial más que la de poder hablar, además de la improvisación. Otra de los aspectos a resaltar es el trabajo en equipo, que requiere producir un programa

radiofónico, que se añade al respeto de las opiniones e intereses que se produzcan en el equipo (Carram, 2006).

2.4.3 Aportes de la radio al aprendizaje

El espacio que la radio puede tener en la escuela ha sido poco explotado por los educadores, que deben considerar que la radio presenta amplias posibilidades para trabajar en el área educativa, ayudando en los objetivos pedagógicos (Szysko y Cataldi, 2010), así también reconocer que el aula requiere nuevas estrategias didácticas y que por tanto, la radio se presenta como un adecuado instrumento para motivar, aprender y acercarse a su entorno (Álvarez, 2012).

Pero no siempre se ha tenido un buen concepto de la presencia de algún medio de comunicación en la escuela, hasta el punto de que la educación estaba orientada contra los medios (Carram, 2006), además de no haberse presentado una capacitación debidamente para los educadores para que tomaran en cuenta a los medios de comunicación. El paradigma pedagógico se fue rompiendo, dando lugar a que la inclusión de la radio provocara que el educando produzca sus propios mensajes, a partir de lo que se iba aprendiendo en la escuela, en la práctica más simple que es el diálogo de lo aprendido para luego hacer suyo lo que expresa (Carram, 2006).

Carram (2006) y el grupo de investigadores establecen resultados posibles del uso de los medios en la escuela, como lo son:

- El desarrollo del sentido crítico y del respeto a los demás, con tolerancia, libertad de expresión, etc.
- Valorar la experiencia de cada educando en su emisión y producción de mensajes.
- Orienta las capacidades lúdicas y expresivas.
- La participación a debates para cultivar la actitud constructiva, crítica y respetuosa de las diferencias.
- Una formación integral para lograr el aprendizaje significativo.
- Sirve de enlace entre escuela y comunidad educativa, al contactarse con su entorno, con profesores, padres, directivos y otros (Carram, 2006).

2.4.4 Desarrollo de la radio estudiantil

Jiménez (2001), al presentar el proceso por el cual se fue usando la radio en la escuela, menciona una cita:

“El 80 % de la información que los alumnos/as reciben en las aulas no les sirven, el 80 % de la información que manejan los alumnos/as lo reciben de fuera del centro” (Lemarresquier)

Por tanto, el ambiente educativo se debió ir adaptando a los nuevos campos tecnológicos donde el estudiante se encuentra, que sirvan de puentes en el proceso de enseñanza y aprendizaje. La red necesaria que se formó es la comunicación y educación, que busca desarrollar habilidades y generar competencias que se

adecúen a los nuevos estudiantes y a la realidad que se vive. Por ello, los estudiantes se presentan como actores principales en la construcción de sus propios conocimientos y el profesor debe ser capaz de ser un facilitador de este proceso (Méndiz, 2003).

Los pasos que se fueron construyendo fue el valorar el papel protagónico del estudiante, por medio de actividades lúdicas que lo motiven a participar e identificar con la experiencia. Es así como se inicia la experiencia, donde los estudiantes puedan registrar por medio de una entrevista, creación de spots radiales, etc. para ser emitido en los espacios educativos. Luego, el estudiante se identifica con su producto, buscando que la audiencia –que son sus propios compañeros– busquen replicar el mismo contenido y experiencia (Méndiz, 2003).

Hacer de la escuela diferente, con foros, charlas, debates, que haga del aula activa, participativa, abierta, investigadora, innovadora y motivadora, es posible con el desarrollo de los medios de comunicación dentro de la escuela. Dicha actividad centrada en el área del lenguaje, que en definitiva favorece al uso de distintas técnicas de estudio por el estudiante, como: resumir, subrayar, componer, descomponer, leer, dramatizar, crear, comunicar, prestar atención, colaborar, pronunciación, perder el miedo a hablar, etc. (Jiménez, 2001).

Jiménez (2001) establece que para un adecuado desarrollo de la radio estudiantil, es imprescindible establecer los aspectos a trabajar en el aula, donde tres son las posibilidades: conocer, usar y elaborar. Lo primero, “conocer”, supone la parte teórica y práctica por parte de los facilitadores, que en este caso son los profesores de las áreas a participar. “Usar”, la sugerencia de cómo hacerlo

atractivo a los estudiantes para que se sientan identificados; además del aporte al currículo educativo por la variedad de contenido y original producido. “Elaborar”, establecer el formato con que se quiere trabajar y el contenido a usar en la elaboración de programas.

2.4.5 La radio en la era digital

En el siglo XXI, la radio digital ha experimentado grandes cambios, no solo con respecto al aspecto tecnológico, sino también al tradicional uso de transistores. La radio se ha reinventado, pasando por una etapa de innovación necesaria para afrontar la digitalización y responder a las nuevas audiencias, principalmente juvenil (Bustamante, 2008). El público joven busca la inmediatez del contenido con respecto a su consumo, lo que se traduce en programaciones radiofónicas a la carta (Nereida, 2008). La reinención de la radio se vio venir según la llegada de las nuevas tecnologías con respecto a la web 2.0, donde los usuarios son los que crean los contenidos y dan el valor al sitio (Nereida, 2008, p. 31).

La propuesta específica de la radio digital, dada la convergencia de los medios, es que debe pensar en la migración digital de los medios, garantizando así la atención a las audiencias que lo exigen (Bustamante, 2008).

Hasta el momento, ya en el siglo XXI, nadie discute que la radio debe ser digital, no cabe otra opción para sobrevivir; aclarando que el medio sigue siendo el mismo pero que el canal para llegar a su audiencia ha cambiado (Bustamante, 2008). Además, Cassany (2009) afirma que las nuevas audiencias digitales

comparten conceptos de nativos y migrantes, quienes usan el internet como un espacio de consumo para los medios de comunicación, como son la radio, televisión y el periódico.

2.4.6 La radio en las redes sociales

La ruptura de paradigmas del modo cómo escuchamos radio se ha transformado por la emergente presencia de internet, donde los medios se han visto afectados de forma sensible. Según los estudios de Valdés (2013), la radio es el medio más importante para los internautas en las redes sociales, donde ha dado resultado encontrar los enlaces de las radioemisoras. Es por ello que el modelo tradicional dejó de existir con la era multimedia para dar paso a una variedad de canales que conecten al mismo contenido.

La nueva audiencia a la que se busca llegar ha pasado de ser analógica a digital, de la comunicación unidireccional a manejar e interpretar diversos datos a la vez, de darle valor a lo visual (imágenes, gráficos y videos), lo que genera mayor interactividad en el oyente y lo convierte en consumidor tanto de información como entretenimiento. (Valdés, 2013)

2.5 Educar evangelizando - evangelizar educando

2.5.1 La Congregación salesiana y su labor de evangelización

La Congregación Salesiana en el Perú pertenece a la orden religiosa de los Salesianos de Don Bosco, quienes, como parte de la Iglesia católica, tienen como

misión la educación y evangelización juvenil, que se concreta en un conjunto de proyectos y obras que sea realizan en ambientes educativos y lugares de formación adecuados, mediante actividades de evangelización (llamadas globalmente “Pastoral Juvenil Salesiana” (PJS)), la cual es el reflejo fiel de la expresión típica de la misión de los salesianos de Don Bosco (Pastoral Juvenil Salesiana, 2014). El término PJS tiene relación en su conjunto; Pastoral, en relación a la comunidad eclesial en la figura del buen pastor, como lo relata el evangelio cristiano; es juvenil, porque en el centro está la figura del joven, a quien se le acompaña, y es Salesiana, porque tiene el carisma del fundador, San Juan Bosco, quien fundó la Sociedad de San Francisco de Sales, llamada posteriormente Congregación Salesiana.

Dicha PJS no es diferente de la eclesial, que es netamente evangelizadora, pero tiene su peculiaridad al asumir una pastoral que se nutre de la experiencia educativa. Además de establecer que las diversas actividades e intervenciones se unen con una idéntica finalidad: la promoción integral de los jóvenes y de su mundo.

El enfoque integral de la Pastoral Juvenil Salesiana se realiza por medio de:

- El proyecto educativo-pastoral, que define en los diversos niveles, criterios, los objetivos y los procesos que orientan y promueven, en la comunidad educativa-pastoral, la convergencia y la comunión operativa, de las múltiples actividades, intervenciones y personas.
- Una organización de la animación y del gobierno pastoral de la inspección y de las obras que garantice la comunicación y la coordinación de todos los

aspectos de la vida salesiana en torno a los objetivos de educación y evangelización de los jóvenes.

2.5.2 Características de la misión salesiana

La característica peculiar con que se reconoce la misión salesiana es la praxis del “sistema preventivo”, el cual se asocia a lo trascendente, a las actitudes y opciones del fundador. Un sistema que requiere una continua reflexión, que sugiere la idea de plenitud del trabajo educativo-pastoral, con referencia a la espiritualidad juvenil salesiana y el método pedagógico práctico (Cuadro de referencia, 2014)

Por lo tanto, el sistema preventivo compromete al educador y a la comunidad a vivir una experiencia humana y espiritual, que promueva los valores de la espiritualidad salesiana. Este sistema se adapta a diferentes contextos, fundamentado en la razón para racionalizar las exigencias, la centralidad de la religión como deseo de Dios y amor por el afecto educativo que hace crecer (Cuadro de referencia, 2014).

Finalmente, la Congregación Salesiana resume su misión por medio de la PJS en una frase “honrados ciudadanos y buenos cristianos”, según el deseo del fundador, San Juan Bosco (Constituciones Salesianas, 1984).

2.5.3 Los diversos ambientes y actividades de la misión salesiana

En primer lugar, se establece el uso del término *ambiente* para indicar las estructuras educativas y pastorales en el que se desarrolla la misión salesiana, según una específica propuesta educativo-pastoral. Una obra salesiana puede comprender diversos ambientes que se complementan mutuamente para expresar mejor la misión salesiana.

Estos ambientes educativos están llamados a ser centros de irradiación para todo grupo de la sociedad que se relaciona con ellos. Dentro de los ambientes de mayor labor se encuentran los centros educativos, así como los oratorios-centros juveniles, que son la originalidad de la obra salesiana desde sus inicios.

2.5.4 Centros educativos

Desde sus inicios, el centro educativo o “escuela” se consideró como instrumento indispensable para la educación, lugar de encuentro entre cultura y fe. Considerado como mediación cultural privilegiada para dar respuestas a las necesidades evolutivas del estudiante. Además de ser una institución determinante en la formación de la personalidad, porque transmite una concepción del mundo, del hombre y de la historia.

La escuela se ha desarrollado mucho en la Congregación Salesiana en respuesta a las exigencias de los mismos jóvenes, de la sociedad y de la Iglesia. (La Pastoral Juvenil Salesiana, 2014)

2.5.5 El oratorio-centro juvenil

El oratorio es la obra original de los salesianos creado por San Juan Bosco, en el cual se vive la praxis de la espiritualidad salesiana. Además el “oratorio” se entiende como un programa, festivo o diario, destinado especialmente a los muchachos (niños y adolescentes), abierto al colectivo amplio, con planteamientos metodológicos que favorecen en su ambiente formas variadas de tiempo libre y de su encuentro religioso.

El “centro juvenil” se entiende una estructura, destinada sobre todo a los adolescentes y a los jóvenes, abierta a todos, con propuestas diversificadas de crecimiento integral, donde prevalece la metodología de grupo orientada hacia un compromiso humano y cristiano. La mayor parte de obras de la Congregación son “oratorios-centros juveniles”, ambientes que comprenden, al mismo tiempo, tanto la realidad oratoriana abierta como también el compromiso con los jóvenes más maduros.

Finalmente estos ambientes asumen múltiples formas y características, en función de las diversas áreas geográficas, religiosas y culturales (La Pastoral Juvenil Salesiana, 2014)

2.6 Realidad juvenil

2.6.1 Descripción

El Informe Nacional de Juventudes (2015) nos ofrece una descripción demográfica de los jóvenes en el Perú. Hasta el 2015, la población peruana se registraba 31'151,643 personas, de este total, 8'377, 262 corresponde a la población juvenil entre los 15 a 29 años de edad, que representa el 26.9 % del total. Lima Metropolitana concentra el 28,8 % del total de la población joven, seguido por los departamento de La Libertad (6.2 %) y Piura (6.0 %), Junín (4.5 %), Cusco (4.2 %), Arequipa (4.1 %), Callao (3.0 %), Loreto (3.3 %), Lima Región (2.8 %), Ayacucho (2.4 %) y Ucayali (1.5 %).

Además, con respecto a la era tecnológica, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), mediante su informe técnico de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH0), indica que el 51,7 % de la población de 6 a más años de edad del país accede a Internet en el Perú. De dicho porcentaje, el 28,2% de la población accede a Internet exclusivamente por teléfono móvil, cifra superior en 10,2 % al compararlo con similar trimestre del año 2016.

Además, el uso diario de Internet es del 70,4 % de la población, seguido de los que usan Internet una vez a la semana 26,4% y aquellos que acceden más esporádicamente, una vez al mes o cada dos meses o más 3,2 %; según sexo, el mayor incremento en el acceso diario a Internet se dio en la población femenina 71,0 %, mientras que la población masculina 69,8%.

Del porcentaje conectado, el 88,8 % de la población que navegó en Internet lo utilizó para comunicarse, el 84,5 % para obtener información y el 81,9 % recurrió

a Internet para realizar actividades de entretenimiento como juegos de videos o acceder a películas o música.

2.6.2 Problemática

La percepción de los problemas más importantes que afectan a los jóvenes son: la delincuencia/el pandillaje (58,6 %); la falta de oportunidades para acceder a empleos (43,2 %); el consumo excesivo de alcohol o drogas (39,5 %); dificultades para acceder a la Educación Superior (16,7 %); violencia (16,3 %); discriminación (9,8 %); mala administración de justicia (6,7 %); dificultades para acceder a la salud (3,6 %) y los problemas de falta de vivienda (4,4 %) (Informe nacional de juventudes, 2015).

2.6.3 Desafíos

La Congregación Salesiana en el Perú encuentra un gran desafío para los aspectos educativos y por ende lo referente a la realidad religiosa, todo ello en el marco de su misión. Según el Informe Nacional de Juventudes (2015), presenta valores preocupantes con respecto al abandono significativo de los jóvenes a la vida escolar, con un promedio de 11.5 años. Un dato resaltante es la población joven entre los 25 a 29 años de edad donde se ha disminuido los niveles de baja escolaridad. La tasa de analfabetismo entre los jóvenes de 15 a 29 años es del 1,0 %, pero un 13,6 % de las jóvenes rurales no tiene educación formal y más del 45 % solo ha terminado la primaria y el 6,3 % de la población de 15 y más años de edad no saben leer ni escribir.

En la actualidad, el gobierno ha promovido el Programa Beca 18, destinado exclusivamente al apoyo a la población joven, otorgando becas para estudios superiores alrededor de 20,866 jóvenes entre los años 2012 y 2014, de las cuales un 73 % fue para pobres extremos y un 27 % para pobres no extremos.

En lo religioso, según la Compañía peruana de estudio de mercado y opinión pública (CPI), en su estudio del 2014 sobre religión, el 76.7 % se declara católico frente a un 15.9 % que se declara cristiano/evangélico. El 76.3 % son varones y el 23.7 % mujeres, el 71.5 % está entre los 18 y 24 años y el 28.5 % está entre los 25 y 39 años.



CAPÍTULO III

SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA

3.1 Breve descripción del diagnóstico

Luego de la revisión teórica del uso de los medios de comunicación en ambientes educativos, se propone la identificación y concretización del uso. El siguiente paso natural es abordar el desarrollo, planificación y activación de un programa radial online, que responda a las necesidades de formación que necesitan los jóvenes en los ambientes educativos.

La participación y el diálogo que promueven un medio de comunicación como la radio (Barbero, 2003) (Herrera, 2003), produce que el estudiante comparta su experiencia de adquisición de conocimientos, además del valor protagónico que le ofrece a sus participantes, de ser simples consumidores a ser creadores (Cabero, 2015)(Nereida, 2008). Asimismo, la radio es uno de los medios de comunicación que mejor se ha adaptado a un medio educativo (Carram, 2006) y que ha logrado acercarse a las nuevas generaciones de nativos digitales (Cassany, 2008).

3.1.1 Primera etapa -Estudio de audiencias

- La etapa de la indagación y del estudio de audiencias: Para tal fin se utilizó un método cuantitativo, utilizando como instrumento la encuesta presencial que constó de 31 preguntas semiabiertas (Ver Anexo N°1)

- La encuesta se aplicó a jóvenes entre los 13-18 años de edad de dos colegios particulares: El Colegio Salesiano “Rosenthal de la Puente” de Magdalena del Mar y el Colegio “María Auxiliadora” de Breña.
- Los alumnos y alumnas fueron de 3º, 4º, y 5º. de secundaria de las secciones “A” y “B”. La distribución por sexo fue de 241 mujeres y 170 varones, haciendo un total de 411 encuestados.
- La finalidad de la encuesta fue conocer las tendencias de los jóvenes hacia el uso de la radio online, como también sus hábitos y preferencias al escuchar programación radial online. Además de recoger opiniones sobre cómo debería ser la programación de una radio online salesiana.
- Luego de obtener valores y preferencias, se elaboró un contenido radiofónico para que lo escuchen, y así aplicar un pre-test y recolectar sus opiniones, además del sondeo preliminar del nivel de participación que se suscitaría al uso del formato radial cada centro educativo.

3.1.2 Segunda etapa – Análisis de la información

- Se realizó un análisis de la información a nivel cuantitativo, el conteo de respuestas según las preguntas cerradas y las de opción múltiple y opinión para su resumen acumulado.
- Los resultados muestran que son las mujeres el 70 % las que escuchan más este formato; en cambio, respecto a los varones, tan solo un 33 % afirma escuchar radio online. Sin embargo, hubo un grupo que respondió no escuchar radio online, que equivale al 30 % en las mujeres y 70 % en los varones, aduciendo que no les interesaba o que preferían el aparato electrónico tradicional.

- Con respecto las preferencias de radios de señal abierta (que también son escuchadas vía online); alrededor del 40 % tienen preferencia por radio Planeta, la cual ofrece música en inglés. Comparado con los resultados que ofrece Ipsos, la radio de mayor audiencia juvenil es Studio 92, que ofrece mayor variedad de música. Los porcentajes más significativos ofrecen la descripción de las modalidades de consumo del joven, quien desea escuchar música, generándose así la conexión con la radio online. Otro aspecto que resalta es la opinión de los encuestados respecto a las intervenciones del locutor, se prefiere que mientras menos ocurra es mejor. Se evidencia que en Radio Planeta se da un espacio corto entre 2 - 3 minutos de intervención para un slogan o publicidad, avisos, tema del día, por lo que satisface a su audiencia ofreciéndoles la música de su preferencia con menos interferencias.
- Al preguntarles cómo escuchan radio online, el 80 % lo hace desde su computadora personal, ya sea laptop o PC estática, y con poca frecuencia desde su celular. Esta práctica de escuchar su música favorita la realizan mientras hacen la tarea escolar, así también a modo de estar conectados con los amigos.
- Un 40 % usa el computador alrededor de dos horas diarias, tiempo en que también escuchan música en la emisora online. Mencionan además que este uso es mayormente en el horario de la tarde y noche, tiempo en que se encuentran en casa.
- La manera cómo interactúan con los programas radial online son distintos entre mujeres y varones. Las mujeres, en un 35 %, buscan participar de algún concurso

o pedir alguna canción. En cambio los varones, el 40% busca pedir canciones y un 20% busca consultar sobre algún tema.

- Un dato importante son las preferencias del público que nos lleve a proponer algún estilo particular respecto al contenido. Por ejemplo, el 80 % prefiere programas musicales, pero nadie afirmó predilección por programas de índole religioso o infantil. La música de elección es variada, dentro de las de mayor preferencia están: rock en inglés, rock, pop, electrónica, latin pop y románticas.
- El 70 % de los oyentes de radio online se conectan a estas por medio de su cuenta de Facebook, espacio por donde siguen sus contenidos e información que ofrecen como los ranking, noticias de sus cantantes favoritos, entre otros.
- En una segunda parte de la encuesta, se busca escuchar a aquellos que no escuchan radio online. A ellos les consultamos cómo desearían una radio online salesiana. Aproximadamente, el 70 % les gustaría que el horario de la radio web salesiana sea por la tarde y noche preferentemente. La mayoría de los encuestados, alrededor del 85 %, no había escuchado de la existencia de una radio web salesiana, lo cual tomamos como un desafío, a modo de mejorar la propuesta previamente existente y que genere mayor y mejor impacto.
- Con respecto al contenido del formato radial, nos ofrecen que el 20 % prefiere la música variada, los temas a tratar deben ser de contenido formativo, y si se tuviera que abordar temas religiosos se debería hacer de forma juvenil.
- Las actividades que realizan los jóvenes en redes sociales, mientras escuchan radio online, son muy variadas. Entre los resultados obtenidos encontramos que un 22 % compartir ideas y el 19% subir fotos y videos y compartirlos.

- Respecto al formato del programa radial propuesto, un 20 % propone que el locutor se identifique por su alegría. Esto nos ofrece un elemento clave para formar el formato radial de acuerdo a una manifestación netamente salesiana. Un 13 % expresa que otra de las características que buscan es la espontaneidad y originalidad en la conducción del locutor.
- Un 18 % de encuestados expresan que el contenido del formato radial no solo debe ser original según la temática, sino que debe ser formativo y actual, además de incentivar la participación del radioescucha. El 16% de los encuestados afirman que los jóvenes desean proponer ideas, dialogar y compartir opiniones entre ellos. Estos son puntos que apoyan nuestra propuesta metodológica respecto a la utilidad de las radios online .
- Finalmente, se deseaba conocer si los estudiantes habían escuchado sobre el proyecto de Radio Don Bosco, un 85 % de los jóvenes nunca había escuchado de dicho proyecto. Al preguntarles si estaban interesados en participar en un proyecto radial, el 50 % del total de encuestados se mostró interesado.

3.1.3 Tercera etapa – Valoración de los resultados

- El 50 % de los encuestados se encuentran interesados en participar en este tipo de proyecto de comunicación, por lo que se proyecta la viabilidad del proyecto en su ejecución.
- El estudio del caso nos ayudó a reconocer que contamos con un soporte tecnológico por el precedente dejado por Radio Don Bosco. Dicho proyecto contaba con un dominio que le permitía estar conectado las 24 horas del día y

ofrecer de esta manera una variada programación sugerida por los propios jóvenes, quienes solicitan aspectos formativos.

- Los resultados nos lleva a revalorizar la radio, como medio de comunicación que promueve el desarrollo de la juventud, que logra que el joven trabaje en el desarrollo de sus valores y hábitos de convivencia.
- La Congregación Salesiana cuenta con un Centro de Comunicación, ente regulador y organizador de la producción y edición de material educativo y pastoral de la Congregación Salesiana en el Perú, con quienes se logra tener una alianza estratégica para el desarrollo de una propuesta de formato radial que responda a este estudio cuantitativo de audiencias.
- Actualmente, los avances tecnológicos nos desafían a poder usarlos en la difusión de ideas innovadoras, usando para ello, las redes sociales (Facebook, Twitter), así como canales audiovisuales como YouTube, entre otras, que impulsan el futuro proyecto. Constituye todo un desafío al ser conscientes de que la modalidad online es una propuesta que requiere un estándar tecnológico eficiente, ya que aspectos técnicos pueden afectar su emisión, como lo es la señal de banda ancha, que de ser muy corta puede producir una mala señal.

3.1.4 Cuarta etapa - Evaluación del pretest

- Se logró hacer el pretest del programa radial en el colegio María Auxiliadora de Breña, perteneciente a la Congregación religiosa de las Hijas de María Auxiliadora, quienes comparten la Espiritualidad Juvenil con la Congregación Salesiana.

- El 90 % de alumnas encuestadas manifestaron su interés en participar del proyecto de radio, que equivaldría de alrededor de 100 alumnas. El interés de convocarlas era para poder realizar un primer casting de futuras locutoras, como también el de compartir el formato radial que se desea proponer.
- Finalmente, solo contamos con la participación de 5 alumnas, con quienes se hizo el casting de locución.
- Tras los resultados obtenidos de la convocatoria, nos propusimos conocer por qué no quisieron participar del casting, para lo que se preparó una nueva encuesta. Se seleccionaron quince alumnas al azar durante el tiempo de recreo. Casi el 100 % nos indicó que solo les gustaría participar como oyentes, pero no como locutoras.
- Para este pre-test, se usó material radial del programa vocacional “Buscaminos”. Según los resultados obtenidos, los encuestados afirmaban que les atraía el estilo y la manera cómo sonaba, la música que acompañaba, pero indicaron que debería ser más corta para poder enganchar al oyente y saber de qué se trata el programa y poder participar inmediatamente, ya sea por el uso de las redes sociales o llamando por teléfono. Sobre el contenido, es evidente que los temas religiosos no son de su elección; la inclinación mayormente se da hacia temas de actualidad, ya sea de noticias locales o mundiales, pero que sean abordados de forma juvenil, que no sean aburridos. Otro tema relevante son los relacionados con su cotidianidad del colegio o de la relación con sus amigos, de sus problemáticas como adolescentes, teniendo en cuenta que se pueda participar con sus opiniones de forma inmediata, además poder compartirlo con el uso de las redes sociales.

- Se intercambiaron opiniones con respecto al nombre de un posible programa radial, que se llamaría ONDA DC. Las cinco alumnas expresaron que les suena muy llamativo, el “DC” tomado como “*Dios Contigo*” suena “bacán”, pero que las siglas DC pueden tener otros significados, además que lo de “onda” es algo similar a “ONDA CERO” (radioemisora que existe en la actualidad), podría utilizarse otra alternativa. Finalmente dijeron les parece muy interesante la propuesta del formato radial y que el nombre ONDA DC les parecía interesante.

3.2 Estudio del formato radial online juvenil para la escuela

3.2.1 Fase exploratoria

La propuesta del proyecto de comunicación busca proponer un formato radial online salesiano que se adecúe a las nuevas exigencias y requerimientos de la audiencia juvenil, que presente contenido de su preferencia, con valores de la espiritualidad juvenil, para así convertirse en una herramienta de interacción cultural y religiosa para los jóvenes, donde se propicien espacios de diálogo e intercambio de ideas y opiniones, y se valore la experiencia de cada joven.

Además, la misión de la Congregación Salesiana involucra preferencialmente los centros educativos, así como también oratorios-festivos, lugares donde el joven se encuentra, y se le propone espacios formativos de tiempo libre que favorezcan su crecimiento sano y equilibrado.

Es importante recalcar el entusiasmo que ha suscitado el proyecto radial abordado desde la Educomunicación, lo que resalta aún más la importancia de este

proyecto, sobre el trabajo educativo integral que desarrollan los centros educativos salesianos.

3.2.2 Fase inicial - experimental

Se propone enlazar la propuesta desde la Pastoral Juvenil Salesiana, que establece un contenido inspirador de la Espiritualidad Juvenil, que se resume en seis ítems principales:

- *Siempre atentos*, para dejarnos encontrar y amar por Dios en la vida cotidiana; encontrarle y amarle en los demás, en lo ordinario de cada día.
- *Alegres*, para vivir en una actitud de esperanza, realismo optimista y familiaridad en la presencia de Dios.
- *Con Cristo* vivimos una amistad fuerte y personal, expresada en la experiencia de un discipulado misionero.
- *En la Iglesia* experimentamos la comunión y el sentido de pertenencia corresponsable y comprometida para vivir, anunciar y celebrar el Reino de Dios.
- *Para el mundo* como el horizonte social en el que expresamos el amor a Dios por medio de la caridad ingeniosa y laboriosa, para ser generosos y amables en el servicio a todo prójimo.
- *Como María*, para aprender a vivir como ella el Evangelio de Cristo; para experimentarla como Madre, Maestra, guía y Auxiliadora.

(Pastoral Juvenil, 2014)

Seguidamente propusimos desarrollar el proyecto con el nombre de: PROGRAMA RADIAL ONLINE SALESIANO “ONDA DC” (Onda Dios Colgado). (Ver Anexo N° 2), teniendo como objetivo general el proponer un formato radial online juvenil que responda a las necesidades de los jóvenes entre los 14 y 18 años, que se encuentran en los centros educativos, con un contenido fresco y de calidad, con valores de la espiritualidad juvenil que lleve a que el joven sea buen cristiano y honrado ciudadano. La propuesta planteada tendría una duración de dos años (2016 -2017), el proyecto se ubicaría principalmente en Lima, para luego proyectarse a otras ciudades donde la Congregación Salesiana cuenta también con Centros Educativos, como son (Ayacucho, Arequipa, Cusco, Huancayo o Piura).

Respecto al grupo meta primordial, este se constituye de adolescentes y jóvenes entre los 14 y 18 años de edad de los centros educativos salesianos de Lima, con una población aproximada de 500 jóvenes distribuidos los diferentes oratorios, colegios, escuelas técnicas, casas Don Bosco, parroquias y casas de formación. El grupo secundario son animadores, catequistas y educadores de los ambientes educativos y pastorales de los centros educativos de Lima.

El proyecto comprende dos etapas, cada una con sus distintas líneas de acción y actividades. El trabajo a realizar está proyectado en un horizonte de dos años divididos en dos etapas de un año cada uno, del 2016 al 2017. Cada etapa persigue objetivos, metas y actividades que cumplir.

- **Primera etapa (2016)**

Tiene como objetivo elaborar el programa de formación para los futuros participantes del programa radial online juvenil. Una de sus líneas de acción es formar al equipo gestor que lleve adelante el programa radial online, además de desarrollar los contenidos y herramientas para el desarrollo del programa. Las metas a lograr serían:

- Equipo gestor del proyecto conformado por profesionales que lideren el programa.
- Producción de contenidos del proyecto de formación: Los retos sobre la comunicación, los nuevos lenguajes digitales, manejo de equipos de audio, edición de audio. Además de un módulo formativo sobre la espiritualidad salesiana.

Finalmente se determinan las actividades que se deben desarrollar, las cuales son:

- **Actividad 1:** Formación del equipo consultor y líder.
- **Actividad 2:** Producción de contenidos y materiales del programa de formación.
- **Actividad 3:** Adquisición de equipos y materiales para la formación.
- **Actividad 4:** Convocatoria de los locutores juveniles.
- **Actividad 5:** Elaboración de la plataforma virtual para el programa juvenil.

Para la actividad 1, el equipo gestor estará conformado por un comunicador especializado en Educomunicación, con experiencia en prensa, televisión, radio,

multimedia y capacitación; un educador especializado en psicología y comunicación de familia; un ilustrador, un diseñador gráfico y dos productores audiovisuales.

En la actividad 2, el programa de formación y la producción de contenidos y materiales serán propuestos por el equipo gestor, quienes contarán con el apoyo del Centro Salesiano de Comunicación Social (CSCS), siguiendo la temática y los contenidos que desarrollarán los profesionales convocados a partir del enfoque de la Educomunicación.

Los productos de esta actividad serán usados en los talleres de formación de los locutores y productores del programa radial online salesiano. Se producirán los siguientes materiales:

- Una guía del formato del programa radial online salesiano.
- Manuales metodológicos para la formación en radio, televisión, prensa escrita y multimedia como inducción a comprender los medios de comunicación en correlación a la tendencia actual de la convergencia de medios.

Para la actividad 3, sobre la adquisición de equipos y materiales para formación, se deberá establecer un presupuesto que busque acondicionar con equipos necesarios, como una computadora portátil, proyector multimedia y materiales: hojas, lapiceros, plumones, publicaciones, etc. Además de 10 grabadoras de mano, aproximadamente.

En la actividad 4 se realizarán convocatorias, tanto en los colegios salesianos de mujeres como de hombres, por medio de un casting. Se propone que la conducción de locución sea rotativa, por lo que se conformará un grupo de jóvenes con quienes

se logre construir la temática, así como también la forma de locución original para el tipo de programa propuesto. Estos grupos, además, servirían de informantes para la retroalimentación. Los miembros de este grupo estarán conformado por 5 jóvenes: 2 varones y 3 mujeres.

Finalmente, en la actividad 5 se plantea desarrollar el soporte técnico digital para la emisión de los programas radiales online. Se diseñará un portal web que permita la interacción con la audiencia juvenil según las exigencias, además de las propuestas de entretenimiento y formación que desea proponer el programa radial online salesiano.

Participan de esta actividad:

- El equipo gestor
- Un diseñador web
- Un programador web
- Locutores seleccionados

• **Segunda etapa: proyecto al 2017**

Tiene como objetivo consolidar la preferencia del programa radial online por parte de la audiencia juvenil, como elemento de entretenimiento y formación de su tiempo libre. Para lo cual se tiene pensado formar capacidades de comunicación y liderazgo en los adolescentes y jóvenes, quienes lleven adelante la producción radial online salesiana. En primer lugar, se busca ser conocida y aceptada por nuestra audiencia específica, así como captar una audiencia de aproximadamente 400 adolescentes y jóvenes de las obras

salesianas del Perú (oratorios, casas Don Bosco, colegios, escuelas técnicas, parroquias y casa de formación salesiana).

Las actividades propuestas son:

- **Actividad 1:** Realizar programas en vivo en los ambientes educativos y pastorales que nos conocen.
- **Actividad 2:** Hacer un concurso de programas radiales para jóvenes y adolescentes que desean incursionar en la producción radial.
- **Actividad 3:** Monitoreo
- **Actividad 4:** Evaluación anual del programa radial online

La actividad 1 establece organizar programas en vivo desde distintos lugares de Lima y Callao donde se identifique audiencia significativa. La jornada consistiría en los siguientes puntos:

- Los productores y locutores podrán entablar, en vivo y en directo, un contacto con su audiencia y de la manera como oyen el programa radial. Así, de este modo, pueden conocer y compartir las exigencias que requiera la audiencia.
- Dar lugar a nuevos locutores que deseen incursionar en este medio de comunicación.

La actividad 2 establece que el equipo gestor y locutores promuevan un concurso que se desarrollará en el mes de agosto, por el aniversario de su fundador San Juan Bosco. Con esta iniciativa el ganador formará parte del equipo de locutores, como corresponsal online.

La actividad 3 es con respecto al monitoreo que se desarrollará para generar una estrategia que recoja la impresión de los oyentes y seguidores del programa radial online salesiano, ya sea por vía online o de forma física a través de encuestas. Se debe considerar que esta labor se realizará dos veces al año para lograr actualizar metodologías y herramientas útiles para el programa radial online.

Finalmente, en la actividad 4, al finalizar el segundo año se evaluarán los objetivos logrados a partir de los informes del equipo gestor y del monitoreo realizado por el coordinador general del proyecto.

3.2.3 Fase de implementación

- **Periodo marzo - abril**

Se elaboró un nuevo cronograma de actividades para la implementación del proyecto de comunicación. Durante este periodo se revisó y amplió el contenido teórico de la propuesta, considerando los ajustes que se le hacía por tiempo y recursos para su viabilidad, además de sus análisis desde los aspectos teóricos de las humanidades digitales, que amplió el estudio de la propuesta desde el uso de las redes sociales y sus efectos.

- **Periodo mayo - setiembre**

Alianzas estratégicas con centros educativos y entidades a fines

- Reunión con el Director del Colegio Salesiano “Rosenthal de la Puente” el R.P. Augusto Sakihama. Dicho colegio servirá para lanzamiento del piloto del programa radial. Según los acuerdos establecidos, se propone trabajar por

medio de grupos formativos que se desarrollarán los días viernes de 3-6 pm, considerando entre ellos a los alumnos de 3° y 4° de secundaria. Además de que el grupo estará formado solamente por 5 estudiantes, por medio de un proceso de selección. Se da también el compromiso de obtener un financiamiento para la adquisición de equipos, además del espacio para la realización del programa radial. Se deberá capacitar a los alumnos en el manejo de equipos, logrando con ello dar continuidad al proyecto.

La propuesta del proyecto de comunicación se desarrollaría dentro del área de la pastoral, por lo que asume un carácter más formativo dentro de las actividades durante el tiempo libre que se les da a los estudiantes los fines de semana.

- Reunión con un representante de la Agencia Católica ACIPRENSA en Perú, el Sr. Abel Camasca. La dinámica de la reunión es poder exponer la propuesta para buscar financiamiento y apoyo logístico, además del interés por compartir la propuesta radial en investigación. El Sr. Abel Camasca fue uno de los fundadores de Radio Don Bosco, desde sus inicios, quien se siente muy identificado con el carisma salesiano.

La experiencia de conocer su modalidad de hacer radio se basa principalmente en un formato de entrevista y discusiones sobre temas netamente religiosos que involucra a la Iglesia Católica. ACIPRENSA es una oficina del Canal Internacional EWTN.

Finalmente, se obtuvieron algunos acuerdos, con respecto a su apoyo logístico de poder compartir la experiencia formativa de los alumnos hacia los medios de comunicación como son la radio y la televisión. Además de un

apoyo económico que se traduce en capacitaciones para los estudiantes que formarían parte del proyecto.

3.2.4 Convocatoria y formación del equipo gestor

El equipo gestor convocado está integrado por las siguientes personas:

- **Luis Fernando Centeno Jiménez:** Tiene 21 años de edad, cursa el X ciclo de la carrera profesional de Psicología en la Universidad Nacional Federico Villarreal. Actualmente se encuentra ejerciendo prácticas preprofesionales en la I.E.I. N° 049 “Nuestra Señora de Guadalupe”. Fue coordinador general del Movimiento Juvenil Salesiano-Rímac (periodo mayo 2014-junio 2016), además de tener 5 años de experiencia trabajando en grupos infantiles y juveniles. Sus características personales son: facilidad para entablar conversaciones, buena capacidad de memoria, dominio de grupos (cualquier grupo etario), espontáneo. Finalmente, muestra amplia expectativa hacia el proyecto a realizar, radio online “Fuera de Serie” (#FueraDeSerie), donde le corresponderá aportar, desde su disciplina, los recursos y lineamientos necesarios para el proyecto.
- **Fiorella Rodríguez Rossel:** Dentro sus capacidades profesionales en la disciplina que desempeña, domina los siguientes programas: Photoshop Cs5, Illustrator Cs5, Indesign Cs5 (Avanzado) Corel X5, Dreamwaver Cs5 y Flash Cs5. Actualmente tiene 36 años de edad y trabaja en el área de marketingdel

Instituto SALESTEC, además de su labor como catequista en el oratorio salesiano “San Juan Bosco” del Rímac.

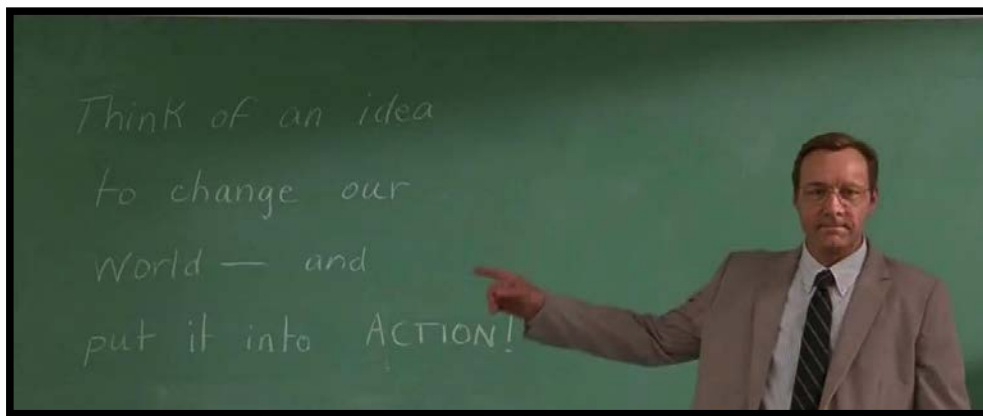
- **Oreana Ivana Baquedano**, tiene 18 años, estudia Comunicación Audiovisual y Medios Interactivos en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (segundo año). Se considera una apasionada de la música, su hobby preferido es cantar, actualmente estudia también artes escénicas. Se identifica con el carisma salesiano por su conexión al oratorio desde muy pequeña. El proyecto le llama la atención por su participación con jóvenes, a quienes considera que se les debe ayudar a madurar y este es un medio que es cercano a ellos, la radio.

- **Detalles de la selección del equipo gestor**

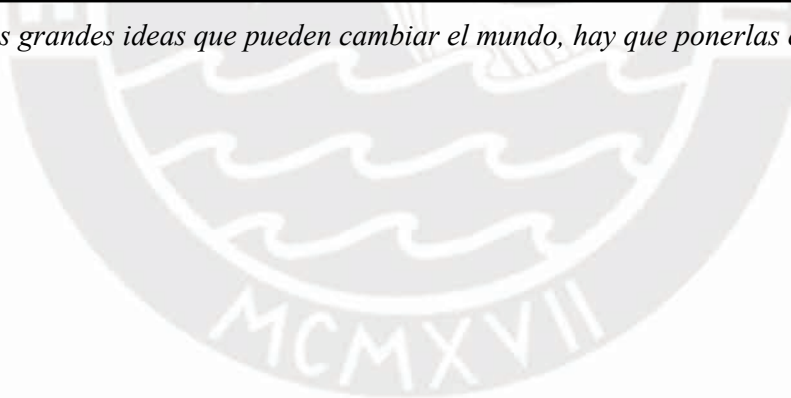
- Entre los criterios para seleccionar a los miembros del equipo gestor, está que fuera multidisciplinario, además de que su edad no sea muy lejano a los destinatarios y que, por lo tanto, lo que se produzca también tenga su identificación en ellos. Otro aspecto es su cercanía a la Espiritualidad Juvenil Salesiana, que nos ayuda a poder entendernos en la misión que deseamos conseguir.
- La propuesta del proyecto fue conversado con cada uno de los integrantes de forma individual para poder obtener de ellos sus expectativas, además de su compromiso con este proyecto de comunicación. Así, iniciamos la formación del grupo, logrando en un primer momento crear un grupo de WhatsApp para coordinar la primera reunión conjunta.

- La primera reunión tuvo como agenda un contenido mayormente motivacional frente al proyecto, además del formato del futuro programa radial y de las tareas que teníamos hacia adelante.

- **Ideas claves para el equipo gestor**



Tenemos grandes ideas que pueden cambiar el mundo, hay que ponerlas en acción.





Las ideas hay que hacerlas crecer, por ello se deben compartir, ello ayuda a crear nuevas ideas.



Estamos apuntando hacia algo muy importante y valioso.



La cultura de hoy cambia a cada momento, pero debemos detenernos y mirar para poder actuar.



La realidad digital y sus beneficios proponen algo nuevo, y esto es lo que buscamos con este proyecto de programa radial.

- Luego de la breve charla motivacional, se les hizo escuchar un audio titulado “Carlitos y su vida”, que narraba la historia de un sacerdote anciano, como ejemplo del tipo de contenido que se desea emitir en dicho formato radial. Se mencionaron también algunos aspectos teóricos del interés y la motivación del proyecto de tesis.
- Se asumieron ciertas tareas: Proponer y debatir sobre un probable nombre del programa, se podría compartir dentro de nuestros grupos sociales (universidad, trabajo, familia u otros). Se optará por el uso de grupos de WhatsApp para conversar respecto a estas ideas o dudas, lo cual ayudará a registrar todo lo que vaya surgiendo.



3.2.5 Diseño de la propuesta radial

- **Primer paso:** Según el cronograma propuesto, alrededor del 17 de junio, el equipo gestor reunido compartió el futuro nombre del programa radial, así surgieron los siguientes nombres: CONECTADO, QUE BUENA ONDA, EN CONTACTO, FUERA DE SERIE, ONDA DC, SIN ROCHE

Otro de los aportes fue sobre el diseño del logo, donde se sugirió que se deben tomar en cuenta los audífonos, así como el celular, el cual es el aparato electrónico de preferencia para la generación actual. También se compartió el *brief* del producto (ver Anexo N° 2). Otro de los detalles es determinar qué colores se quieren usar, así como también el nombre que se use, el cual ayudará mucho para determinar el perfil.

- **Segundo paso:** Se selecciona un grupo de nombres para el programa: CONECTADOS, FUERA DE SERIE #FDS, SIN FILTRO Y ENGANCHADOS. El equipo gestor evalúa la propuesta, según el buscador Google, el resultado en su mayoría se relaciona con las nuevas tecnologías. Finalmente los nombres elegidos por su mayor originalidad fueron ENGANCHADOS y FUERA DE SERIE, los cuales hacían referencia a la música y al cine, respectivamente.

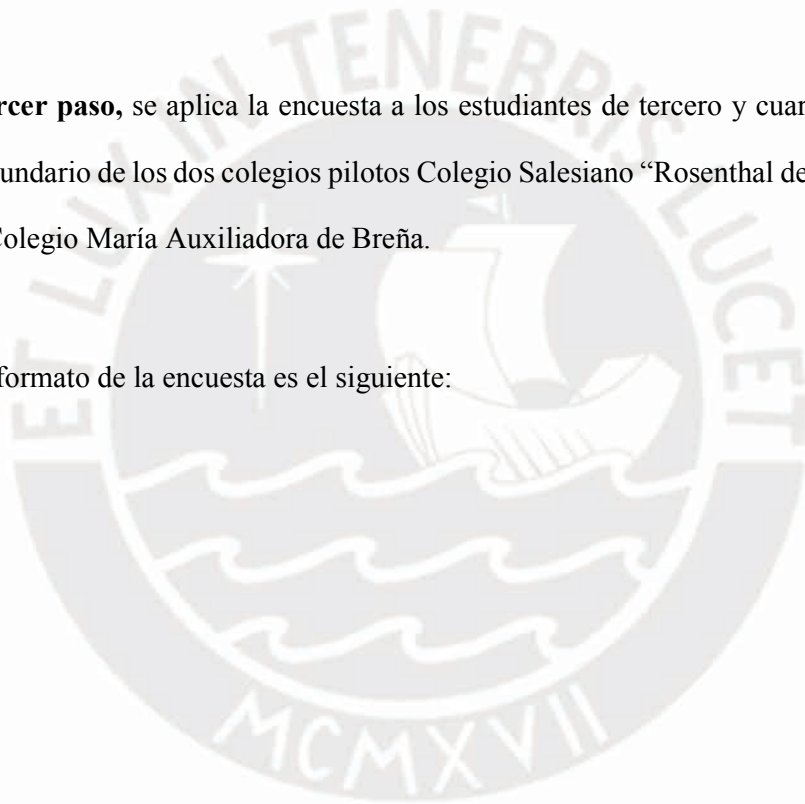
Otro detalle a ir desarrollando es la paleta de color a utilizarse en el diseño del logo y de la imagen del proyecto. Se sugiere utilizar, según las preferencias de la audiencia determinada, los colores cian y sus distintas tonalidades. El *insight* propone algunas frases eslogan para el programa, como son:

- Historias contadas por ti
- Mis historias contados por mí,
- Historias contadas en mi idioma.

Finalmente, se propone hacer una encuesta para saber la opinión de los estudiantes con quienes se va a trabajar, además de evaluar su interés sobre el proyecto de radio en su escuela.

- **Tercer paso**, se aplica la encuesta a los estudiantes de tercero y cuarto de nivel secundario de los dos colegios pilotos Colegio Salesiano “Rosenthal de la Puente” y Colegio María Auxiliadora de Breña.

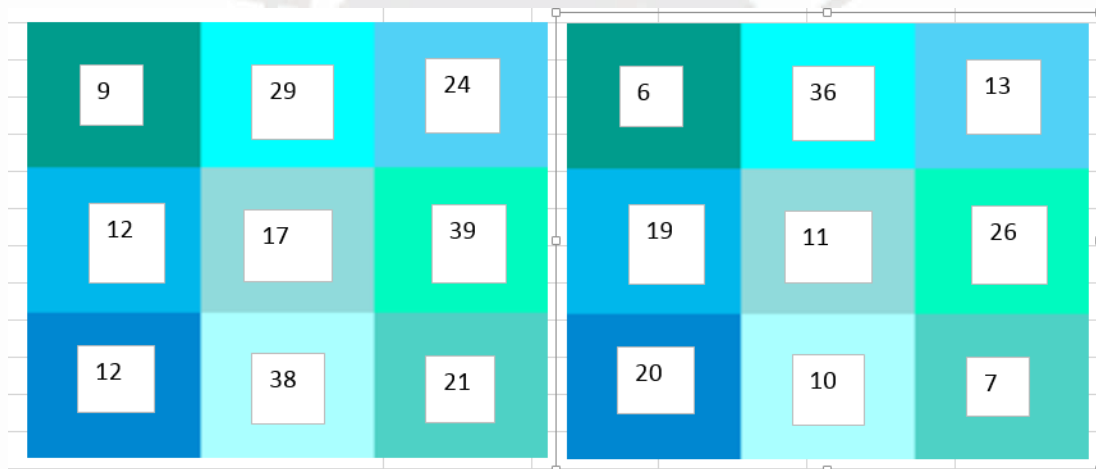
El formato de la encuesta es el siguiente:



Colegio Salesiano Rosenthal de la Puente – Magdalena del Mar

	No.	%
CONECTADOS	17	14.91
FUERA DE SERIE #FDS	44	38.60
SIN FILTRO	45	39.47
ENGANCHADOS	8	7.02
Total	114	100.00

Con respecto a los colores, se obtuvo el siguiente cartel de preferencia:



Colegio María Auxiliadora

Colegio Salesiano Rosenthal

- El nivel de participación fue alto, más de lo esperado, los resultados de la encuesta muestran que aproximadamente el 50 % de los estudiantes encuestados están interesados en participar de un proyecto radial dentro de la escuela, lo cual nos ayuda mucho a proponer y obtener resultados positivos.

- Además, por medio de la encuesta se obtuvo un banco de direcciones electrónicas, lo cual nos ayudará para poder seleccionar y compartir el material producido.

3.2.6 Bocetos gráficos del programa radial



3.2.7 Elaboración de la matriz de implementación del proyecto

- **Primer paso**, definir el formato de los microprogramas a producir. Se busca referencias teóricas de los diferentes tipos de programas radiales que se desarrollan. Luego se comparte el contenido con el equipo gestor para determinar cuál es el formato radial que se usará para la producción de microrrelatos contados por los mismos jóvenes (periodo junio).
- **Segundo paso**, desarrollar la marca del programa radial juvenil. Cada miembro del equipo gestor forma un *focus group* para compartir la propuesta y recoger información.
- Compartida la propuesta en el equipo gestor, se realiza una encuesta a los estudiantes para compartir la propuesta planteada. Al terminar este proceso, se hizo la revisión de la información adquirida para concretar, finalmente, la marca del programa radial (periodo junio/julio).
- **Tercer paso**, conformación del grupo formativo de cada centro educativo. Se realiza la selección de los futuros miembros del equipo, el cual se formaliza creando un grupo en Facebook para mantener en contacto a los miembros del grupo de cada colegio. Este grupo tiene la finalidad de poder compartir información preliminar del proyecto, además de fomentar la cercanía, el diálogo y la participación de cada miembro (periodo julio/agosto).
- **Cuarto paso**, luego de haber tenido el primer acercamiento a cada miembro del equipo, se inicia la etapa formativa. Se les designa un código a cada equipo: CSAL para el Colegio Salesiano y CMAX para el Colegio de María Auxiliadora. Se elabora un cronograma para la capacitación. El material a usar para la capacitación, contiene siete fascículos, con el título “¡Qué onda con la Radio!”,

los temas son: Fundamentos de la radio, periodismo y formatos radiales, locución, creación de guiones, formatos radiales, elaboración de programas y hagamos programa de radio. Los momentos formativos son también de capacitación del uso del equipo, así como ejercicios de grabación (periodo agosto/setiembre).

- **Quinto paso**, los equipos formativos proponen temas para futuras historias que se buscarán y editarán, además de adquirir sonidos como recurso para editar las historias. (periodo agosto/setiembre).

3.2.8 Fase de activación

La fase de activación recoge los procesos actuales del trabajo de campo. Dicha fase presenta los siguientes periodos:

- Primero : Coordinación
- Segundo : Identificación del formato radial
- Tercero : Activación de los grupos formativos
- Cuarto : Producción de material radial
- Quinto : Lanzamiento del programa radial #FueraDeSerie
- Sexto : Mantenimiento del programa radial #FueraDeSerie

- **Primero: Coordinación**

- En **primer lugar**, se establecen las coordinaciones iniciales para la activación de un grupo formativo radial en la escuela, para lo cual se realizarán las siguientes acciones:
 - Reunión con el director o directora de la institución educativa para dar a conocer el proyecto.
 - Reunión con los coordinadores de estudios de cada institución.
- El indicador de logro será que los directivos conozcan del proyecto y lo apoyen en su desarrollo y activación. Además se incluirán a los coordinadores pedagógicos con quienes se trabajará insertar el proyecto en el plan curricular.
- En **segundo lugar**, se buscará establecer alianzas estratégicas con otras entidades relacionadas con la radio online; para ello contamos el apoyo de la agencia de noticias ACI Prensa, compañía de gran trayectoria y experiencia, que asimismo lleva adelante proyectos de radio online. Se realiza la visita a sus instalaciones para conocer y establecer alianzas con el área de producción de contenido de la agencia.
- En **tercer lugar**, tenemos la consolidación del **equipo gestor**, con quienes se inicia la parte operativa del proyecto. En las reuniones se determinan roles de cada miembro del equipo gestor.

La tarea principal del equipo gestor es elaborar la propuesta del formato radial para la escuela y analizar las implicancias de su contenido como herramienta educativa y pastoral. El equipo multidisciplinario se encuentra conformado por un estudiante de comunicación, una diseñadora y un estudiante de psicología.

(Ver Anexo N° 8: Equipo gestor y formativo)

- **Segundo: identificación del formato radial**
- En **primer lugar**, se busca desarrollar la propuesta del formato radial y su imagen con la ayuda de los equipos formativos y gestor. Luego, consolidar por medio de encuestas a los estudiantes el nombre del programa radial y su imagen. Se realiza una evaluación de la información obtenida para determinar con mayor claridad el nombre e imagen del programa radial.
- Proceso de la construcción de logo del programa radial:



Fuera de Serie

The logo consists of the word 'Fuera' in a bold, blue, sans-serif font. Below it, the word 'de' is written in a smaller, black, sans-serif font. The word 'Serie' is written in a large, green, cursive font. A black microphone with a grid and a 'REC' button is positioned to the left of the text. A black pen nib is positioned to the right of the text. A black line connects the microphone and the pen nib, looping around the text.

LOGO OFICIAL FINAL



Breve descripción del logo: Para elegir el logo se consideró la opinión dada por la mayoría de los alumnos(as), al igual que los colores. La imagen de la izquierda alude al equipo que se usa, es una grabadora de mano, la cual está sobre un soporte de micrófono. El cable de sonido hace referencia a conectar sus historias con otro joven, la identificación por parte del oyente con la historia que proponemos. Además se destaca la letra “S” como mensaje subliminal de ser un producto salesiano.

- En **segundo lugar**, se establece el perfil de selección para los estudiantes que participarán como equipo formativo y lleven adelante el formato radial. Se realizaron encuestas filtro para seleccionar solamente a cinco participantes. El equipo gestor elabora la encuesta filtro para aplicar a los estudiantes (Ver anexo N° 7).
- Luego de aplicar la encuesta, se establecieron criterios de calificación. La escala de nota es de 0 - 20 puntos. Los criterios establecidos por el equipo gestor fueron los siguientes:
 - Se debe tomar en cuenta que el criterio es objetivo en la mayoría de preguntas, por lo que se le dará un puntaje de 1 punto, si fuese ideal; 0.5 si se considera que se acercó al ideal, y 0 si no corresponde.
 - Además, se debe considerar que el bonus es una pregunta filtro que nos puede ayudar al final de la selección, se si encuentra cerrada la selección final.
 - Cada pregunta deberá presentar un perfil igual o cercano a las siguientes parámetros:

Pregunta 1: Respuesta que se encuentre entre: Producir contenido y difundir información.

Pregunta 2: Los ítems buscados son: Presencia en redes sociales y salir con amigos

Pregunta 3: Calificación entre 4- 5

Pregunta 4: Si

Pregunta 5: Si

Pregunta 6: Si

Pregunta 7: Elección de diarios con una adecuada crítica de contenido hacia el ámbito social y político, como son: La República, El Comercio, La Nación, Correo y El Peruano.

Pregunta 8: Ciencia ficción – Comedia – Drama/suspenso son formatos que ayudan a tener práctica para construir e innovar historias:

Pregunta 9: Música en inglés. Aunque, el gusto de la música es subjetivo, no hay preferencia, solo se usa como criterio para confirmar a la audiencia:

Pregunta 10: Una vez al mes, para valorar la disponibilidad del joven para trabajar en equipo y no esté ocupado en salir a fiestas:

Pregunta 11: Se considera algunos criterios base: Algo real relacionado a la familia, además de la carga emocional que describa.

Pregunta 12: Entre: 4 - 5

Pregunta 13: Si, No y Algo es válido. Se reconoce que depende de situaciones.

Pregunta 14: Tener presente contenidos que: Identifique un proyecto – Cosas concretas – Nada abstracto

Pregunta 15: Usos de la radio y su interés: historias juveniles – voz de los jóvenes – responder a las dudas de los jóvenes

Pregunta 16: MODA o PLANETA. Se usa como información para confirmar una característica de la audiencia:

Pregunta 17: Relación con los equipos, con quienes me gustaría trabajar:
Jóvenes - artistas - psicólogo - sacerdotes - religiosos

Pregunta 18: Entre: 4- 5

Pregunta 19: Si

Pregunta 20: Si

BONUS: Criterio de selección para evaluar sus conceptos morales, así como su capacidad para resolver problemas.

- En **tercer lugar**, se busca establecer la conexión con la audiencia por medio de un eslogan. Los momentos formativos de los equipos favorece el intercambio de ideas, lo cual también se logra vía online.
- Durante los espacios formativos y de integración se fueron filtrando algunas ideas que se propusieron en un fórum, en el cual se fue identificando una tendencia. Se logró un cuadro con las siguientes propuestas:

1. NUESTRAS HISTORIAS CONTADAS EN NUESTRO IDIOMA SOMOS #FUERADESERIE	2. #FUERADESERIE JÓVENES CONTANDO HISTORIAS EN SU IDIOMA	3. #FUERADESERIE HISTORIAS DE JOVENES CONTADAS POR ELLOS MISMOS
4. SOMOS #FUERADESERIE JÓVENES CONTANDO HISTORIAS EN NUESTRO (SU) IDIOMA	5. #FUERADESERIE HISTORIAS CONTADAS EN UN SOLO IDIOMA	6. HISTORIAS DE JÓVENES CONTADAS EN NUESTRO IDIOMA

- Luego de la elección de los alumnos y alumnas participantes (10), tuvieron mayor votación la opción 1 y 4. El equipo gestor estudia la propuesta y determina la frase elegida. Finalmente, se optó por el siguiente eslogan:

SOMOS #FUERADESERIE

/ CONTAMOS HISTORIAS EN NUESTRO IDIOMA /

- **Tercero: Activación de los grupos formativos**

- En **primer lugar**, se busca establecer un programa formativo, que pueda desarrollarse en horario y lugar adecuados, según el tiempo del que alumnos y alumnas dispongan. La propuesta de organizar el material formativo ¡QUÉ ONDA CON LA RADIO!, según los horarios propuestos, así como buscar alianzas para desarrollar el contenido. Se establece para ello, el equipo formativo conformado por estudiantes de periodismo, con quienes se desarrolla el contenido del material.
- Para la organización de este periodo se establece el siguiente programa (Tabla N° 2)

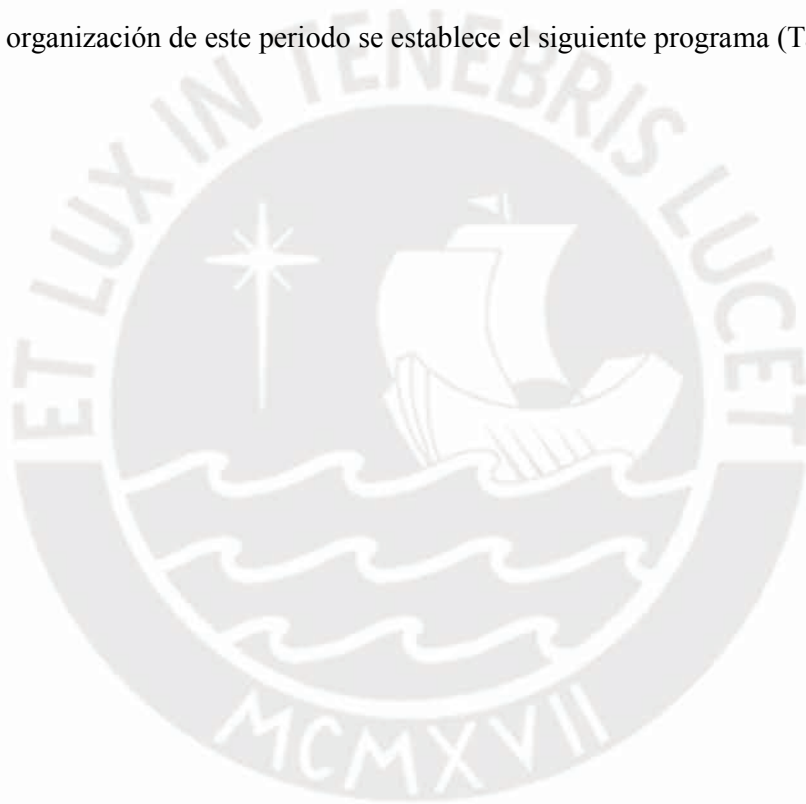


TABLA N° 2

PROGRAMA FORMATIVO RADIAL ;QUÉ ONDA CON LA RADIO!

(para grupos del programa radial #FueraDeSerie)

FECHA	TEMA/CAPACITACIÓN	OBJETIVO	ACTIVIDADES	INDICADORES
10 de octubre	N°1 : Fundamentos de la radio	Conocer y reconocer los saberes previos sobre la radio en los alumnos y alumnas	<ul style="list-style-type: none">• Hacer preguntas por medio de una lluvia de ideas sobre el tema de la radio.• Se hace lectura del folleto N°1 y se dan breves explicaciones.	Conocen sobre la historia de la radio y sus incidencias como medio de comunicación dentro de la sociedad.
	Manejo de equipo – grabadora de mano	Conocer el manejo básico de la grabadora de mano	<ul style="list-style-type: none">• La descripción de cada detalle de la grabadora.	Manejan adecuadamente el equipo

			<ul style="list-style-type: none"> • Uso de cada botón, desde el encendido, apagado, etc. • Ensayo de grabación de cinco sonidos ambientales, según el espacio donde se encuentran. • Cada sonido grabado, se expone en el grupo, luego cada oyente describirá cada sonido. 	<p>Usan las distintas herramientas que ofrece la grabadora de forma adecuada.</p>
12 de octubre	<p>N°3 : Locución</p> <p>N°5 : Formatos radiales</p> <p>N°7 : Hagamos programas de radio</p>	<p>Identificar los diferentes formatos radiales</p> <p>Aprender las diferentes herramientas para</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ejercicios de locución con la lectura de un texto noticioso • Ejercicio de vocalización • Descripción de los distintos formatos. Luego cada alumno escoge uno y lo realiza 	<p>Se expresan de forma clara, con buena entonación y pronunciación.</p> <p>Reconocen los distintos formatos para poder narrar o describir una historia.</p>

		<p>realizar una adecuada locución</p> <p>Aprender a realizar un guion radial</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grabación de la cuña del programa radial #FueraDeSerie • Escriben un guion radial a partir de una breve historia 	<p>Hacen un guion radial y lo graban</p>
	<p>Explicación de formato radial #FueraDeSerie</p>	<p>Establecer las características claves del programa radial #FueraDeSerie</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se explica algunas herramientas más de la grabadora. • Se da a conocer algunas historias ya editadas. • Se describe la forma como contar historias en formato radial. 	<p>Elaboran un audio donde describen su vida o su jornada diaria.</p>
<p>14 de octubre</p>	<p>Nº4 : Creación de guiones</p>	<p>Establecer la forma como obtener la</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Redacción de un guion de radio 	<p>Elaboran adecuadamente un guion de un programa radial</p>

	<p>N°6: Elaboración de programas</p> <p>N°2: Periodismo y programas radiales</p>	<p>historia para el programa radial</p> <p>Reconocer la información relevante de cada historia según el programa radial</p> <p>Conocer el papel del periodista como promotor de historias</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ensayos de cómo hacer un noticiero, una narración deportiva. 	<p>Reconocen su labor como periodistas escolares para contar historias.</p>
--	--	---	--	---

	<p>Manejo del programa de edición - Audacity</p>	<p>Conocer la forma como se edita el material obtenido</p> <p>Identificar la forma como se debe editar las historias en el programa radial</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Por medio de un ejemplo en la edición, se da a conocer el manejo del programa Audacity • Escuchar historias del proyecto radial radioambulante.org – historia elegida – 240 avers-duración 25 minutos. • Se refuerza la identificación con el proyecto y su participación como protagonistas exclusivos e insustituibles. 	<p>Conocen la forma de cómo elaborar las historias para el programa #FueraDeSerie</p> <p>Manejan el programa de edición Audacity.</p>
--	--	--	---	---

- El programa formativo ¡QUÉ ONDA CON LA RADIO! es una producción de la Congregación salesiana desde su proyecto “Comunicación en la escuela”. El material fue reeditado para el uso en el proyecto actual (Ver Anexo N°16).
- El material está conformado por 7 fascículos, que son:
 - o N°1: Fundamentos de la radio
 - o N°2: Periodismo y formatos radiales
 - o N°3: Locución
 - o N°4: Creación de guiones
 - o N°5: Formatos radiales
 - o N°6: Elaboración de programas
 - o N°7: Hagamos programas de radio
- Cada fascículo propone un contenido teórico que es evaluado con espacios de síntesis y aportes personales.
- Para la activación del proceso formativo, se contó con la colaboración de dos estudiantes de últimos ciclos de la carrera de periodismo de la Universidad Antonio Ruiz de Montoya, quienes llevaron adelante dicho proceso formativo.
(Ver Anexo N°9 – Crónica fotográfica)

- En **segundo lugar**, identificar y producir con mayor detalle el formato radial que se propone. Los estudiantes seleccionados, luego de su etapa formativa, se encuentran capacitados para manejar equipos y generar contenidos para desarrollar el formato radial del programa “Fuera de Serie”.
- Se proporciona a cada miembro de los equipos CMAX y CSAL, una grabadora portátil de mano, modelo periodístico, con la cual se obtienen archivos de audio en formato Mp3. Para un adecuado uso, se capacita a los miembros en el manejo y funciones de la grabadora. El primer ensayo es grabar sonidos exteriores para que logren identificar el modo de grabación.
- Luego se hacen ensayos de voz con breves entrevistas de cada uno. Además de la grabación del eslogan con la finalidad de que escuchen su voz y puedan ir modulándola según la situación a grabar.
- Se les presenta un breve tutorial del programa de edición de audio llamado Audacity, además de compartirlo en el grupo en Facebook. La tarea para cada miembro es conocer y practicar el manejo de esta herramienta.
- Para poder trabajar en el formato, se escuchan y comparten audios de historias cortas de Radio Ambulante, una interesante iniciativa radial online donde se narran crónicas cortas de toda latinoamérica, de la cual se tomaron como ejemplos de análisis las crónicas “240 aves” y “El Náufrago”, de 30 minutos de duración aproximadamente en cada caso. Luego de escucharlos se hace una retroalimentación para identificar los detalles de la historia. La información de tutoriales y las historias de Radio Ambulante son compartidas en el grupo secreto en Facebook para ser comentadas y analizadas.
- Otra de las tareas para fortalecer la idea del formato radial era asistir a la obra teatral “Una historia de amor israelí”, que fue analizada previamente, ofrecía elementos muy

interesantes para esclarecer la idea de contar historias en el programa radial. Lamentablemente ningún miembro logró asistir por motivo de horarios.

- En **tercer lugar**, es importante consolidar el grupo formativo, para tener mayor comunicación con respecto al contenido que se quiere producir en los programas. Para tal fin se usan los medios digitales necesarios, como son Facebook y WhatsApp. Con respecto al manejo de las redes sociales y de los datos personales de los involucrados, se elabora un documento de autorización de los padres de familia, donde se informa y detalla el proyecto, además se especifica tanto el uso de redes sociales como la información personal de los colaboradores (como la protección de datos personales como es el número telefónico).
- Se socializa en cada reunión con los alumnos y alumnas del grupo en Facebook, el cual tiene características de grupo secreto, por lo que se pone en práctica el código de confidencialidad por parte de los miembros.
- A estos grupos secretos se hacen miembros los alumnos y alumnas, por grupos separados, identificados con las siglas CSAL (Colegio Salesiano) y CMAX (Colegio María Auxiliadora), donde además en cada grupo son incluidos los miembros del equipo gestor.

Fortalecer la unidad del grupo es uno de los lineamientos claves para lograr un buen trabajo, por lo que se propone visitar la Agencia Andina- Diario Oficial *El Peruano*, quienes, luego de las coordinaciones necesarias, nos permitieron visitar junto con los grupos CMAX y CSAL. Se visitó el museo, la hemeroteca, la oficina de imágenes y digitalización del diario, el área de redacción, la oficina de redes sociales, el estudio de televisión y radio. Las visitas fueron coordinadas y autorizadas por los directivos

de los colegios y los padres de familia de cada estudiante. (Ver Anexo N° 15 - Crónica fotográfica)

- **Cuarto: Producción radial**

- En **primer lugar**, identificar las historias que respondan al formato radial original propuesto. Para dicha tarea se realizan las siguientes actividades:
 - Cada joven del equipo escribiría una historia ficticia, luego se debe grabar cada uno para analizar cómo ha desarrollado la historia.
 - Además de ayudar a establecer el tiempo que ha grabado y de cómo se ha desarrollado la historia, se debe corroborar que este no exceda del tiempo límite de 5 minutos.
- En **segundo lugar**, redactar historias ficticias que favorezcan identificar el desarrollo de una historia, que provoque en el oyente conectarse con la misma e identificarse.
- En **tercer lugar**, se deberá editar el audio de la historia y sus recursos. Teniendo en cuenta el uso del programa de edición elegido (Audacity). La grabación realizada anteriormente será editada de forma sencilla para escucharla, se usará música de fondo, así como otros recursos que el programa permita.
- Se reforzará el estilo de contar historias, con la ayuda de juegos lúdicos de redacción para afirmar el proceso de cómo construir historias, como el juego del acróstico, el cual incentiva a que el estudiante identifique una historia rápidamente y busque, en primer lugar, darle un sentido. La creatividad al usar el acróstico es buscar que el estudiante se involucre en que las historias tienen distintos finales e inicios pero siempre hay algo que lo identifica (Anexo N° 10).

- En **cuarto lugar**, elaborar el guion de la historia según el formato. Por lo que se comparte como deberemos ver las historias en tres partes principales, se identifica en la siguiente gráfica:



- Los protagonistas de las historias recogidas y editadas piden que se guarde su anonimato, por lo tanto, el equipo de redacción comparte la idea y redacta la historia. (ver Anexos N° 12 y N° 13)
- **En quinto lugar**, compartir en los equipos las historias para recibir retroalimentación según el formato. Uno de los detalles en que se insiste es que al identificar la historia debemos lograr que la persona que nos escuche logre identificar al personaje para poder luego entender la historia, además de identificarse con ella.
- Se debe considerar de mucha importancia el “quiebre” de la historia, por no solo dejar la carga emotiva con la que se cuenta, sino que es la idea que propondrá para el desenlace.

- Finalmente se propone usar las grabadoras, conseguir historias entre sus coetáneos, quienes deben expresarse de la manera más sencilla y clara (“en su idioma”), sin intimidación ante la presencia de un equipo grabador.

- **Quinto: Lanzamiento del programa radial #FueraDeSerie**
 - En **primer lugar**, elaborar *merchandising* que represente al programa radial #FueraDeSerie. Para lo cual se elaboran propuestas digitales a fin de ir seleccionando y descartando las propuestas del distintivo. Además de compartir cada una de ellas en los diferentes equipos. Se concretiza un modelo para el distintivo del programa radial #FueraDeSerie. Se elaboran los suvenires correspondientes para entregar en el lanzamiento como: pines y pulseras de colores.
 - A continuación algunas de las propuestas del distintivo:







- Además de estas propuestas, se hicieron algunos aportes para determinar el modelo y color, además de diseño (modalidad de cuello, estampado de la imagen, entre otros)
- Finalmente se concretó el diseño, en dos modalidades, un diseño oficial y un diseño comercial publicitario. A continuación los diseños finales:





- Además del uniforme, se elabora material publicitario como: pulseras, pines, stickers, banderolas, entre otros.
- En **segundo lugar**, planificar y preparar un plan de marketing para el lanzamiento del producto #FueraDeSerie. Para esto se propone seguir el modelo de los 10 pasos para el lanzamiento de un productor innovador. Se deberá consignar el día y hora para

dar a conocer y compartir el *fanpage*, elaborando para ello un protocolo de pre-lanzamiento.

- Luego del proceso de elaboración de la marca y sus distintas características se propuso desarrollar el plan estratégico innovador, basado en el modelo de lanzamiento de productos de Apple de Steve Jobs. Por tanto, adaptamos el modelo a nuestra realidad, obteniendo lo siguiente:



TABLA N° 3

MODELO PARA EL LANZAMIENTO DE UN PRODUCTOR INNOVADOR

PASOS	DETALLES /OBJETIVO(S)	LINEAS DE ACCIÓN
<p>1.- Identificación de oportunidades</p>	<p>Se evidencia según encuestas que los jóvenes tienen una práctica de escuchar radio online</p> <p>Se tiene un uso cotidiano del móvil</p> <p>La mayoría de los jóvenes tiene acceso a internet.</p>	<p>Desarrollar un producto de comunicación que responda a la realidad juvenil.</p>
<p>2.- Definición de prioridades - Categorizar, priorizar y decidir cuál será la idea que se desarrollará</p>	<p>Proponemos contar historias de, para y por los jóvenes.</p> <p>Para este fin, se usará un formato radial producido donde las historias recogidas con escuchadas, es su voz y sus historias.</p>	<p>Seleccionar las historias que cumplan el requisito del formato radial, donde es el quiebre de la historia la que logra que el joven se identifique.</p>
<p>3.- Selecciona los objetivos de tu lanzamiento</p>	<p>Transmitir el formato radial #FueraDeSerie</p> <p>Generar identificación por parte de los integrantes del equipo</p> <p>Lograr ser una opción entre los jóvenes - tener audiencia</p>	<p>Reunir a todos los alumnos de tercero, cuarto y quinto en un auditorio, donde se hará la presentación oficial del programa radial #FueraDeSerie.</p>

	Convocar a otros jóvenes para ser parte del proyecto.	Invitación a los profesores con disciplinas a fines del proyecto (Comunicación, Persona-familia y relaciones entre otras)
4.- Fabrica tu liderazgo	Fortalecer la integración del equipo gestor y formativo.	En las sesiones de coordinación dar el espacio para compartir las expectativas, así como también los retos y dificultades.
5.- Encuentra su nicho	Facebook es la plataforma oficial elegida para lanzar el programa radial #FueraDeSerie	Crear un <i>fanpage</i> en facebook
6.- Elige el nombre ideal	#FueraDeSerie #FDS	
7.- Considera a un aliado	Directores y profesores de comunicación de cada colegio Relación con las comunidades religiosas	Entrega de presentes por su participación en el proyecto. Invitación al evento de lanzamiento

<p>8.- ¿Cuál es momento ideal para el lanzamiento?</p>	<p>Fechas designadas:</p> <p>29 de noviembre del 2016</p> <p>30 de diciembre del 2016</p>	
<p>9.- Genera un ritual de consumo</p>	<p>Se realizarán sorteos y regalos en el evento del lanzamiento</p> <p>Además concursos vía online al comentar las historias</p>	<p>En el evento se motiva a conocer más el producto, por medio de preguntas y juegos de animación.</p>
<p>10.- Sigue los parámetros culturales</p>	<p>Fortalecer por medio de declaraciones cortas y precisas que deseamos proponer con el programa radial #FueraDeSerie</p>	<p>Los integrantes del grupo se presentan en el evento como los protagonistas.</p> <p>Se les prepara para responder preguntas y afirmar su identificación con el programa #FueraDeSerie</p>
<p>11.- Trabaja en la expectativa</p>	<p>Mostrar de forma clara el producto de comunicación por medio de una campaña de prelanzamiento</p>	<p>Se elaboran materiales (carteles) que se colocan el colegio para crear expectativa.</p>

		<p>Se comparte por las redes una imagen del logo.</p> <p>Se crean mensajes usando el hashtag #FueraDeSerie</p>
12.- Realiza pruebas previas al lanzamiento	Practicar el proceso de ensayo del evento.	Ensayos en los lugares de lanzamiento.
13.- Comunica con claridad tus valores	<p>Se identifican los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Comunicación -Conectarse con los chicos y sus historias -Desarrollo de habilidades comunicativas -Empatía con los jóvenes -Creatividad -Trabajo en equipo -Espiritualidad Salesiana 	

14.- Apoya a tu marca madre	Congregación Salesiana	
15.- Prepárate para el contraataque	Tener cuidado con la historia que puedan confundir el mensaje por una denuncia.	Se hace una simulación con posibles preguntas con respecto a las historias.

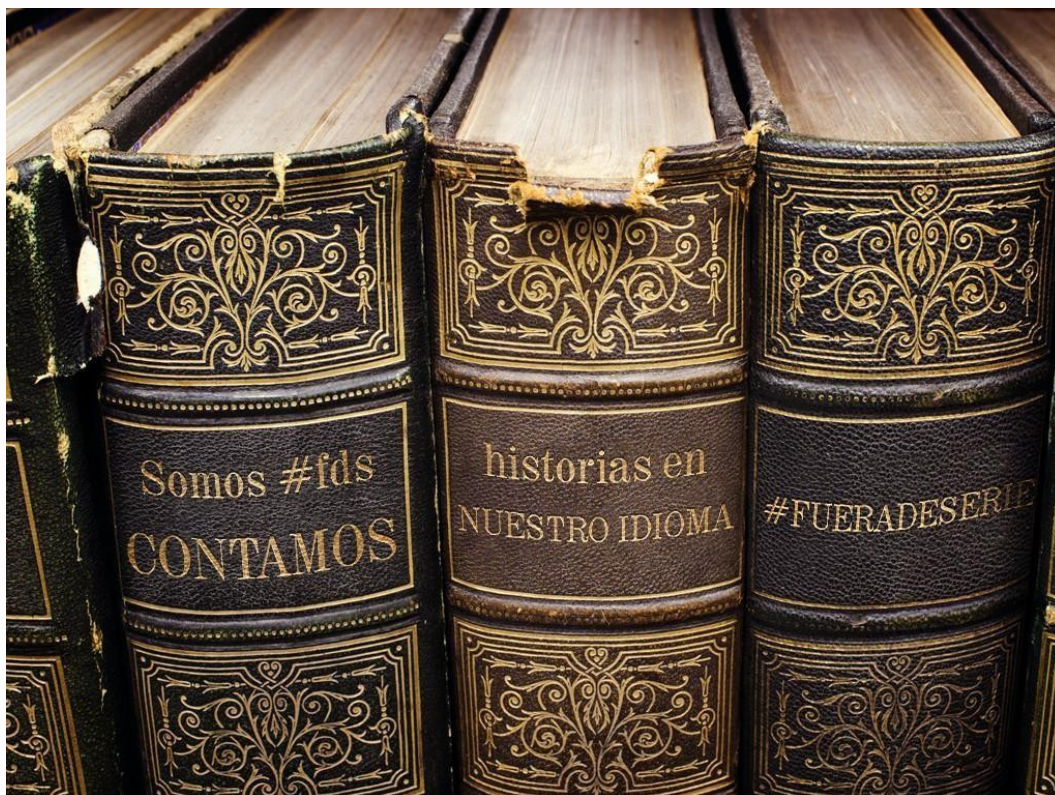


- Para el lanzamiento, se produjo un video de presentación, donde destacan los 10 integrantes de los equipos CMAX y CSAL, quienes por medio de una historia sobre el programa radial #FueraDeSerie contarán el proceso de cómo se fue elaborando la idea (Anexo N° 11)
- Simultáneamente a la creación del *fanpage* en la red social Facebook, se activaron cuentas en Youtube, Instagram, Soundcloud, Twitter y Gmail. Se buscó que todas tuvieran el mismo nombre de usuario.
- Previamente al evento se concretizaron dos tareas; la primera era colocar imágenes editadas con el nombre del programa radial #FueraDeSerie, que genere en los estudiantes la expectativa de lo que se va a presentar muy pronto, así también se identificó cuáles serían los lugares más frecuentados por los estudiantes. Las imágenes fueron las siguientes:





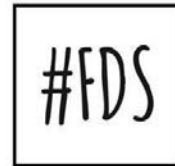




- Luego de concretizar los detalles publicitarios, se propuso una fecha y hora para lanzar el programa radial oficialmente por la *fanpage* y al resto de redes sociales de forma oficial. Se busca que crear expectativa a que significa #fds, como también la originalidad del formato radial. Se elaboró un protocolo de pre-lanzamiento, que sería activado según la fecha y hora, para esto nos logramos reunir en un salón contamos con WiFi. Cada miembro del equipo gestor y formativo, iniciamos la divulgación de la página desde nuestras cuentas personales e invitando a otro jóvenes. Así también los equipos CMAX y CSAL.

PROTOCOLO DE PRE-LANZAMIENTO

1. Fecha y hora:
Jueves 24 de setiembre del 2016
9.00 pm (21.00 horas)
2. Actividad:
Deberemos colocar la imagen #fds según tu preferencia en la imagen de tu perfil
Algún mensaje que acompañe el logo del producto
Compartir el Link del fanpage
Radio #fuera deserie
3. Las preguntas y comentarios que respondan debe explicar el producto #fuera deserie. ¿Qué es? ¿Qué harán? ¿De qué se trata?
4. Iniciamos una gran aventura – Somos #fuera deserie "Contamos historias en nuestro idioma"



- Así también la diseñadora propuso las distintas imágenes que podrían usar en nuestro perfil de Facebook u otra red social que utilizemos.
- En **tercer lugar**, concretizar el desarrollo de un evento de lanzamiento oficial del programa radial #FueraDeSerie. Se elabora un plan de actividades para desarrollar dicho evento que establezca un horario para cada actividad determinada.
- La presentación se desarrolló de la siguiente manera :
 - ✓ Previamente al evento, se ambientó el lugar con banderolas y proyecciones.
 - ✓ Iniciado el evento, se ambientó el lugar con música juvenil variada.
 - ✓ Se activa el protocolo de lanzamiento, con la pista musical que identifica el producto radial (Canción Low Rider de War – 1975. Luego, los integrantes del *staff* realizan una recreación de las reacciones al escuchar sobre una nueva radio.

- ✓ Finalizada la canción, el productor general presenta el producto de comunicación por medio de un acróstico, seguidamente se presenta el video de presentación oficial por parte de los integrantes del equipo CMAX y CSAL.
 - ✓ Se procede a escuchar una de las historias, la historia elegida es “mi primer amor”, la cual fue recreada.
 - ✓ Seguidamente se presentó al equipo #FueraDeSerie, quienes respondieron algunas preguntas sobre el programa radial y su tareas en él.
 - ✓ Luego de las preguntas, se realizaron técnicas de animación para reafirmar el producto radial. Se hicieron concursos y sorteos para los asistentes al evento.
- Los requerimientos para el evento de lanzamiento fueron los siguientes:
- EQUIPOS Y SOPORTES:** Proyector multimedia, 2 laptops, consola de sonido, parlante con soporte, cables de conexión, micrófono, puntero electrónico, cable de sonido, extensiones cortas y largas, 2 trípodes para la cámara.
- MATERIALES:** Tijeras, cinta adhesiva, cinta de embalaje, tickets para el sorteo, sello, stickers.
- OTROS:** Banderolas (4), pulseras 250 unidades, botones con el logo, USB con música y presentaciones, polos del equipo CMAX y un obsequio a la directora.
- Durante e inmediatamente después del evento, se subieron fotos del lanzamiento en las redes sociales, las cuales fueron registradas en una crónica de presentación (Anexo N° 16).

- La programación de imágenes y mensajes que se irán publicando en el *fanpage* estuvo a cargo del responsable de imágenes, edición y de la administración del *fanpage* (Ver Anexo N° 14: Crónica fotográfica del lanzamiento).
- **Sexto: Mantenimiento del programa radial #FueraDeSerie**
 - En **primer lugar**, establecer los equipos de trabajo y sus tareas. Se formarán equipos de trabajo según sus capacidades y destrezas. Luego se designarán tareas concretas para cada equipo.
 - En reunión, se designan tareas a cada integrante de los equipos CMAX y CSAL y se forman equipos de trabajo, cada uno con su coordinador, como se ve a continuación:

EQUIPOS	INTEGRANTES
Equipo FANPAGE	Oreana* , Manuel, Clarita
Equipo EDITOR de historias	Luis Fernando* , Mallely, Sebastian
Equipo REDACTOR de guiones	Karla* , Mauricio, Luisa
Equipo DISEÑO de imágenes	Fiorella* , Adrián, Alyson
Equipo REDES SOCIALES	Rosa* , Eduardo, Eliane

* Coordinador del equipo

- Las tareas asignadas a cada equipo son las siguientes:

EQUIPOS	TAREAS
<i>Fanpage</i>	Organizar el contenido para publicar, programar las publicaciones, analizar y compartir las estadísticas, identificar retos y dificultades.
Editor	Recoger las historias, proponer las historias que tienen las partes designadas.
Redactor	Corrección de guion. Uso de la narrativa para cada historia.
Diseño	Recoger imágenes para publicar en el <i>fanpage</i> . Usar el logo para reconocer las frases.
Redes sociales	Usar las herramientas que ayuden a su difusión. Evaluar contenido en el <i>fanpage</i> .

- En **segundo lugar**, evaluar el proceso de lanzamiento y su respuesta en la audiencia. Para lo cual, el equipo asignado deberá revisar la estadística que ofrece la plataforma, para analizar el tráfico del contenido. Además de desarrollar estrategias que favorezcan el crecimiento del producto y su identificación.
- Se organizan reuniones periódicas para evaluar el proceso de consolidación.
- El uso del grupo en WhatsApp, favorece la inmediatez de los mensajes para organizar los equipos y su activación de tareas asignadas.

- Se programa visitas a los centros educativos, para consolidar el programa radial #FueraDeSerie con las alianzas estratégicas, para concretizar el equipo de profesores que acompañen el proyecto de comunicación.



REFLEXIONES

- La propuesta del programa radial online ha desarrollado una sistematización donde los protagonistas son los jóvenes, quienes son también los creadores. Cabero (2005) afirma que los de la generación actual no son simples consumidores sino, por el contrario, son creadores, por lo que se transforman en productores de nuevas propuestas. Es por ello que el diálogo y participación de los jóvenes en el proceso ha sido uno de los elementos más importantes, además del proceso formativo que se desarrolla para reflexionar el uso de los medios de comunicación en ambientes educativos.
- Para el desarrollo del programa radial online buscamos que el joven se haga parte del proyecto, asumiendo sus propios retos al realizar una crítica al modo de aprender, con las metodologías tradicionales (Ortiz, 2010), el compartir experiencias del uso de las nuevas tecnologías en la educación, lo que favoreció aún más la reflexión sobre cómo desarrollar la propuesta del programa radial online.
- La experiencia recogida sobre el uso de la radio en diferentes países nos confirma que las peculiaridades del uso de la radio en el área educativa enriquece la labor pedagógica dentro de la escuela u otros ambientes formativos y pastorales (Carram, 2006).
- La libertad con que el joven se propone a crear nuevas ideas para su formación, lo identifica como un gestor de cambio (Freire, 1973). La idea del proyecto #FueraDeSerie donde los jóvenes son los protagonistas, los convierte en investigadores críticos, propiciadores de diálogo entre sus coetáneos por medio de las

historias que llevan un mensaje, las cuales exponen sus errores y aciertos, y se identifican con ellas.

- Valorar el poder de la comunicación desde el uso de la palabra con el que se construyen las historias de los jóvenes. Desde la educación (Barbero, 2007), se muestra que los medios de comunicación no solo cumplen un valor de comunicar o entretener (Guerrero, 2009), sino además se suma el valor de formar desde el desarrollo de la crítica en el diálogo y la participación. Es por ello, que el proyecto #FueraDeSerie empodera al estudiante en el uso de un medio, lo cual provoca en él una fuerza creadora que en el despertar de su rebeldía, de su adolescencia, observa con curiosidad que las historias son un elemento real de su vida, que tiene un poder grandioso y que puede ayudar a otras personas, especialmente a sus coetáneos.
- Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), por largos años han ido proponiendo su uso en los ambientes educativos (Quiroz, 1991), los cuales han ido respondiendo a las exigencias de los nuevas generaciones (García, 2007). La tensión que existe en los migrantes y nativos, en referencia a los profesores y estudiantes respectivamente, quienes han ido aprendiendo a responder a estas exigencias. El mundo digital en que se desarrolla la propuesta radial online #FueraDeSerie trabaja en las competencias digitales de sus protagonistas, que valoran su participación desde su lenguaje y expresión (Catalán, 2015).
- Para la Congregación Salesiana, desde sus ambientes educativos, busca que el modelo de propuesta radial online #FueraDeSerie se conecte con sus líneas de la espiritualidad, la cual enfatiza la participación y protagonismo del joven, como creador de propuestas para lograr un solo objetivo para su proyecto de vida personal.

- La formación que se busca con el programa radial online, dentro de la educación y la evangelización, responde desde su misión de formato original producido por jóvenes, y que, por lo tanto, se orienta a fortalecer su promoción integral de cada miembro del equipo #FueraDeSerie y con los que se relacionan, donde las historias tengan el valor de aprender por medio de otros, al identificarse con estas.
- El programa radial #FueraDeSerie propone un espacio para interactuar con la cultura y las creencias del mundo juvenil, se promueve la libertad del otro al buscar contar historias, se contextualizan con sus saberes aprendidos y crean una forma de conciencia participativa ante la desigualdad de los conocimientos aprendidos.
- Finalmente, la convergencia que presenta un elemento educomunicativo, donde se relaciona la educación y la comunicación, valora el uso de la palabra como elemento primordial para saber comunicar. La comunicación no está en hacer *comunicados*, sino, por el contrario, es saber escuchar la duda, la indagación de aquel que desea escuchar (Barbero, 2007). Por ello, que el valor educomunicativo del programa radial #fueradeserie está en crear la posibilidad de compartir historias que muestren lo aprendido en la experiencia de vivir. Contar sus historia en su idioma es la manera como los jóvenes se identifican con el programa radial online.

RECOMENDACIONES

- La experiencia del uso de medios de comunicación masivos, como la radio, dentro de las actividades curriculares debe buscar una alianza estratégica con áreas a fines como son: la comunicación, persona-familia y relaciones humanas principalmente.
- De igual manera, el departamento de tutoría de los centros educativos, deberá considerarlo como una herramienta en su metodología, al usar el formato del programa radial online, el cual favorece el diálogo y la participación de los estudiantes, donde estas historias ayuden a un plantear un itinerario formativo según sus necesidades.
- Las metodologías que se usan en la práctica de las nuevas TIC deben ir acompañados de un equipo de profesionales, quienes actualicen las reflexiones de los aportes a la educomunicación. Por ello, se recomienda que la reflexión teórica debe establecer, con mayor claridad, la correlación con el diseño curricular nacional (DCN) para la educación básica regular, tanto en su contenido como en lineamientos, a fin de que el proyecto radial online #FueraDeSerie concrete sus metas y orientaciones según el área académica establecida.
- Para la continuidad del programa radial online #FueraDeSerie, se deberá ir difundiendo el material en su espacio digital, además de analizar y evaluar el alcance de audiencia, lo cual podrá proponer nuevas tareas para su difusión. La identificación del producto, por parte de los oyentes, será el elemento a evaluar en el continuo estudio de audiencias.

- Los espacios formativos deben promover que los estudiantes amplíen sus conocimientos con respecto a experiencias similares, que los lleven a proponer nuevas ideas, según su participación, como por ejemplo: radios de señal abierta de corte comercial, valorando en ello la originalidad de cada producto de comunicación, los que tienen distintas finalidades.
- La continuidad del formato radial debe ser asumido por un equipo de educadores, quienes deben conocer e identificarse con el programa radial online #FueraDeSerie; por lo tanto, se buscará proponer un programa de inducción que ayude y facilite conocer la experiencia de la sistematización de la propuesta educomunicativa.
- Se deberá tener en cuenta que la reflexión teórica que ofrece el desarrollo de proyecto ayudará a que las metodologías tradicionales, que son criticadas por los propios estudiantes, se vean enriquecidas por nuevos aportes del uso de medios de comunicación, como es el formato radial, para poder compartir y crear nuevos conocimientos.
- Los jóvenes que participan del proyecto deben trabajar en el desarrollo de sus capacidades de diálogo y participación, actitud que se debe cultivar e insistir en la formación de miembros del equipo, favoreciendo a que tengan personalidad segura y libre de prejuicios, que ayuden a identificar aquellas historias que son contadas por ellos mismos, con la originalidad de su lenguaje.
- Sabemos que el uso de historias reales puede provocar algunos problemas en el círculo social de los jóvenes, por lo que se recomienda considerar el anonimato del estudiante

que cuente su historia. Importante considerar que el acompañamiento de un equipo gestor es clave para lograr los objetivos. Los jóvenes son los protagonistas, pero los educadores son los facilitadores.

- La experiencia de registrar a cada detalle el proceso de construcción del proyecto educativo ayuda a conocer, evaluar y proponer cambios que mejoren la propuesta.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, C. (2012). *Cultura, comunicación y educación*. Instituto FODEHUM.
Consultado el 30 de junio del 2016 en: <http://alvarezteran.com.ar/wp-content/uploads/downloads/2012/02/Cultura-y-Comunicaci%C3%B3n-Bibliograf%C3%ADa.pdf>
- Aparici, Roberto & colaboradores (2010). *Educomunicación: más allá del 2.0*.
Barcelona. España. Editorial Gedisa, S.A. Primera edición.
- Barbero, J. (2003). *La educación desde la comunicación*. Buenos Aires. Argentina.
Editorial Norma.
- Bustamante, E., Franquet, R., García, T. (2008). *Alternativas en los medios de comunicación digitales Televisión, radio, prensa, revistas culturales y calidad de la democracia*. Gedisa y Fundación Alternativas. Barcelona. España. Consultado el 15 de agosto del 2015 en:
<http://www.redalyc.org/pdf/297/29713017015.pdf>
- Cabero, Julio (2015). *Nuevos retos en tecnología educativa*. Madrid. España.
Editorial Síntesis S.A.
- Carram, M., Soria, G., Llimós, G., Borrastero, C., & Cuevas, N. G. (2006). *La Radio en la escuela. Razón y Palabra*, 49. Consultado el 20 de junio del 2015 en:
<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n49/bienal/Mesa%2013/Ponenciallimos.pdf>

- Cassany, D. & Ayala, G. (2008). *Nativos e inmigrantes digitales en la escuela*. Universitat Pompeu Fabra. Barcelona. Recuperado en:
<http://www.mecd.gob.es/revista-cee/pdf/n9-ayala-gilmar.pdf>
- Compañía Peruana de Investigación (CPI) (2014). *Estudio de opinión pública sobre religión*. Junio. Recuperado en:
http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/OPNAC201407_01.pdf
- Centro Salesiano de Comunicación Social (CSCS) (2012-2013). Archivo de la Congregación Salesiana – Proyectos 2010-2013. Documento compartido en formato PDF
- Freire, P. (1973). *La educación como práctica de libertad*. Buenos Aires.
- García, F., Portillo, J., Romo, J., & Benito, M. (2007, September). *Nativos digitales y modelos de aprendizaje*. In SPDECE. Recuperado en:
<http://spdece07.ehu.es/actas/Garcia.pdf>
- Guerrero, J. (2009). *Los medios de comunicación en la escuela*. Revista Innovación y experiencias educativas – N° 18 (Mayo) – suplemento. Consultado el 20 de agosto del 2015 en: http://www.csi-csif.es/andalucia/mod_ense-csifrevistad_18.html
- Herrera, Susana (2003). *Rasgos diferenciales de la radio como medio de comunicación*. Revista de comunicación. Volumen N°1, página 25-40.

- Jiménez, Jesús (2001). *La radio a la escuela*. Revista Contextos Educativos. Número N°4. Páginas 297-313. Consultado el 20 de agosto del 2015 en: <https://publicaciones.unirioja.es/ojs/index.php/contextos/article/view/498/46>
- 2
- Krohling, Cicilia (2006). *Radio comunitaria, educomunicación y desarrollo social*. Revista Contratexto de la facultad de Comunicación de la Universidad de Lima. Número N° 14. Páginas 199-222. Fondo Editorial.
- Méndiz, Heleny (2003). *La radio va a la escuela*. Revista científica de comunicación y educación - Chile . Número N°20. Páginas 115-120.
- Morduchowicz, R. (2008, Octubre). *La escuela, los medios y la cultura juvenil*. Ponencia del III simposio comunicación Siglo XXI. Universidad Santiago de Cali -Colombia.
- Ortiz, E. (2010). *Los aportes de Freire a la educación desde la comunicación*. Revista Edu-física. Consultado el 24 de mayo del 2015, en: <https://www.yumpu.com/es/document/view/29073763/los-aportes-de-freire-a-la-educacion-desde-la-comunicacion/3>
- Pastoral Juvenil Salesiana (2014). *Cuadro de referencia de la Pastoral Juvenil Salesiana*. Tercera edición. Editorial S.D.B.
- Quiroz, M. (1991). *Escolares y medios de comunicación en la ciudad de Lima*. Cuadernos CICOSOL10. Número 10. Facultad de Ciencias de comunicación. Universidad de Lima. Perú. Páginas 38-49

- Quiroz, M. (1993). *Educación en la comunicación/comunicación en la educación*. Revista *Diálogos de la Comunicación* N° 37. Setiembre - Federación latinoamericana de facultades de Comunicación Social-FELAFACS.
- Quiroz, M. (1998) *Comunicación/Educación/Tecnología: ¿Homogenización y diversificación cultural? Seminario – Cultura y globalización. Red para el desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú*. Noviembre. Páginas 247-263.
- Radio ambulante (2015). Episodios – Categorías - Audios. Consultado el 15 de mayo del 2015, en: <http://radioambulante.org/category/audio/episodios>
- Rojo, J. (2010). *Evangelización y medios de comunicación. Hacia una radio misionera*. Misiones Extranjeras: Revista de misionología. Páginas 476-488. Consultado el 14 de mayo del 2015, en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3769550>
- Secretaría Nacional de la Juventud – SENAJU (2015). *Informe Nacional de las Juventudes en el Perú. Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA)*
- Sociedad de San Francisco de Sales (1974). *Constituciones de los Salesianos de Don Bosco*. Editorial Salesiana – Madrid.
- Szysko, Nancy, Neri, Carlos y Cataldi, Zulma. (2010). La radio en la escuela media como agente participativo. *Quaderns digitals: Revista de Nuevas Tecnologías y Sociedad*, (61), páginas 1- 15. Recuperado el 30 de junio del 2016 de: <http://dianet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3144263>

Thompson, I. (2006). *Tipos de medios de comunicación*. Recuperado el 30 de junio del 2016 de: <http://www.promonegocios.net/publicidad/tipos-medioscomunicacion.html>

Valdés, Badía (2013). “La radio. Un salto de la web al móvil, que pasa por las redes sociales”. *Revista Chasqui*. Número 123, setiembre. Páginas 27-33. Consultado el 26 de agosto del 2016 de: <http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/51/63>



ANEXO N° 1

ENCUESTA APLICADA A LOS ALUMNOS Y ALUMNAS DE LOS COLEGIOS

I. DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

Edad: _____ años

Sexo:

Masculino	
Femenino	

Año de estudio: _____

Nombre del Centro Educativo o Pastoral:

(Marca con una X la elección de su respuesta)

II. ¿CÓMO ESCUCHA LA RADIO?

1. ¿Escucha radio por internet?

SI	
NO	

(Si tú respuesta es NO, pasa a la pregunta Nro. 19)

2. ¿Alguna vez ha visitado la página web de la radio online?

SI	
NO	

3. ¿De qué radio online ha visitado su página web en los últimos meses?

(Indicar una o más si fuera el caso)

Moda	
Nueva Q	
Onda Cero	
Capital	
Okey	
La zona	
Filarmonía	
Oxígeno	
Planeta	
Karibeña	
Studio 92	
RPP	
Otra	

Especifica:

4. ¿Cuál o cuáles de las siguientes actividades realiza en el página web de la radio online?

(Indicar una o más si fuera el caso)

Ver al ranking musical	
Informarme de conciertos o eventos	
Solicitar canciones	
Participar de alguna encuesta	
Informarme de las últimas noticias	
Informarme de noticias de los artistas	
Descargar música/ringtones	
Participar de concursos	
Otro	

Especifica:

5. ¿Por qué medio escuchas la radio online?

(Indicar una o más si fuera el caso)

Laptop	
Tablet	

Mp3	
PC fija/computador	
Celular	
Otro	

Especifica:

6. ¿Cada cuánto tiempo escuchas radio online?

Una vez a la semana	
Solamente los fines de semana	
Una vez al día	
Solamente cuando salgo de paseo con mis amigos	
Otro	

Especifica:

7. ¿Cuántas horas escuchas radio online?

_____ hora(s)

8. ¿En qué horario escuchas radio online?

Mañana	
Tarde	
Noche	

9. ¿Qué días de la semana escuchas radio online?

De lunes a viernes	
Fines de semana	

10. ¿Desde qué lugar escuchas radio online?

(Indicar una o más si fuera el caso)

En la casa	
En el auto o movilidad	

En el centro educativo	
En el trabajo	
En el transporte público	
En mi cuarto	
Otro	

Especifica:

11. ¿Cómo participas de la radio online?

(Indicar una o más si fuera el caso)

Pedir alguna canción especial	
Para dar mi opinión	
Para mandar saludos	
Para denunciar algún suceso	
Participar de algún concurso	
Para que me mencionen en la radio	
Consultar sobre algún tema	
Otro	

Especifica:

12. ¿Qué programas son de tu preferencia al oír radioonline?

(Indicar una o más si fuera el caso)

Programas musicales	
Programas de concurso-musicales	
Programas deportivos	
Programas de farándula	
Noticieros	
Programa para niños	
Programas variados	
Programas religiosos	
Otros	

Especifica:

13. ¿Qué te llama la atención del programa elegido?

(Indicar una o más si fuera el caso)

Por la voz del locutor	
Por su estilo animado y alegre del programa	
Por la música	
Por promover la participación del oyente	
Su intercambio de información.	
Por su mensajes – contenido	
Otro	

Especifica:

14. ¿Cuál es tu música favorita?

(Indicar una o más si fuera el caso)

Baladas	
Rock	
Metálica	
Pop	
Cumbia	
Románticas	
Religiosas	
Instrumental	
Clásicas	
Criolla	
Boleros	
Música del recuerdo	
Rock en inglés	
Latin pop	
Bachatas	
Electrónica	
Otro género	

Especifica:

15. ¿Cuánto tiempo escuchas tu música favorita diariamente?

_____ hora(s)

16. ¿Sigues alguna radio online por redes sociales?

SI	
NO	

17. ¿En qué redes sociales interactúas con la radio online?(Indicar una o más si fuera el caso)

Facebook	
Instragam	
Twitter	
MySpace	
Otro	

Especifica:

18. ¿Qué radio online sigues por tu cuenta de red social?

(Indicar una o más si fuera el caso)

Moda	
Studio 92	
Nueva Q	
RPP	
Onda Cero	
Filarmonía	
Capital	
Oxígeno	
Okey	
Planeta	
La zona	
Karibefía	
Otro	

Especifica:

19. Si no escuchas radio Online ¿Por qué?

(Pregunta para los que respondieron que NO en la pregunta 1)

No cuento con internet	
No me llama la atención	
No cuento con aparato electrónico	
Otro	

Especifica:

20. ¿Qué horario te parecería que debería tener una radio juvenil salesiana online?

(Indicar una o más si fuera el caso)

Mañana	
Tarde	
Noche	

21. ¿Qué días debería transmitirla radio salesiana online?

De lunes a viernes	
Los fines de semana	
Todos los días	

22. ¿Sabes o ha escuchado de alguna radio salesiana online?

SI	
NO	

Si tu respuesta fue afirmativa, mencione el nombre de la radio. Específica:

23. ¿Qué consideras que le debería diferenciar una radio web

salesiana de las radios comerciales online?

(Indicar una o más si fuera el caso)

Su contenido formativo	
La música cristiana	
La forma como llevan el evangelio de la alegría	
Que nos hablen de Dios de forma juvenil	
Un espacio para que los jóvenes pregunten	
La música variada	
La espiritualidad juvenil	
La alegría	
Otros	

Especifica:

24. ¿En qué redes sociales debería interactuar la radio online salesiana?

(Indicar una o más si fuera el caso)

Facebook	
Instragam	
Twitter	
MySpace	
Otra	

Especifica:

25. ¿Cómo te gustaría interactuar con la radio online salesiana?

(Indicar una o más si fuera el caso)

Subiendo fotos	
Posteando imágenes	
Compartiendo ideas	
Compartiendo videos	
Comentar el material del muro	
Recomendando páginas o grupos	
Otro	

Especifica:

26. ¿Cómo deberá ser el locutor de la radio online salesiana?

(Indicar una o más si fuera el caso)

Alegre	
Espontáneo	
Innovador	
Original	
Fuera de serie	
Salesiano	
Que ame a Don Bosco	
Creyente	
Loco	

Especifica:

27. ¿Qué sería lo original de radio online salesiana?

(Indicar una o más si fuera el caso)

La información veraz	
La forma de participar	
La forma de llegar a los patios salesianos	

Los premios	
L problemática juvenil	
Los temas formativos y de actualidad	
Problemas sociales	
Noticias de la Iglesia mundial	
Otro	

Especifica:

28. ¿Has sintonizado alguna vez Radio Don Bosco online en el Perú?

SI	
NO	

29. ¿Cómo te enteraste de la radio Don Bosco online?

(Indicar una o más si fuera el caso)

Visite la página de los salesianos en el Perú	
Por el Facebook	
Por el oratorio	
Por el colegio	
Por la invitación de un amigo	
Me llegó un correo electrónico	
Por un mensaje de texto	

Especifica:

30. ¿Es la primera vez que escuchas el título radio Don Bosco online?

SI	
NO	

31. ¿Te gustaría participar del proyecto radio online salesiana?

SI	
NO	

Gracias
DTB

ANEXO N° 2

BRIEF – PROYECTO DE COMUNICACIÓN

NOMBRE	BREVE DESCRIPCIÓN	PÚBLICO OBJETIVO	INSIGHT	OBSERVACIONES
Radio ONDA DC*	Desarrollar un programa de radio online para jóvenes, escolares con un contenido que busque recuperar y fortalecer los valores primordiales de la sociedad, como son el respeto, la solidaridad, el amor, la comprensión; además de un contenido alegre y juvenil de entretenimiento para el tiempo libre de los jóvenes, quienes deben ser los portavoces de un mensaje positivo a sus coetáneos.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Jóvenes entre los 14-16 años que se encuentran en ambientes escolares (3ro,4to, y 5to) ✓ Ellos tienen un interés por temas formativos para escucharlo en una radio ✓ Desean respuestas a sus dudas pero en su idioma ✓ Se sienten identificados con la espiritualidad salesiana ✓ Son críticos de las cuestiones dogmáticas de la Iglesia Católica ✓ Son jóvenes se mantienen conectados a la red en un 90%, con un promedio de una 1 hora al día. ✓ La 95 % cuenta con un red social, en su mayoría Facebook ✓ Su interés de escuchar radio en mayormente por un gusto musical, en especial en inglés. ✓ Su horario de escuchar radio es de lunes a viernes por las tardes, como también los fines de semana por la tardes. ✓ La mayoría cuenta con una PC en casa, de donde se conecta a internet, para trabajar y escuchar música a la vez. ✓ Su gusto musical varía entre rock en inglés, electrónica y pop. ✓ Su mayor sintonía de radio FM es PLANETA y MODA. ✓ Desean participar de un proyecto de radio, pero llevados por ellos mismos. 	<p>Buscamos que el programa radial ONDA DC, sea un espacio de libertad y diálogo para los jóvenes, quienes desean ser escuchados y comprendidos, donde hechos compartan sus experiencias y dudas por medio de historias reales.</p> <p>Los productores, somos conscientes de que los jóvenes “quieren escuchemos sus historias”, y así poder manifestar que:</p> <p><i>“Respondemos a tus dudas en tu idioma”</i></p>	<p>* El nombre ONDA DC, se pensó por la forma original de mencionar a Dios en el contexto de la digitalización en la que Colgamos a Dios en la WEB, que lo hacemos presente por eso el término DC =Dios colgado.</p> <p>Así como también acuñar un mensaje cristiano de DIOS CONTIGO = DC.</p> <p>Todo en buena ONDA, como lenguaje juvenil.</p>

ANEXO N° 3

CUESTIONARIO DE LA ENTREVISTA A FUNDADORES DE RADIO DON BOSCO

PERSONAL

- 1) ¿Cuál es tu nombre completo, profesión y edad?
- 2) ¿Cómo inicio su participación en radio Don Bosco?
- 3) ¿Desde cuándo inicio la radio, o desde cuando fuiste parte de ella?
- 4) ¿Cuáles fueron sus motivaciones, intereses u otros motivos para participar en este proyecto?
- 5) ¿Qué rol cumplía o responsabilidad tenía en la radio Don Bosco?

CON RESPECTO A LA RADIO DON BOSCO

- 6) ¿Cuál o cuáles consideras que era la finalidad de Radio Don Bosco? ¿Cuál es la misión de Radio Don Bosco?
- 7) ¿Se contaba con un proyecto inicial de Radio Don Bosco? ¿fuiste parte de su evaluación?
- 8) ¿Quiénes eran su público objetivo?
- 9) ¿Qué objetivo u objetivos buscaban con la radio Don Bosco?
- 10) ¿Cuál era el contenido que se ofrecía en Radio Don Bosco?
- 11) ¿Para qué tipos de espacio físico geográfico se ofrecía Radio Don Bosco?
- 12) ¿Cómo lograron formar el equipo que inicio la radio Don Bosco?
- 13) ¿Se llevaba algún registro del camino de la radio y sus desafíos?
- 14) ¿Se evaluaba la radio periódicamente para ver su progreso? ¿Qué cambio iban surgiendo en el camino de emisiones?
- 15) ¿Qué pasó con la radio Don Bosco, como la encuentra o escucha hoy? ¿Por qué decayó el proyecto, qué sucedió, qué problemas, qué dificultades se presentaron?
- 16) ¿Cómo se manejaba las redes sociales o los cambios tecnológicos con respecto a la radio Online?
- 17) ¿Cómo se evaluaba a audiencia y repercusión del contenido ofrecido?
- 18) ¿Cómo observaban a otras radios cristianas católicas con respecto a sus audiencias?

CON RESPECTO A LA PROPUESTA DE RADIO SALESIANA WEB, HOY

- 19) ¿Cómo te imaginas la radio hoy desde las nuevas tecnologías?
- 20) ¿Qué piensas que los jóvenes esperan de una radio web, hoy?
- 21) ¿Cómo aportarías desde tu vocación profesional para un proyecto de hacer una cosa distinta con la radio?
- 22) ¿Cómo te suena la idea de una nueva radio salesiana web como propuesta educativo-pastoral para la Iglesia local para evangelizar educando y educar evangelizando?

ANEXO N° 4

TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA A ABEL CAMASCA

Ficha técnica:

Código del audio : 150913_001
Fecha y hora : 13 de setiembre del 2015 – Hora 10:18 am
Duración : 1 hora con 30 minutos

Datos del entrevistado:

Nombre y apellidos : Abel Gabriel Camasca Advíncula,
Profesión : Bachiller en Comunicaciones de la Universidad de Lima
Edad : 30 años
Trabajo actual : Canal EWTN y la agencia Católica ACI Prensa.

Descripción:

Se realizó la transcripción total del material, seleccionando las preguntas y contenido más resaltante para ser consultado.

Preguntas del cuestionario - Anexo N° 2: 7, 10, 15,18 respectivamente

CON RESPECTO A LA RADIO DON BOSCO

- 1) ¿Se contaba con un proyecto inicial de Radio Don Bosco? ¿fui parte de su evaluación?

Al inicio no se tenía un proyecto, surgía de forma espontánea, como las cosas que surgen porque se iba a probar, pero claro había de base el producto de *Onda dc*, y que este tenía ya algo estructura, desde su misión y visión, desde el grupo de alcance determinado, pero con radio Don Bosco surgió de forma espontánea, y para detalle es que radio Don Bosco no surgió en el área de comunicaciones, sino surgió en la oficina del padre Augusto cuando era animador (pastoral) del instituto y, claro, se comenzó a conectar esto y comenzamos la emisión de Radio Don Bosco y el camino se vio teniendo propuesta y luego se tuvo un grupo de oyentes y que la gente había respondido satisfactoriamente y de forma positiva. Es así que se le ofreció al área de comunicación y que podría ser de servicio para la inspección como parte de su misión. Incluso antes de pasar al área de comunicación ya se tenían dos programas en emisión, que se daban los sábados por la tarde. Pero es cuando pasa al área de comunicaciones que se buscaba integrar a más

jóvenes universitarios que tenían la simpatía de hacer algo como era la radio y entrar al proyecto radial.

2) ¿Cuál era el contenido que se ofrecía en Radio Don Bosco?

Se tenía un contenido establecido que lo hacíamos con el padre Augusto y, claro, al inicio era muy espontáneo, al inicio, y esporádico, y claro luego ya vimos la necesidad de reunirnos, porque estábamos creciendo en audiencia y no podíamos detenernos, por lo que comenzamos a reunirnos los miércoles para programar qué hacer los días sábados. Así se desarrollaban los contenidos y de forma ordenada se tenía un cuadro, de qué cosa era el contenido, qué música se emitirá en los tiempos de intermedio. De por sí surgió con música “normal”, no es netamente cristiana ni católica netamente porque si queremos avocarnos a jóvenes que no están cercanos a la Iglesia, pero que desean estar, que desean fortalecer su fe, pues no le vamos poner del todo música cristiana o católica, es más, sí se mezclaba la música, pero todo era más bien algo comercial. Pero dentro de, esta música comercial, veíamos que no toda la música que se imite podríamos darles y claro, ahí tomamos el criterio que justamente era que todo tipo de canción debería pasar por un filtro, con respecto a que el contenido de la letra no debiera tener una letra morbosa, como también el contenido del videoclip, o insinuaciones o imágenes de lo que nosotros profesamos. Y claro puede haber algún tipo de ritmos o letras que la gente se queda enganchada, pero claro podría ser que los videos se expresen con imágenes donde hay cuerpos semidesnudos o en poses sugerentes o los hombres tratando a las mujeres como si fuesen unos animales y que va en contra de los principios de lo que nosotros creamos o profesamos, pero todas las demás eran aceptadas.

Y para esto había un equipo y claro ahí los jóvenes proponían cuando nos enviaban los guiones y nos ponían el link y claro nosotros los revisamos y debíamos comprobar o corroborar, para decir cual pasaba y claro ahí había que tener cuidado porque los jóvenes son muy entusiastas, pero a veces, desde su espontaneidad, pueden tomar canciones que no son y cuando les decían que no va, podría darse que se incomodaban y que hay que tener mucho tino para llevar estas observaciones

En todo esto, he ido descubriendo que cuando al joven le pones reglas o parámetros no lo limitas si al contrario le das el marco por donde él pueda manejar y aprovechar creativamente. Muchas veces puede darse el caso que si el joven le das estos parámetros puedas pensar que va a frustrarse y no es así, basta con que le digas la razones válidas y concretas. Con el ejemplo de las canciones que si le dicen que no van estas canciones porque no está acorde con lo que nosotros profesamos como Iglesia católica, nosotros somos una radio católica, y no podemos sugerir estas cosas, y que a la larga nos convertimos en voceros que tenemos detrás toda una congregación, que tenemos detrás toda una Iglesia, porque se llega a ser un referente, porque si lo ponen los salesianos, porque si lo pone la Iglesia, por eso trastoca aunque ello que queremos transmitir como mensaje cristiano [sic]

Radio Don Bosco comenzó el 21 de mayo del 2010, en el triduo de María Auxiliadora.

- 3) ¿Qué pasó con la radio Don Bosco, como la encuentra o escucha hoy? ¿Por qué decayó el proyecto, qué sucedió, qué problemas, qué dificultades se presentaron?

Radio Don Bosco tiene un gran potencial, lo que me sorprende a mí y a muchos comunicadores debería impactarles es el hecho de que sigue vigente sin mucho presupuesto y es una de la cualidades de las radios por internet. Y llevarlo adelante sin tener una gran cantidad de dinero, por lo que necesitamos una antena, no necesitamos equipos muy sofisticados y claro Radio Don Bosco se puede llevar con poco dinero, sino que gracias al internet y la plataforma que se tiene se puede transmitir en vivo en Lima, luego en Piura o en Huancayo y, claro, así se dio el boom de Radio Don Bosco, porque se podría dar el boom de que se transmitiera todo en forma interconectada desde su ciudad y que en el camino se fue logrando, para lograr integrar las obras, los oratorios. En este caso, los oratorios se integraron como fue el caso del Callao y, bueno, los demás no se integraron porque, en primer lugar, no había una visión de integración comunicacional y que muchos salesianos no la ven que esto sea algo muy productivo, no ven que sea algo positivo y que no apoyan a los oratorios para que emitan un programa radial. En el caso del Callao, tuvimos que coordinar varias veces y que los padres nos vieran a los de comunicación en el oratorio para que entendieran que no era una cuestión o un capricho de los muchachos, y que los muchachos desean hacer sentir que su oratorio era vivo en las redes del internet, y que se unían al conglomerada de radios a nivel nacional.

La integración como tal se logró con el oratorio del Callao, las demás obras Piura, Cusco, Huancayo se integraron por los colegios, si bien es cierto nosotros surgimos como oratorio, pero se le da mayor prioridad a los colegios y claro ahí el tema podría jugar el tiempo, que tenían el espacio de una dinámica educativa más integral que diferente a los del oratorio. Por ejemplo, la experiencia de Callao nos indica que los oratorianos son capaces de hacerlo, solo basta el interés y la inversión de algunos equipos y si no de conseguirlo por donaciones, claro ahí considero y aquí entro a por qué cayó Radio Don Bosco.

Es que muchos piensan que si no tiene plata no vas surgir y no es así. La experiencia de los siglos de la Iglesia, y del mismo Don Bosco, no necesitas arcas de dinero para llevar adelante proyectos apostólicos educativos adelante, no, y claro ahí nos entrapamos y decimos que no hay presupuesto. Pero pienso que la experiencia de la Iglesia nos enseña que el sacerdote o el miembro de la Iglesia puede adquirir cosas, con donaciones, porque hay gente muy caritativa que desea apoyar y que la apoya y es cuestión de buscar, volverse un tipo, tipo Don Bosco de salir y pedir perdiendo la vergüenza y que pidas y que lo necesitas eso para sus muchachos. Porque mis muchachos quieren transmitir radio por internet, que no solo es algo formativo para ellos sino para otros, y claro para el chico que está a cargo de una radio, llevado en el plano educativo pastoral se vuelve un catequista y, por lo tanto, este chico debe tener una buena formación un buen acompañamiento y que debe tener la confianza de aquellos que son parte de su comunidad, de su oratorio o de su obra. Porque si el chico por más entusiasmo que tenga, por más preparación y equipo que tenga, si no tiene el apoyo de su comunidad, de la

gente que está con él, el chico se desmorona, el chico se siente incómodo y claro no va llevar el proyecto y eso es lo que paso con Callao y claro un chico muy entusiasta que congregaba muchos jóvenes, cuatro o cinco chicos. Era muy entusiasta, pero claro los padres al inicio no entendían el proyecto, no lo apoyaron y claro él nos escribía y nos pedía que vinieramos al oratorio. Y fuimos. [sic]

La idea de sacar una radio, fue iniciativa de él, que vino, conversó conmigo aquí en el área de comunicaciones. Y me dijo “mira Abel, he hecho este proyecto de programa”, y él es sumamente empírico y claro la propuesta lo conversamos con el padre Augusto, y vimos el tema de los equipos, y lo propusimos a la comunidad, y luego de un tiempo lo apoyaron con una cantidad de dinero, con la cual se compraron los equipos y comenzaron a transmitir, pero de por sí algo rescatable de todo esto fue iniciativa de ellos, que tenían sus defectos con todo, sin ser especialistas en el tema, y claro si hubiese tenido más apoyo, seguro que hubiese logrado muchas cosas más.

La caída de Radio Don Bosco, aunque aún se mantiene fue lamentablemente por no encontrar un apoyo. Por lo que si un proyecto de comunicación no rinde dinero y esto fue lo que por lo menos me mencionaron y claro mientras el proyecto no se autofinancia, sino produce ganancias, no se puede llevar y no se puede invertir y creo que no es tanto así.

Para llevar un proyecto educativo pastoral hay que tener tres criterios, claro por ser educativo pastoral no va ser comercial; por lo tanto, la intención de poner auspicios, de empresas muy adineradas que no tengan el interés que no aparezca su marca en la radio era muy difícil, básicamente este tipo de radio debe sostenerse por donaciones o por concurso como lo tienen en la conferencia episcopal, el cual se puede financiar por un año, entonces a este tipo de cosas se puede abocar en tipos de radio educativos pastorales, porque no podemos poner publicidad de cerveza o bebida que relacionan sus productos en imágenes que no son muy cristianas que digamos y hay todo tipo de limitaciones para hacer que este tipo de proyectos se autofinancien y que se maneje solo por donaciones. Y claro no contar con eso y con el equipo que teníamos no daba para más, para lo que deseamos hacer. En ese entonces estamos Augusto, Jano y yo, eran los que veíamos la Radio Don Bosco y claro luego por sus ocupaciones ya nos podíamos reunir y claro además por las cosas que llevaba no podía llevar el proyecto adelante, además de que no había interés de sentarse a la mesa o de preocupación de parte del director de comunicaciones que es Walter entonces el proyecto no podía avanzar más, daba hasta donde daba y claro si no se tiene un equipo pensante que vaya analizando y se tenga el interés de llevarlo adelante, o sea no se va a progresar.

Entonces todo esto recaía sobre mí, claro yo coordinaba todos los programas, de coordinar aparte de los trabajos que tenía en el área de comunicaciones. Entonces era muy difícil lo sentí muy difícil si no había un equipo que lo sostenga.

- 4) ¿Cómo observaban a otras radios cristianas católicas con respecto a sus audiencias?

Sí las vimos y claro las audiencias de estas radios eran mayores, había una radio que se llama música católica.com y claro ellos tienen abajo el dato quienes los están oyendo en

el momento, por lo que ellos tenían más o menos 14 – 15 oyentes todo el tiempo y porque tienen ellos una radio que transmite las 24 horas y nosotros en Radio Don Bosco tenemos una plataforma que lamentablemente tiene un defecto y es que cada 6 o 8 horas se anula y hay que reactivarlo y no se hace se mantiene mudo. Y claro hay plataformas pero requiere presupuesto, además de tener una programación las 24 horas y alguien que se dedique para organizar el contenido de la semana, porque los contenidos se dan como lo era Piura , Huancayo, Cusco, que sacaban buen contenido, y claro Piura podría sacar buen contenido. Claro ellos en caso de Piura, tiene una restricción, porque en ellos tienen un formato muy estructurado, por eso yo cuando conversaba con Alex, me decían que claro los jóvenes se quejaban y yo insistía en que bueno habla con los jóvenes. En parte está bien esto, pero pienso que en una radio juvenil también debe haber espontaneidad claro hasta diría una espontaneidad programada, como decir un chiste que en ese momento que se le surgió en la cabeza, no todo está programado en el momento decirlo y como decirlo un chiste, aun no lo tiene en su memoria, sino ya está escrito o se programa que se van hacer tal broma o se van a burlar de tal persona todo está programado, pero sin embargo así se siente la espontaneidad, pero muchas veces los programas en Piura son demasiado formalitos y los chicos dicen lo que dice el guion y claro esto era una limitación.



ANEXO N° 5

TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA A VICTOR SANTILLÁN

Ficha técnica:

Código del audio : 150915_001
Fecha y hora : 15 de setiembre del 2015 – Hora 7.25pm
Duración : 24 minutos con 18 segundos

Datos del entrevistado:

Nombre y apellido : Víctor Santillán Leiva
Edad : 27 años
Profesión : Comunicador para el desarrollo, egresado de la PUCP

Descripción:

Se realizó la transcripción total del material, seleccionando las preguntas y contenido más resaltante para ser consultado.

Preguntas del cuestionario - Anexo N° 2: 7, 10, 15,18 respectivamente

CON RESPECTO A LA RADIO DON BOSCO

- 1) ¿Cuál o cuáles consideras que era la finalidad de Radio Don Bosco? ¿Cuál es la misión de Radio Don Bosco?

Su finalidad última era evangelizar, y para ello se valía de muchos medios, de un mensaje educativo, un mensaje alentador, un mensaje sencillo, amigable y cercano a los jóvenes, pero que el fin último era evangelizar, siempre en cada momento de los programas teníamos al sacerdote para que puede comunicar de forma amigable el evangelio, y, claro, ese mismo hecho te habla de evangelizar.

- 2) ¿Quiénes eran su público objetivo?

Siempre fue dirigido a jóvenes oratorianos y era anecdótico el hecho dirigido para los jóvenes oratorianos y a la vez se emitía en el horario cuando los jóvenes estaban en el oratorio y eso era anecdótico, porque los jóvenes en el oratorio normalmente no están cercanos a una computadora y claro no tienen una posibilidad de computadora a la mano.

Y claro los jóvenes que no conocían a Don Bosco y que nunca habían ido a un patio salesiano, nos escuchaban por Radio Don Bosco y que navegando conocieron la Congregación Salesiana por medio de este espacio y conocieron la Congregación por medio de este espacio de encuentro

3) ¿Cuál era el contenido que se ofrecía en Radio Don Bosco?

Se ofrecían tres o cuatros programas. Había informativo, programa para jóvenes, programa del oratorio y un programa de jóvenes imitando el humor de los jóvenes, que era llevado por alumnos del colegio salesiano de Breña y que su público eran sus mismos compañeros de promoción, que en realidad no eran pocos sino entre 80 y 130, y claro está el momento que nos dimos cuenta que nació con la idea del oratorio y claro al final nos dimos cuenta que era el oratorio, pero en diferentes patios, ya sea el oratorio como tal y los llamados patios web.

Al inicio la radio era emitida desde el instituto, con el padre Augusto, Abel en los controles, un par de hermanos y laicos como alumnos del instituto y alumnos del colegio salesiano de Breña o del Rosenthal, ese fue el primer momento de Radio Don Bosco. Luego de esto es conocida a nivel de congregación y algunos comunicadores o profesores a fines a la comunicación de otros colegios se animaron a hacer sus programas para que los transmitiéramos o transmitían Radio Don Bosco desde su lugar, con sus propios programas y claro de dábamos nosotros el ustream. Para el final había programas como uno que se hacía en la casa de formación, otro en Piura, en Cusco, había uno que se hacía entre padre Jano y el padre Augusto y claro todo se fusionaba y era un tema más amplio. Se transmitía todo el día sábado.

4) ¿Qué pasó con la radio Don Bosco, como la encuentra o escucha hoy? ¿Por qué decayó el proyecto, qué sucedió, qué problemas, qué dificultades se presentaron?

Hubo varios factores, enumerándolo de manera rápida de menor a mayor,

El primer factor el hecho de que el grupo de los salesianos en sí fue buscando otros caminos, por los menos los tres que estuvimos de hermanos terminamos afuera, y si bien es cierto luego como laicos insistimos en el tema, pero con menos tiempo y menos dedicación.

Otro tema el hecho de que este espacio no llegó a calar como un lineamiento para las comunicaciones y ahí desencadena el factor, según mi opinión, más importante por el cual nunca llega boom e inicia una caída en picada. Y claro cuando este tema se plantea al consejo inspectorial, porque el padre Augusto lleva el tema a consejo inspectorial de financiar a Radio Don Bosco y claro no tiene gran eco, no tiene resonancia y nadie apoya el proyecto y claro comienza a ver desánimo y se comienza descuidar Radio Don Bosco.

Luego me parece muy interesante que en la casa de formación por iniciativa no sé de quién, que la idea se retoma, nuevamente desde la casa de formación, y es lo que ha permitido que hasta ahora continúe.

5) ¿Cómo observaban a otras radios cristianas católicas con respecto a sus audiencias?

Sí, ahí hubo dos puntos, el primero fue que cantantes o como catequistas muy ligados a la Iglesia a nivel lima, como Daniel Armas y Ascoy, Miguel Quiñones, y un chico exalumno del callao, que era cantante que claro fue emocionando a cantar en vivo en Radio Don Bosco, y claro él pensaba una gran audiencia y claro ese día creo que lo escucharon veinte personas nada más, pero el emocionado de que canto en radio Don Bosco.

Ascoy creo que hasta el día de hoy tiene un programa radial que es suyo y claro el mismo nos dijo que su idea de la radio nació con una sana competencia y se lo dijo al padre Augusto y claro fue al conocer Radio Don Bosco. Y claro nunca pensó hacer una radio online al ver Radio Don Bosco, inició. No sé si sigo su fans page, pero él hace una radio online con su familia. Y luego claro además de Ascoy y Ronnier comenzó hacer su radio y claro son tres personas que iniciaron su radio que nos comenzaron a hacer una sana competencia, porque llegan a más gente.

Luego de un tiempo Daniel Armas y Radio Don Bosco creo que son los únicos que siguen. Este eso es, no sé si iba en esa línea la pregunta.

Y el segundo punto y es cuando comienza caer Radio Don Bosco, este chico Víctor y con su hermano, crean una radio paralela que era uno como sdb o algo así, con el formato de Don Bosco, y claro esa radio dejó totalmente el tema del evangelio, de lado de la formación y claro su temática era temas de jóvenes, pero no enfocado a un tema de pastoral, y fue curioso que todos los de Radio Don Bosco migraran a esa radio, e incluso los locutores del colegio don Bosco migraron a esa radio, porque pensaron que iba a seguir y claro sin el apoyo de Abel, de Augusto, pero siguieron desde su casa, pero yo me supongo que por temas de la universidad, trabajo, esa radio fue desaparecieron. [sic] Pero fue interesante que ellos sin el apoyo de pastoral, fueron sacando más programas, como programas solo para chicos, solo para chicas, porque nosotros decíamos que nos separemos porque pensábamos que no solo iban a escucha y nos equivocamos porque sí les escuchaban y claro lo curioso era que el programa de chicas era el más escuchado y claro había otro programa de jóvenes y netamente reggaetón y nosotros recién decíamos si hubieran agarrado ese programa con el reggaetón cristiano, hubiéramos cambio el chip un poco menos evangelizador, cuadrado, y enfocándolo a escuchar al joven. Pero fue lección aprendida.

ANEXO N° 6

TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA A IVÁN PEÑA

Ficha técnica:

Código del audio : 150912_002
Fecha y hora : 12 de setiembre del 2015 – Hora 8.00 pm
Duración : 24 minutos con 18 segundos

Datos del entrevistado:

Nombre y apellido : Iván Peña
Edad : 23 años
Profesión : Periodista, egresado de la Universidad Ruiz de Montoya

Descripción:

Se realizó la transcripción total del material, seleccionando las preguntas y contenido más resaltante para ser consultado.

Preguntas del cuestionario - Anexo N° 2: 7, 10, 15,18 respectivamente

CON RESPECTO A LA RADIO DON BOSCO

- 5) ¿Cuál o cuáles consideras que era la finalidad de Radio Don Bosco? ¿Cuál es la misión de Radio Don Bosco?

La finalidad que tenía Radio Don Bosco, por lo que su finalidad era reunir a los jóvenes y que los jóvenes se sientan comprometidos con la idea de aprender de una manera libre, de una manera sana, libre y justamente estos programas tenían, que era aprender de una frase que se yo y que luego el programa se centraba en esa frase.

El programa tenía por ejemplo, enseñar a las personas que era la educación, como ejemplo también la amistad, que significa y que esto en forma sencilla cala en los jóvenes

- 6) ¿Quiénes eran su público objetivo?

La audiencia de Radio Don Bosco estaba dirigido para jóvenes entre 16-25 que eran los jóvenes que estaban en una transición del colegio y comienzan a descubrir el mundo y

que luego llegan a la universidad, eso era más o menos la clasificación que teníamos, pero también para cada programa variaba la propuesta y variaba el contenido. Como por ejemplo el programa *infiltrados* que era un contenido más educador con un tema más serio, mas periodístico, y luego venía el programa *pokemon* que era David Loayza que era un programa más de patas, más de amigos.

Luego el padre Augusto llevaba otro programa, algo como la palabra ... no me recuerdo, pero un programa netamente evangelizador, que era con el padre Jano, que era dirigido a los padres de familia, y claro era porque los padres también deberían ser los educadores de sus hijos, y claro los programas eran dirigidos hacia ellos.

- 7) ¿Qué pasó con la radio Don Bosco, como la encuentra o escucha hoy? ¿Por qué decayó el proyecto, qué sucedió, qué problemas, qué dificultades se presentaron?

Bueno pasaron varias cosas, que quizás Abel te lo ha comentado y bueno en mi caso me ofrecieron un trabajo en otro lado y claro tuve que dar un paso al costado, pero en el caso de que las prácticas profesionales que estaba realizando en los salesianos en Radio Don Bosco, además de que Abel se le cargó muchas labores en la oficina y eso nos pasó y claro no había una persona encargada y claro no había una persona que nos reunía. Abel no podía estar pendiente de la Radio y claro en el caso de Abel, es Él, el que nos reunía el que nos enviaba los correos, y sobre las fechas, y lo que él nos decía era no el contenido sino que él nos reunía y que le digamos el objetivo del programa y nosotros poníamos el contenido, en ese aspecto éramos bastante libres en los programas.

Lamentablemente las ocupaciones de Abel nos fue dejando [sic], que bueno pasó. Por lo que no podía hacer la labor que siempre hizo de reunirnos y eso cambio la radio.

- 8) ¿Cómo observaban a otras radios cristianas católicas con respecto a sus audiencias?

No, en realidad nunca, de mi parte no, más de los programas tradicionales, como Santa Rosa, como radio María. Quizá Abel si debería saber de esos temas.

ANEXO N° 7

ENCUESTA FILTRO PARA LOS GRUPOS FORMATIVOS

Estimad@ amig@ FUERA DE SERIE #FDS

Tengo el agrado de saludarte en nombre del equipo #FUERA DE SERIE

En primer lugar, agradezco tu presencia, la cual responde al interés que tienes al proyecto radial que desea iniciar tu colegio. En segundo lugar, me permito pedirte resolver la siguiente encuesta la cual nos ayudará a conocernos como grupo.



(Usa letra imprenta en tus respuestas para mayor claridad)

NOMBRE COMPLETO _____

EDAD _____ AÑO Y SECCIÓN _____

CONFIRMA TU EMAIL: _____

(Marca con una X tu elección)

¿Tienes algún alias o seudónimo?

SI	
NO	

¿Cuál? _____

(Responde brevemente)

1. Menciona brevemente ¿cuál es tu interés de participar en el proyecto radial?

(Marca con una X tu elección)

Sobre ti

2. ¿Cuáles son tus hábitos preferidos? (Elige solo 2)

Leer	
Escuchar música	
Interactuar con las redes sociales	
Salir con mis amig@s	
Hacer deporte	
Mensajear por el móvil	

Otro: _____

(Según la escala del 1-5, donde 1=NADA, 2=ALGO, 3=MÁS O MENOS, 4=BUENO y 5=EXPERTO)

(Marca con una X tu elección preferida)

3. ¿Cómo calificas tu uso y manejo de las nuevas tecnologías?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

4. ¿Te consideras un(a) joven con facilidad para hacer amigos?

SI	
NO	

5. ¿Puedes guardar secretos?

SI	
NO	

6. ¿Lees a menudo libro de literatura?

SI	
NO	

¿Qué autor lees? _____

7. ¿Qué diario recomiendas leer?

Otro: _____

La República	
El Comercio	
El Trome	
La Nación	
Correo	
El Bocón	
El Peruano	

8. ¿Qué género de películas te agrada?

Otro: _____

Ciencia ficción	
Comedia	
Terror	
Acción	
Suspense	
Drama	
Dibujos Animados	

9. ¿Qué género de música escuchas a menudo?

Otro: _____

Baladas	
Rock	
Metálica	
Pop	
Románticas	
Instrumental	
Criolla	
Rock en inglés	
Latin pop	
Electrónica	

10. ¿Con que frecuencias vas a fiestas?

Otro: _____

Una vez a la semana	
Una vez al mes	
Solamente en cumpleaños	
Fiestas familiares	
No voy a fiestas	

11. ¿Qué te gustaría hacer en el último día de vida? (Responde brevemente)

Sobre tus capacidades

(Según la escala del 1-5, donde 1 =NADA, 2=ALGO, 3=MÁS O MENOS, 4=BUENO y 5=EXPERTO)

12. ¿Qué tanta facilidad tienes para contar historias personales?

Califcate

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

13. ¿Te es fácil ser espontáneo?

SI	
NO	
ALGO	

14. ¿Cuáles son tus razones para vivir? Menciona las tres principales

A	
B	
C	

Sobre la locución radial

(Marca con una X)

15. ¿Qué le gustaría que tenga un programa radial hecho por jóvenes? (Elije solamente 3)

Otro: _____

Historia juveniles	
La música cristiana	
La forma como llevan el evangelio de la alegría	
Que nos hablen de Dios de forma juvenil	
Responder a las dudas de los jóvenes	
La música variada	
La espiritualidad juvenil	
Ser la voz de los jóvenes	

16. ¿Cuál es emisora radial favorita?

Otra: _____

Moda	
Studio 92	
Onda Cero	
Oxígeno	
Planeta	
La zona	

17. Según tu opinión ¿Quiénes deberían participar o te gustaría escuchar en un programa radial? (Marca más de uno si deseas)

Psicólogo	
Político	
Sacerdote	
Religios@s	
Artistas	
Cantantes	
Personajes de farándula	
Periodistas	
Jóvenes	

Sobre salesianidad

(Según la escala del 1-5, donde 1=NADA, 2=ALGO, 3=MÁS O MENOS, 4=BUENO y 5=EXPERTO)

18. ¿Cuánto conoce de Don Bosco? Calificate

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

19. ¿Has leído algún libro sobre Don Bosco?

SI	
NO	

20. ¿Conoces sobre la Pastoral Juvenil Salesiana?

SI	
NO	

BONUS

Imagina que un tren descontrolado se dirige por una vía en la que un filósofo malvado ha atado a cinco personas. Antes de llegar a esas cinco personas existe una bifurcación regulada por un cambio de agujas, que es donde nos encontramos. Si activáramos el cambio de vías salvaríamos a esas cinco personas, pero en la otra vía hay una persona atada. ¿Activarías el cambio de agujas para matar a una persona salvando a cinco? (Opción A) o ¿no harías nada y dejarías que el tren siguiera su camino matando a cinco personas y salvando a una? (Opción B)

¿Por qué?

Opción A _____

Opción B _____

SI HAS LLEGADO AL FINAL, AGRADECEMOS TU TIEMPO. SI DESEAS DAR TUS APORTES O TIENES ALGUNA DUDA O COMENTARIO escríbenos al correo electrónico: a20153852@pucp.pe – Christian Becerra sdb

Deseas recibir noticias #fuera de serie SI () NO ()



ANEXO N° 8

EQUIPO GESTOR

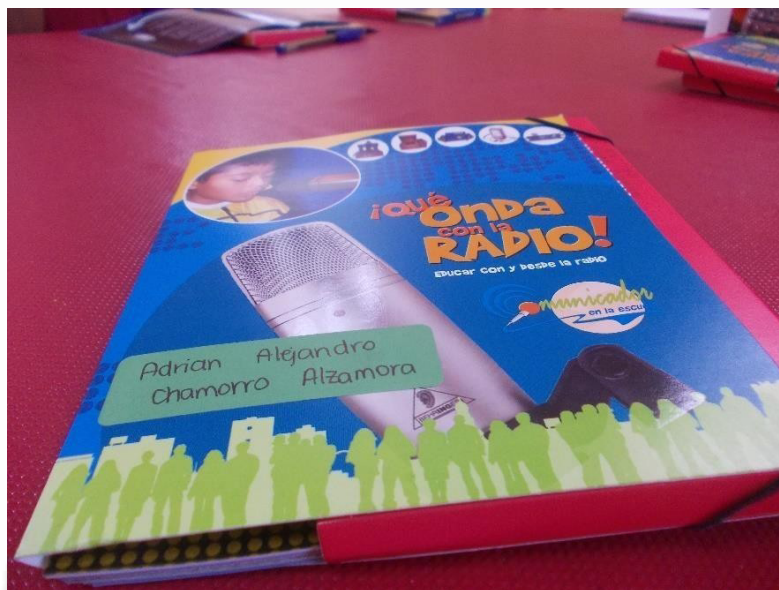


EQUIPO FORMATIVO



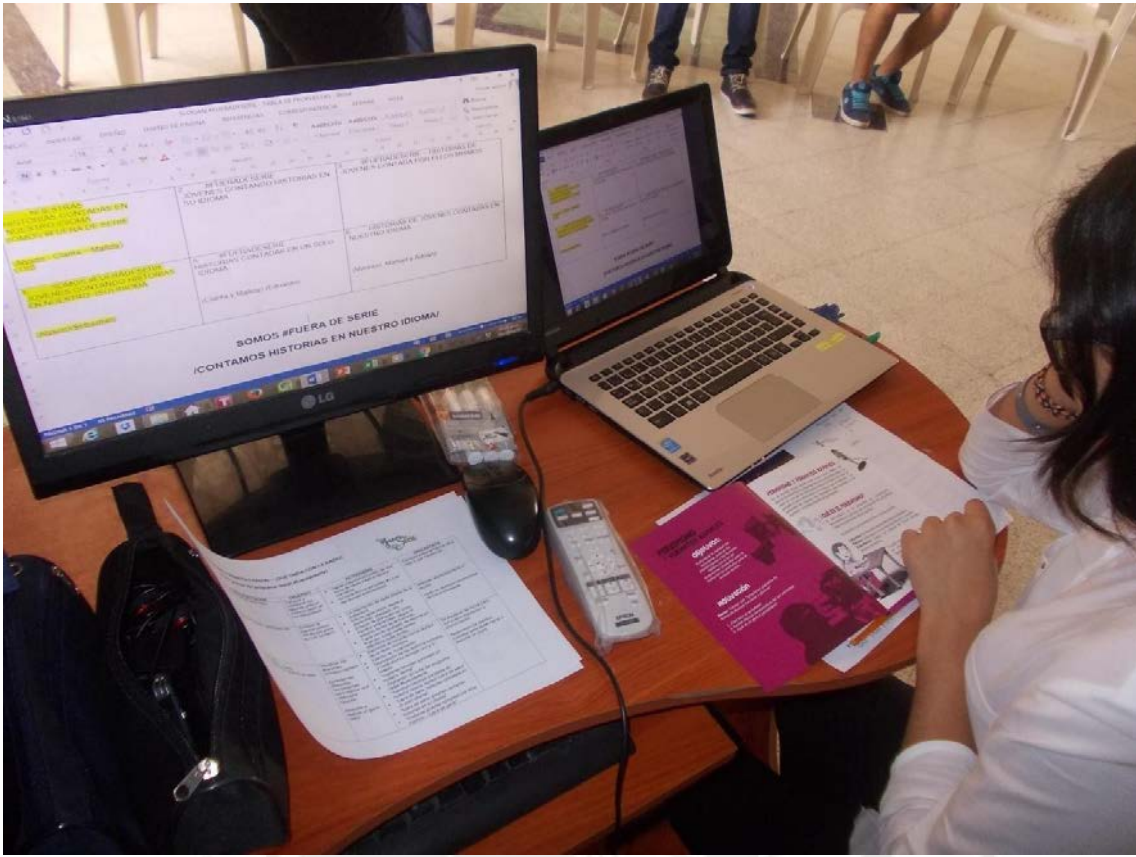
ANEXO N° 9

FASE FORMATIVA - CRÓNICA









ANEXO N° 10
JUEGO LÚDICO DE REDACCIÓN – ACRÓSTICO

Reglas:

- Según el número de integrantes se distribuye hojas que contengan el abecedario completo. En caso sean 5 miembros se usan 2 hojas como máximo.
- Se distribuye las hojas de forma intercalada
- El tiempo para pasar la hoja es de 30 segundos.

A	O
B	P
C	Q
D	R
E	S
F	T
G	V
H	W
I	X
J	Y
K	Z
L	
M	
N	

ANEXO N° 11

**TEXTO PARA LA ELABORACIÓN DE LA HISTORIA DEL
PROGRAMA RADIAL #FUERADESERIE**

VIDEO DE PRESENTACIÓN

HOLA

SOMOS EL EQUIPO #FUERADESERIE.

***UN PROYECTO DE COMUNICACIÓN CREADO GRACIAS A LA AYUDA DE CADA
UNO DE USTEDES***

EL PROYECTO #FUERADESERIE QUE HOY INICIA

ESTÁ CONFORMADO POR ALUMNOS DE TERCERO Y CUARTO DE SECUNDARIA

ESTE PROYECTO FUE PLANIFICADO EN TRES ETAPAS

LA PRIMERA ETAPA:

***CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN CON RESPECTO AL USO DE LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN***

LA SEGUNDA ETAPA:

***CONSOLIDACIÓN DEL PROYECTO DONDE SE PENSÓ Y ELABORÓ EL
FORMATO RADIAL ORIGINAL***

***LA ELABORACIÓN DE LA IMAGEN Y SUS LINEAMIENTOS FUE ACOMPAÑADA
POR EL EQUIPO GESTOR MULTIDISCIPLINARIO CON QUIENES SE FUE
CONSTRUYENDO LA PROPUESTA.***

***ADEMAS, ESTUVO LA PROPUESTA PERIODÍSTICA ACOMPAÑADA POR EL
EQUIPO FORMATIVO***

LA TERCERA ETAPA:

LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDO RADIAL, SU CARACTERÍSTICA PRINCIPAL ES QUE NOSOTROS LOS JÓVENES SOMOS LOS PROTAGONISTAS, ES NUESTRA VOZ Y SON NUESTRAS HISTORIAS.

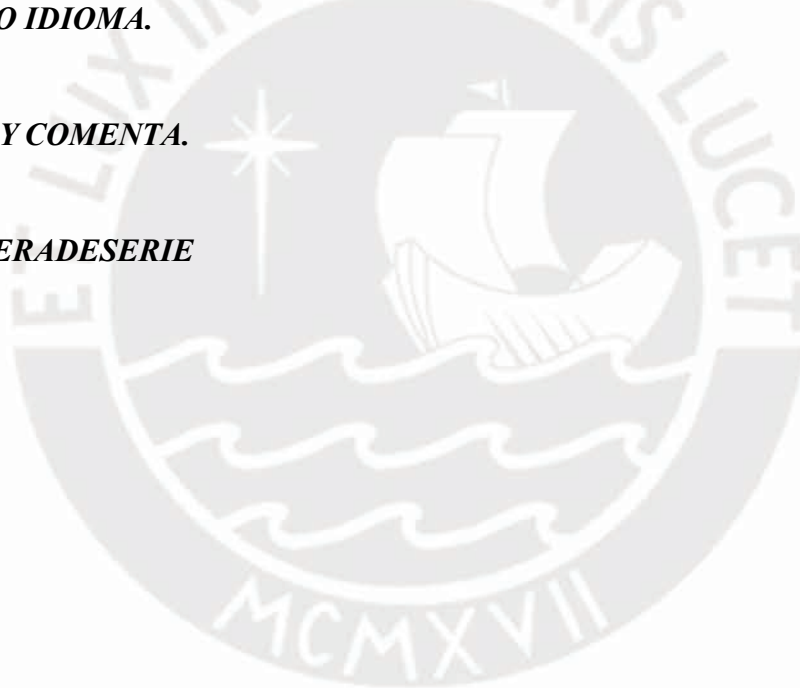
POR ELLO, EL PROGRAMA RADIAL #FUERADESERIE BUSCA PRINCIPALMENTE CONTAR HISTORIAS EN NUESTRO IDIOMA

LAS HISTORIAS RECOGIDAS O ELABORADAS SON REALES, SOMOS NOSOTROS QUIENES TE ESCUCHAMOS Y HACEMOS QUE TU HISTORIA SEA COMPARTIDA Y ESCUCHADA POR OTRO JOVEN, QUIEN GRACIAS A TU APORTE PUEDA CAMBIAR O SENTIRSE ACOMPAÑADO POR OTRO JOVEN QUE TAMBIEN TIENE LA MISMA HISTORIA.

FINALMENTE TE PEDIMOS QUE VISITES NUESTRO FANPAGE RADIO #FUERADESERIE, DONDE ENCONTRARÁS GRANDES HISTORIAS CONTADAS EN NUESTRO IDIOMA.

COMPARTE Y COMENTA.

SOMOS #FUERADESERIE



ANEXO N°12

HISTORIA:

MI HERMANO Y YO

Presentación

Jaime es un joven de 15 años que le gusta salir con sus amigos y se considera un chico normal, él nos cuenta una historia

Narración:

Hablar de mi familia es demasiado complicado, digo complicado porque mi familia no es como las demás, es poco funcional, de la forma la conforma, es algo movida.

En sí en mi familia somos seis hermanos, mi ama, mi papa y mi padrastro

Tengo un hermano mayor y los demás son menores, y con mi hermano mayor no me he llevado bien, la relación es algo fuerte. Siempre desde pequeño he sufrido por falta de afecto porque que mi mamá quedó sola y no tenía papá. Recuerdo que mi hermano salía a jugar conmigo, yo era muy pequeño y yo sabía que él lo hacía por condición, o por compromiso, pero ese recuerdo lo tengo grabado porque eran a pesar de todo los 2 o tres minutos más felices de mi vida.

De por sí no es que me lleve tal mal con mi hermano, pero hay veces que pienso que me odia que piensa mal de mí, pero no tengo miedo de decirlo que lo amo, porque es mi hermano, pero claro me afecta que piense eso de mí, me afecta.

Lo que sí pienso es que las personas debemos pasar estar cosas, pero lo que siento es que a pesar de todo, eso pasa, como en mi familia, que puedo renegar con mi mamá o con alguien, pero al final del día nos reconciliamos y reímos, eso es lo genial de mi familia.

ANEXO N° 13

HISTORIA:

MI PRIMER AMOR

Presentación:

Juan es un joven de 15 años que nos cuenta su historia de cómo entendió la palabra amor cuando era aún un niño

Narración:

Mi primer amor fue hace cinco años, yo ahora tengo 15, recuerdo que ella tenía 9 años y yo 10 años, pienso ahora que eso que sentí era amor, porque me puse a escribir cartas, poemas para ella, las cartas que le escribía que ahora las recuerdo me han hecho pensar que soy bueno para ello, y recuerdo un verso que le dediqué:

“Tal vez me digan loco y tal vez tengan razón, pero es tu hermosura que me saca de razón”

Fue genial la inspiración que tenía.

Además recuerdo que ella me escribió un libro de 100 poemas aunque luego ella me confesó que los bajó de internet.

Luego de tantos años ese amor ha ido creciendo y hoy somos súper amigos y no sé qué puede pasar aunque si desearía que pase, creo que me gusta.

Pero lo cierto es que las personas cambiamos con los años y que lo que venga se lo dejo al tiempo.

La amistad que alimentamos es cada vez más cercana y sincera, ello nos ayuda a crecer y saber que debemos ser amigos siempre. Algo que debe ayudarnos a madurar y ser mejores.

ANEXO N° 14

CRÓNICA FOTOGRÁFICA DE LOS EVENTOS DE LANZAMIENTO

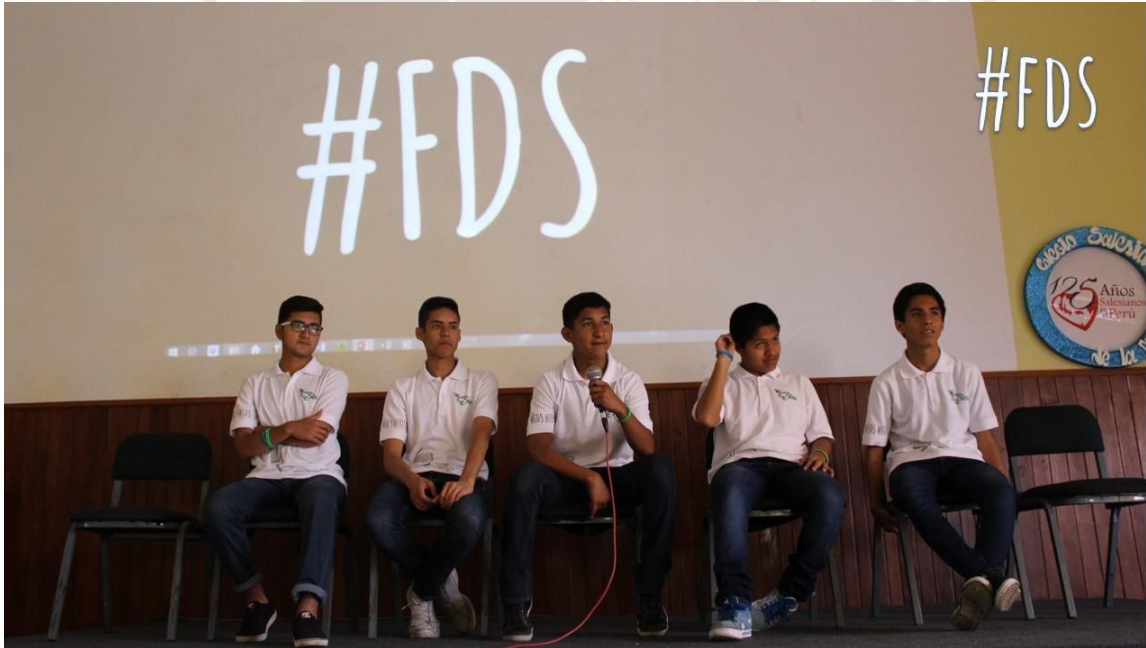
EQUIPO CMAX





EQUIPO CSAL



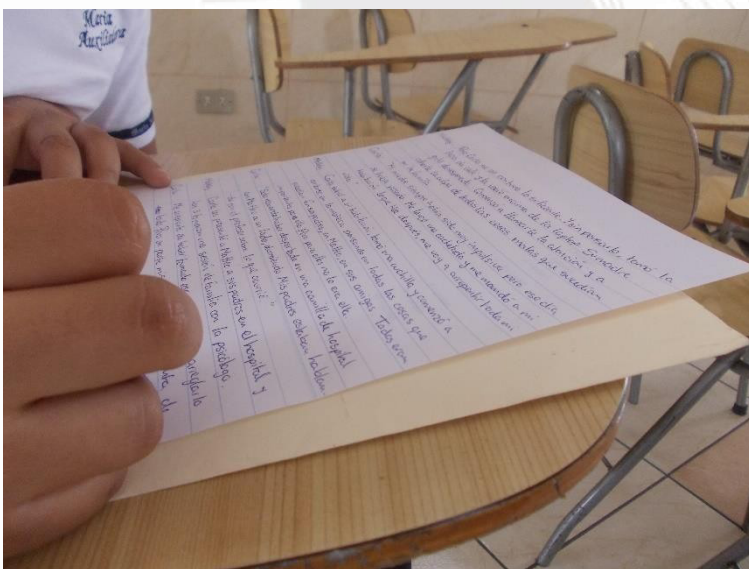




ANEXO N° 15
CRÓNICA FOTOGRÁFICA - MISCELÁNEA



Reunión formativa equipo CMAX



Trabajos de redacción de las historias - equipo CMAX



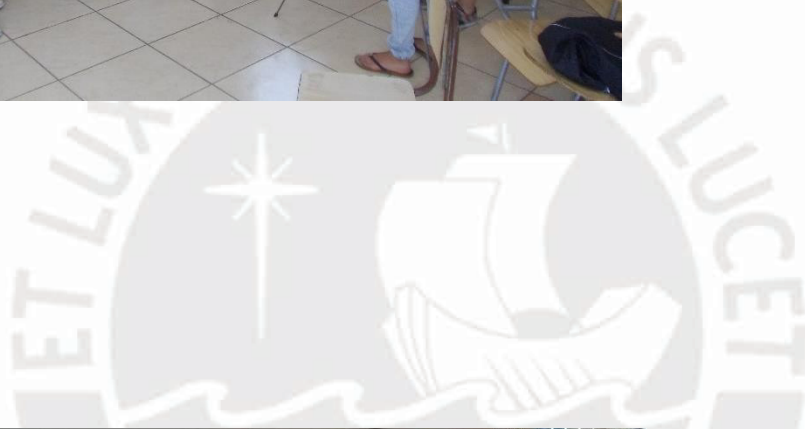
**Edición de las historias y
manejo de equipos**

Equipo CMAX





Grabación del video de presentación - Equipo CMAX



Visita al Diario Oficial *El Peruano* - Equipo CMAX



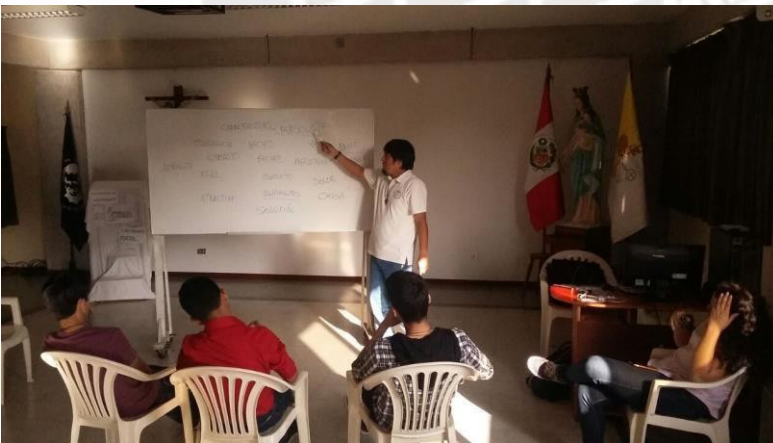
**Visita al museo del
Diario oficial *El
Peruano* - Equipo
CMAX**



**Encuentro con el director
ejecutivo del Diario Oficial
El Peruano – Equipo CSAL**



**Visita el museo del Diario
Oficial *El Peruano***



**Encuentros formativos con
el equipo CSAL**



Momentos de redacción y ensayo de las historias



ANEXO N° 16
¡QUÉ ONDA CON LA RADIO!



PERIODISMO Y FORMATOS RADIALES



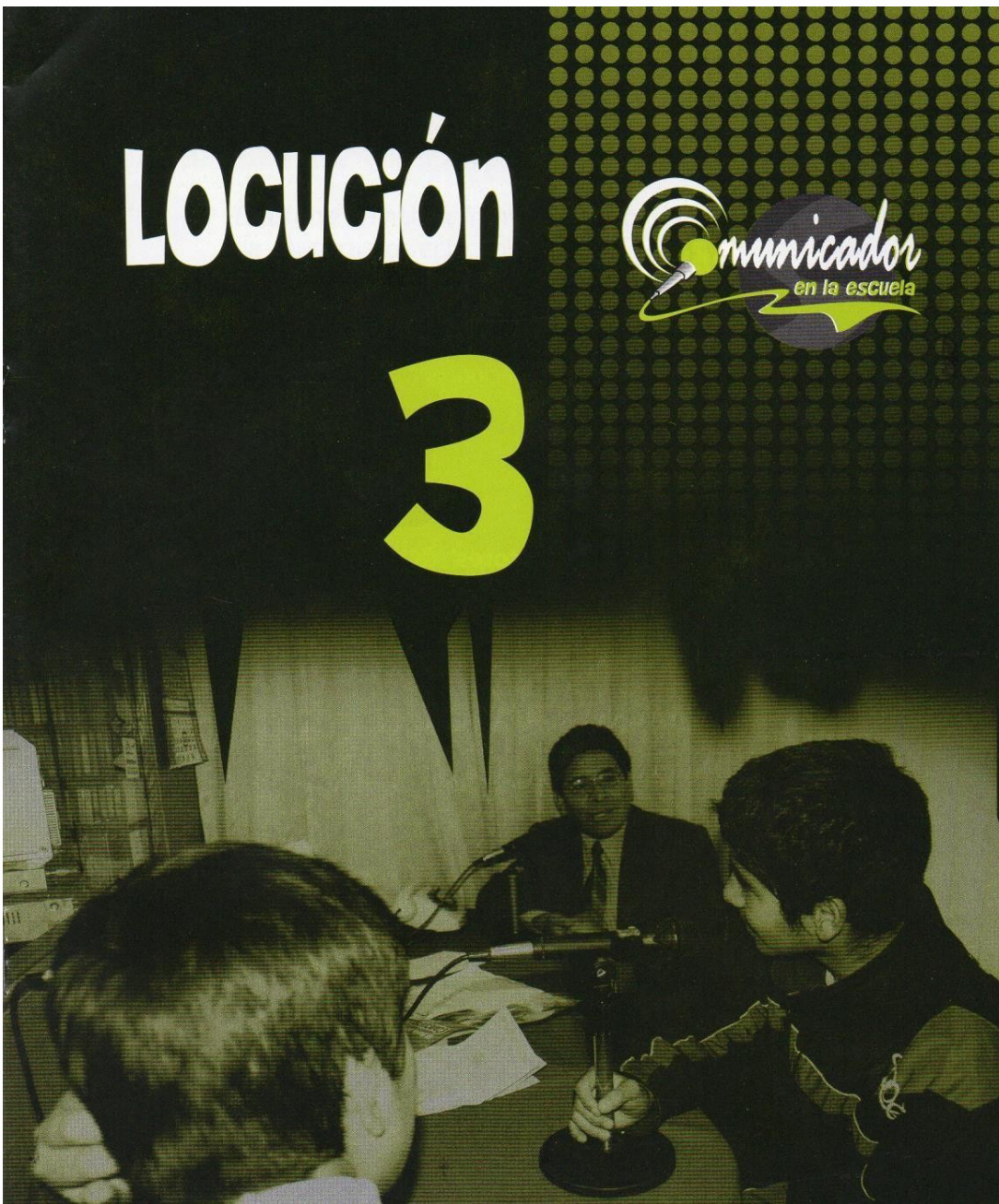
2

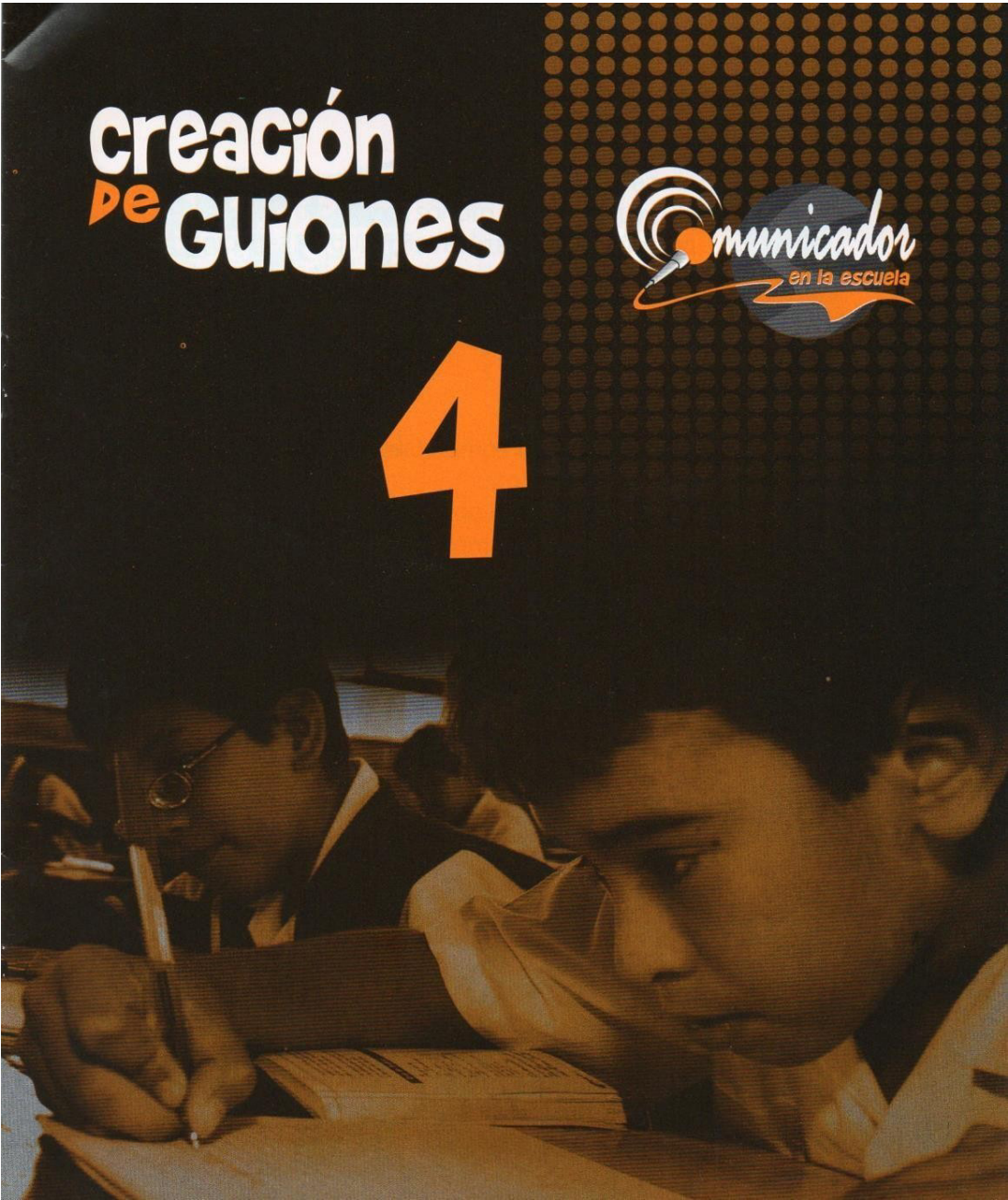


LOCUCIÓN



3





Formatos Radiales



5



Elaboración de Programas



6



HaGamos Programas De Radio



7

