



Universidad Autónoma de Querétaro

Facultad de Artes

Pequeños Radio Lectores. Proyecto cultural para el fomento a la
lectura en la infancia

Tesis

Que como parte de los requisitos para
obtener el Grado de

Maestría en Dirección y Gestión de Proyectos Artísticos y Culturales

Presenta

Jessica Paola
Hernández Llamas

Dirigido por:

Dra. Pamela Soledad Jiménez Draguicevic



Dirección General de Bibliotecas y Servicios Digitales
de Información



Pequeños Radio Lectores. Proyecto cultural para el
fomento a la lectura en la infancia

por

Jessica Paola Hernández Llamas

se distribuye bajo una [Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional](#).

Clave RI: BAMAN-200605

Querétaro, Qro.,a 28 de octubre del 2022



Universidad Autónoma de Querétaro

Facultad de Artes

PROGRAMA EDUCATIVO

Pequeños Radio Lectores. Proyecto cultural para el fomento a la lectura en la infancia

Tesis

Que como parte de los requisitos para obtener el
Grado de

**MAESTRIA EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS
ARTÍSTICOS Y CULTURALES**

Presenta

Jessica Paola Hernández Llamas

Dirigido por:

Dra. Pamela Soledad Jiménez Draguicevic

Dra. Pamela Soledad Jiménez

Draguicevic

Presidente

Dra. Elvira Silvia Pantoja Ruiz

Secretario

Mtro. Pablo Alejandro Cabral

Vocal

Dr. Eduardo Núñez Rojas

Suplente 1

Dr. Benito Cañada Rangel

Suplente 2

Centro Universitario, Querétaro, Qro.

Noviembre 2022, México

Resumen

Los programas radiales para niños son una oportunidad importante para fomentar la cultura de la palabra oral y la palabra escrita, a la lectura y a los libros, pero también al desarrollo de la imaginación y la creatividad. El INEGI registró en el 2021 3.8 libros leídos al año por mexicano; la UNESCO informó que más de 780 millones de niños sufrieron afectaciones en su educación por el cierre de las escuelas por la COVID-19 (2022), además, en el 2017, la Unicef, comentó que los niños menores de los 18 años de edad, representan uno de cada tres usuarios de internet, y son las generaciones más jóvenes los principales usuarios de los dispositivos electrónicos. A esto se suma la necesidad de más propuestas de radio para niños en Querétaro, que enriquezcan la escena literaria, cultural y educativa para las infancias, con alcance en lo local y a nivel nacional por medio las plataformas de podcast. El programa radial y podcast *Pequeños Radio Lectores*, conformado por secciones de contenido lúdico y cultural, tiene por objetivo ser un programa de radio y podcast en español de calidad para las infancias y sea un aporte para el fomento a la lectura y a la escritura, estímulo necesario de la imaginación y la creatividad. La hipótesis es que las cápsulas radiofónicas, audiocuentos, y en general, el contenido radial, así como los talleres para las infancias de *Pequeños Radio Lectores* fomentan el interés por la lectura y estimulan el desarrollo de la escritura en los niños y niñas escuchas, además de estimular la curiosidad por generar sus propios significados del mundo, a partir de la oralidad, la creatividad sonora, el juego de las voces, la palabra y el elemento más importante: la imaginación, lo que propiciará la formación de una comunidad de lectores. Los resultados y la conclusión comprueban que hay interés por parte de los niños y sus familias por el contenido radial y cultural, por los audiocuentos, relatos literarios y por los talleres ofrecidos. El podcast infantil puede generar un aporte e impacto positivo en la educación integral de niñas y niños.

Palabras clave: programa de radio, podcast, infancia, audiocuentos, fomento a la lectura y la escritura.

Abstract

Radio programs for children are an important opportunity to promote the culture of the oral word and the written word, reading and books, but also the development of imagination and creativity. The INEGI recorded 3.8 books read per year by Mexicans in 2021; UNESCO reported that more than 780 million children suffered impacts on their education due to the closure of schools because of COVID-19 (2022). In addition, in 2017, Unicef commented that children under 18 years of age, represent one out of three internet users, and the younger generations are the main users of electronic devices. Added to this is the need for more radio proposals for children in Querétaro, which enrich the literary, cultural, and educational scene for childhood, with reach locally and nationally through podcast platforms. The radio program and podcast *Pequeños Radio Lectores*, made up of sections of recreational and cultural content, aims to be a quality radio and podcast program in Spanish for children and is a contribution to the promotion of reading and writing, encouragement necessary of imagination and creativity. The hypothesis is that the radio capsules, audio stories, and in general, the radio content, as well as the workshops for children of *Pequeños Radio Lectores*, promote interest in reading and stimulate the development of writing in the boys and girls who listen, in addition to stimulate curiosity to generate their own meanings of the world, based on orality, sound creativity, the play of voices, words and the most important element: imagination, which will foster the formation of a community of readers. The results and conclusion prove that there is interest on the part of children and their families in radio and cultural content, in audio stories, literary stories and in the workshops offered. The children's podcast can generate a positive contribution and impact on the comprehensive education of girls and boys.

Keywords: radio program, podcast, childhood, audio stories, promotion of reading and writing.



Dedicatoria

Dedico estas líneas a mi hija Nerea, y a Carlos, mi esposo y cómplice; ellos han sido el impulso y motor principal para que este proyecto tenga corazón y camine en diversos escenarios. Gracias a mi mamá y a mi papá, porque han creído en mí, y en el potencial del proyecto desde el primer día, cuando solo era un castillo de ideas; a mi hermana, por ser aliada y mi amiga en este camino; a mi hermano, por su apoyo incondicional; a mi abuelita Consuelo, porque siempre creer en mí; a mis abuelos y mi tía, por ser portadores de buena energía, ánimos, ser mi primera audiencia, y ser porristas de primera línea.

A mi directora de tesis, por su esfuerzo invaluable en todo este camino, por su guía, paciencia y sabiduría.

A los niños y a las niñas, todo mi anhelo de mejorar y aportarles granitos de felicidad, interés por la lectura, gusto por la escritura, y sean estímulos para potenciar la creatividad en su día. Que la imaginación y la creatividad sean su rosa del viento para navegar en su camino y siempre los guíen a llegar tan alto como lo deseen.

Y un agradecimiento especial a todas las personas que han incidido de alguna manera en que este sueño crezca y sea una realidad.

Agradecimientos

A la Universidad Autónoma de Querétaro que ha sido mi casa de estudio, mi centro de aprendizaje y crecimiento.

Agradezco a los maestros y directivos de la Maestría en Dirección y Gestión de Proyectos Artísticos y Culturales de la Facultad de Bellas Artes.

A mi Directora de tesis, Pamela S. Jiménez Draguicevic

A la Secretaría de Cultura del Estado de Querétaro 2020

Al Programa Alas y Raíces 2021

A la Biblioteca Infantil del Museo de la Ciudad

A la Casa Hogar Villa Infantil

A la UNAM Morelia

A Le FLAM Ecole de Francais des enfants francophones

Al Colegio Celta Internacional

Índice

Resumen	iii
Abstract	iv
Dedicatoria	v
Agradecimientos.....	vi
Índice	vii
Índice de Tablas.....	ix
Índice de Figuras.....	x
Introducción	xii
Capítulo 1. Pequeños Radio Lectores: Primera lectura.....	18
1.1 Hablar del Fomento a la Lectura y la Escritura para las Infancias	18
1.2 Imagina, con los Ojos Cerrados y los Oídos Bien Abiertos: Segunda Lectura	23
1.3 El Podcast Infantil: Nuevas Prácticas de Consumo Cultural y Acceso a la Educación	25
Capítulo 2. La Gestión y Promoción Cultural de las Prácticas Lectoras.....	30
2.1 Perspectivas Entorno a la Educación y la Animación a la Lectura en la Infancia	30
2.2 La Importancia de la Promoción Cultural y el Fomento a la Lectura en México	35
2.2.1 La Animación Sociocultural y la Creación de Públicos Lectores.....	37
2.2.2 La Radio y la Difusión de la Cultura en la Infancia	44
Capítulo 3. Planeación de Pequeños Radio Lectores. Proyecto Cultural para el Fomento a la Lectura en la Infancia	47
3.1. Sentido y Significado de Radio Lectores o Audio Lectores: Lectura Final ..	49
3.1.1. Objetivos.....	51
3.1.2. Misión y Visión.....	52
3.2. Implementación de Pequeños Radio Lectores.....	53
3.2.1. Temporada 1. Laboratorio de Monstruos y Cuentos para Imaginar.....	58
Plan de Marketing.....	59
3.2.2. Temporada 2. Los Pequeños Cuentan y Los Buscalibroos	68
Plan de Marketing.....	69
Metodología	78

Resultados	83
Temporada 1. Laboratorio de Monstruos y Cuentos para Imaginar	83
Temporada 2. Los Pequeños Cuentan y Los Buscalibroos	89
Discusión	96
Conclusiones	100
Bibliografía	103
Anexos	107

Índice de Tablas

Tabla 1.	<i>Costo general de Pequeños Radio Lectores.....</i>	55
Tabla 2.	<i>Plan de contenidos de la 1era temporada.....</i>	59
Tabla 3.	<i>Pilares de contenidos de la 1era temporada.....</i>	61
Tabla 4.	<i>Plan de publicación en redes sociales de la 1era temporada</i>	62
Tabla 5.	<i>Redes sociales y plataformas de difusión del podcast de la 1era temporada</i>	64
Tabla 6.	<i>Campañas de difusión de la 1era temporada</i>	65
Tabla 7.	<i>Plan de contenidos de “Los Pequeños Cuentan” de la 2da temporada</i>	70
Tabla 8.	<i>Plan de contenidos “Los Buscalibroos” de la 2da temporada</i>	71
Tabla 9.	<i>Pilares de contenido de la 2da temporada del podcast.....</i>	73
Tabla 10.	<i>Plan de publicación en redes sociales de la 2da temporada del podcast</i>	73
Tabla 11.	<i>Campañas de difusión de la 2da temporada del podcast</i>	75
Tabla 12.	<i>Cronograma de planificación 1era temporada 2020</i>	79
Tabla 13.	<i>80Cronograma de planificación de la 2da Temporada 2021.....</i>	80

Índice de Figuras

Figura 1. Metodología de implementación para la fase inicial de Pequeños Radio Lectores.....	48
Figura 2. País de origen de los principales oyentes del podcast Pequeños Radio Lectores.....	51
Figura 3. Línea editorial y áreas de atención y trabajo periódico del proyecto Pequeños Radio Lectores (Autoría propia, 2020)	53
Figura 4. Diseño de portadas y logos de presentación del podcast Pequeños Radio Lectores.	58
Figura 5. Diseños de portadas y logos de las secciones del podcast	58
Figura 6. Diseño de portada de Laboratorio de Monstruos.....	60
Figura 7. Resumen de audiencia de la 1era temporada	68
Figura 8. Diseño de logo y portada de la sección Los Pequeños Cuentan y Los Buscalibros 72	
Figura 9. Resumen de audiencia de la 2° temporada.....	77
Figura 10. Posicionamiento del podcast Pequeños Radio Lectores en el ranking del top 200 de las categorías del podcast México: Kids & Family	84
Figura 11. Estadísticas generales del número de escuchas	84
Figura 12. Principales lugares del mundo en el que fue escuchado el podcast	85
Figura 13. Desde donde te escuchan” principales plataformas que se emplearon para escuchar el podcast	85
Figura 14. Campaña Awareness del mes de septiembre	86
Figura 15. Campaña Awareness del mes de octubre	86
Figura 16. Campaña de retención-participación del mes de noviembre para las sesiones del Taller “Laboratorio de Monstruos”	86
Figura 17. Evidencia fotográfica de la realización del Taller virtual de fomento a la lectura y escritura “Laboratorio de Monstruos”	88
Figura 18. Posicionamiento del podcast Pequeños Radio Lectores en el ranking del top 200 de las categorías del podcast México: Kids & Family y México: Stories for kids.....	90
Figura 19. Estadísticas generales del número de escuchas del periodo comprendido entre el mes de abril a diciembre del 2021, tiempo de la primera temporada del podcast Pequeños Radio Lectores.....	90

Figura 20. <i>Principales lugares del mundo en el que fue escuchado el podcast.</i> ...	91
Figura 21. <i>Principales plataformas que se emplearon para escuchar el podcast</i> ..	92
Figura 22. <i>Campaña de retención del mes de agosto</i>	92
Figura 23. <i>Campaña Awareness del mes de octubre</i>	92
Figura 24. <i>Campaña de reconocimiento y participación del mes de octubre</i> ..	92
Figura 25. <i>Campaña especial de participación del mes de agosto</i>	93
Figura 26. <i>Evidencia fotográfica de la realización del Taller de radio para niñas y niños “Los Pequeños Cuentan”</i> ...	95

Introducción

Pequeños Radio Lectores es un proyecto radial de índole cultural para el entretenimiento, divertimento, difusión cultural y estímulo a la lectura en la infancia, a partir de la difusión de contenido literario para niños hispanohablantes de entre los 4 a 12 años de edad, considerando, además, la participación o acompañamiento de los tutores o familiares. El proyecto se conforma de contenido literario que aborda la versión radial, de la lectura del cuento, del relato corto, de la poesía, las reseñas literarias, las cápsulas informativas y de opinión en voz de los niños, por lo que la propuesta se nutre de una diversificación de contenidos que le permiten al escucha poder elegir entre varias opciones. El objetivo del programa consiste en crear contenido radial de calidad para las infancias, en el que los rasgos distintivos sean: la creatividad, la imaginación y la interacción y participación del público con las actividades sugeridas en las cápsulas radiales. Se transmite principalmente por internet a través de las plataformas de *podcasting* y también en redes sociales, con la finalidad de tener un alcance mayor entre la comunidad digital, así como ser una opción interesante de consumo cultural desde casa o cualquier espacio y en cualquier momento del día. Es así que el proyecto puede entenderse como un programa de radio por internet, o como se suele decir, radio a la carta, la nueva radio o *podcast*.

El podcast *Pequeños Radio Lectores* nació a partir del interés por la escritura y la lectura, y de aportar esfuerzos en el fomento y desarrollo de estos rubros, ya que en México sigue siendo prioridad que las infancias ejerzan su derecho a la cultura, la educación y la formación integral. Por lo que las metas del proyecto son propiciar la generación de una comunidad de *radio lectores* y de crear contenidos de calidad para los niños y sus familias, en el que el alcance principalmente sea México, pero también otros países hispanohablantes con las facilidades que otorga el internet y el espacio digital para llegar a otros puntos geográficos del mundo.

Actualmente, la radio continúa siendo una plataforma que, a pesar de los años de su invención, se mantiene vigente, pues ha evolucionado de la mano de las nuevas tecnologías y ha ocupado un lugar privilegiado en internet, a través de los llamados *podcast*, o como señalaba anteriormente, radio a la carta. Cobró mayor relevancia durante el espacio de confinamiento obligado en el 2020 con la contingencia mundial por el covid-19, lo que llevó a tener mayor visibilidad e interés por la creación así como en la escucha de *podcast*, en sus diversos géneros y contenidos, logrando que las plataformas como Spotify, Google *podcast*, Ivoox, iTunes, Apple *podcast*, principalmente (mismas en las que se aloja el *podcast Pequeños Radio Lectores*), se popularizaran más y se convirtieran en espacios digitales para el consumo cultural, de entretenimiento o recreación.

Para efecto de análisis de esta tesis sobre el proyecto *Pequeños Radio Lectores*, se delimitó un periodo de tiempo que cubre el plazo de junio 2020 a junio del 2022 donde se presentan las bases de la gestión aplicada y los resultados obtenidos. A partir de los esfuerzos por generar una propuesta creativa de difusión del libro, la lectura y la imaginación, para la audiencia infantil y familiar, se ha considerado en todo momento, el eslogan de difusión y promoción: *Imagina, con los ojos cerrados y los oídos bien abiertos*, una frase que nos permite recordar que el acto de la lectura puede suceder también, por medio de los sentidos y la imaginación.

El contenido del programa radial cuenta con cuatro secciones, mismas que abordan diversos enfoques temáticos y de contenidos, en los que, cabe aclarar, todos y cada uno son de creación propia, han sido corregidos, editados y narrados cuidadosamente.

Sección 1. Laboratorio de Monstruos. Relatos fantásticos sobre la vida de los monstruos, su mundo y todas sus peripecias “monstruosas”. Se describe la vida y quehacer de personajes “monstruosos” que adquieren tonos humorísticos y lúdicos para estimular la imaginación de los niños.

Sección 2. Cuentos para Imaginar. Consiste en la lectura dramatizada de cuentos de autoría propia, en donde los niños podrán ser partícipes en todo momento. El valor añadido de esta sección es que los niños reflexionan sobre temas que se abordan en cada uno de los cuentos, lo que da pie a la escucha atenta. Al finalizar las lecturas, se invita a que generen la ilustración de las portadas, o de los personajes y sus escenarios, y que también puedan escribir otras versiones de los finales, además de sus propios cuentos.

Sección 3. Los Buscalibros¹. Con una temática semanal determinada (Ej.: amistad) se recomendarán libros para niños, considerando su edad, y se dará pauta a que se cuestionen sobre el tema elegido: ¿qué piensan sobre ese tema en particular?, etc., según el abordaje del libro. Como valor añadido de esta sección es que se estimula una conciencia crítica del entorno de los niños e inculca la curiosidad por leer el libro recomendado. También resulta ser un espacio de vinculación con escritores, editores, librerías.

Sección 4. Los Pequeños Cuentan. Es un espacio de expresión libre en el que, a modo de planteamiento, los niños cuentan historias, anécdotas, comparten experiencias, su sentir sobre el tema en cuestión. Algunos de los temas han sido: ¿Cómo cuidar nuestro planeta?, ¿Qué es un amigo?, ¿Qué es lo mejor de ser niños? Recomendaciones para no tener pesadillas, Si pudieras viajar a otro planeta ¿cómo te gustaría de fuera?, entre otros temas. Esta sección también son talleres de radio para niños, en el que la dinámica se centra en el planteamiento temático y en propiciar los espacios de expresión libre.

Además de todas las plataformas de *podcasting* en donde se encuentra alojado el programa, todos los interesados también podrán seguir en las redes sociales del programa: Facebook e Instagram, imágenes, mensajes o fotografías que animen al público a escuchar, seguir, descargar los episodios, y además

¹ *Los Buscalibros* o solo la palabra *Buscalibros* es un juego de las palabras de creación propia que fue inventado para hablar en esta sección sobre los libros con cualidades estéticas y literarias y que pueden ser interesantes para los lectores.

encontrar contenido literario que refuerce el sentido de pertenencia e identidad del proyecto con los valores del fomento, promoción y difusión literaria.

El contenido de esta tesis propone abordar perspectivas teóricas y prácticas sobre los conceptos que enarbolan el fomento a la lectura y a la escritura en las infancias, sobre su importancia en esta etapa de formación a partir de los beneficios estudiados por expertos en la materia. Las líneas de atención serán: la historia e importancia de la radio, el poder de la oralidad y la voz como puente; lo que implica la gestión cultural con las nuevas tecnologías para el consumo cultural y de entretenimiento; las actividades de animación sociocultural que, en suma, son elementos detonadores para la materialización de todo proyecto artístico y cultural, y que, en particular, devinieron en el logro de los objetivos y metas del proyecto *Pequeños Radio Lectores*.

El capítulo 1 aportará información relevante sobre el estado del arte, para entender ampliamente cuál es la importancia del fomento a la lectura y la escritura en las infancias, a través de las siguientes líneas: sobre las ventajas y aportaciones en la formación humana, principalmente en etapas de desarrollo inicial; sobre la gestión cultural en materia de lectura; sobre el panorama actual del desarrollo, promoción, difusión al respecto del tema que impera en occidente tras el paso de la contingencia sanitaria originado en el 2020 por el virus covid-19. Esto nos llevará al planteamiento del problema en el que se describe cómo el consumo cultural ha cambiado a partir de las tecnologías, su accesibilidad, y contacto con las infancias, modificando las formas de entretenimiento, ocio cultural, prácticas de fomento a la lectura y la escritura y de aprendizaje. Lo anterior, aportará argumentos para el sostenimiento de la hipótesis que, en breve se resume por el eslogan que anteriormente se mencionó, *imagina, con los ojos cerrados y los oídos bien abiertos*, y la nueva perspectiva del fomento a la lectura por medio de la oralidad, lo que en resumen es el planteamiento del objeto de estudio más otros elementos que aportan la construcción de significados en la narrativa del proyecto *Pequeños Radio Lectores*.

El capítulo 2 estará conformado por los antecedentes, mismos que abordarán las acciones, actividades, programas y esfuerzos en torno al fomento a la lectura y a la escritura en México, en un margen de tiempo no más de treinta años a la actualidad. Se continuará con el marco conceptual para la recapitulación de las diversas posturas teóricas y prácticas en torno al valor social, familiar, educativo y personal que adquiere *la creatividad e imaginario infantil, los audiocuentos, la oralidad, la lectura, el efecto imaginante, la escritura y la alfabetización*, y la idea de una *radio para niños*, a partir de los modelos de aprendizaje que sostiene la Teoría de las Inteligencias Múltiples de Howard Gardner. Por otro lado, para la conformación teórica en materia de formación lectora, son las aportaciones de Michele Petit, las acciones detonadoras de la Gestión Cultural en palabras de Lucina Jiménez y Luis Jesús Galindo Cáceres, sobre lo que es y hace un Buen Promotor de lectura de acuerdo a Felipe Garrido, la importancia de la Oralidad a través de los argumentos de Luz María Chapela, sobre el Efecto Imaginante de José Gordon y finalmente, la importancia de la Imagen y la Palabra de Estela Vázquez.

La unión entre la lectura y la radio puede ser es un puente interesante para el fomento a la lectura y una actividad cultural que propicia el reconocimiento de los principales derechos de la infancia. Por lo que concluirá el capítulo 2 de esta tesis, haciendo un bosquejo mínimo al respeto de los derechos culturales en la infancia y la implicación de la tecnología para el consumo cultural, y sean argumentos los que aporten, nuevamente, la justificación a favor de los proyectos de radio para niños.

En el capítulo 3 se revisarán todos los detalles del proyecto *Pequeños Radio Lectores*, para proveer claridad sobre las bases que sostienen al proyecto, los intereses de los contenidos; las cualidades estéticas de grabación, voz, edición y musicalización; el plan de escritura, grabación, edición y publicación; el plan de marketing y diseño de marca, los actores clave y de financiamiento que fueron ejes indispensables para la implementación y la logística aplicada de ejecución; todo lo anterior, para los logros acumulados del proyecto en el margen de tiempo del 2020-2022.

Finalmente, en la sección de Metodología se revisará que la tesis es consistente con la del tipo exploratoria, pues hubo que recabar información al respecto de los temas centrales del estudio de esta propuesta cultural. También hace alusión al tipo de investigación descriptiva, por la exposición y evidencia de la documentación encontrada, como los datos duros citados, y de apreciación conforme a los resultados de la implementación del proyecto. De esta misma manera, por la parte de la Hipótesis, esta se desarrollará y explicará su comprobación con también los resultados obtenidos.

1. Pequeños Radio Lectores: Primera lectura

1.1 Hablar del Fomento a la Lectura y la Escritura para las Infancias

El hombre es siempre un narrador de historias; vive rodeado de sus historias y de las ajenas, ve a través de ellas todo lo que le sucede; y trata de vivir su vida como si la contara. (Sartre, 1938, p.45)

Para una primera lectura del proyecto Pequeños Radio Lectores se requiere entender cuál es la importancia del fomento a la lectura en la infancia, los beneficios que aporta, cuáles son las estrategias empleadas para acercar la lectura, como bien lo es el uso de las tecnologías, para efecto de estudio del proyecto en cuestión, además de reconocer el papel que juega el gestor y promotor cultural y de lectura en función de llevar esta necesidad a los públicos familiares.

El proyecto consiste en el fomento a la lectura, la escritura y la imaginación en la infancia a través de los cuentos infantiles y contenido lúdico de conocimiento general que los atrape y convenza en asomarse, tan solo un momento y por mera curiosidad, a los libros de cualquier tamaño y género; provocar, es en todo caso la idea central de podcast. Por lo anterior, se parte de la base de que la estructura de un cuento no es sino un esqueleto narrativo, que solo tiene un impacto importante en el oído de un niño cuando se le presenta con la voz, y esa historia se desdobra en múltiples pasajes que tienen lugar en el imaginario. Al respecto, Paco Abril (2002) afirmó: “los cuentos se dirigen al oído emocional de los niños” donde “los cuentos son, en definitiva, un mapa emocional de la infancia que les permite encontrar el camino para cubrir esas necesidades apremiantes” (pág.11). Son entonces los cuentos en compañía lo que hace que en primera instancia permanezcamos atentos a la escucha de lo acontecerá, seguido de una espera inminente del conflicto y su resolución, lo que hace que un niño encuentre cobijo ante la adversidad, porque es

tentar el terreno de lo posible: “si ellos pudieron, yo también”. Esto nos lleva a plantear cuáles son otras necesidades que cubre la lectura en la infancia, desde las valiosas investigaciones en torno a la formación de este hábito que brindan un aliciente e impulso a la realización de Pequeños Radio Lectores.

Se ha dicho que los beneficios de leer en la infancia pueden mejorar las habilidades cognitivas; pero esto es apenas una pequeña aportación a todo lo que puede brindar, como Paco Abril (2002) definiría, los dones de la lectura, mismos que se enlistan a continuación: 1) Don del afecto, 2) Don del acercamiento, 3) Don de la fuga, 4) Don del consuelo, 5) Don de la palabra, 6) Don de la identificación, 7) Don del deseo lector, 8) Don del conocimiento, 9) Don de la imaginación. Cada uno de estos dones, son una suerte de regalos para el lector que, si se analiza bien, son necesidades primarias de todo ser humano, pues cada una de éstas, son requeridas en cualquier etapa de la vida, desde la infancia hasta la vejez.

De manera detenida, los dones que se podrían vincular con mayor facilidad a los audiocuentos, bien podrían ser todos, pero, con afán de rescatar un vínculo particular, se seleccionan los siguientes: 1) el don del afecto -pues se refiere al apego y la cercanía que surge del lector con la historia y por quien lee, además del anhelo por explorar por medio de la imaginación aquello que se leyó, volviendo al cuento en un espacio cercano-; 2) el don de la palabra, donde Paco Abril (2002) dijo:

Recordemos que los seres humanos somos criaturas ávidas de palabras. Las palabras de los cuentos no son ruidos carentes de significado; al contrario, son palabras significativas que tienen sentidos. El lenguaje se transforma en ellos, sobre todo para los niños y niñas, en un mensaje aliviador, aunque pasen miedo al escucharlos. (p. 18)

Se encuentra también, 3) el don de la imaginación, que pareciera ser en la infancia un músculo imprescindible, donde los cuentos son habitados por mundos posibles, que se regeneran cada vez que hay una nueva lectura, pero así sea en la literatura o fuera de ésta, la imaginación nos rodea. Como dijera L.S. Vygotsky: “Todos los objetos de la vida cotidiana, sin excluir los más simples y ordinarios son, por así decirlo, la imaginación cristalizada” (1999, p. 4). Y es en la infancia donde esta capacidad creadora se despierta:

Desde la más temprana infancia observamos procesos de creación que se aprecian mejor en los juegos: el niño que se imagina que va a caballo cuando monta sobre un palo; la niña que se imagina madre al jugar con sus muñecas; otro que en el juego se transforma en un bandido, un soldado o un marinero. Todos estos niños muestran ejemplos de la más auténtica y verdadera creación. (Vygotsky, 1999, p. 5)

Y, por último, 4) el don del consuelo, ya que los cuentos son un espacio de encuentro con una realidad posible en donde, y a modo de espejo, nacen las dudas, los conflictos, las penas, las alegrías, y a veces las soluciones. Un niño, no es ajeno a alcanzar un proceso reflexivo, pues se vuelven los cuentos en uno de los primeros instrumentos que lo trasladan a otras realidades por medio de la palabra, la imagen y la imaginación. Paco Abril, recuperó una frase: “Una narradora quechua afirmaba que los cuentos se contaban para dormir el miedo” (2002, p. 17).

Por otro lado, y continuando con el hilo del último don, el don del consuelo, Michele Petit se pronunció con una ponencia “La lectura reparadora” en donde afirmó que: “La lectura es una vía de acceso privilegiada hacia ese territorio de lo íntimo que ayuda a elaborar o sostener el sentimiento de la individualidad, al que se liga la posibilidad de resistir a las adversidades” (2000, p.69). Esto último es relevante en el proceso de creación del proyecto Pequeños Radio Lectores, debido

a que las circunstancias que se dieron fue en medio de la pandemia por el covid-19, lo que generó no solo una crisis sanitaria, sino también afectaciones psicológicas, por lo que el arte y la literatura fueron espacios seguros para habitar nuevas realidades, como lo dijo Petit (2000): “Lo que está en juego a partir de la lectura es la conquista, la reconquista de una posición de sujeto” (p.70), pues es en la lectura “el sentido real y metafórico, en donde sentirse suficientemente protegido para poder ir y venir libremente, sin peligro y abandonarse a la fantasía” (p. 71).

Aun si la lectura no es a través de un libro físico, y sí por medio de la oralidad, tal como sucede con los audiocuentos, prevalece el acto y todas las bondades que previamente se comentaron, pues es la capacidad de comprender un mensaje con las dimensiones que supone la narración, aunque claramente, hay una predisposición de la historia con la voz y sus inflexiones. Esto no resta la posibilidad de estimular la imaginación, porque al contrario de un libro físico, la voz es el instrumento que recreará las situaciones, los personajes y los escenarios, promoviendo una amplia extensión lingüística y repertorios sonoros de cómo suena la palabra escrita. Además, se presume que estos recursos predispongan a los oyentes a entrar en contacto con la lectura de un libro, porque ya cuentan con un proceso previo de sensibilización a la palabra, a las historias, a los cuentos y a los libros. Es por esto que, la realización de un programa de radio como actividades escolares, provee de habilidades comunicativas, sociales y personales a los niños y a las niñas, pues se encuentran con el poder de la palabra, de su voz y la construcción de significados en torno a los mensajes que se deseen comunicar. De igual manera, el mismo impacto lo reciben los proyectos de gestión de programas radiales comunitarios enfocados en las infancias y en adolescentes, principalmente, porque, como lo mencionó Michele Delorme (como se citó en Laplana, 2020) pionero en la creación de espacios de radio para la infancia en Canadá:

La radio es el universo del sonido, de la palabra y la música. Los niños vienen fácilmente al micrófono para hablar y hacer preguntas. Los jóvenes son

ávidos consumidores pero excelentes creadores de contenido. Si la radio proporciona un lugar a las canciones, a la música y a la literatura infantil, sin duda tendrá mayor audiencia. A nosotros los adultos nos corresponde asegurarnos que les den la palabra en la radio. La radio para los niños cultiva la imaginación, nutre los sueños y anima a jugar. (Párr. 6)

La radio es al final, un medio que posibilita el juego y la interacción humana, porque es el espacio para la transmisión de cualquier tipo de mensajes y, por ende, de una las formas humanas más naturales de construir memorias, culturas, identidades. La radio es el medio por donde la voz, la palabra, las ideas y la imaginación confluyen para generar oportunidades de conocimiento, entretenimiento, diversión, aprendizajes.

El fomento a la lectura a través de la radio entabla una relación directa entre la palabra y la imagen, quizá, es esto lo que de manera sencilla se describe como puente para la imaginación, proceso complejo que solo la inteligencia humana puede generar a través de la oralidad, como ejemplo, los audiocuentos. Al respecto, Estela Vázquez expresó:

Las palabras son música, ritmo, colores, líneas, olores, sabores, emociones y recuerdos; son universos que posibilitan la construcción de muchos universos. Nombramos para crear imágenes que guardamos en nuestra memoria, recreando el mundo para que no desaparezca. (2012, p. 19)

1.2 Imagina, con los Ojos Cerrados y los Oídos Bien Abiertos: Segunda Lectura

La experiencia del trabajo con los niños y las niñas ha dado paso a gestionar talleres y programas que pongan en el centro el valor de la imaginación, porque, como mencionó L.S. Vygotsky (1999): “La imaginación constituye una condición absolutamente necesaria para casi toda función del cerebro humano” (p. 9), por lo que la formación de acervos de lectura, y la escritura de contenidos, es una labor compleja, pues se busca la mejor calidad en estos recursos para ser transmitidos por las mejores vías o canales. Es así que el planteamiento de estudio surge a partir de este valor en cuestión: ¿Cuál es la mejor estrategia de fomento a la lectura y la escritura en niñas y niños en edad escolar?, ¿qué impacto tiene un podcast o radio para niños en la actualidad?, ¿por qué los audiocuentos son del agrado de los niños? Por lo tanto, para efecto de esta investigación, el podcast Pequeños Radio Lectores es la propuesta por la cual se buscará acercarse a una respuesta clara para los cuestionamientos anteriores.

En anteriores páginas, se ha abordado una primera lectura del proyecto, pero ahora se desarrollará el planteamiento de estudio que no es, sino el móvil del podcast y sus contenidos, pues todo tipo de esfuerzo vertido en esta gestión, encuentra su razón de ser en el interés en la infancia y la creación de materiales literarios de calidad que promuevan la lectura y la escritura, pero, sobre todo, estimule en ellos el poder de la imaginación y la capacidad creadora.

En este flujo de ideas, es que el podcast Pequeños Radio Lectores retoma este valor, la imaginación, como base por donde encaminar todos los esfuerzos, lo que da como resultado, el eslogan que aparece hasta en la portada, aun siendo una oración larga: *Imagina, con los ojos cerrados y los oídos bien abiertos*. Parece clara la intención comunicativa, imaginar no solo es un acto que nace a partir de la vista, es decir, de un solo sentido, y tampoco lo es solo a través del oído, sino que lo es

en su conjunto, *tener los oídos bien abiertos* es una metáfora mínima de ser receptores de todo lo que sucede en el cuento y en uno mismo cuando caen las sorpresas, cuando los personajes hablan, cuando sucede el cuento. Es esta capacidad receptora que todos tenemos, para traducir el mundo exterior al mundo interior, y viceversa, donde los sentidos juegan un papel indispensable para la traducción sensible de lo que nos rodea. En ese proceso interpretativo, la imaginación toma su cauce, porque es la palabra y la oralidad que, como describe Luz María Chapela (2012) que: “Los niños construyen su identidad gracias a la palabra oral, que les hace posible saber que tienen un nombre, que son queridos, importantes para quienes les hablan de manera cálida, y también que forman parte de un grupo” (p. 16).

La oralidad promueve la imaginación, porque el discurso, la narrativa, lo que se dice, se hace y teje con palabras, y las palabras, son imágenes, son sentido y significado. Por lo tanto, los cuentos, los relatos configuran una serie de procesos mentales que nos llevan al imaginario latente en todo ser humano.

La lengua oral responde a la necesidad vital que tenemos los humanos de nombrar, entretener eventos, analizar, narrar, preguntar, formular hipótesis y probarlas, así como compartir con otros sentimientos, emociones y anhelos. Como dijimos antes, los relatos orales nos permiten visitar el pasado y anticipar un futuro deseado y, por lo mismo, forman parte indispensable de la vida política, moral, cultural y social de las comunidades, los pueblos y las naciones. (Luz María Chapela, 2012, p. 16)

Imagina, siempre imagina, es también un eslogan que acompaña los cierres de los episodios, a modo de invitación, o un simple recordatorio de un acto que debería ser cotidiano, porque las ideas que caen a partir de que se abre la capacidad

de sorpresa, pueden dar lugar a cambios de perspectivas o paradigmas, o bien, propiciar en niños como en adultos, la reflexión y la curiosidad.

El podcast Pequeños Radio lectores se conforma de cuatros secciones que promueven la imaginación a través de la oralidad, del poder de la palabra, “Cuando hablamos de oralidad nos referimos a algo vivo, activo, libre y creativo que, al mismo tiempo, es fugaz” (Luz María Chapela, 2012, p. 13).

1.3 El Podcast Infantil: Nuevas Prácticas de Consumo Cultural y Acceso a la Educación

En los últimos diez años, la gran mayoría de las actividades humanas se han tenido que adaptar a la presencia de las tecnologías, pero con mayor velocidad a partir del año 2020, a razón del confinamiento producto de la pandemia por el covid-19. Esto ha impactado al rubro cultural en el que las actividades creativas migraron a plataformas como *Zoom*, *Google Meet*, *Teams*, por mencionar algunas. En la actualidad, aunque ya hay una reciente apertura de los espacios públicos, sigue siendo una necesidad continuar con esta modalidad virtual, por lo que los proyectos artísticos y culturales, se han tenido que adecuar a ser híbridos. Es esta situación lo que llevó a Pequeños Radio Lectores a ser un podcast infantil, es decir, con contenidos especiales para niñas y niños, lo que resultó en ser un espacio libre, con la opción de generar audiocuentos y cualquier otro tipo de episodio creativo de índole literario. También sigue siendo una opción de fomento a la lectura, de acceso a la cultura, a la educación y también, un ejercicio de gestión cultural que promueve nuevas prácticas lectoras a través de la tecnología.

La aparición del podcast se remonta en el lejano 2004 con la presencia de episodios de las principales emisoras de radio que grababan sus programas y los subían a sus plataformas por internet, lo cual provocó que paulatinamente muchas

estaciones imitaran estos actos y se produjera interés por el público en hacer lo mismo, solo que claramente, con sus respectivos intereses de contenidos (UNESCO, 2021). Actualmente, a nivel mundial, existen poco más de 2,000,000 de podcast, y “Los teléfonos móviles representan el 79% de las horas de escucha de podcasts. El segundo dispositivo más utilizado son las computadoras portátiles (15 %) y las tabletas (6 %) ocupan el tercer lugar” (Factoría Creativa, 2022, Párr. 27). Otro dato importante es que, en México, el contenido que más se consume es la Música con 76% de preferencia, seguido de comedia con 17% y contenidos de arte y cultura 12%. Respecto a los contenidos de nicho, como lo es el contenido para niños y niñas, o podcast infantil, es tan solo una forma de llamar a un tipo de tratamiento temático que tenga mayor resonancia en este público, y no excluya a los jóvenes y adultos; la articulista Diana Oliver recupera el comentario de Maite y Xaviera, creadoras del podcast *La lupa Sónica*: “Las familias demandan contenidos de este estilo. Opciones que sean divertidas, entretenidas y que permitan sacar a los pequeños un rato de las pantallas. Al final el público infantil es un público muy grande y especialmente olvidado” (El país, 2022, Párr. 8). Otra cuestión importante, de relevancia mundial, es que los contenidos para las infancias apelan a preservar sus opciones de consumo educativo, ya que, si antes de la pandemia había 130 millones de niños sin ir a la escuela: “En el pico de la pandemia de la COVID-19, el cierre de las escuelas afectó a más de 1 500 millones de estudiantes en 200 países, de los cuales más de 760 millones eran niñas” (UNESCO, 2022, p. 6).

Por lo anterior, la propuesta de hacer radio para niños, es una necesidad que apela a los derechos culturales de la infancia, y a que, con la radio o el podcast pueda haber democratización cultural, donde los niños de las grandes o pequeñas ciudades tengan acceso, así como los niños que habitan las periferias o las comunidades alejadas. Los retos son tecnológicos y educativos, en primer lugar, porque se requiere que el internet cubra las zonas carentes de este recurso, la radio *per se*, ofrezca contenido para niños, y que haya desarrollo de planes, programas y contenidos lúdicos, dinámicos, divertidos y significativos para los oídos de un infante, pues es a través de este medio audible que también es posible apoyar en

la tarea de la educación, no como sustitución, sino complemento. Al respecto, las creadoras de la *Lupa Sónica* comentaron a Diana Oliver en *El país* (2022):

Nos resultaba un tanto alarmante que niños de ocho o nueve años crecieran únicamente con *youtubers*, *influencers* o jugadores de fútbol como referentes. Queríamos ofrecer una alternativa de calidad a las pantallas y un producto que se pudiera escuchar en familia. (Párr. 2)

Esta preocupación es compartida, pues en México este fenómeno de consumo es similar. Los desafíos consisten en también explorar los contenidos culturales y no solo los de tipo literarios, ya que los podcasts que actualmente se difunden para niños son sobre temas exclusivamente de cuentos clásicos dramatizados y/o musicalizados, o bien, de temas que, en particular, se decantan por una única línea temática, ya sea por su abordaje de información y curiosidades científicas o música para niños.

El proyecto *Pequeños Radio Lectores* además de ser un *podcast*, también lo es un ejercicio de gestión cultural y tecnológica, con el enfoque de mejorar, ampliar y llevar las prácticas lectoras a estas trincheras, al alcance de mamás, papás, abuelos, docentes que puedan llevar este contenido a niñas y niños en edad escolar de una manera actualizada. Como comentó Lucina Jiménez en su libro *Gestión Cultural y lectura en tiempos de diversidad* (2012):

Somos testigos de una de las revoluciones tecnológicas más aceleradas que haya vivido la humanidad en un lapso muy corto, una donde la espectacularización de la vida y el predominio de una cultura del entretenimiento reclaman nuevas formas de narratividad. (p. 73)

Esto lo comentó ocho años antes de la pandemia, y actualmente, la revolución de las TICs no ha parado. Es un proceso que continuará impactando directamente en todas las áreas de la vida humana, y que, en el aspecto social,

artístico y cultural será inminente que sigan existiendo nuevas actualizaciones o plataformas que promuevan la extensión de comunidades virtuales. Jiménez (2012) dijo: “Las redes tecnológicas han permitido poner al alcance de millones de personas un universo de conocimientos” (p. 76), por lo tanto, y al respecto de la lectura:

Tenemos que insistir, entonces, en los contextos de la lectura, subrayar la experiencia frente al aburrimiento. De ahí que la lectura no pueda aislarse de otras prácticas culturales que entrañan el ejercicio de la ciudadanía cultural del disfrute y del placer, de la curiosidad y de la creatividad. (Jiménez, 2012, p. 73)

Las aportaciones de la gestión cultural en la vida de las personas de comunidades pequeñas o de las metrópolis, no son indiferentes a las acciones de la gestión, pues tienen un impacto directo en las prácticas culturales, artísticas y sociales de las personas. La realidad en la que actualmente nos encontramos, en época post pandemia, es que “Las comunidades de aprendizaje o las comunidades de actuación de la gestión cultural son en la actualidad inestables, abiertas, híbridas y diversas” (Jiménez, 2012, p. 18). Por lo tanto, toda acción que comprometa la difusión, promoción del libro y la lectura debe responder a la actualización tecnológica y de estrategias para llegar a más lectores, porque cabe la posibilidad de que en estas adecuaciones quepa el enriquecimiento de las prácticas.

Impulsar las practicas lectoras, como tema actual de la gestión cultural, implica entender que el posible lector es un ente social y culturalmente construido en ambientes y confrontaciones que marcan la vida cotidiana. Igualmente, necesitamos una comprensión amplia del contexto actual en el que se desarrollan el acto de leer y el libro mismo como dispositivo. (Jiménez, 2012, p. 20)

Finalmente, se requiere la comprensión de que la gestión cultural y tecnológica, aporta la suma de acciones y estrategias que pueden atraer más la

mirada de los niños a los programas radiales y podcast, para ser considerados una plataforma cercana y divertida.

2. La Gestión y Promoción Cultural de las Prácticas Lectoras

2.1 Perspectivas Entorno a la Educación y la Animación a la Lectura en la Infancia

En el marco de una construcción teórica que sustente las ideas, las acciones y el desglose del proyecto *Pequeños Radio Lectores* podcast, se vierten en el siguiente capítulo, las aportaciones de Howard Gardner con su libro “Inteligencias Múltiples” (1983); Michele Petit con su libro “Leer el mundo” (2015); José Gordon con su aportación del “Efecto Imaginante” (2012); “El efecto estético”(2012) de Estela Vázquez y a Lucina Jiménez con el libro “Gestión Cultural y Lectura en tiempos de diversidad” (2012).

La teoría de las inteligencias múltiples (1983) de Howard Gardner, encuentra su sitio en la presente documentación a razón de ser ya que han comprobado uno de los ejes que impulsó la investigación: “El aspecto importante aquí, es la pluralidad del intelecto (...) creemos que los individuos pueden diferir en los perfiles particulares de inteligencia con los que nacen, y, sobre todo, que difieren en los perfiles que acaban mostrando” (2019, p. 35). Por lo que la naturaleza humana requiere de una atención particular, y no de una teoría que unifique en un solo proceso el aprendizaje de las personas, en este caso, las infancias. Esto es importante, debido a que la plataforma del podcast trabaja (independientemente de su contenido y tratamiento temático), con sonidos, con la palabra y con un recurso del que nacen los anteriores: con la voz, uno de los instrumentos milenarios que dieron origen a la música primitiva y ancestral. Por lo cual, las inteligencias que propone Gardner en una edición más próxima a la actual, indica siete inteligencias: 1) Inteligencia Lingüística, que se refiere a la capacidad de expresión comunicativa, al repertorio y uso de las palabras para creación de mensajes; 2) Inteligencia lógico-matemática, es la capacidad de desarrollar procesos lógicos y numéricos; 3) Inteligencia espacial, una cualidad necesaria para la orientación en un tiempo, momento y lugar; 4) Inteligencia musical, como la capacidad para escuchar, analizar

y reproducir sonidos musicales con cualquier instrumento; 5) Inteligencia corporal-cinética, habilidad para la resolución de problemas a través del cuerpo, la mente, las destrezas físicas; 6) Inteligencia interpersonal, que es la capacidad de relacionarse con los otros, y finalmente, 7) Inteligencia intrapersonal, o bien, la destreza para lograr el desenvolvimiento personal en las diversas actividades de la vida. Por lo anterior, es claro que la propuesta del podcast no apela a todas las inteligencias, sino que hay algunas que principalmente son atendidas desde la naturaleza misma, así pues, son las siguientes inteligencias las que se desarrollan: 1) La inteligencia lingüística, por ser un espacio que potencia el uso de la palabra y la experiencia literaria para formar el oído de los niños por medio de un repertorio de imágenes y significados; 2) La inteligencia musical, en cierta medida, pues es uno de los recursos indispensables que detonan el poder en el que se transmiten las palabras, se hacen cortes, se equilibran los tiempos de la narración; 3) También, la inteligencia inter e intra personal, debido al carácter lúdico que es propio de la ficción, cuando se nos muestra un cuento, se muestra un mundo, una historia, y todos los interludios que a veces, hacen de espejos para mirarnos de cerca.

Otra de las lecturas que son referentes teóricos para el desarrollo del proyecto en cuestión es la valiosa aportación de “Leer el mundo” (2015) de Michel Petit, antropóloga francesa que ha realizado diversos estudios e investigaciones en torno a la formación lectora, sobre el aporte de la lectura y la escritura y ensayos sobre las reflexiones que aporta la labor de un gestor, promotor, maestro y todo aquel que se dedique a acercar el libro a los lectores. Es así que, dentro de sus reflexiones, se recuperan muchos que hacen sentido al por qué, no solo del proyecto en cuestión, sino, seguramente, de todos los que se inscriben dentro del cometido de aportar algo a las infancias.

La apuesta es, antes bien, que esas experiencias, esa educación, animen a aquellas y a aquellos que las han tenido a lo largo de toda su vida, aun cuando hayan olvidado la mayor parte de lo que vivieron o descubrieron. Es

forjar un arte de vivir cotidiano que escape a la obsesión de la evaluación cuantitativa, es forjar una atención. Es llegar a componer y preservar un espacio muy diferente que privilegie el juego, los intercambios poéticos, la curiosidad, el pensamiento, la exploración de sí y de lo que nos rodea. Es mantener viva una parte de libertad, de sueño, de algo inesperado. (2015, p. 17)

Más allá de los objetivos de impartir un conocimiento es también de generar espacios personales de encuentro y reflexión que propicien la duda, generen la curiosidad y abran espacios de diálogo, no como un reflejo condicionado, sino como una forma cotidiana de mirar la lectura.

Leer para Petit no se reduce a un acto externo, sino a una actividad que nutre el interior; por lo tanto, sea en silencio como acto personal, o sea en voz alta para otros, Petit argumentó: “Los textos leídos abren un espacio en ruptura con la situación de los participantes y relanzan su actividad psíquica, su pensamiento, sus palabras y sus intercambios, enviándoles ecos desde lo más profundo de sí mismos” (2015, p. 65). Por lo tanto, la actividad de leer para otros, teje una educación sensible sobre uno mismo, y en palabras de Petit, una educación sentimental, misma que considero, se correlaciona directamente con la inteligencia *inter* e *intra* personal de Gardner.

Por otro lado, si algo en lo que también contribuye la lectura, es en el conocido “Efecto imaginante” (2012) que José Gordon propuso en uno de los cuadernos de Salas de Lectura, editado por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y por medio del Programa Nacional Salas de Lectura. Este “efecto” es, en apariencia inexistente ante los ojos humanos, pero no ante la mirada, pues tiene ésta, la sensibilidad suficiente para observar lo inaudito, la posibilidad de abrir puertas mentales que superan la capacidad lógica, pues es cuando se introduce la

imaginación. Al respecto, Gordon (2012) expone: “La imaginación implica libertad interna, resistencia y creatividad crítica que no se conforma ante límites absurdos que se nos imponen” (p.20). Y a esto incluyo la realidad, porque como también señala: “La literatura y el arte tienen una disposición abierta a una imaginación que nos rebasa. Los vasos comunicantes entre ficción y realidad nos descubren historias inconcebibles que nos llenan de asombro” (Gordon, 2012, p. 47). Esta capacidad de asombro que se produce a través de la lectura, lo encontramos también en las múltiples formas de contagio literario, como se revisó, por medio de la lectura en voz alta, o leer para otros; se trata de un efecto que resuena porque, como expresó Gordon:

Los relatos nos abren registros más sutiles del mundo, modifican nuestras perspectivas. La exactitud de la experiencia nos lleva a un sentido más profundo de intimidad. Éste es uno de los efectos reconocibles de los relatos, pero las huellas de la imaginación en nuestra memoria no se limitan a lo que llegamos a identificar conscientemente. (2012, p. 59)

Hay otro efecto literario, el “efecto estético” que bien podría ser entendido desde su expresión individual, o ser parte de los porqués o la razón fundamental de este popular concepto antes revisado: “efecto imaginante”, pero que, en cualquiera de estos casos, es por demás interesante y de gran aporte en la formación conceptual del proyecto tratado, revisar los que la escritora Estela Vázquez aborda en su libro “Imagen y Palabra” editado por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes del Programa Nacional de Salas de Lectura. Especialmente, la sección que aborda “La experiencia estética”, ese espacio que ocupa la imaginación después de que las palabras rebotaron en el interior, Vázquez lo señala como: “un tiempo en el que sentimos, pensamos y recreamos en torno a una obra de arte de cualquier disciplina” (2012, p.39). Esto es posible, nuevamente, por medio de cualquier forma o plataforma que acerque esa obra a la mirada de un espectador, de un lector o un receptor. En gran medida, esta experiencia literaria está dada por la naturaleza del

libro, su calidad y claridad en el mensaje, pero también se encuentra por medio de un diálogo, a veces involuntario, cuando entramos en contacto con la obra; esta experiencia puede ser percibida desde la infancia como en cualquier otra etapa humana, porque el lenguaje, por el cual se comunican estas sensaciones o experiencias, no son las palabras que forman parte de nuestro registro lingüístico, sino son en su conjunto, los silencios, los diálogos internos, las imágenes develadas en nuestra impronta mental, por lo cual, Vázquez indicó que:

En esta experiencia nos sentimos *tocados* por lo dicho en la pintura, en la música, en el cine [o cualquier otra expresión artística]. Este ser o estar *tocado* tiene que ver con aquello que encontramos de nosotros mismos en la obra de arte y no solo eso, sino que también nos confronta. Saberse *tocado* es trascender el pensamiento, entrar en el ámbito de lo desconocido, un nivel en el que no nos movemos todos los días. (2012, p. 42)

Ninguna de las anteriores ideas, que sustentan el valor de la práctica lectora como actividad que resuena a modo de necesidad humana, se podría llevar a cabo si no fuera por las aportaciones de la gestión cultural y el reconocimiento de la tecnología como escenarios que propician el acercamiento con el otro. Es por esto, que se incluye a Lucina Jiménez con su libro, también editado por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes para el Programa Nacional Salas de Lectura, la *Gestión Cultural y Lectura en tiempos de diversidad* del cual se recupera el ensayo del capítulo “Gestión Cultural y diversidad” ya que se menciona la transformación de las actividades culturales debido a la llegada del internet, y las adecuaciones generadas a partir de la innovación en las prácticas de consumo en plataformas y también dispositivos, de los que en la actualidad, son herramientas de trabajo, de comunicación, de educación y más que nunca, de generar repertorios culturales. Jiménez señaló:

Internet generó nuevas formas de relación, encuentro, comunicación y comercio, a la vez que concentró en un mismo dispositivo muchos inventos que tomó años construir: la palabra escrita, la radio, la televisión, la prensa escrita, el video, el sonido, la fotografía, el cine. (2012, p. 42)

Actualmente, el podcast (una plataforma que deviene de la radio y el arte literario y de la comunicación) requiere para la gestión, una articulación de acciones, ahora inmersas en el conocimiento de estas herramientas, donde la innovación y el desarrollo cultural no se pierdan o desvirtúen su valor por estar sujetos a estos escenarios, donde la masificación puede aplastar el sentido de la individualidad, y que, por lo contrario, opere “como parte orgánica de una vida cultural que permita crear nuevos escenarios de certeza, alegría, esperanza y convivencia espacial, tanto en lo individual como en lo comunitario y en lo social” (Jiménez, 2012, p. 45). Esto será posible, en la medida que las acciones que encamine el gestor cultural comprendan todas las dimensiones que tiene un proyecto cultural desde a su concepción, valores internos, objetivos, metas, hasta los retos que responden a la hibridación cultural por la tecnología y los escenarios de diversidad.

2.2 La Importancia de la Promoción Cultural y el Fomento a la Lectura en México

A principios del siglo XX en México, diversos grupos de intelectuales trataron de dar sentido al espectro de la cultura, para conformar un sistema identitario, que se alejara determinadamente de una ideología nacionalista (donde sus estructuras y contenidos apelaban a una visión de lo local), para que, en cambio, se conformara por una perspectiva universal, inspirada en promover las artes, principalmente la literatura, siendo ese medio, la promoción cultural. En dicha forma, esta práctica, que se comenzó a ejercer en México a principios de ese siglo, ha atravesado diversos procesos históricos que han llevado a la evolución del término, en un principio, entendida como una práctica llevada de la mano de colectivos, asociaciones o instituciones compuesta por intelectuales, por ejemplo: *Las Vanguardias*, *El Ateneo de la Juventud*, *los Estridentistas*, *los Contemporáneos*, *Los*

muralistas, entre otros. La visión de la cultura y su inclusión en la vida política y social propició que cada vez más este concepto: “socializar la cultura” tomara mayor auge, aún más en la escena de la literatura dirigido a un discurso que, como señaló Bordeau (1997) en el campo del arte y la literatura requieren espacios para su socialización, en donde ya no solo los intelectuales serían las voces que dictaran el rumbo de la cultura. La reestructuración de dinámicas de poder en este terreno fue inminente, las prácticas de producción cultural se someterían a una institucionalización, otorgando una escena más amplia en el que la sociedad sería un agente activo.

La promoción cultural, en términos actuales, Aida Martín Rodríguez (2010) la define la como: “la participación democrática en los procesos de desarrollo cultural que se producen en las dimensiones comunitaria y local, coordinando la realización de actividades que estimulen el protagonismo, la creatividad y el compromiso individual y colectivo” (p. 8).

El esfuerzo de las instituciones públicas actualmente promueve la participación sostenida de la sociedad a tomar acciones que se encaminen en el porvenir colectivo de sus entornos, a través actividades artísticas que desaten un sentido profundo de identidad o bien, de identidades en un contexto que se entiende plural y diverso de las comunidades urbanas y rurales. De igual manera, Martínez señala que es proclive “propiciar el conocimiento y la comprensión de las políticas culturales que signan los límites de acción en las circunstancias comunitarias y locales” (2010, p. 8), siendo el conocimiento de la normativa gubernamental las pautas para generar propuestas y acciones en beneficio del agente promotor y de la sociedad en general.

Es importante señalar que la promoción cultural aborda un sin fin de posibilidades artísticas que, en suma, se plantean como procesos creativos para la organización y reproducción de acciones consecuentes a un contexto determinado.

Es así que la importancia de estimar los alcances de la actividad promotora lleva a *Pequeños Radio Lectores* a responder a una necesidad que se plantea entre las familias con niños que requieren estímulos en la iniciación artística, a partir de la palabra, la oralidad, la narración literaria y el estímulo a una virtud que en esencia responde a la infancia: la imaginación.

Respecto de la promoción cultural, en términos de fomento a la lectura, Felipe Garrido señala en su libro *Manual del Buen Promotor* (2012) que la palabra a temprana edad es una puerta que se abre al mundo de la curiosidad, el conocimiento y propicia la generación de personas que se convertirán en lectores autónomos. Algunas de las ventajas que el autor determina son: niveles de comprensión más altos; un lector autónomo tiene conciencia de lo que comprende y de lo que no comprende; la lectura por voluntad e interés propios, por gusto, ejercita el intelecto y contribuye a desarrollar tres formas de pensamiento estrechamente vinculadas: 1) Pensamiento abstracto, 2) Pensamiento utópico, y 3) Pensamiento crítico. Existe una relación directa entre la lectura autónoma y el rendimiento escolar; y un lector autónomo sigue aprendiendo, multiplicando sus experiencias y ampliando sus horizontes durante toda la vida. La lectura aumenta su capacidad expresiva y comunicativa.

La promoción cultural da cabida a potencializar las muestras de arte que hay en México, promoviendo la escena multicultural en espacios públicos al alcance de la sociedad en diversos contextos, en el que la danza, el teatro o la literatura sean expuestos democráticamente.

2.2.1 La Animación Sociocultural y la Creación de Públicos Lectores

La literatura y el arte comparten una correlación directa y estrecha, ya que se complementa el artificio estético y la producción de sentido: el arte de la oralidad; el arte de la narración, el arte del libro y sus historias, el libro como arte, permite la

exploración de los sentidos y la imaginación, condición innata de los seres humanos que tiene “Por su capacidad de enlazar los sentimientos, pensamientos y actos, y de influir sobre todas las partes de la existencia personal y social” (Quiroz Trejo, 2009, p. 93). Es el espacio en el arte literario que recreamos infinitas posibilidades de ser y existir, como indica Tiscareno: “la lectura [se convierte en una parte] importante de la vida, que la lectura es una fuente de experiencias, emociones y afectos; que puede consolarnos, darnos energías, inspirarnos. Significa que se ha descubierto el enorme poder de evocación que tiene la palabra y la lectura” (s. f., p. 9).

Aun reconociendo las bondades de la lectura, principalmente las de índole literario, la presencia del libro parece no ser vital entre las formas de consumo de la sociedad mexicana, ya que, de acuerdo a las cifras del Módulo de Lectura, la población adulta lee únicamente 3.7 ejemplares al año, mientras que la población adulta de Chile, Colombia, Argentina y Brasil se leen más de 4 libros (INEGI, 2021). Con esta estadística del INEGI, lo subsecuente es pensar que en México se lee menos que la mayor parte de países con un desarrollo estable en América Latina; sin embargo, cabe hacer las siguientes preguntas ¿Por qué México lee menos que Chile, Colombia, Argentina y Brasil?; ¿A la sociedad mexicana no le gusta leer?; Con esto, se busca responder de manera concreta y lógica, que en el caso de la primera pregunta, México lee, hecho sustentado por medio una inspección a las prácticas culturales lo que resulta contradictorio, porque la diferencia en números no es mucha, además, a pesar de ser un número inferior, lo que se pretende vislumbrar es que aún, por muy deseable que pudiera llegar a ser para un mexicano ver en un estudio que muestre que su país ocupa uno de los primeros lugares de lectura por habitante, la realidad, es que, aunque así fuese, no importaría, no cambiaría nada. Comparar números en una estadística, inevitablemente, arrojará más números; y lo que se desea, es tener una perspectiva amplia que expliquen dichas estadísticas, lo que nos lleva a entender otros asuntos: las condiciones sociales, económicas y políticas como ejes determinantes de una circulación de flujo cultural. En la segunda pregunta, se considera imprescindible abordar la estadística presentada, para determinar por qué existe una desaprobación por la lectura en

México, o bien, cómo a pesar de que por año se lean únicamente 3.8 libros, considerar una observación de naturaleza cualitativa, por lo que la sugerencia es replantear a las siguientes preguntas: ¿qué se lee? y ¿cómo se leen los 3.8 libros? ¿cómo acceden a ellos? ¿cuáles son los contextos de los lectores? para entender las áreas de oportunidad que se requieren intervenir, cambiar o ajustar, porque ciertamente se lee en México, pero no se ajusta a los parámetros de los deseado en comparación con otros países.

El problema de este contraste es que, justamente, no se visualizan las condiciones sociopolíticas de cada región, lo que conduciría a realizar una indagación muy puntual entre las variables económicas e históricas, cuando lo que se pretende en la era de la globalización, es observar de cerca las dinámicas culturales de México. La cultura de la lectura requiere afirmarse en la sociedad con mayor empuje en los años venideros; sin embargo, en la historia contemporánea del país existen dos claros ejemplos de iniciativas que han propagado el interés por este campo tan noble, el de generar lectores, y no necesariamente, sociedades de consumo. Aunque también pudiéramos hacer lectura precisa de las dinámicas de la industria cultural y su consumo.

En México se han realizado diversos esfuerzos de fomento a la lectura, pero hay dos formas de organización ejemplo en el país que han propiciado formar dichos hábitos, tal es el caso del Programa Nacional de Salas de Lectura, y la Feria Internacional del Libro de Guadalajara. En el primer caso, el programa tiene más de veinte años funcionando a través de la iniciativa gubernamental en cada estado de la república mexicana, en donde, por medio de capacitaciones se han logrado formar *mediadores de lectura*: agentes indispensables para propagar en sus entornos y contextos, el gusto por la lectura. En el segundo caso, la Feria Internacional del Libro de Guadalajara fue una iniciativa de la Universidad Autónoma homónima de la ciudad, propuesta desde 1987 y que ha servido para conjuntar a partir de entonces, la propuesta editorial más grande de América Latina, y con

mayor repertorio cultural concentrado en una semana, con contenido para todo público y de índole prioritariamente literario. Cada año se celebra a finales y se supera con gran éxito la participación editorial, las ventas y las visitas de los locatarios, de foráneos y extranjeros, a reserva del año 2020 en el que, por motivos del covid-19 se tuvieron que detener las actividades presenciales y migrar a la escena virtual.

Con los anteriores dos ejemplos de ingeniería social, es posible cuestionar si verdaderamente México es un país de pocos lectores o que, por otro lado, se asuma que no hay interés mínimo por parte de sus instituciones o la sociedad misma. Ante los 340.7 millones de libros que se publican en México, de los que sólo se venden el 40%, algunas desafortunadas ediciones periódicas de medios de difusión digital se ha comentado: *México es un país sin libros ni lectores* (Excélsior, 2015) artículo publicado un año antes de la estadística presentada, en el que se indica que la lectura promedio de México es de 2.9 libros, misma cifra que se ha visto superada a través de los años, por el promedio de 3.8 ejemplares leídos, sin embargo, también marca una ruta estadística al mencionar que:

En Suecia el promedio de personas que declaran leer habitualmente libros es de 71.8%, mientras que en Finlandia el promedio es de 68%. El dato disponible para Japón es de 91%, y el promedio de libros leídos *per cápita* en ese país oscila entre los 35 y los 38 títulos al año. (Excélsior, 2015, párr. 7)

Sin propósito de comparación mayor, la anterior cita tiene la intención de mostrar cifras que superan por mucho lo imaginado en una sociedad, en donde, bien podría haber una investigación asidua de aquellos parámetros y condiciones sociales, políticos y culturales que propician un incremento en el interés y consumo del libro.

No se puede afirmar que México es un país de gente desinteresada en la lectura, pues cada año, estadísticamente, se continúan realizando ferias de libros

en toda la república, así como actividades culturales, muchas veces llevadas a cabo desde agentes colectivos o gestores independientes. Aunque la lectura sea difundida abiertamente, cualquier forma de publicitación del libro, nada supera el acto en solitario, proceso que debe ser aprendido, para interiorizar el aprendizaje y el diálogo con el libro y, sobre todo, con uno mismo.

Ser Lector, es la meta. Pero no un lector esporádico. Sino por un lector que lleve al ejercicio crítico y analítico del libro y el entorno de la realidad, pues entonces será capaz de percibir lo no expresado textualmente; ser lector entrelíneas, un lector que genere diálogo con el libro y la experiencia de vida.

No hay una encuesta, estadística, o postura teórica que dictamine el número de libros que una persona tiene que leer para hacerse llamar lector. Sin embargo, la estadística del 3.8 libros leídos promedio en México sirve para confrontar el significado de ser lector, y asumirse como tal, muy a pesar de la escasez de títulos que éste lea, porque se revaloriza el sentido de la acción, es decir, la calidad de la lectura y los efectos que surtieron en el paseante de las historias, pensando en que le significaron y reconfiguración su realidad. Así pues, la situación problemática en México, es el planteamiento del mismo problema a resolver, la falta de lectura; percibida desde la cantidad de libros, que, en su lugar, debería de ser desde la calidad de la lectura, en donde el lector encuentre el goce y disfrute de la lectura y se genere un compromiso mayor consigo mismo, porque al paso del tiempo, el número de lecturas aumentarán.

Para generar un cambio de paradigma, debe ampliarse el discurso que se tiene de las formas de promover el libro, de los protocolos sobre el fomento a la lectura, no como objeto de lujo, sino como un objeto necesario, cercano, por lo que surge entonces la pregunta ¿Qué tipo de lectores se desean formar? principalmente, se busca que un ciudadano promedio de México, sea un lector autónomo o lector

auténtico, como Garrido definió: “son Lectores frecuentes de publicaciones diversas; leen libros, revistas, documentos, diarios, textos de internet, sobre una multitud de temas, pues cada lectura abre horizontes y nos lleva a otras lecturas” (2012, p.26). Leer no siempre debe significar lecturas intelectualizadas, complejas o ajenas al contexto del lector. Nadie, por ejemplo, comenzó a leer a los cuatro años las aventuras de *El Quijote de la Mancha* de Cervantes Saavedra, o *En Busca del tiempo perdido* de Marcel Proust. Para un niño, el tiempo determinará la formación de los hábitos de lectura, de igual forma que para un joven que, a pesar de que en su infancia no existieron en su realidad los libros, -aún hay tiempo-, así como para un adulto, o un adulto mayor, también.

Debemos observar el contexto de México, para entender la situación cultural de la lectura. En principio, desde el esquema laboral de la Ley General de trabajo, las jornadas laborales completas, pueden encontrarse en un mínimo de seis a nueve horas diarias, y en donde el salario a veces no es proporcional al trabajo realizado, recordando que en el Artículo 110 los descuentos al salario son varios: deudas del patrón por anticipos, pago de renta, abonos para cubrir una casa habitación, pensiones alimenticias y cuotas sindicales ordinarias, entre otras. Lo que hace complejo que los habitantes que se encuentren en el anterior esquema de trabajo y percepción económica, no gocen de tiempo para consumo de bienes o servicios culturales. Hay que enfatizar también, la caída de empleos, como señaló en su momento el Secretario de Trabajo Estatal de Querétaro en un artículo del periódico AM sobre el hecho de que la demanda supera la oferta debido a la tasa de migración, mientras que “La inflación de la canasta básica aumentó en 7.8% anual (2016-2017), su mayor alza desde abril de 2009” (El Universal, 2014, Párr. 4), dando como resultado un desabasto en las familias más vulnerables, que perciben un salario mínimo mensual, provocando que el consumo de los bienes y servicios se destine a sus necesidades básicas, y no alcance un presupuesto para esparcimiento.

No se busca una salida o justificación del resultado mostrado por las estadísticas del *Módulo de Lectura* del INEGI; sin embargo, una introspección a la situación social que existe en el país, ayudará a considerar otros planteamientos del por qué la lectura no se encuentra como prioridad en la vida de un mexicano. Es así que se vuelve un campo de oportunidad para replantear en principio, la calidad del tiempo destinado a la lectura, porque en tiempos de crisis Michel Petit recuerda:

Permite recuperar el sentimiento de la propia continuidad y la capacidad de establecer lazos con el mundo. También es un depositario de energía y como tal puede darnos fuerza para pasar a otra cosa, para ir a otro lugar, para salir de la inmovilidad. (2009, p. 81)

Se requiere entonces un cambio de paradigma, pues específicamente, en Querétaro, la actividad cultural es vasta, y es necesario, de inicio, fomentar el interés y la curiosidad en todo público, comenzando con la infancia, o bien, en el público familiar. También, considerar espacios de divertimento y esparcimiento en la agenda cultural, que estén enfocadas en una propuesta que vaya de la mano con fomentar opciones de acceso a la cultura, y que, en el presente estudio, se entrelaza con la tecnología. Por lo que, ya no solamente su alcance sea Querétaro, sino México y otras latitudes.

La promoción cultural en Querétaro se ha visto ocupar espacios donde el libro es central, como la Red Estatal de Bibliotecas Públicas, las librerías, los cafés literarios, las salas de lectura, las casas o centros culturales, también, la actividad cultural resguardada bajo las Asociaciones de Libreros que generan contenido poco difundido, en donde se muestran las actualizaciones del libro en el estado, o los eventos que pueden captar el interés del público. También, en espacios radiales y digitales que sean alternativas eficientes para encontrar en el terreno de la difusión de la cultura mayores alternativas. En esta diversificación de una agenda Literaria,

se pondrá en el centro de atención a la palabra, las historias, el cuento, audiocuentos y el libro, conceptos que pueden propiciar la identidad cultural en la infancia.

2.2.2 La Radio y la Difusión de la Cultura en la Infancia

La aparición de la radio en México fue con Constantino de Tárnava (1921) con la emisora CYO, posteriormente XEH. Este nuevo artefacto ocasionó una consideración mayor al espectro de la difusión local de noticias, segmentos musicales y comerciales en donde la industria de la comunicación ocupó lugar. De las emisoras que fueron referente nacional, por mencionar algunas: El Universal Ilustrado (1923), La voz de América Latina desde México (1930), Radio Programas de México (1941); y la importante aparición de las cadenas de radio y televisión de la XEW.

Las cadenas de producción de radio y televisión en México han propiciado la diversificación de los contenidos de consumo, por un lado, de índole cultural y literario, y por otro, comercial, promoviendo un choque entre el contenido de consumo masivo y el de un nicho que responde a estructuras de dominio institucional. En dicha práctica, se destaca la actividad de la promotoría en el ámbito editorial, mismo que en diferentes periodos históricos se difundió desde las trincheras de la crítica en el arte y la cultura, el valor del pensamiento, la creación y el arte en general.

La gran propuesta sobre este formato, la radio, no solo como espacio comercial, sino también como una plataforma de difusión de la cultura y la educación para la audiencia más joven, la encontramos con programas en la década de los 30s con la aparición en XEW de las canciones y cuentos del músico y compositor veracruzano Francisco Gabilondo Soler, mejor conocido como *Cri el Grillito Cantor*, convirtiéndose en un hito en la radio hecha para la audiencia infantil. Estuvo presente durante 27 años, lo que lo llevó a acompañar a los niños de varias

generaciones. Posteriormente, en 1984 apareció la estación infantil Radio Rin, dirigido por Marta Romo:

La primera (y hasta la fecha) única estación dedicada a niños; cumpliendo con 20 horas completas al día de transmisión y mostrando distintas temáticas que buscaban aportar, educar e informar de una manera divertida; apoyándolos para adquirir las herramientas necesarias de un espíritu crítico, reforzamiento de valores, autoestima y creatividad, dando a conocer tanto sus tradiciones nacionales, como sus derechos en familia, en la sociedad y seres individuales. (IMER, s.f., párr. 6)

En la actualidad, la diversificación de contenidos radiales para niños es vasto, y más si se considera al podcast, mismo que llega a México con programas de otros países que son de gran variedad temática, de altos estándares de calidad, y apelan por el imaginario infantil. Sin embargo, se encuentran en otros idiomas, lo que sitúa a las familias mexicanas a buscar otras alternativas educativas y de entrenamiento cultural en otros medios digitales. Algunos de los podcasts más populares en otros idiomas son: “Fun Kids” del Reino Unido, “ABC Kids Listen” de Australia, o “Ted Talks Kids & Family”, por mencionar sólo algunos, en donde todos ellos, cubren una necesidad muy importante, principalmente el inculcar y formar el oído de los menores para el aprendizaje de otros idiomas, con especial interés, del inglés.

En tanto a los programas radiales para niños en Querétaro, nos encontramos con la propuesta: ¡Niños y canicas saltarinas! Coordinado por Alejandra Barrientos Aguilar, en el que se transmite “Musical Infantil. Historia del Arte, Música Infantil, fábulas e Introducción a la música de concierto”; también el programa radial “Ya Hño dega hnini. Voces de mi pueblo” de Radio Universidad 95.9 FM en Cadereyta de Montes, y el programa de Fundación Zorro Rojo en Radio UAQ, 89.5. En el escenario nacional, hay programas que han enriquecido el panorama cultural de la radio para niños, como “Chamacos al aire”, “Niñosapiens” o “Algarabía Niños Radio”, programas que ofrecen una amplia variedad de contenidos lúdicos y

educativos. Lo anterior, sirve de antecedente para asomarnos a los contenidos con una mirada crítica que ayuda a formar, nutrir y enriquecer todas las propuestas futuras del proyecto en cuestión, porque, “Es importante que un niño pueda imaginar realidades nuevas, para poder construir un futuro diferente. Ofreciendo las herramientas culturales y educativas correctas él sabrá construir un futuro distinto” (Marta Romo, s.f., Párr. 11).

3. Planeación de Pequeños Radio Lectores. Proyecto Cultural para el Fomento a la Lectura en la Infancia

El planteamiento inicial del proyecto Pequeños Radio Lectores, surgió a partir del gusto personal por la lectura y la escritura de cuentos infantiles como medio de diálogo personal, expresión artística y plataforma para trabajar las múltiples virtudes que tiene la lectura en la infancia; lo que posibilitaría el acercamiento con este público a través de talleres presenciales, permitiendo el juego, la fantasía y la imaginación, elementos indispensables para su desarrollo y formación crucial como seres humanos sensibles. Sin embargo, apareció en la sociedad un virus que cambiaría todo lo que previamente había sucedido de forma normal, con el virus covid-19, el confinamiento se hizo obligatorio; se desconocía la fecha de cuándo concluiría todo y cómo se adecuarían las dinámicas cotidianas. Lo anterior, provocó que las plataformas digitales sustituyeran medianamente el contacto humano para continuar con las dinámicas escolares, laborales, sociales, por lo que, en la escena cultural, no fue diferente. La migración digital fue inminente, es así que surgió la idea de recuperar la radio como medio de difusión y de contacto con el otro, pero en esta ocasión, la radio por internet o el podcast.

La migración digital de los talleres presenciales al podcast de *Pequeños Lectores* transformó el concepto, convirtiéndose en *Pequeños Radio Lectores*, y abrió la posibilidad de explorar nuevas áreas de oportunidad, pasando obligatoriamente por la curva de aprendizaje del manejo de voz, conocimiento de equipo de grabación, y todos los procesos que conlleva la grabación, la musicalización y la edición. No obstante, en la parte de la Gestión Cultural, se estableció un plan de trabajo claro, dividido en seis secciones:



Figura 1. Metodología de implementación para la fase inicial de Pequeños Radio Lectores, 2020.

1) Bases del proyecto *Pequeños Radio Lectores podcast*: definir los conceptos, línea editorial, contenidos por temporadas con duración de entre tres a seis meses; 2) Creación de contenido: escritura de cuentos, corrección de estilo, reescritura, escritura de guiones; 3) Preparación de voz: aprendizaje por medio de cursos digitales sobre el *manejo de la voz*, y la *voz como herramienta*, por lo que en este punto se realizaron ensayos de lectura, poniendo en práctica la modulación, la conciencia del tono de voz de acuerdo a su colocación, el tempo, la intención comunicativa, la gesticulación, la importancia del cuerpo en la voz, y la respiración; 4) Conociendo el equipo: familiarización con el uso de la grabación de la voz y el uso de micrófono especial para podcast, así como la plataforma de edición que en este caso consistió en el uso de *Audacity* y *Adobe Audition*. 5) 1, 2, 3, grabando: Grabación de voz, edición y musicalización, y finalmente, 6) Plan de marketing: diseño de la marca, logos, plantillas, apertura de páginas en Facebook e Instagram, creación del plan y perfil de contenidos de publicación en redes sociales, periodicidad de post, y seguimiento general a las necesidades del proyecto en esta área.

Desde un inicio se tenía claridad sobre el público a quien iban dirigido el quehacer cultural de Pequeños Lectores, pero con la adecuación de ser llevado a la versión podcast, como anteriormente se mencionó, transformándose a Pequeños Radio Lectores, el público meta se amplió de manera exponencial, pasando por considerar a 622, 909 niñas y niños de entre los 0 a 15 años de edad en Querétaro (INEGI, 2020) a 13.2 millones niños y niñas en edad escolar, de los 6 a 11 años de edad, representando el 35.5% de la población mexicana (SG, CONAPO, 2021) de los cuales el 78.3% tienen acceso a conexión de internet y al uso de por lo menos un dispositivo electrónico(INEGI, 2021). Lo anterior significa que hay un margen claramente amplio de la población infantil en México que podría consumir el podcast e interesarse en el proyecto para consumirlo de manera asidua.

El tipo de investigación que se implementó fue consistente con la investigación exploratoria y descriptiva, debido a la naturaleza del proyecto, pues como se mencionó en el apartado de la Introducción: todos los conceptos, ventajas y actividades que rondan entorno al fomento, desarrollo, promoción, difusión y gestión cultural de la lectura y la escritura requieren de una exploración documental y descripción puntual aterrizada en las diversas actividades que responden al podcast Pequeños Radio Lectores. Cabe señalar en este preciso párrafo que la apreciación de todos los datos e información obtenida antes, durante y después de la publicación de contenidos del podcast, serán comentados en el apartado correspondiente y de acuerdo a un enfoque mixto, es decir, de manera cuantitativa, expresada en datos y conteo numérico o porcentuales, y de forma cualitativa, en el que también se tendrá la oportunidad de brindar puntos de vista, perspectivas y comentarios que complementen la información dura.

3.1. Sentido y Significado de Radio Lectores o Audio Lectores: Lectura Final

El concepto Radio Lectores es el resultado de una adecuación al medio de exposición de los contenidos literarios que previamente se iban a dar a conocer en formato de talleres presenciales, pero que, como ya se ha mencionado, la pandemia

provocó un fenómeno migratorio de la prespecialidad al escenario digital, por lo que la radio por internet fue el espacio que se eligió para poder llevar todo el contenido literario. Es así que, de ser Pequeños Lectores, se transformó en Pequeños Radio Lectores. En este orden, se puede argumentar que, aunque el formato en el que se escucha el programa es podcast, en esencia, también se le reconoce que puede ser un programa de radio, pues pasó por un proceso de escritura, grabación y edición, dando como resultado un producto radial, a pesar de alojarse en las plataformas de *streaming* de podcast. Es por ello que también se les conoce a dichas plataformas, radio a la carta, por las múltiples opciones de contenido.

A modo de generar también una identidad dentro de todas las opciones de podcast para el público infantil, se implementó el término *Radio Lector* o *Audio Lector* no solo como título del programa, sino también a la comunidad de oyentes que siguen el podcast. Pero lo más importante es que se ha convertido, al paso de dos años (2020-2022) en un concepto que representa la esencia del proyecto, pues la palabra “radio” recupera el valor de un instrumento de comunicación esencial, al tratarse de la voz, la música, la oralidad, el poder de la palabra, la importancia de los sentidos como estímulo de la imaginación y de la creatividad. Mientras que la palabra “Lector” refleja el acto mismo de leer o de la aventura que ésta significa, y es sin lugar a dudas es el lector un navegante de la misma palabra, metáfora que ayuda a recrear el sentido de *leer por medio de la imaginación*, cuando la palabra escrita nos llega a través de la voz y de la voz una imagen, y de la imagen, el desdoblamiento del libro, del cuento o del relato de una forma cercana.

En tanto a la comprobación de la hipótesis, misma que se explicará ampliamente en el apartado de Metodología, se puede adelantar que las cápsulas radiofónicas, audiocuentos, y en general, el contenido radial, así como los talleres para las infancias de *Pequeños Radio Lectores* sí llegaron a varios oídos de niñas y niños en etapa escolar, entre los 4 y los 12 años de edad, e interesaron a los principales cuidadores de los menores o a los padres y madres de los pequeños; siendo principalmente audiencia radicada en Querétaro, habitantes de otras

entidades del México e inclusive, oyentes de Estados Unidos, Honduras, Alemania, España y Argentina, principalmente.



Figura 2. País de origen de los principales oyentes del podcast Pequeños Radio Lectores Spotify(izquierda) y Ivoox (derecha) 2022.

El espacio digital que se ha aprovechado para alojar el podcast *Pequeños Radio Lectores* ha sido IVOOX, pues distribuye el programa en spotify para llegar a la audiencia de esta plataforma. De igual manera se ha subido el programa a Youtube por medio de un canal que es homónimo del podcast.

El interés por la lectura y estímulo al desarrollo de la escritura en los niños y niñas oyentes, así como el estímulo a la imaginación, curiosidad y la formación de comunidad de lectores se expondrá en los apartados 3.2.1, 3.2.2 y 3.2.3, pues se abordarán documentación valiosa que se expresa en datos duros como en una apreciación cualitativa.

3.1.1. Objetivos

El objetivo general de “Pequeños Radio Lectores” consiste crear un programa de radio y podcast en español para las infancias que, por su contenido lúdico,

variado y divertido, permita fomentar su interés en la lectura y la escritura, estímulo necesario de la imaginación y la creatividad.

Objetivos específicos

- a) Desarrollar un contenido variado y lúdico para atender al divertimento cultural para niños y niñas por medio de cuatro secciones que aborden diversos enfoques y así estimular la imaginación y la curiosidad del infante.
- b) Proveer en cada episodio una propuesta narrativa de calidad que apele a la voz y mirada del imaginario infantil para acercar a las infancias a la lectura y la escritura, puentes necesarios en su desarrollo emocional afectivo.
- c) Construir espacios virtuales para el encuentro de radio lectores y la compartición de mensajes, anécdotas, relatos e historias que alimenten el espíritu de la comunidad de “Pequeños Radio Lectores”.
- d) Crear comunidad, vertida en el interés por el libro, la lectura, y las historias que se desprendan del imaginario infantil.

3.1.2. Misión y Visión

Misión

Pequeños Radio Lectores es un programa de radio para las infancias que proporciona contenidos divertidos y de calidad, que los acerca a la lectura, a la escritura y a ser lectores del mundo.

Visión

Ser un referente (local, nacional o internacional) en la creación de contenido radial divertidos y de calidad para las infancias que los acerque a la lectura y a la escritura.

Valores

Imaginación, Infancia feliz, Igualdad, Participación.

3.2. Implementación de Pequeños Radio Lectores

En el transcurso del segundo trimestre del 2020 se definió la línea editorial del programa radial *Pequeños Radio Lectores*, concluyendo en ser contenido de índole literario y cultural dirigido al público infantil y familiar, siendo el género narrativo al que se recurrirá para los contenidos como cuentos, relatos breves, reseñas literarias y entrevistas, principalmente. Además, se definieron las áreas de trabajo que siempre deberán ser atendidas para el funcionamiento integral del proyecto.



Figura 3. Línea editorial y áreas de atención y trabajo periódico del proyecto Pequeños Radio Lectores, 2020.

El flujo de trabajo del proyecto Pequeños Radio Lectores se delimitaron en seis áreas, cada una con funciones y tareas particulares para lograr el avance y crecimiento paulatino.

En el área “Creación de contenido”, responde a todos los textos creativos de autoría propia, ya sean cuentos, relatos, reseñas y todo el proceso de escritura, de reescritura, corrección de estilo y lectura final.

Continuando con el proceso, en “Grabación, edición y musicalización” se realizan ensayos de lectura y grabación, poniendo en práctica el manejo de la voz: a través de modulaciones, colocación, intensidad, ritmo, tonos; posteriormente, se graba, edita la pista de voz y se finaliza con la musicalización.

En el “Plan de difusión & cronograma” se diseñan en la plataforma Canva las portadas de todas las cápsulas literarias, así como las imágenes y contenido de difusión para redes sociales. Se da inicio, primeramente, con un cronograma de trabajo, en el que se establecen fechas para la grabación, edición, musicalización, diseño, concluyendo con la difusión. También se incluye en el cronograma la fecha de publicación de los contenidos literarios para marcar plazos.

La “Vinculación” es una sección de trabajo especial del proyecto para poder considerar, con los contenidos literarios, la participación de otros creadores de contenidos, de promotores de lectura, escritores, ilustradores, lectores o también con instituciones u organizaciones que trabajen en beneficios de las infancias o el fomento a la lectura y la escritura.

En tanto al área “Formación continua” se refiere a los cursos, diplomados, talleres, conferencias y estudios que, en general, puedan aportar en la formación académica y práctica, con la finalidad de mejorar la capacitación personal.

Finalmente, en el área de “Financiamiento” se contemplan todas las posibles formas de ingreso para el funcionamiento de todas las áreas restantes, buscando que los recursos provengan del mismo esfuerzo y trabajo del proyecto, es decir, que sea sustentable con las mismas bases que le genera la propuesta de valor.

Es por lo anterior, que todas las áreas del proyecto requieren tiempo de enfoque y concentración para lograr con éxito el flujo de trabajo esperado.

Fue así que, para la primera temporada del podcast, se requería una aportación económica para el inicio de este proyecto, pues eran necesarios elementos básicos del equipo de grabación y cantidades menores, pero importantes, para las áreas de diseño, difusión y capacitación. Para lograr esta aportación inicial, se envió el proyecto de participación Pequeños Radio Lectores a la convocatoria APOYARTE 2020 (de la Secretaría de Cultura del Estado de Querétaro) que, en ese momento continuaba abierta, y de la cual se obtuvo una valoración positiva por parte de los jurados para ser elegido como proyecto susceptible de apoyo.

Con la aportación económica del APOYARTE 2020 fue posible la adquisición de materiales y cubrir los costos de difusión de la etapa de arranque del podcast.

Tabla 1.

Costo general de Pequeños Radio Lectores

Producto	Concepto de gasto	Unidad	Costo unitario	Subtotal	IVA	Importe Total
Neewer 40084747-kit Micrófono Condensador para Radiodifusión y Grabación	Sesiones de grabación con micrófono profesional.	1	\$1,599.00 \$2,599.00	\$1,599.00	+%16 (\$255.8)	\$1,854.84
Cable de Micrófono XLR	Conexión de entrada del mezclador.	1	\$214.34 \$218.00	\$214.34	+%16 (\$34.2)	\$248.24
Consola de grabación. Behringer Xenyx 802- Mezclador de 2 entradas y ecualizadores	Control de volumen, tono, efectos de voz y grabación.	1	\$1,582.19	\$1,582.19	+%16 (\$253.15)	\$1,835.15
Audífonos Neewer-2000 Estudio	Control de audio emitido en cada grabación.	1	\$939.00 \$1,304.00	\$939.00	+%16 (\$150.24)	\$1,089.24
Cortinilla Bloqueo de ruido	Bloqueo de ruido ambiente y contaminación de ruido en habitación.	1	\$2,329.00	\$2,329.00	+%16 (\$372.64)	\$2,701.64

2 micrófonos de solapa para entrevista	Exclusivo para las sesiones de entrevistas, grabación en espacios abiertos y encuentros con lectores y talleres.	1	\$799.99	\$799.99	+%16 (\$127.99)	\$927.98
Binden Kit Lentes profesionales para fotografía	Efectos llamativos y creativos para tomas fotográficas del estudio; de libros de recomendación y talleres, para la difusión en redes sociales.	1	\$499.00	\$499.00	+%16 (\$79.84)	\$578.84
Atril de partituras	Para colocar el guion radiofónico.	1	\$329.00	\$329.00	+%16 (\$52.64)	\$381.64
Servicios de alojamientos en IVOOX	Todos los productos (episodios) se alojarán en el servidor IVOOX para su difusión en las plataformas más importantes: Spotify, Google podcast, Ivoox podcast, principalmente.	5 meses	\$149.79	\$748.95	+%16 (\$119.8)	\$868.7
Honorarios	Honorarios	1	\$5,000.00	\$5,000.00	%16 (\$800.00)	\$5,800.00
Total, General				\$14,040.47	\$2,246.30	\$16,286.77

Costos de los materiales para la grabación, edición y difusión de la primera temporada del podcast, y en el que se expresa el gasto particular como total del arranque del proyecto (2020).

Una vez se consiguió el equipo, fue posible hacer la preparación física de un pequeño estudio de grabación de radio en casa, y hacer ensayos con el equipo de grabación adquirido. Lo anterior, en un proceso ordenado consistente con la metodología de los seis pasos de implementación (como se revisa en el presente capítulo), pues lo más importante en este proceso era el avance progresivo de acuerdo con la creación de contenidos: la escritura, la reescritura, la corrección y el ensayo de los cuentos.

El plan de los contenidos de Pequeños Radio Lectores se formó a partir de la delimitación de la línea editorial, permitiendo una exploración de contenidos en las diversas temporadas del proyecto. En la primera temporada se eligieron dos

secciones: 1) Laboratorio de Monstruos y 2) Cuentos para Imaginar; en la segunda temporada: 1) Los Pequeños Cuentan, y en la tercera temporada: Los Buscalibros.

Con las bases de la propuesta cultural, la delimitación de cuáles serían las secciones por temporadas, el ensayo de por lo menos quince textos finales, en un modesto pero basto espacio de grabación en casa, la familiarización con la esencia del podcast Pequeños Radio Lectores y la proyección de éste en el medio digital, es que pudo ser posible tener las herramientas creativas para el diseño de portadas y logos del podcast, del eslogan, sus variantes, sus posibles adecuaciones a las portadas de las cápsulas, y difusión en redes sociales, además de los diseños y logos de las secciones del proyecto radial.

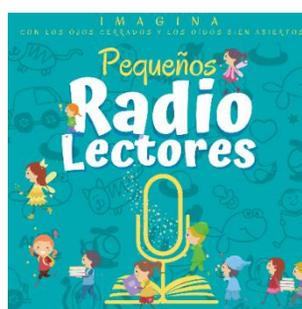
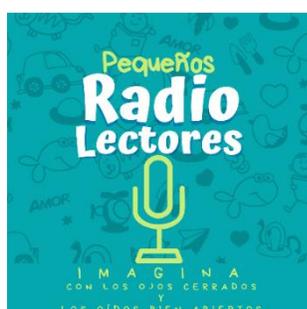


Figura 4. Diseño de portadas y logos de presentación del podcast Pequeños Radio Lectores, 2020.



Figura 5. Diseños de portadas y logos de las secciones del podcast, 2020.

3.2.1. Temporada 1. Laboratorio de Monstruos y Cuentos para Imaginar²

La obtención del APOYARTE en el año 2020 de la Secretaría de Cultura del Estado de Querétaro, proporcionó los recursos económicos para el inicio del proyecto y, por ende, la primera temporada del podcast Pequeños Radio Lectores. La beca facilitó los recursos económicos y el seguimiento por medio de un tutor, y que, en el caso del proyecto fue la maestra Marta Favila, coordinadora general de la Red Estatal de Bibliotecas Públicas del Estado de Querétaro (2015-2021). A través de su asesoría, se amplió el panorama de acción e incidencia del podcast en otras estrategias de fomento a la lectura en el público infantil, por lo que en esta primera temporada además de considerar dos secciones de salida para la difusión del podcast: 1) Laboratorio de Monstruos y 2) Cuentos para Imaginar; también lo sería la realización de tres sesiones del Taller de fomento a la lectura y escritura “Laboratorio de Monstruos” dirigido al público infantil, mismo que aborda la creación

² Ver en la sección Anexos, en el apartado A.1. del listado, la carta de reconocimiento de participación y conclusión del proyecto Pequeños Radio Lectores podcast 2020.

de un personaje “monstruoso” a través de la imaginación, la pintura y la escritura, dando como resultado, una pequeña historia escrita por los asistentes, o de otra forma, un primer acercamiento con la idea de concebir el hilo narrativo de un cuento o relato breve.

En esta primera temporada del podcast, la vinculación que se mantuvo fue con la Secretaría de Cultural del Estado de Querétaro por el apoyo obtenido del APOYARTE 2020.

Plan de Marketing

Plan de Contenidos de la 1era Temporada

La planificación de los contenidos de los audiocuentos de la primera temporada fueron el resultado de un proceso de escritura inspirado en la fantasía, y en representar escenarios e historias fascinantes con personajes singulares, esto, en la sección: Cuentos para Imaginar; mientras que, para el Laboratorio de Monstruos consistió en la recreación del mundo de estos maravillosos seres.

El tiempo de realización de la primera temporada del podcast Pequeños Radio Lectores fue de tres meses, de septiembre a noviembre del 2021, en el que los audiocuentos se publicaron semanalmente con una duración por episodio de entre los 12 minutos a los 20 minutos.

Tabla 2.

Plan de contenidos de la 1era temporada

Semana	Fecha	Laboratorio de monstruos	¡Cuentos para Imaginar!
		00 ¡Bienvenidos!	
1	Jueves 10 de septiembre	1 El monstruo de las cosas perdidas	3 Rufino, el lobo ¿feroz?
2	14 a 18 de sep	4 Cuando los monstruos cumplen años	6 El gran caso del pequeño Tomás
3	21 al 25 de sep	7 Anatomía de un monstruo de basura	9 El miedo de las moscas
4	28 de sep. al 1 de oct.	10 El monstruo come celulares	12 Constanza, el extraño caso de la niña que no dejaba de llorar

5	12 al 16 de oct	13 Amigo Monstruo- Amigo Niño	15 El misterio de Amarillo Radioactivo
6	19 al 23 de oct	16 Los monstruos de las pesadillas -¿En qué sueñan los monstruos?	18 ¿En qué sueñan los animales?
7	26 al 30 de oct	19 ¡Cuidado con los Monstruos!	
8	2 al 6 de nov	21 Día de Muertos	

Tabla con distribución de los títulos de los episodios, 2020.

Diseño de Portadas y Logos de la 1era Temporada

A partir de la definición del contenido literario para los audiocuentos, se diseñaron portadas y logos de dichas secciones para generar la identidad particular de cada sección. Cada una de las imágenes se usarían tanto en las portadas de los episodios del podcast, como en la difusión en redes sociales.

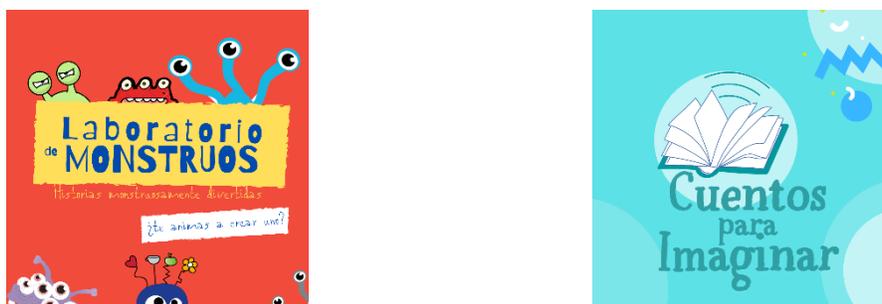


Figura 6. Diseño de portada de Laboratorio de Monstruos (izquierda) y diseño de portada de Cuentos para Imaginar para difusión en redes sociales y en plataformas de *streaming* de podcast, 2020.

Pilares de Contenidos y Plan de Publicación en Redes Sociales de la 1era Temporada

Los pilares de contenido que se eligieron para generar una propuesta integral de difusión en redes sociales, fueron: 1) Contenidos de valor, con la publicación de una sección titulada *Parque de palabras*, en el que se aborda la definición de las palabra y su vínculo con la cultura escrita, pudiendo mostrar un cuento, relato, fragmento de libro, adivinanza, etc., también con la publicación de *tips* de lectura, recomendaciones literarias, y sugerencia de actividades literarias que podrían

realizar en casa. Contenidos de entretenimiento, con la publicación de datos curiosos diversos sobre el mundo de la literatura, fechas interesantes, conmemoraciones literarias, y citas, fragmentos o poemas completos. Finalmente, contenido promocional, a través de las publicaciones de los episodios de las secciones de esta temporada, acompañado de una semblanza y links de búsqueda.

El plan de publicación en redes sociales se delimitó a partir de las necesidades del podcast, primeramente, de la elección de los días que se subirían episodios, y posteriormente, en la diversificación temática para abarcar contenidos en redes sociales diversos, con la finalidad de que no solamente se hablara de los mismos episodios. Es así que para la delimitación de los contenidos se utilizó la herramienta *google trends*, para elegir las oportunidades de interés por la búsqueda popular entre el nicho, y el resultado, fueron las siguientes palabras: educación, cuentos infantiles, audiocuentos, *tips* de lectura, actividades de lectura, radio para niños, libros infantiles.

En tanto al plan de publicación semanal en redes sociales, lo más importante consistió en definir el objetivo de publicación de cada sección, el uso del *copy*, *hashtags* particulares, con una imagen de diseño propio o una fotografía del repositorio de Canva o de *envato elements*.

Tabla 3.

Pilares de contenidos de la 1era temporada

1° temporada	Tipo de publicación	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
		Contenido de valor	Contenido de entretenimiento	Contenido promocional	Contenido de entretenimiento	Contenido de valor	Contenido promocional	Contenido promocional
	Feed	Parque de Palabras		Laboratorio de Monstruos			Cuentos para Imaginar	
	Stories		Inspiración	Beneficios de la radio y podcast	Inspiración	Tips/ Consejos/ Actividades		¡Monstruario!

						de Fomento a la lectura		
--	--	--	--	--	--	-------------------------	--	--

Elaborada con la finalidad de establecer los criterios y temáticas a considerar para difusión a lo largo de la semana, durante la 1° temporada, 2020.

Tabla 4.

Plan de publicación en redes sociales de la 1era temporada

Categorías de publicaciones	Días de publicación	Hora	Temas/ Categoría	Objetivo (acción por contenido)	Formato (Imágenes, álbum, fotografías, video, texto, contenido curado, promoción)	#	Enlaces
Pequeños Radio Lectores	Martes	9:00 am-10:00 am	Objetivos de PRL y sus secciones	-Dar a conocer el proyecto -Incrementar interacción -Sumar likes y seguidores -Participación de familias	Imágenes, fotografías, texto	#PequeñosRadioLectores	Spotify
			Participa en las NotiHistorias		Ilustración y texto (c/info. de cómo participar)	#Lospequeñoscuentan	
Laboratorio de Monstruos	Lunes y domingo (álbum de ilustraciones de monstruos)	10:00 am-11:00 am	Lab. De Monstruos	-Escuchar el podcast -compartir, interactuar con los niños y familias -crear un álbum semanal c/ ilustraciones de monstruos de los niños. (El fin de semana mostraremos todas las fotografías)	Imágenes de monstruos con texto	#laboratoriodemonstruos	Spotify
			Envía tu ilustración del monstruo				
¡Cuentos para Imaginar!	sábados	10:00 am-11:00 am	Cuentos originales	-Escuchar el podcast -Interacción con seguidores -Invitar a escuchar, imaginar e ilustrar	Imágenes o ilustraciones, o animaciones. Fragmentos del cuento Mensaje, valores, temas Preguntas	#Cuentosparaimaginar	Spotify
Álbum de ilustraciones de monstruos	domingos	10:00 am-11:00 am	Ilustraciones de niños y seguidores	-Retención de seguidores -Sumar seguidores y participaciones	Ilustraciones de los niños ¡Escucha las historias del	#experimentoscreativos #laboratoriodemonstruos	Spotify

				-Valorar el esfuerzo de los seguidores	laboratorio de monstruos!		
--	--	--	--	--	---------------------------	--	--

Los temas y los episodios tenían asignado un día para la difusión en redes sociales, en las cuentas de Facebook e Instagram, durante la 1ª temporada del 2020.

Redes Sociales y Plataformas de Difusión del Podcast de la 1era Temporada

Las plataformas de redes sociales que se establecieron para la difusión del proyecto fueron Facebook e Instagram, cada una de éstas se creó con el nombre distintivo de proyecto: Pequeños Radio Lectores, siendo:

Facebook: @pequenosradiolectores

Instagram: @pequenos_radio_lectores

La dinámica de evaluación se midió a partir de los KPIs, con los objetivos contemplados en cada una de las campañas de difusión que más adelante se detallan, pero que, al final, se resumen en el crecimiento de las cuentas en ambas redes sociales por el número de seguidores.

Las plataformas de difusión del podcast consistieron en las siguientes:

- Ivoox (Plataforma de alojamiento y distribución a otras plataformas)
- Spotify (Plataforma de distribución principal)
- YouTube (Plataforma de distribución principal)
- Google podcast (Plataforma secundaria)
- Apple podcast (Plataforma secundaria)

Las plataformas que se emplearon durante toda la temporada, fueron las siguientes:

- Ivoox

- Canva
- Envato Elements
- Facebook e Instagram
- Headliner

Tabla 5.

Redes sociales y plataformas de difusión del podcast de la 1era temporada

KPI objetivo Facebook	250	250	350	800
Me gusta			745	800
Seguidores	112	230	765	823
KPI objetivo Instagram	250	250	350	400
• Seguidores	112	197	225	314
KPI objetivo Youtube	100	100	150	200
• Suscriptores	18	32	66	75
KPI objetivo Spotify	100	200	250	300
• Streams	53	205	349	460
• Seguidores	20	50	91	106

Los KPIs objetivo por red social se ubican en la columna izquierda, mientras de los indicadores numéricos objetivo de ubican las filas de color azul marino, y los números reales, en azul cielo. 1º temporada del 2020.

Campañas de Difusión de la 1era Temporada

Las campañas de difusión consistieron en dar a conocer el podcast y lograr captar mayor audiencia en el periodo de tiempo de difusión y publicación de episodios radiales.

Se diseñaron tres campañas de “Captación Awareness”, y dos campañas de “Retención”, con el objetivo de “Participación”, en el primer caso, para la difusión del podcast a la comunidad digital al público de personas del nicho del programa, mismo que más adelante se especificará, y en el segundo caso, para la atracción de inscripciones en el Taller de fomento a la lectura y a la escritura “Laboratorio de monstruos”.

Tabla 6.

Campañas de difusión de la 1era temporada

CAMPAÑA DE DIFUSIÓN MENSUAL	Septiembre	oct-20	Noviembre-Diciembre 2020
Tipo de campaña	Captación Awareness	Captación Awareness	Participación
Presupuesto de campaña	\$917.00	\$500.00	\$500.00
Público objetivo (Buser Persona)	Mujeres y Hombres entre los 25 y los 65 años al cuidado de menores en edad escolar de los 3 a 12 años de edad	Mujeres y Hombres entre los 25 y los 65 años al cuidado de menores en edad escolar de los 3 a 12 años de edad	Mujeres y Hombres entre los 25 y 65 al cuidado de menores en edad escolar de los 3 a 12 años de edad
Fechas de campaña	sep-20	oct-20	Noviembre-Diciembre 2020
Descripción/ COPYS	Pequeños Radio Lectores ¡Imagina! Con los ojos cerrados y los oídos bien abiertos	Audiocuentos ¿Ya escuchaste el podcast?	Podcast Infantil: Colección de audiocuentos
#	#pequeñosradiolectores/ #ellaboratoriodemonstruos/ #LasNotiHistorias /#Cuentosparaimaginar	#pequeñosradiolectores/ #ellaboratoriodemonstruos/ #LasNotiHistorias /#Cuentosparaimaginar	#pequeñosradiolectores/ #ellaboratoriodemonstruos/ #LasNotiHistorias /#Cuentosparaimaginar
Key Messages	Imagina, con los ojos cerrados y los oídos bien abiertos	#pequeñosradiolectores/ #ellaboratoriodemonstruos/ #LasNotiHistorias	Taller de fomento a la lectura y escritura creativa "Laboratorio de Monstruos"

El costo por campaña tuvo variaciones, principalmente por los objetivos esperados para cada una de éstas, por la época y los costos. Todas las campañas se realizaron en la red social Facebook.

Resumen de Audiencia de la 1era Temporada

En cada una de las campañas se establecieron los perfiles de audiencia, medido por las particularidades del proyecto, por lo que se llegó a la conclusión de abordar un público que incluye a madres y padres de familia con hijos de 3 a 12 años de edad interesados en el arte, cultura, lectura, que cuenten con algún dispositivo electrónico, conexión a internet, e interesados en las palabras clave que previamente se comentaron, fueron producto de la búsqueda de *google trends*: educación, cuentos infantiles, audiocuentos, *tips* de lectura, actividades de lectura, radio para niños, libros infantiles.

Es así que en este apartado se muestra el resultado del tipo de audiencia que se abarcó a lo largo de aproximadamente tres meses del inicio del proyecto, desde el mes de septiembre a la segunda semana del mes de diciembre 2020.

Al término de esta primera temporada, se evaluó hacer una pausa como corte de tiempo de temporada, y posteriormente continuar con las mismas secciones de contenidos para la segunda temporada, no obstante, por motivos de inquietud personal se decidió que, en efecto, se haría una pausa, y en la continuación se abordarían nuevas secciones, y que para las campañas de difusión en redes sociales se usaría la misma segmentación del público, a partir de que se obtuvieron buenos resultados.

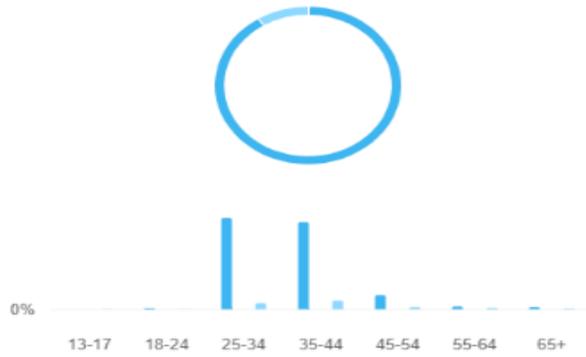
Público

"Me gusta" de la página de Facebook ⓘ

800

Edad y sexo ⓘ

Mujeres 91,2% Hombres 8,8%



Principales ciudades

Ciudad de México, México	12,3%
Querétaro, México	11,5%
Monterrey, Nuevo León, México	3,5%
Oaxaca de Juárez, México	2,6%
San Luis Potosí, México	2,5%
Toluca de Lerdo, Estado de México, México	2,5%
Ecatepec de Morelos, Estado de México, México	2,3%
Puebla de Zaragoza, México	2,1%
Aguascalientes, México	2%
Mérida, México	2%

Principales países

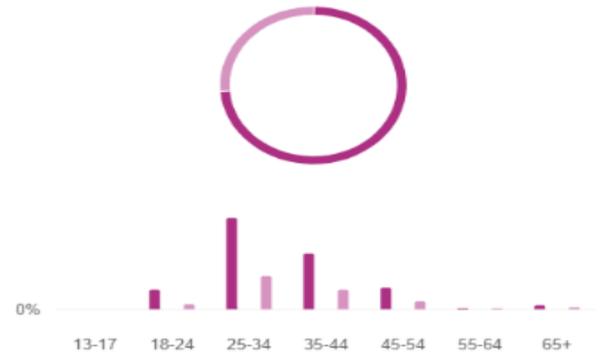
México	99,3%
Estados Unidos	0,4%
Canadá	0,1%
España	0,1%
Francia	0,1%
Perú	0,1%

Seguidores de Instagram ⓘ

314

Edad y sexo ⓘ

Mujeres 73,8% Hombres 26,2%



Principales ciudades

Ciudad de México, México	17,5%
Santiago de Chile, Chile	7,6%
Querétaro, México	7,3%
Monterrey, Nuevo León, México	3,8%
Buenos Aires, Argentina	3,5%

Principales países

México	49,4%
Chile	9,9%
Argentina	7%
Colombia	7%
España	4,8%

3.2.2. Temporada 2. Los Pequeños Cuentan y Los Buscalibroos³

El comienzo de la segunda temporada del podcast dio inicio en el mes de abril del 2021 a partir de la obtención del apoyo económico del Programa Nacional Alas y Raíces de la Secretaría de Cultura Federal, en el que el proyecto Los Pequeños Cuentan resultó favorecido. Con este proyecto se pretendió implementar talleres presenciales de radio para niñas y niños y generar un espacio de diálogo, creatividad e imaginación, donde la voz, la palabra, la lectura y la radio fueran aquellos puentes para acercarnos a estos mundos. A partir del mes de abril comenzaron las planificaciones de los talleres que se impartirían, los tiempos, plazos y lugares a donde llegaría Los Pequeños Cuentan de manera gratuita.

Al mismo paso que se generaba el plan de trabajo de Los Pequeños Cuentan, se integró de la misma forma a la segunda temporada una nueva sección titulada Los Buscalibroos que, en su eslogan *¿Quiénes son los Buscalibroos? Somos todos los que buscamos libros increíbles que nos hagan soñar, volar, imaginar.* Aunque esta nueva sección no recibió estímulo económico por el programa Alas y Raíces, sí recibió un aporte importante a través de la editorial mexicana de libros infantiles y juveniles CIDCLI, por medio de un intercambio que consistía en que la editorial daba las facilidades para entrevistar a dos autores mexicanos de literatura infantil: Alonso Núñez y Catalina Kühne, para conocerlos mejor y conocer sus libros, además, se dio el permiso de poder hacer una reseña literaria de un libro con la lectura de su contenido, dando como producto final, cinco cápsulas para el podcast, y de esta forma inaugurar la sección Los Buscalibroos; con este intercambio se logró una difusión interesante de los autores y los libros de la editorial, e igualmente, visibilidad del podcast en vinculación con una editorial mexicana de prestigio. Más

³ Ver en la sección Anexos, en el apartado A.2. del listado, la Carta de Aceptación de Alas y Raíces 2021

adelante, para esta misma sección, se realizaron cuatro entrevistas más a escritoras españolas: María José Rodríguez, Susana Izquierdo, Fátima Luján y Elena Santos Rodríguez, todas ellas se contactaron vía Instagram del podcast Pequeños Radio Lectores para saber de la oportunidad de lograr una entrevista, lo que generó que abriera la oportunidad de llegar a más oyentes de otras latitudes, y de generar más contenido, además de las reseñas literarias que ya se tenían contempladas para la sección.

En tanto al proyecto de talleres y podcast Los Pequeños Cuentan los espacios que se eligieron para implementar las sesiones presenciales con niños y niñas de la entidad queretana fue la Biblioteca Infantil del Museo de la Ciudad, La Casa Hogar Villa Infantil; por la parte virtual, se realizaron sesiones con niñas y niños de diferentes puntos de la república mexicana y con grupos de infantes, miembros del club cultural de la UNAM Morelia. Finalmente, se logró una vinculación interesante con Le FLAM de Querétaro: *Ecole de francais des enfants francophones* por su interés en acercar a los pequeños al idioma español, a la literatura y a la radio.

Plan de Marketing

Plan de contenidos de la 2da temporada

El plan de contenidos de la segunda temporada del podcast Pequeños Radio Lectores se organizó de acuerdo a los talleres que se impartirían y que darían como resultado episodios de la sección Los Pequeños Cuentan, esta misma organización fue la que se envió al programa Alas y Raíces. En tanto a la sección Los Buscalibros el plan de contenidos se estableció a partir de los autores y libros sugeridos por la editorial CIDCLI y de una lista de libros personal previa.

Tabla 7.

Plan de contenidos “Los Pequeños Cuentan” de la 2da temporada
Los Pequeños Cuentan

S	TEMAS/CÁPSULAS	LUGAR (ES)	Modalidad	FECHA (S)	HORARIO (S)
1	La amistad -¿Qué es un amigo?	UNAM	Online	Jueves 19 de agosto	5:30 pm a 6:30 pm
2	La naturaleza y la contaminación	UNAM	Online	Viernes 20 de agosto	5:30 pm a 6:30 pm
3	Para tener dulces sueños	UNAM	Online	Sábado 21 de agosto	12:00 pm a 1:00 pm
1	¿Tienes buena memoria?	PRL	Online	Miércoles 25 de agosto	5:30 pm a 6:30 pm
2	Reportaje de último momento	Museo de la Ciudad	Presencial	Sábado 28 de agosto	11 am a 12 pm
3	Palabras mágicas	Casa Hogar	Presencial	Sábado 4 de septiembre	11:00 am a 12:30 pm
4	Reportaje de último momento	PRL	Online	Miércoles 8 de septiembre	5:30 pm a 6:30 pm
5	Lista de curiosidades: Los juegos, juguetes y algo más.	Museo de la Ciudad	Presencial	Sábado 11 de septiembre	11:30 am a 12:30 pm
6	Instrucciones para ser niños	Museo de la Ciudad	Presencial	Sábado 25 de septiembre	11:00 am a 12:30 pm
7	Instrucciones para imaginar	PRL	Online	Miércoles 29 de septiembre	5:30 pm a 6:30 pm
8	Reportaje de último momento	Sala de Lectura	Presencial	Viernes 1 de octubre	5:00 pm a 6:30 pm
9	Laboratorio de Monstruos: Monstruos divertidos	Museo de la Ciudad	Presencial	Sábado 2 de octubre	11:00 am a 12:30 pm
10	Laboratorio de Monstruos: Monstruos divertidos	Sala de Lectura	Presencial	Viernes 8 de octubre	5:00 pm a 6:30 pm
11	Laboratorio de Monstruos: Monstruos divertidos	PRL	Online	Miércoles 13 de octubre	5:30 pm a 6:30 pm
12	Instrucciones para imaginar	Sala de Lectura	Presencial	Viernes 15 de octubre	5:00 a 6:30 pm
13	Laboratorio de Monstruos: Monstruos divertidos	Casa Hogar	Presencial	Sábado 16 de octubre	11:00 am a 12:00 pm
14	Lista de curiosidades: Halloween y Día de Muertos	Sala de Lectura	Presencial	Viernes 22 de octubre	5:00 pm a 6:30 pm
15	Las reuniones secretas: Disfraces, dulces y cuentos de terror	PRL	Online	Miércoles 27 de octubre	5:30 pm a 6:30 pm
16	Las reuniones secretas: Disfraces, dulces y cuentos de terror	Sala de Lectura	Presencial	Viernes 29 de octubre	5:00 pm a 6:30 pm
17	La verdad y las mentiras	Sala de Lectura	Presencial	Viernes 5 de noviembre	5:00 pm a 6:30 pm

18	Instrucciones para ser niños	Casa Hogar	Presencial	Sábado 6 de noviembre	11:00 am a 12 pm
19	La Tecnología del futuro que desean los niños	Sala de Lectura	Presencial	Viernes 12 de noviembre	5:00 pm a 6:30 pm
20	Mi carta de deseos (a mi yo del futuro/ mundo/ reyes o santa) Feliz navidad, Feliz año nuevo	Sala de Lectura	Presencial	Viernes 19 de noviembre	5:00 pm a 6:30 pm
1	Cápsula de radio				
2	Cápsula de radio				
TOTAL	20 TALLERES PROPIOS	3 TALLERES UNAM	2 CÁPSULAS		

Distribución de Talleres por temas para abordar en los días y lugares propuestos (2021).

Tabla 8.

Plan de contenidos “Los Buscalibros” de la 2da temporada
Los Buscalibros

S	TEMAS/CÁPSULAS	FECHA (S)
1	Los Buscalibros ¿Quiénes son los Buscalibros?	1 de abril del 2021
2	Los Buscalibros- ¿Se habrán descompuesto la N y la O? ENE-O, NO de Alonso Núñez	2 de abril del 2021
3	Los Buscalibros-Viajar por medio de la imaginación	2 de abril del 2021
4	Los Buscalibros- ¿Hasta dónde llegan tus ojos? Ojos con alas de Moy Volcovich	9 de abril del 2021
5	Los Buscalibros-No es otra historia de princesas. La princesa y el pirata de Alfredo Gómez y Teo Puebla	16 de abril del 2021
6	Los Buscalibros-Calmantes montes...Una entrevista a Catalina Kühne	24 de abril del 2021
7	Los Buscalibros- ¿Te gustaría ser un hipnotizador?	3 de mayo del 2021
8	Los Buscalibros-“La sorpresa” de María José Rodríguez	24 de diciembre del 2021
9	Los Buscalibros-Todo comenzó con un sueño: Susana Izquierdo y la literatura infantil	19 de febrero del 2022
10	Los Buscalibros-La familia camaleónica de Fátima Luján	22 de abril del 2022
11	Los Buscalibros-“La rebelión de los residuos” de Elena Santos Rodríguez	23 de abril del 2022

Título de los episodios con los días establecidos para la publicación (2021).

Diseño de Portadas y Logos de la 2° Temporada

Por la parte de los diseños de identidad de las secciones, se buscó que tuvieran rasgos que fácilmente se les pudiera identificar, y que, además, fueran atractivos visualmente, buscando el juego del color, las formas y la tipografía. Los diseños de las portadas individuales para cada uno de los episodios, también fueron diseños de difusión para redes sociales, lo que permitiría al lector encontrar o identificar el episodio. Cabe mencionar que todos los diseños que se crearon, así fueran logos o portadas, se empleó la plataforma Canva pro y posteriormente se guardaban en carpetas específicas con la finalidad de hacer un repositorio de diseños.



Figura 8. Diseño de logo y portada de la sección Los Pequeños Cuentan y Los Buscalibros, talleres y podcast (2021).

Pilares de Contenidos y Plan de Publicación en Redes Sociales de la 2da Temporada

A partir del esquema de difusión de la 1° temporada de publicación de los contenidos en redes sociales y en el podcast, se buscó que en la 2° temporada hubiera continuidad, por lo que los pilares no cambiaron, como sí los días de publicación, debido a los talleres de Los Pequeños Cuentan y a las entrevistas de Los Buscalibros, pues se requería de días especiales para editar y diseñar las portadas particulares de cada episodio.

El plan de publicación en redes sociales consistió únicamente en retirar la publicación de los episodios de la anterior temporada para hablar de las secciones actuales, donde de igual manera, se contemplaría la redacción del *copy*, el uso de *hashtags*, y en esta temporada particular, usar etiquetas para nombrar a los padres de familia de los niños y niñas que participaron en algún taller de Los Pequeños Cuentan, al programa Alas y Raíces, o a las escritoras entrevistadas para Los Buscalibroos.

Tabla 9. *Pilares de contenido de la 2da temporada del podcast*

2° temporada	Tipo de publicación	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
		Contenido de valor	Contenido de entretenimiento	Contenido promocional	Contenido de valor	Contenido de valor	Contenido promocional	Contenido promocional
	Feed	Parque de Palabras		Los Buscalibroos				Los Pequeños Cuentan (Podcast)
Storie		Inspiración		<i>Tips/</i> Consejos/ Actividades de Fomento a la lectura	Beneficios de la radio y podcast		Los Pequeños Cuentan (frases)	

Tabla de temas para la difusión en las redes sociales de Facebook e Instagram (2021).

Tabla 10. *Plan de publicación en redes sociales de la 2da temporada del podcast*

Categorías de publicaciones	Días de publicación	Hora	Temas/ Categoría	Objetivo (acción por contenido)	Formato (Imágenes, álbum, fotografías, video, texto, contenido curado, promoción)	#	Enlaces
Pequeños Radio Lectores	Martes	9:00 am-10:00 am	Objetivos de PRL y sus secciones	-Dar a conocer el proyecto -Incrementar interacción -Sumar likes y seguidores -Participación de familias	Imágenes, fotografías, texto Ilustración y texto (c/info. de cómo participar)	#PequeñosRadioLectores	Spotify Youtube
			Participa en Los Pequeños Cuentan			#Lospequeñoscuentan	
Libreando ando	jueves	9:00 am-	Beneficios de la lectura	-Tráfico a Libreandoando.com	Contenido curado de beneficios	#andolibreandoando	WEB Youtube

		10:00 am		Engagement con audiencia	de la lectura con texto		
Los Buscalibros	Miércoles	10:00 am-11:00 am	Recomendaciones de libros y beneficios de la lectura	Conocer más sobre qué leer, cómo leerles a los niños, y recomendaciones generales. (Contenido Independiente en YouTube)	Fotografías y texto	#soyunbuscalibroos #buscalibroos	Spotify Youtube
Los Pequeños Cuentan	Sábados	De 11:00 am a 1:00 pm	Tips de lectura para leer en la infancia Lo que los niños y niñas opinan sobre un tema	Dar a conocer las ideas, pensamientos y el sentir de niñas y niños sobre diversos temas	Ilustraciones Fotografías de los talleres Evidencia de los trabajos realizados en las sesiones	#lospequeñoscuentan	Spotify Youtube

Distribución de los contenidos a difundir en las redes sociales de Facebook e Instagram (2021).

Redes Sociales y Plataformas de Difusión del Podcast de la 2da Temporada

Las plataformas de redes sociales que se usaron para la difusión de la 2° temporada fueron las mismas con las que se inició el programa radial, es decir, solo la plataforma social Facebook: @pequenosradiolectores e Instagram: @pequenos_radio_lectores

De igual manera, las plataformas de difusión del podcast continuaron siendo las siguientes:

- Ivoox (Plataforma de alojamiento y distribución a otras plataformas)
- Spotify (Plataforma de distribución principal)
- YouTube (Plataforma de distribución principal)
- Google podcast (Plataforma secundaria)
- Apple podcast (Plataforma secundaria)

Campañas de Difusión de la 2da Temporada

Las campañas de difusión para la 2° temporada consistieron en la difusión del podcast y en la retención de audiencia para generar una comunidad sólida, por lo

que se crearon cuatro campañas de difusión: la primera campaña consistió en “Retención” con el objetivo de captar mayor cantidad de seguidores a las páginas de Facebook e Instagram; la segunda campaña fue “Captación Awareness” consistente con la publicación de los primeros episodios de la segunda temporada.

Finalmente, la tercera y cuarta campaña fue “Participación” con el objetivo de captar interesados a nivel local (Querétaro) y a nivel nacional de madres, padres o tutores, bajo el cuidado de menores en edad escolar de entre los 6 a los 12 años de edad para participar de manera gratuita a los talleres de radio para el público infantil Los Pequeños Cuentan.

Tabla 11. Campañas de difusión de la 2da temporada del podcast

CAMPAÑA DE DIFUSIÓN MENSUAL	Agosto	Octubre	Octubre
Tipo de campaña	Retención	Awareness	Campaña de reconocimiento y participación
Presupuesto de campaña	\$100.00	\$800.00	\$500.00
Público objetivo (Buger Persona)	Mujeres y Hombres entre los 20 y 70 al cuidado de menores en edad escolar de los 6 a 12 años de edad	Mujeres y Hombres entre los 25 y 70 al cuidado de menores en edad escolar de los 6 a 12 años de edad	Mujeres y hombres de 30 años a 65 años al cuidado de menores en edad escolar de los 6 a 12 años de edad
Fechas de campaña	ago-21	oct-21	oct-21
Descripción/ COPYS	Taller de Radio para niñas y niños [Cupo limitado] 15 niños por sesión /30 total	Pequeños Radio Lectores podcast infantil	¿Tienes un libro favorito y quieres contar la historia? Envíame tu audio para salir en Los Buscalibros. Pequeños Radio Lectores podcast infantil
#	#pequeñosradiolectores/ #ellaboratoriodemonstruos/ #LasNotiHistorias /#Cuentosparaimaginar	#lospequeñoscuentan	#lospequeñoscuentan
Key Messages	Taller gratuito	¡Escucha e Imagina!	Imagina, con los ojos cerrados y los oídos bien

Campañas de difusión con objetivos particulares, de acuerdo al presupuesto, objetivo y tiempo de circulación. (2021)

Resumen de Audiencia de la 2da Temporada

La segmentación de públicos no difirió de la 1era temporada; solo se delimitó un poco el rango de edad de los interesados con hijos de 6 a 12 años de edad, debido a que los grupos de edad, ya no solo serían para la atracción de público al podcast, sino para la participación en los talleres de radio, tanto en su versión presencial como virtual. También se siguió empleando en los perfiles de campañas las preferencias de gustos y consumo por lo que serían personas interesados en el arte, cultura, lectura, educación, los que contarían con algún dispositivo electrónico, conexión a internet. Para los talleres presenciales, se sugirió que el público además tuviera cierta cercanía con el centro histórico.

Público

Público actual

Público potencial

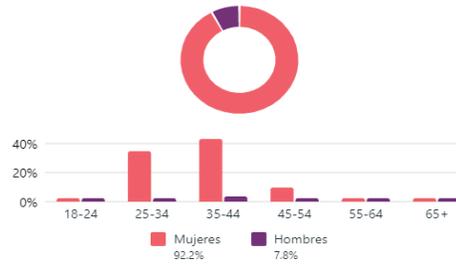
Me gusta de la página de Facebook **1**

1,179

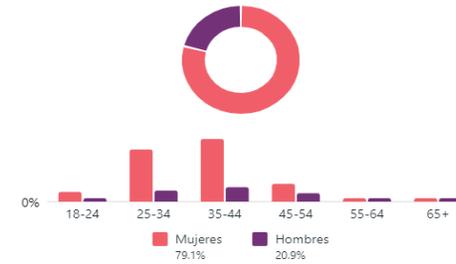
Seguidores de Instagram **1**

653

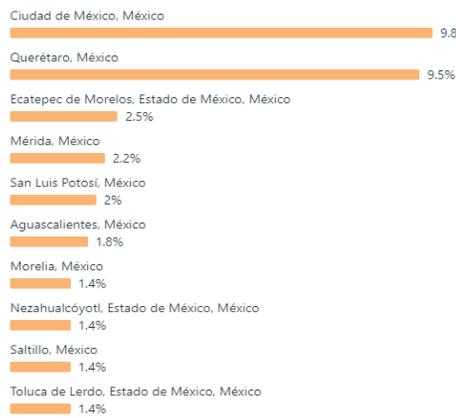
Edad y sexo **1**



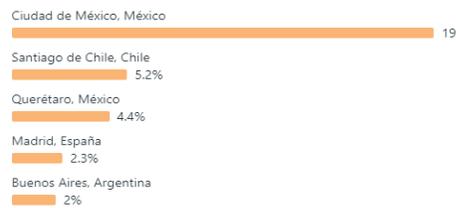
Edad y sexo **1**



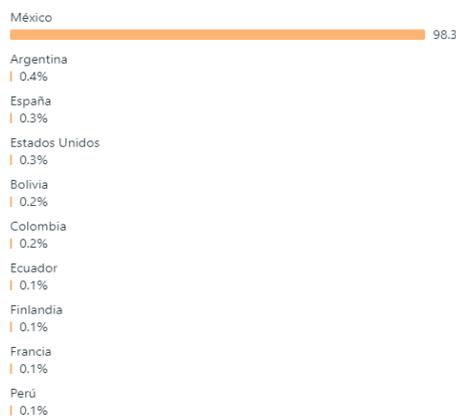
Principales ciudades



Principales ciudades



Principales países



Principales países

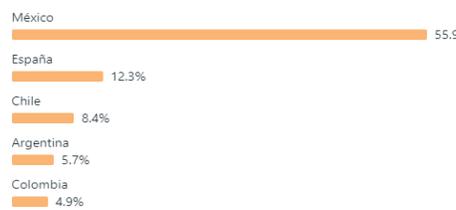


Figura 9. Resumen de audiencia de la 2ª temporada (Facebook, 2021)

Metodología

El tipo de investigación que se implementó a lo largo de las dos temporadas del podcast Pequeños Radio Lectores fue de diseño documental, pues se utilizaron fuentes documentales de libros que ayudaron a formar un contenido con mayor sustento y calidad en la creación del proyecto podcast de tipo literario, basado en los beneficios que aporta la lectura y la escritura. También se utilizaron herramientas digitales para formar grupos interesados en los talleres de la 1era y la 2da temporada. La investigación también se apoyó de contenidos audiovisuales para soportar la curva de aprendizaje, que van desde cómo hacer un podcast, el uso, manejo y dominio de las herramientas de grabación, instalación del estudio de grabación, musicalización y difusión de contenidos en redes sociales a partir de un plan sencillo, pero eficiente de marketing.

Por otro lado, el propósito ha sido la investigación aplicada para la logística personal y el desarrollo de las tareas a realizar periódicamente, es por ello que los modelos empleados fueron la adecuación y combinación de la metodología PRINCE2 por las diversas fases que se contemplaron para el seguimiento de todo el proyecto, y la ruta crítica, debido a las valoraciones continuas que se deben de aplicar a todos los procesos de ejecución de un proyecto. Se puede observar en el cronograma de planificación de la 1º y 2º temporada, cómo se distribuyeron las fechas y las áreas de enfoque del proyecto.

Tabla 12. Cronograma de planificación 1era temporada 2020

		Pequeños Radio Lectores																		
		AGOSTO	SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE					
		1° a 28 de agosto Delimitación de contenido, difusión y campañas de difusión	7-11	14-18	21-25	28-2	5-9	12-16	19-23	26-30	2-6	9-13	16-20	23-27	30-4	7-11	14-18	21-25	28-31	
S	Semana		1	2	3	4		5	6	7	8		9	10	11	12	13	14	15	
L	N° Episodios		3	6	9	12			15	18	21					24				
A	Creación de contenido	Redacción de guiones para la primera temporada										Sesiones intermedias para la creación y ensayo de la 1° temporada								
B	Edición de contenido											Sesiones intermedias para la edición de la 2° temporada								
C	Difusión de contenido	Delimitación de las redes sociales del proyecto																		
D	Campaña de difusión	Planificación de las campañas de difusión	1° C				2° C				3° C	Sesiones intermedias para la difusión de la 1° temporada			4° C			5° C		
D	Gestión de comunidad											Semanas intermedias para la gestión de contenidos en redes sociales y la comunidad								
E	Talleres											Semanas intermedias para la logística de los Talleres			3 Talleres del proyecto: 5 y 12 de diciembre					
F	Evaluación del impacto					3-4				31-1				28-29					19-20	31
G	Evaluación final															9-10				

El periodo comprendido de la 1era temporada del podcast abarcó desde el mes de agosto al mes de diciembre del 2020. (2020)

Cada una de los Cronogramas responden a la necesidad de crear un orden en los procesos de la escritura, la corrección, el ensayo, la grabación, la edición, la publicación y la difusión en las redes sociales del podcast: Facebook e Instagram.

Tabla 13. *Cronograma de planificación de la 2da Temporada 2021*

	Abril	Mayo	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
Fechas	1, 2, 9, 16, 22, 23, 24	3	19, 20, 21, 25 y 28	4, 8, 11, 25, 29	1, 2, 8, 13, 15, 16, 22, 27, 29	5, 6, 12, 19
N° Episodios	7	1	5	5	9	4
Creación de contenido	█	█	█	█	█	█
Edición de contenido	█	█	█	█	█	█
Difusión de contenido	█	█	█	█	█	█
Campaña de difusión	Campaña 1 "Retención"		Campaña 2 "Awareness"	Campaña 3 y 4 "Participación"		
Gestión de comunidad		█	█	█	█	█
Evaluación del impacto		█	█	█	█	█
Evaluación final		█		█		█

El periodo comprendido de la 2da temporada del podcast abarcó desde el mes de abril al mes de noviembre del 2021. (2021)

Para la fase de implementación de los talleres de las dos temporadas se usó la metodología acción participación, debido a los procesos de intercambio de conocimiento con los niños y niñas que participaron. Esto quiere decir que la investigación se complementa con las opiniones, los trabajos en sesión y las preguntas de los asistentes, dando como resultado sesiones que propician la activación.

El enfoque en todo momento fue mixto ya que, para los procesos de evaluación de los episodios subidos a las plataformas de *streaming* del podcast. se puede medir cuantitativamente el número de oyentes por cada episodio, además de saber cuál es la posición o ranking del podcast que ocupa el programa; también a través de los KPIs de las redes sociales y los números finales de la población digital que fue receptora de las campañas de difusión y, por último, el número de inscritos de todos los talleres que se realizaron en las dos temporadas. Por otro lado, también es factible la medición cualitativa, debido a los valiosos comentarios de madres, padres, abuelos o cuidadores en general, después de que los niños escucharon el

podcast, comentarios también de quienes son promotores de lectura, y de la comunidad que genera contenido para niñas y niños que se suman a las valoraciones del podcast, y que no son datos menores, pues alientan a continuar con el proyecto.

Población o unidad de análisis:

Población universo: Hombres o mujeres adultos responsables de menores de los 4 a los 12 años de edad que radican en el país México o cualquier parte del mundo y cuentan con acceso a internet y uso de uno o más dispositivos electrónicos.

Población muestra: Mujeres u hombres de entre los 18 y 65 años de edad responsables de infantes en edad escolar de entre los 4 y los 12 años de edad, que radican en la ciudad de Querétaro o zona metropolitana, cuentan con acceso a internet y al uso de algún dispositivo electrónico.

Mujeres u hombres de entre los 18 y 65 años de edad responsables de infantes en edad escolar de entre los 4 y los 12 años de edad, que viven en cualquier parte de México o el mundo y es oyente del programa radial Pequeños Radio Lectores.

Las técnicas y las herramientas empleadas en las dos temporadas del podcast consistieron en el uso de las estadísticas que provee la plataforma de alojamiento *IVOOX* y el perfil de *podcasters* de Spotify, también lo fue el uso de la plataforma de *Meta Business Suite* de la plataforma Facebook para el seguimiento a las estadísticas de esta red social e Instagram, para la revisión de interesados en los talleres de fomento a la lectura y escritura “Laboratorio de Monstruos” y en los talleres de radio “Los Pequeños Cuentan”.

Por lo anterior, este proyecto se conformó a partir de la siguiente hipótesis: La creación de “Pequeños Radio Lectores”, programa de radio y podcast en español para las infancias que, por su contenido lúdico, variado y divertido, permitió fomentar

el interés en la lectura y la escritura, estímulo necesario de la imaginación y la creatividad.

En tanto a la comprobación de la hipótesis, además de complementarse la respuesta con los apartados de Resultados de las dos temporadas de Pequeños Radio Lectores, se encontró que el podcast sí promovió el interés de un sector que respondió a la segmentación esperada, siendo las madres, los padres, los abuelos y abuelas e incluso maestros y maestras que alentaron a sus pequeños a escuchar las cápsulas, logrando capturar su interés por la oralidad, la narración oral y, finalmente, por la palabra escrita, además de que en algunos casos, se logró también, con las actividades sugeridas en cada episodio, continuar la historia ya sea por medio del dibujo o la escritura.

En los talleres, también se comprobó que los contenidos ofrecidos en la sección el Laboratorio de Monstruos como en Los Pequeños Cuentan, los niños y niñas se interesaron por exponer sus pensamientos, ideas, opiniones e historias a partir de dibujos y textos cortos, pero muy significativos por ser detonadores del desarrollo motriz y cognitivo de la escritura. El reconocimiento de los elementos anteriores, se puede decir que, en efecto, gran parte de la hipótesis puede ser respondida con valoraciones positivas y alentadoras que promueven la idea de que se ha formado una comunidad de lectores, ya no solo hablando de los menores, sino también de los adultos responsables, logrando así, tan solo las bases de un proyecto radial con las posibilidades de llegar a más oídos y seguir creciendo.

Resultados

Las actividades descritas previamente en el capítulo 3 sobre la 1era y 2da temporada del podcast Pequeños Radio Lectores se mostrarán a continuación, pero esta vez conforme a sus resultados y con un enfoque mixto, lo que brindará una perspectiva mayormente amplia sobre los datos o números que se mencionarán, así como también las valoraciones cualitativas.

Temporada 1. Laboratorio de Monstruos y Cuentos para Imaginar

La 1era temporada del podcast Pequeños Radio Lectores dio como resultado la publicación de 11 episodio de la sección Laboratorio de Monstruos y 6 episodios de Cuentos para Imaginar, dando como resultado una primera temporada integrada por 17 episodios, que fueron transmitidos en las plataformas Ivoox, Spotify, Google podcast, Apple podcast, y YouTube.

Con base en la plataforma *chartable.com* se pudo medir el impacto del podcast a partir del posicionamiento que obtuvo frente a todos los podcasts que forman parte de la categoría *México: Kids & Family*. A continuación, un breve recuento de cuáles fueron las posiciones que ocupó el podcast en su primera temporada:



15 de diciembre del 2020

Apple Podcasts
#241 ▼ 182 Apple Podcasts : Mexico : Kids & Family : Episodes [Rank History](#)

Figura 10. Posicionamiento del podcast Pequeños Radio Lectores en el ranking del top 200 de las categorías del podcast México: Kids & Family (Chartable, 2020)

Las estadísticas de IVOOX (plataforma en la que se encuentra alojado el podcast desde sus inicios), mostró información importante sobre el primer ejercicio del podcast, dando como resultado 762 escuchas totales por el periodo que comprendió la publicación de los episodios de la 1era temporada, es decir, del mes de septiembre al mes de diciembre.

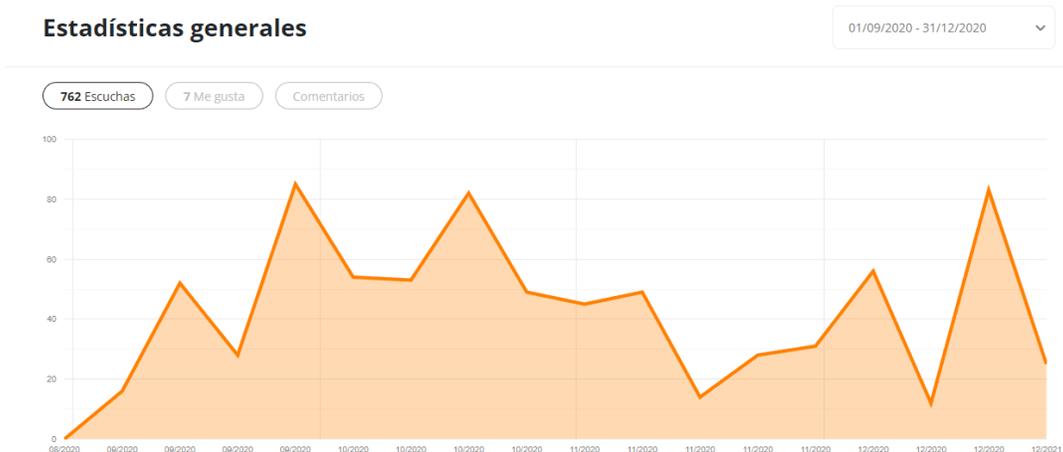


Figura 11. “Estadísticas generales” del número de escuchas del periodo comprendido entre el mes de septiembre y diciembre del 2020, tiempo de la primera temporada del podcast Pequeños Radio Lectores. (Ivoox, 2020)

Los principales lugares en los que fue escuchado el podcast fueron Estados Unidos, México y España, además de otros países de los cuales no se esperaba estuvieran en la lista.

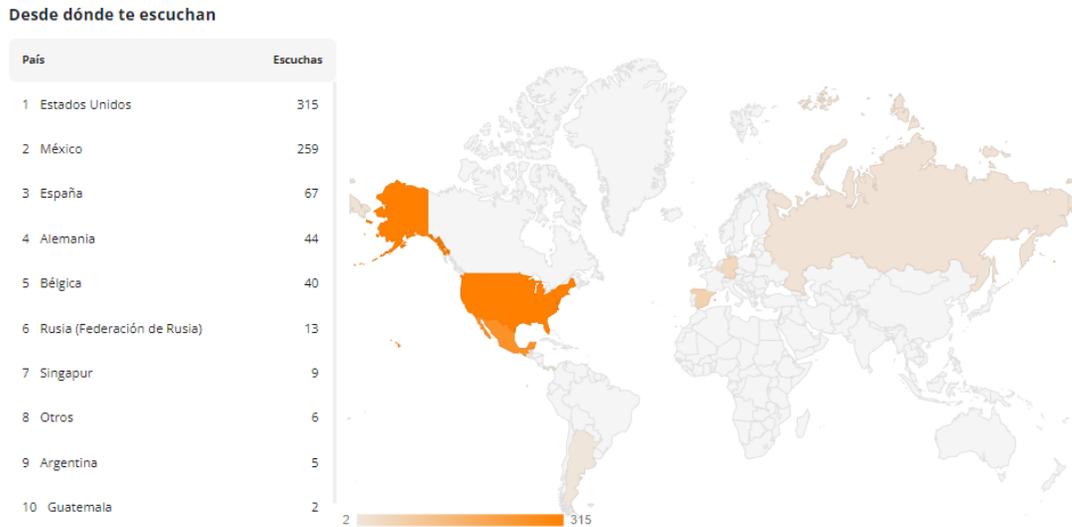


Figura 12. Principales lugares del mundo en el que fue escuchado el podcast, dentro del periodo de tiempo de septiembre a diciembre del 2020, tiempo de la primera temporada del podcast Pequeños Radio Lectores. (Ivoox, 2020)

Otro resultado interesante fue el reconocimiento de las principales plataformas en donde fue escuchado el podcast.

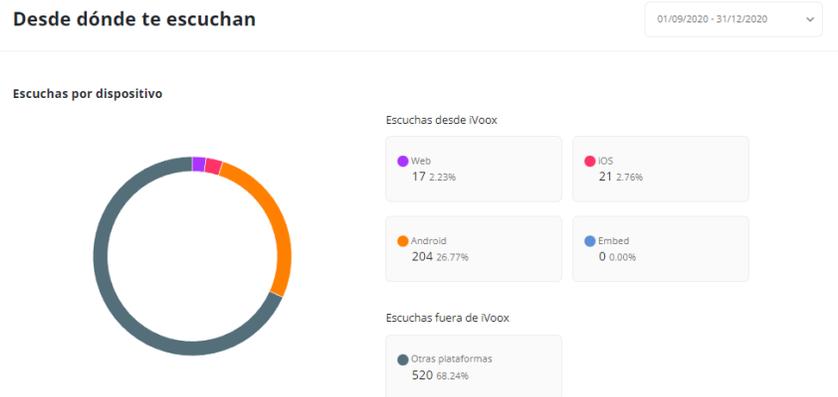


Figura 13. “Desde donde te escuchan” principales plataformas que se emplearon para escuchar el podcast, dentro del periodo de tiempo de septiembre a diciembre del 2020, tiempo de la primera temporada del podcast Pequeños Radio Lectores. (Ivoox, 2020)

Con relación a las campañas de difusión realizadas desde la plataforma de Facebook en el servidor *Meta Business Suite* se pudo medir el alcance y las interacciones obtenidas de acuerdo, también, al costo pagado.



Figura 14. Campaña Awareness del mes de septiembre (Facebook, 2020)

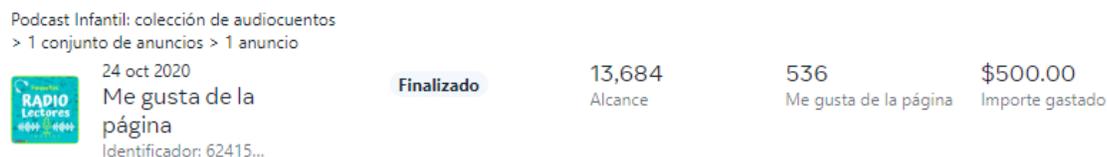


Figura 15. Campaña Awareness del mes de octubre (Facebook, 2020)

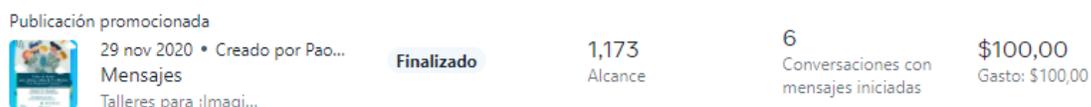


Figura 16. Campaña de retención-participación del mes de noviembre para las sesiones del Taller “Laboratorio de Monstruos” (Facebook, 2020)

Por parte de la realización del Taller virtual de fomento a la lectura y escritura “Laboratorio de Monstruos” es importante mencionar que la difusión se realizó desde las redes con un costo total de \$100 pesos mexicanos, y se logró tener un alcance de 1173 personas y 6 conversaciones iniciadas, de los cuales se obtuvo un registro total de 50 personas interesadas, logrando una inscripción de 35 personas, y una participación activa en los talleres de 30 niños y niñas, quedando organizado de la siguiente manera:

Interesados: 50 personas

Inscripciones: 35 personas

Asistentes (sábado 5 de diciembre): 20 niños (12 niñas/8 niños)

Asistentes (sábado 12 de diciembre): 10 niños (7 niñas/ 3 niños)

A continuación, se expone parte de la evidencia fotográfica del taller de fomento a la lectura y escritura “Laboratorio de Monstruos”.

Taller gratuito en línea
Taller de dibujo y escritura creativa
para niñas y niños de 4 a 10 años
"Laboratorio de monstruos"
Imparte Paoline Hernández

Sábado 5 de diciembre
de 4:00 pm a 5:30 pm

Cupo limitado Inscripciones al correo
lectores@libreandoando.com

442 44 32 944

SECRETARÍA DE CULTURA QRO ORGULLO MX EN TU CAJE APOYARTE 2020 PREMIO DE CULTURA 2020

¡Una gran sonrisa!

"La infancia es una etapa maravillosa. No hay pasado, no hay futuro; sólo un presente que se mira con inocencia e ilusión"
Carla Montero



Figura 17. Evidencia fotográfica de la realización del Taller virtual de fomento a la lectura y escritura "Laboratorio de Monstruos" (2020)

Temporada 2. Los Pequeños Cuentan y Los Buscalibroos

En la 2da temporada se publicaron 11 episodios de Los Buscalibroos y 17 episodios de Los Pequeños Cuentan, dando un total de 28 episodios finales, por lo que sería esta temporada la más prolongada de las dos publicadas en las plataformas Ivoox, Spotify, Google podcast, Apple podcast, y YouTube.

De acuerdo a la plataforma chartable.com en esta nueva oportunidad, la segunda temporada también estuvo presente dentro del posicionamiento de la categoría *México: Kids & Family*. y también *México: Stories for Kids*. El 5 de mayo del 2021 alcanzó la posición 162 y el 10 de julio del mismo año en la posición 166, lo que es muestra de que se mantuvo presente el podcast, sin embargo, para el 15 de octubre, alcanzó a entrar dentro de los 50 primeros podcasts de preferencia en habla hispana, pues obtuvo el lugar 43.

A continuación, el recuento de cuáles fueron las posiciones que ocupó el podcast en su segunda temporada:

5 de mayo del
2021

Chart Positions

Apple Podcasts

#162 ▼ 4 Apple Podcasts : Mexico : Stories for Kids

[Rank History](#)

[Dashboard for Pequeños Radio Lectores »](#)

10 de julio del
2021

Chart Positions

Apple Podcasts

#166 ▲ 2 Apple Podcasts : Mexico : Stories for Kids

[Rank History](#)

[Dashboard for Pequeños Radio Lectores »](#)

15 de octubre
del 2021

Chart Positions

Apple Podcasts

#43 Apple Podcasts : Mexico : Kids & Family [Rank History](#)

#12 ▲ 189 Apple Podcasts : Mexico : Stories for Kids [Rank History](#)

[Dashboard for Pequeños Radio Lectores »](#)

Figura 18. Posicionamiento del podcast Pequeños Radio Lectores en el ranking del top 200 de las categorías del podcast México: Kids & Family y México: Stories for kids (Chartable, 2021)

Por la parte de las estadísticas de la plataforma Ivoox, para esta nueva temporada, los datos que se obtuvieron, estuvieron contemplados en un periodo de tiempo más amplio, pues se implementaron entrevistas y talleres virtuales como presenciales, por lo que se delimitó entre los meses de abril a diciembre del 2021. La información obtenida por el número total de escuchas fue de 994, en el tiempo antes mencionado.

Estadísticas generales

01/04/2021 - 31/12/2021

994 Escuchas

Me gusta

Comentarios

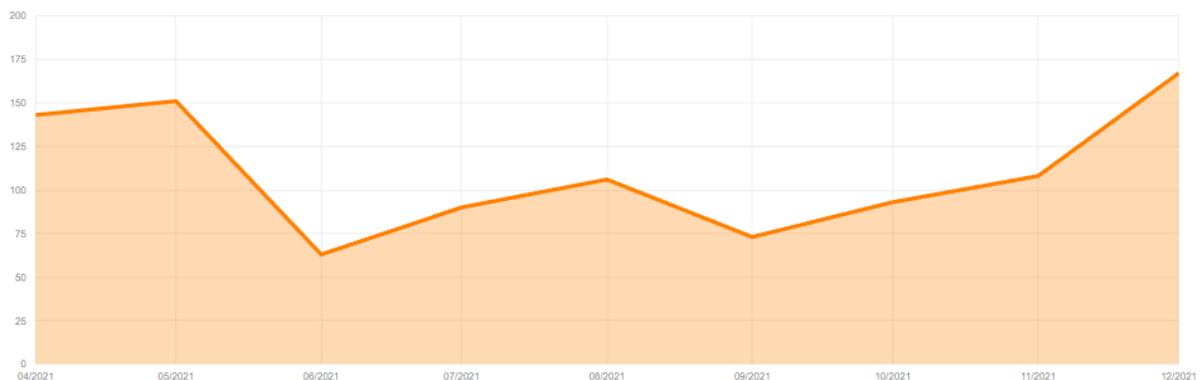


Figura 19. “Estadísticas generales” del número de escuchas del periodo comprendido entre el mes de abril a diciembre del 2021, tiempo de la primera temporada del podcast Pequeños Radio Lectores. (Ivoox, 2021)

Los principales lugares en donde se escuchó el podcast Pequeños Radio Lectores en su segunda temporada fueron: Estados Unidos, México y Perú.

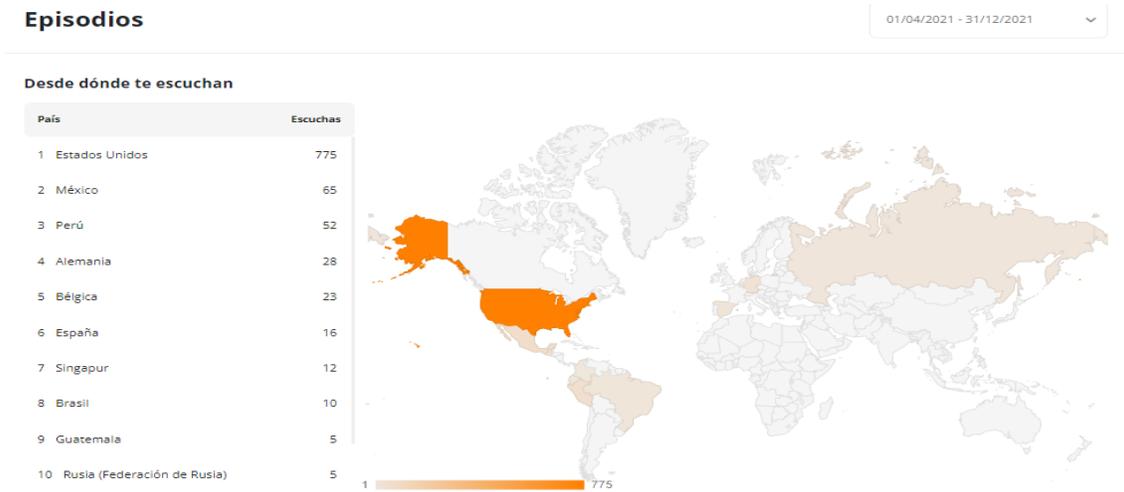


Figura 20. Principales lugares del mundo en el que fue escuchado el podcast, dentro del periodo de tiempo de abril a diciembre del 2021, tiempo de la segunda temporada del podcast Pequeños Radio Lectores. (Ivoox, 2021)

Por la parte de los dispositivos que fueron usados para escuchar el podcast en la plataforma Ivoox destacan el uso de aparatos con inteligencia Android. Sin embargo, la plataforma no reconoce el tipo de plataforma del 96.3% debido a que fue escuchado el podcast fuera de Ivoox.

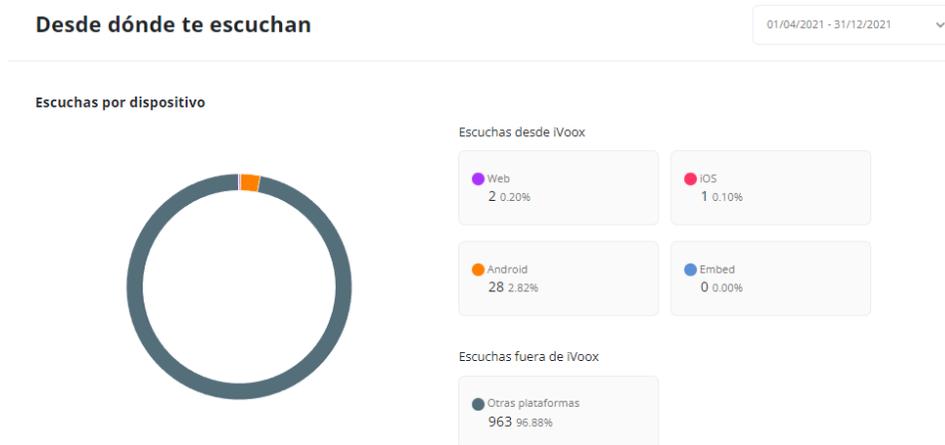


Figura 21. “Desde donde te escuchan” principales plataformas que se emplearon para escuchar el podcast, dentro del periodo de tiempo de abril a diciembre del 2021, tiempo de la segunda temporada del podcast Pequeños Radio Lectores. (Ivoox, 2021)

Las campañas de difusión realizadas para la segunda temporada desde la plataforma de Facebook en el servidor *Meta Business Suite*, nuevamente arrojaron los alcances y las interacciones a partir de un costo total. Cada publicación tuvo un presupuesto diferente (como se podrán observar en las siguientes figuras) y cada una de éstas, tuvo un alcance mayor o menor según el objetivo de la publicación, como lo fue: Me gusta a la página o *clics* al enlace.

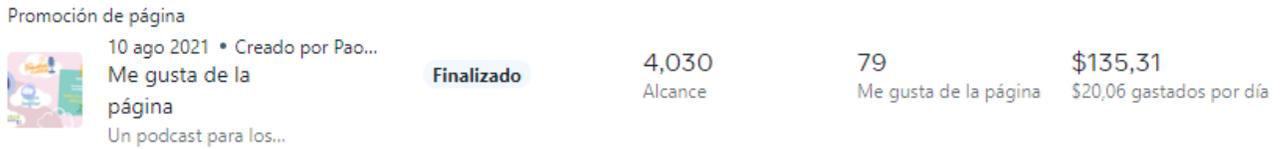


Figura 22. Campaña de retención del mes de agosto (Facebook, 2021)



Figura 23. Campaña Awareness del mes de octubre (Facebook, 2021)



Figura 24. Campaña de reconocimiento y participación del mes de octubre (Facebook, 2021)

Finalmente, la realización del Taller de radio para niñas y niños “Los Pequeños Cuentan” se llevó a cabo en 21 sesiones, de las cuales, 9 se realizaron de manera virtual, y el resto de las sesiones fueron de manera presencial. El alcance en la difusión especial del taller de radio de manera virtual y presencial fue de 2262 personas, con seis conversaciones iniciadas.

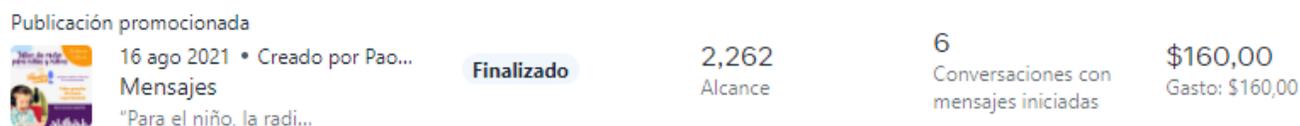


Figura 25. Campaña especial de participación del mes de agosto (Facebook, 2021)

El reporte final de la implementación de los talleres virtuales fue de:
45 personas interesadas
Inscripciones: 27 personas

Por parte de los talleres presenciales:
20 personas interesados
Inscripciones: 16 niños
Más 32 niñas y niños de la Casa Hogar Villa Infantil

Número total de niñas y niños atendidos: 75 niños (32 niñas/ 43 niños)

A continuación, se expone parte de la evidencia fotográfica del taller de radio para niñas y niños “Los Pequeños Cuentan”.





Figura 26. Evidencia fotográfica de la realización del Taller de radio para niñas y niños “Los Pequeños Cuentan” que se implementó de forma virtual y presencial (2021).

Discusión

El ejercicio cultural que implicó la gestión del proyecto *Pequeños Radio Lectores*, permitió dar cuenta de la necesidad de abordar procesos mixtos: de manera presencial y de manera virtual. Se utilizaron redes sociales, plataformas de diseño y edición de productos audiovisuales, así como estrategias de alcance en plataformas de *streaming* para llegar a comunidades digitales que no distinguen fronteras. Lo descrito ha facilitado la interacción con personas de cualquier parte del mundo. Fue así que los resultados obtenidos después de las dos temporadas del podcast proponen que, por el alcance virtual haya más posibilidades de consumo cultural al instante del *clic*, lo que se traduce en incrementar las opciones y repertorios de contenidos especiales para las infancias, algo que sin duda es beneficioso para los públicos a quienes está dirigido este esfuerzo. También significa para los creadores de contenido, ingresar a un mundo digital muy competido, lo que no es necesariamente perjudicial, es tan solo el aliciente por generar contenidos de calidad, con estándares y valores definidos, como la honestidad y autenticidad, además de sumarse a ello la perseverancia en mantener vivo un proyecto porque la misión y los objetivos son claros. El estímulo principal de todo proyecto, quizá debería alejarse de la aspiración superficial de un número alto en visualizaciones, y tal vez, centrarse en las aportaciones significativas en la construcción de sentido, en la transmisión de ideas, en las dudas, inquietudes y curiosidades plantadas, en las conversaciones que se producen, en las emociones sentidas, en las actividades sugeridas y en todas y cada una de las reacciones que tienen lugar a partir de las conexiones generadas que, en caso particular del proyecto en cuestión, pudiera darse con un cuento, audiocuento, audio relato, reseña, entrevista o cápsula.

Por lo anterior, algunas de las reacciones obtenidas a lo largo de poco más de un año en la gestión del podcast, han sido todas positivas y gran parte de éstas fueron recibidas por medio de las redes sociales, donde los principales cuidadores

de los menores (ya sean mamás, papás, abuelos o maestras), han compartido su agradecimiento y felicitación por el contenido del podcast, pues ha sido del agrado de los niños. Principalmente, el contenido que ha tenido mejores valoraciones por comentarios y número de escucha en *IVOOX* y *Spotify*, han sido los audiocuentos en comparación con las reseñas y las entrevistas literarias, por lo que, en las próximas temporadas se considerará más contenido del tipo de cuentos.

Lo anterior, nos lleva discutir el planteamiento inicial del proyecto en cuestión, de lo que se ha hecho y lo que puede continuar en próximas temporadas, es decir, si es que las cápsulas literarias para niños y niñas, como lo son los audiocuentos verdaderamente propician el acercamiento a los libros y a la lectura, y también, si logran su cometido de estimular la imaginación. Lo que pudiera ayudar a comprender este objetivo desde el planteamiento de la pregunta es por medio de las impresiones cualitativas, a través de los comentarios positivos (como antes se mencionó); por medio del interés de los niños en participar en los talleres de radio, por el número de escuchas en las plataformas oficiales, y nuevamente, por el seguimiento que los padres de familia pudieron expresar de sus hijos, después de los talleres o la escucha de los audiocuentos, pues han comentado que escuchan el audio cuento en repetidas ocasiones, hasta aprendérselo.

Una estrategia que podrá ayudar en un futuro cercano, a obtener más información al respecto, sería colocar pequeñas encuestas con respuestas diversas para dar opciones al público y obtener un acercamiento más certero con el gusto y preferencia de los oyentes. Esto, es algo que ha faltado implementar, a razón de priorizar la experimentación en contenidos que se expresen en géneros como la entrevista, los relatos fantásticos, los cuentos que son historias más complejas, en la reseña literaria. Al final, si algo es seguro, y de lo que se reconoce como un aprendizaje valioso después de las dos temporadas, es que delimitar a uno o máximo dos tipos de contenido cerrará la brecha tan amplia que se puede abordar

creativamente, generando el gran beneficio de tener una línea editorial más clara y, por ende, una identidad más definida.

El proyecto *Pequeños Radio Lectores* podcast fue posible debido a la pertinencia de su propio contexto, primeramente, a la tendencia del consumo del podcast por las facilidades de acceso a internet y al uso de dispositivos digitales, y también, a la gran ola del covid-19 que obligó a las sociedades del mundo al confinamiento, permitiendo que el tiempo libre y el ocio en internet fueran espacios de encuentro. Cuando dio inicio el confinamiento, en el ahora lejano abril del 2020, se encontró como necesidad el generar contenidos digitales que pudieran brindar diversión, entretenimiento, ocio y aprendizaje a las niñas y a los niños, por lo que el proyecto desde entonces ha sido viable. Es una necesidad real de que los principales cuidadores de los menores necesitan de repertorios temáticos y contenidos de calidad por internet, por lo tanto, y apelando a cumplir una meta profesional, la obtención de dos becas de apoyos a la gestión de prácticas lectoras, hizo factible cubrir todos los gastos necesarios para la implementación de dos temporadas, pues con estos recursos se han podido cubrir todo tipo de requerimientos de materiales, herramientas, equipos, traslados y honorarios.

Ahora bien, los desafíos que presenta el podcast es el de continuar con la proyección y crecimiento, porque se pudo comprobar de su pertinencia, su viabilidad y su factibilidad en tanto a la expansión de más radio escuchas.

Otro elemento de discusión es que si bien, el contenido que conforma el podcast *Pequeños Radio Lectores* es original, de redacción y de autoría propia, así como los cuentos, los relatos, los guiones para entrevistas, las capsulas informativas, por otro lado, surge el interés por presentar cuentos publicados por editoriales que forman parte del mercado, es decir, que tiene una política de derechos de autor. Por lo tanto, la inclusión de materiales de lectura para la

elaboración de los contenidos en el podcast, deberán ser cuidados y revisados con atención para no incurrir en alguna penalización.

El elemento sonoro y la palabra es el punto de inflexión de un audiocuento o una cápsula radial, por lo que será cuestión de mantener la esencia del podcast y ampliar las posibilidades lúdicas que permite el espacio radial para generar más y mejores contenidos, que se siga explorando la oralidad, la creatividad sonora, y de tal manera, aporte a las infancias entretenimiento, aprendizajes, interés por el dibujo, la lectura, la escritura, y sea al final, un estímulo a la imaginación.

Conclusiones

Una de las ideas que se escuchan en torno a la pandemia del 2020 fue que el confinamiento obligatorio, como medida de protección social, permitió el reencuentro de las personas con el espacio íntimo y personal, con el tiempo, las ideas, la creatividad y con la resiliencia. Es así que surge el podcast Pequeños Radio Lectores, aprovechando el uso de las tecnologías que se volvieron puente de conexión y vínculo con los otros en el espacio intermedio de la realidad virtual y la presencialidad. Después de este tiempo complejo y de la aplicación del proyecto, se puede argumentar que, en efecto, la pandemia, fue para muchos, la razón de ser del nacimiento de proyectos que hoy ya tienen un funcionamiento y, en algunos casos ganancias, no necesariamente económicas, como lo es actualmente el caso del podcast, a reserva de las becas obtenidas. Fue un espacio que otorgó libertad para congeniar con los valores y actividades que nutren el espíritu, por lo que la lectura y la escritura fueron espacios a los que se recurrió con ánimo de contagio a las generaciones más jóvenes. Surgió así la necesidad de comunicar esta preocupación traducida en audiocuentos que animen a las infancias y adultos que les acompañan, a ser leído por medio de los sentidos y sea, para ellos también, la palabra oral y la palabra escrita, un espacio propio, seguro, donde las realidades se pinten de momentos de posibilidad e imaginación.

Otro elemento importante a comentar, a modo de recapitulación y cierre de proyecto, es que la resiliencia te permite tener crear espacios de creación, incentivada por la aceptación al cambio que no se opone o resiste, sino que camina acompañado de las complejidades. Es así que Pequeños Radio Lectores se nutrió de estas realidades y trastocó puertas importantes para su gestión, pues se convirtió en más que un proyecto, se volvió un lugar al cual depositar lo más auténtico, creativo, honesto y cuidado posible, para que estos contenidos tengan todas las posibilidades de llegar a los oídos y al corazón de los oyentes. Queda mucho camino por recorrer aún, pero las bases se han construido de material sólido, pues además

de la documentación que se expuso principalmente en el capítulo 1 sobre la importancia, ventajas, beneficios y oportunidades de desarrollo como crecimiento que brinda la lectura en las infancias y a cualquier edad, también lo es la experiencia obtenida de primera mano tras haber concluido con dos temporadas que definiría exitosas, pues el éxito, queda expresado para fines prácticos, como la satisfacción personal y esperanza de crecimiento, algo que finalmente, hoy por hoy se tienen a favor del podcast.

A propósito de continuar con la gestión del podcast, se deben revisar cómo es que las tecnologías no son actualmente una opción, sino una necesidad para poder generar vínculos con los otros, además de propuestas construidas con herramientas que promuevan la calidad y permitan la innovación. Por tal motivo, considero que el podcast es un espacio creativo que continuará en un futuro cercano como medio de difusión de historias, cápsulas, relatos, cuentos, por lo que se seguirá usando como plataforma base del proyecto. No obstante, quedará para temporadas futuras explorar la verdadera plataforma radial, así como la plataforma audiovisual, pero preservando la misma esencia en los contenidos y, por supuesto, el mismo público meta: las infancias. En esta misma tónica, se propondrá delimitar los contenidos a solo uno, o máximo dos, como se comentó en la sección *Discusiones*, y fijar dos días a la semana para la publicación de episodios, pero de manera asidua durante toda la semana en las dos cuentas oficiales del podcast en Facebook e Instagram.

Antes de iniciar el proyecto se presumía que la diversificación de contenidos sería el elemento de diferenciación frente a otros programas de radio para niños en México, como lo son “Niñosapiens” o “Algarabía Niños Radio” en donde los contenidos son diversos bajo una misma línea editorial, pero tras la experiencia de ejecución del podcast, con la difusión de contenidos de cuatro diferentes secciones, la delimitación es lo que proveerá certeza e identidad, siendo la narración de cuentos, la línea por la cual seguir en el podcast. En caso de tener interés por otros

contenidos, se evaluará la opción de sumarse como contenido extra, o bien, la creación de una sección en la se arrojen cápsulas diversas, lúdicas y flexibles sin necesariamente someterse a la expectativa de un tipo de contenido en particular.

Algunas propuestas para la implementación de múltiples contenidos, podría ser la creación de cápsulas que contengan pequeñas secciones con un tiempo definido, en donde la cualidad principal sea la delimitación de un tema. Otra alternativa posible, será que por las temporadas se definan cuáles serán los enfoques.

Pequeños Radio Lectores es un podcast que permite la exploración de contenido literario y cultural para niños, lo cual posibilita fomentar el interés por la oralidad, la lectura y la escritura, por el libro físico y por la narración oral y, por supuesto, por el estímulo a la imaginación en la infancia y en cualquier edad. En los próximos ejercicios de las temporadas del podcast, se explorarán más contenidos creativos, lúdicos y entretenimiento cultural para las infancias, apostando en esta ocasión centrar el esfuerzo por el audiocuento y el relato, lo que promoverá que se pueda analizar los resultados a partir de la delimitación por contenidos, además de explorar también las herramientas audiovisuales y gráficas como complemento del podcast.

Bibliografía

- Abril, Paco (2002) *La literatura infantil desde antes de la cuna*. Ponencia presentada en el Seminario Internacional “La lectura desde la cuna”, celebrado durante la XXII Feria Internacional de Libro Infantil y Juvenil en la Ciudad de México.
- AM (2014) *Secretaría del Trabajo señala que no hay empleos en Querétaro*. Querétaro. <http://amqueretaro.com/queretaro/2014/08/18/secretaria-del-trabajo-senala-que-hay-empleos-en-queretaro>
- Bourdieu, Pierre (1995) *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Trad. Thomas Kauf. Editorial Anagrama.
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2015) *Ley de Fomento para la Lectura y el libro*. México. http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFLL_171215.pdf
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2017) *Ley General de Cultura y Derechos Culturales*. http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGCDC_190617.pdf
- Chapela, Luz María (2015) *La palabra oral y la palabra escrita*. Cuadernos de Lectura de Salas de Lectura. CONACULTA.
- CIRT (s.f.) *Cronología de la Radiodifusión de México. Radio y Televisión Mexicanas CIRT*. En: <https://cirt.mx/cronologia-de-la-radiodifusion/>
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (2018) *Encuesta Nacional de Lectura 2015-2018*. https://observatorio.librosmexico.mx/files/encuesta_nacional_2015.pdf
- El Universal Querétaro (2014) *Lectura y Desarrollo*. Sección Opinión. <http://www.eluniversalqueretaro.mx/content/lectura-y-desarrollo>
- Espino Barrios, Luis Fernando (2012) *Difusión cultural en las sociedades de la información y del conocimiento*. Guatemala: Universidad Panamericana de Guatemala. http://www.luisespino.com/ensayos/difusion_cultural_luis_espino.pdf

- Expansión (2007) *Los precios de la canasta básica se disparan en febrero*.
<http://expansion.mx/economia/2017/03/09/los-precios-de-la-canasta-basica-se-disparan-en-febrero>
- Factoría Creativa (2022) *20 estadísticas de podcast que debes saber este 2022*. My CMS. <https://factoriacreativa.net/20-estadisticas-de-podcasts-que-debes-saber-en-2022/>
- Freire, Paulo (2004) *La importancia de leer y el proceso de la liberación*. Trad. Stella Mastrangelo. Editores Siglo Veintiuno. <http://ceiphistorica.com/wp-content/uploads/2015/12/Paulo-Freire-La-importancia-de-leer-y-el-proceso-de-liberaci%C3%B3n.pdf>
- Fuentes, Mario Luis (2015) *Un país sin libros ni lectores*. Excélsior.
<http://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/05/26/1026048>
- Galindo Cáceres, Luis Jesús (2012) *Ingeniería en Comunicación Social y Promoción Cultural. Sobre Cultura, Cibercultura y Redes Sociales*. México-Argentina: Ed. Homo Sapiens.
- Garrido, Felipe (2012) *Manual del buen promotor de lectura*. CONACULTA. 1ª edición.
- Gordon, José (2015) *El efecto imaginante*. Cuadernos de Lectura de Salas de Lectura, CONACULTA.
- IMER (s.f.) *Radio Infantil. La estación de radio del Instituto Mexicano de la Radio dedicada a niños*. <https://www.imer.mx/micrositios/radio-infantil/>
- Jiménez, Lucina (2015) *Gestión cultural y lectura en tiempos de diversidad*. Cuadernos de Lectura de Salas de Lectura, CONACULTA.
- Laplana, Manuel (2020) *Día Mundial de la radio: La radio y los niños*.
<https://radiosenminiatura.com/2020/02/13/dia-mundial-de-la-radio-la-radio-y-los-ninos/>
- Lasso Tiscareno, Rigoberto (2004) *La importancia de la lectura*. Volumen 14 de Cuadernos Didácticos de Sociología. Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.
- Martínez Rodríguez, Aida (2010) *Promoción Cultural: Una Nueva Mirada*. Centro Nacional para la Cultura. Cuba.
<http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/12345>

6789/73/Habana%20-
%20Promoci%C3%B3n%20cultural%20Una%20nueva%20mirada.pdf?sequen
ce=1

Mchugh, Siobhan (2021) *El podcast, la radio reinventada*. UNESCO.

<https://es.unesco.org/courier/2020-1/podcast-radio-reinventada#:~:text=La%20creaci%C3%B3n%20del%20podcast%20se,pod%C3%ADan%20descargarlos%20a%20su%20conveniencia>.

Miguelés, Rubén y Piñón, Aída (2016) *México lee 3.8 libros al año, indica encuesta de INEGI*.

<http://www.eluniversal.com.mx/articulo/cultura/letras/2016/04/16/mexico-lee-38-libros-al-ano-indica-encuesta-de-inegi>

Oliver, Diana (2022) *Podcast para niños. El incipiente mercado de los “podcast” para niños*. El País. <https://elpais.com/mamas-papas/actualidad/2022-03-05/el-incipiente-mercado-de-los-podcasts-para-ninos.html>

Othón Quiróz Trejo, José. (2009) *Arte, Sociedad y Sociología*. Sociológica. Año24, número 71. Pp.89-121. En: 1 Arte, sociedad y sociología.pdf

Petit, Michele (2002) *Lecturas: del espacio íntimo al espacio público*. Fondo de Cultura Económica.

Petit, Michele (2009) *El arte de la lectura en tiempos de crisis y Una infancia en el país de los libros*. Océano Travesía.

Péitit, Michele (2009) *El arte de la lectura en tiempos de crisis*. Océano Travesía

Péitit, Michele (2015) *Leer el mundo*. España, Océano Travesía

Sábato, Ernesto (1963) *El escritor y sus fantasmas*. sabato-ernesto-el-escriptor-y-sus-fantasmas.pdf

Secretaría de Cultura del Estado de Querétaro (2021) *Plan Estatal de Cultura 2015-2021*.

<http://culturaqueretaro.gob.mx/iqca/admin/galmultimed/files/Plan%20de%20Desarrollo%20Cultural%20IQCA%202015-2021.pdf>

Secretaría de Cultura, México (2010) *Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales*.

http://www.cultura.gob.mx/encuesta_nacional/#.Wi9kut_ibIU

UNESCO (2020) *Las niñas en primer plano. Guía para las radios comunitarias*. En apoyo de la Coalición Mundial para la Educación COVID-19.
https://unesdoc.unesco.org/in/documentViewer.xhtml?v=2.1.196&id=p::usmarcdef_0000374105_spa&file=/in/rest/annotationSVC/DownloadWatermarkedAttachment/attach_import_52073e0f-08ff-49d8-95a4-fdbd3f7451b5%3F_%3D374105spa.pdf&locale=es&multi=true&ark=/ark:/48223/pf0000374105_spa/PDF/374105spa.pdf#%5B%7B%22num%22%3A11%2C%22gen%22%3A0%7D%2C%7B%22name%22%3A%22XYZ%22%7D%2C14%2C842%2C0%5D

UNICEF (2017) *Niños en un mundo digital. Estado Mundial de la Infancia 2017*.
<https://www.unicef.org/media/48611/file#:~:text=Los%20ni%C3%B1os%20y%20adolescentes%20menores,edades%20cada%20vez%20m%C3%A1s%20tempranas.>

Vázquez, Estela (2012) *La imagen y la palabra*. Cuadernos de Salas de Lectura.
CONACULTA

Vigotsky, L.S. (1999) *Imaginación y creación en la edad infantil*. Vigotsky-
Imaginacion_y_Creatividad_En_La_Infancia.pdf

Anexos

A.1. Carta de Reconocimiento de APOYARTE 2020



A.2. Carta de Aceptación de Alas y Raíces 2021



COORDINACIÓN NACIONAL DE DESARROLLO CULTURAL INFANTIL
ALAS Y RAÍCES
JEFATURA DE LABORATORIOS CREATIVOS

Lunes 12 de abril de 2021

A QUIEN CORRESPONDA:

Como parte de las acciones culturales emprendidas en varios estados de la República Mexicana y con vistas a la democratización de la oferta cultural, la Coordinación Nacional de Desarrollo Cultural Infantil, abrió una invitación nacional para conformar la plantilla de colaboradoras y colaboradores en la programación anual del Departamento de Laboratorios Creativos en el proyecto "Identidades y Reconstrucción de las Memorias" del programa federal Alas y Raíces, quedando seleccionada la profesionista **Jessica Paola Hernández Llamas** con el proyecto "**Taller de radio para niñas y niños. Los Pequeños Cuentan**" mismo que desarrollará en el estado de Querétaro.

Sirva esta carta como presentación y aval de que la tallerista y su proyecto, forman parte de la programación seleccionada para el 2021 en el programa Alas y Raíces.

Sin más, le envío un cordial saludo.


Guillermina Pérez Suárez
Secretaría Ejecutiva de Cultura Infantil
Coordinación Nacional de Desarrollo Cultural Infantil
Secretaría de Cultura Federal
gperezs@cultura.gob.mx
55 41 55 02 00 ext. 9326