

Voces Saludables: radiodramas que informan oportunamente hábitos preventivos frente al covid-19, para las y los ciudadanos de 35 a 50 años del distrito de Comas



Wendy Johanna Chávez Espinoza

Egresada de Educación Artística – ENSAD

wespinozajc@gmail.com / equinoccio teatro@gmail.com

Educadora, gestora cultural, artista escénica, dramaturga, fundadora e integrante del grupo Equinoccio. Egresada de la carrera de Educación Artística de la ENSAD y parte de la novena generación en la Asociación para la Investigación Actoral Cuatro tablas. Ha participado en diversas puestas escénicas, en festivales nacionales e internacionales y proyectos audiovisuales. Además, es gestora en proyectos artísticos y educativos culturales.

Voces Saludables: radiodramas que informan oportunamente hábitos preventivos frente al covid-19, para las y los ciudadanos de 35 a 50 años del distrito de Comas



Lic. Jimmy Smith Vidal Guerrero

Egresado de Educación Artística – ENSAD

runayka@gmail.com / equinoccio teatro@gmail.com

Licenciado en Educación Artística por la Escuela Nacional Superior de Arte Dramático. Educador, gestor cultural, artista escénico, fundador y director de Equinoccio. Ha participado en diversas puestas escénicas y proyectos audiovisuales como: *Yupaychay y la hermosa serpiente* (Equinoccio Teatro), *Sin título - técnica mixta* (Yuyachkani), *Los Perros* (ENSAD), entre otros; y en proyectos tanto artísticos como educativos culturales.



Lic. José Luis Mejía Abal

Universidad César Vallejo

jmejiaabal@gmail.com / jotaelefilms.audiovisual@gmail.com

Licenciado en Ciencias de la Comunicación, especializado en audiovisuales. Director y productor audiovisual en Jotaele Films, *community manager* político y músico aficionado. Participó en el desarrollo del documental de ANPE Perú, *Agroecología*; en la dirección y producción del cortometraje *Seamos hombres*, entre otros proyectos. Ha colaborado en ONGs como We Can Be Heroes, Calandria y Manuela Ramos.

Resumen

El proyecto Voces Saludables tiene como objetivo integrar las disciplinas artísticas como el teatro, la música y los recursos audiovisuales para informar oportunamente los hábitos preventivos frente al covid-19 en los ciudadanos de 30 a 55 años del distrito de Comas. En este artículo compartiremos un análisis del problema y su relación con el público objetivo en el Estado de Emergencia Nacional; así como el planteamiento y diseño de los radiodramas, metodología, marco teórico, aplicación del proyecto, desarrollo y difusión del proyecto, recojo de datos, evaluación del proyecto y conclusiones.

Ante la inminente pandemia que se vive y que llegó a nuestro país en marzo de 2020, el Estado peruano y muchas iniciativas de parte de las instituciones públicas y privadas, canales de televisión, radios, entre otros, demostraron una gran responsabilidad por difundir información y educar a la ciudadanía para generar una nueva cultura preventiva frente al covid-19; enfatizando en los siguientes hábitos: el lavado de manos, el uso adecuado de la mascarilla, el distanciamiento físico y sobre todo quedarse en casa. A pesar de aplicarse las nuevas medidas frente al estado de emergencia, fuimos el segundo país con más casos de covid-19 después de Brasil, registrando en mayo casi 112 000 casos de contagios y 3244 fallecidos (BBC News Mundo, 2020).

Aunque la información sobre los cuidados preventivos que teníamos que asumir siguió circulando constantemente, continuaban las aglomeraciones en los mercados, el uso incorrecto de las mascarillas, y no eran ejecutadas por la ciudadanía otras medidas necesarias; se hizo evidente que el mensaje no había tenido el impacto necesario. Esto también se reflejó en el distrito de Comas, el cual contaba con 3584 casos confirmados hasta mayo (Minsa, 2020), pues los ciudadanos no cumplían con las medidas preventivas, dejando altas tasas de contagio. En efecto, este iba aumentando día a día ya que no había una cultura preventiva. Todo ello nos motivó a preguntarnos lo siguiente: ¿qué herramientas artísticas y audiovisuales son propicias para informar oportunamente hábitos preventivos frente al covid-19 en las y los ciudadanos de 35 a 50 años del distrito de Comas?

Contando con los antecedentes expuestos, nuestro proyecto «Voces Saludables» fue seleccionado en el concurso Reto Innova Covid-19, organizado por Innóvate Perú, programa del Ministerio de la Producción que cofinanció propuestas comunicativas innovadoras orientadas a difundir información oportuna en torno a la preparación, reacción y recuperación de la pandemia. Es así que pudimos llevarlo a cabo.

Equipo multidisciplinario

Es importante resaltar el trabajo conjunto de creación y desarrollo del proyecto, el cual estuvo compuesto por la unión de dos organizaciones que tienen implicancia tanto en el ámbito artístico y audiovisual como educativo y cultural: [Equinoccio](#) y [Jotaele Films](#), ambos fueron los pilares que sostuvieron el proyecto en todo momento desde sus inicios. El equipo constituido fue el siguiente:

Voces Saludables: radiodramas que informan oportunamente hábitos preventivos frente al covid-19, para las y los ciudadanos de 35 a 50 años del distrito de Comas

- Coordinadora general: Wendy Johanna Chávez Espinoza (Escuela Nacional superior de Arte Dramático - Educación Artística).
- Coordinador artístico y educativo: Lic. Jimmy Smith Vidal Guerrero (Escuela Nacional superior de Arte Dramático - Educación Artística).
- Coordinador audiovisual: Lic. José Luis Mejía Abal (Universidad César Vallejo).

Participaron también:

- Músico: [Edson La Bruja Bach](#), nombre artístico de José Ozejo Núñez (Escuela Nacional Superior de Folklore «José María Arguedas» - Educación Artística).
- Actriz: Luz Hortelia Guerrero Quinde (Teatro comunitario).
- Actriz: Zoe Maylin Poquioma Pianto (Talleres formativos de Equinoccio).
- Estudio de grabación: Julio Díaz Calvet (Mister Sound Producciones).

El trabajo creativo de cada participante ha sido necesario y fundamental para la creación de Voces Saludables.

Público objetivo

El distrito de Comas fue elegido para el desarrollo del proyecto porque contó con tres aspectos importantes. Primero, el alto grado de contagios que presentó el distrito, ocupando el segundo lugar en Lima Norte y quinto lugar a nivel de Lima (Minsa, 2020); además de ello, contaba con 31 mercados —como el que podemos apreciar en la Figura 1—, los cuales eran altas fuentes masivas de contagio ya que no contaban con protocolos sanitarios para ese entonces. El segundo factor fue que dicho distrito es el lugar de residencia del equipo y por ende ya teníamos un panorama más objetivo sobre el contexto real de un ciudadano y una ciudadana que habita el distrito. El tercer factor, también crucial, es la proximidad geográfica para desplazarnos, tanto para las grabaciones como para la distribución de los Radiodramas en los mercados, tomando en todo momento las medidas necesarias para no contagiarnos.

Respecto a la elección del público objetivo optamos por el grupo etario de 35 a 50 años, conformado por madres y padres de familia, trabajadores independientes y dependientes. Se observó, en este sector, que no usaban correctamente las mascarillas, no mantenían la distancia mínima de un metro en los mercados, no usaban el protector facial cuando se trasladaban dentro del distrito en combis y cústers. Por ello, era necesario tener implicancia en esta población.

Si bien es cierto la pandemia ha traído consigo nuevos hábitos preventivos, los cuales se tienen que aprender y ejecutar, hay que tener en cuenta que algunos de ellos, como el lavado de manos, no solo dependen del ciudadano en relación a su higiene y a que esto previene un sin fin de enfermedades, sino también de aspectos que escapan en muchos casos de la responsabilidad directa de la ciudadanía, como el acceso al agua.



Figura 1

Mercado de Comas – Asociación de comerciantes, Mercado Modelo.

Temas abordados

Después de poner sobre la mesa diversos hábitos preventivos, se dispuso de cinco temas para los Radiodramas:

1. Lavado de manos: este hábito, se supone, debe estar ya instaurado en la ciudadanía, pero existen circunstancias que escapan a la realidad de cada comunidad, como el acceso al agua, lo que ha traído consigo evidenciar la realidad en la cual vivimos. Si bien es cierto no tenemos implicancia en ello, consideramos que era necesario recordar la forma correcta de lavarse las manos, en este caso desde la voz de una niña, quien ejecuta la acción en compañía del padre y la madre para así estar prevenidos ante un posible contagio.
2. Uso de la mascarilla: se enfatiza el utilizarla en todo momento, como su correcto uso. Ambas acciones son complementarias, sino no tienen el efecto esperado. Se tuvo en cuenta, además, que este hábito es completamente nuevo para nuestra sociedad.
3. Distanciamiento físico: es el hábito menos aplicado hasta el día de hoy; el lugar donde se evidencia más, por las aglomeraciones, es en los mercados.
4. Uso del protector facial: otro hábito nuevo, como tal era imprescindible considerarlo, enfatizando su uso en los medios de transporte.
5. Cuidado del adulto mayor: decidimos incluir este último tema pues se trata del sector —y lo sigue siendo, pero ya no el único— que está en más riesgo y vulnerabilidad ante esta pandemia.

Además de estos cinco puntos, era propicio adherir subtemas a los Radiodramas, como la equidad de roles, actitudes solidarias, el valor familiar, la importancia de la comunicación, el respeto y la unión familiar, tan necesarios como los hábitos preventivos, ya que sin sensibilización y emoción el cerebro humano no aprende.

Enfoque educativo

Ante tanta información lineal, cargada, carente de impacto sensible, lo que no permitía que el ciudadano reflexione y se apropie del contenido, se ideó un producto artístico y educativo que contenga información precisa, necesaria e importante, un diálogo sensible entre personajes que presentan situaciones de acuerdo a su contexto y vivencias cotidianas en familia para la reflexión sobre la importancia de adquirir hábitos preventivos frente al covid-19.

Todo ello fue importante para el proceso creativo y para que la información llegue de una forma oportuna, clara, didáctica, de forma subjetiva y objetiva, para así lograr sensibilizar e informar oportunamente.

(...) en casos indudables de motivación, es de suponer que la atención es la principal variable general intermedia por la que los factores motivacionales influyen en el aprendizaje significativo. Una causa principal del olvido cotidiano, y quizá de la mayoría de casos de pérdida excesiva de material ostensiblemente conocido (incluyendo materias), es la incapacidad de prestar una atención adecuada en el momento del aprendizaje. En general, aquello a lo que no se presta atención no se aprende ni se recuerda. (Ausubel, 2002, p. 310)

En nuestro proyecto, el jingle capta con facilidad la atención de la audiencia por su género de cumbia, permitiendo empatizar directamente con la población; de esta manera, evitamos que el olvido sea frecuente y motivamos desde la audiencia el seguir reproduciendo el mensaje. Acerca de esto, Montalvo-Castro (2010) dice: «la mayor o menor afinidad podría darse entre el tipo de formato y el tipo de contenido. Por ejemplo, un jingle sería más apropiado para presentar un contenido actitudinal» (p.14). Es por ello que el jingle apertura y cierra los Radiodramas sin perder el eje central de la información, ofreciendo un estado anímico positivo para la retención en la audiencia, además de cerrar la situación con un mensaje positivo donde se recuerdan los hábitos preventivos frente al covid-19.

Con respecto a los Radiodramas de Voces Saludables como organizadores previos, tengamos en cuenta que:

Los organizadores previos son recursos pedagógicos que ayudan a implementar los principios de diferenciación progresiva y de conciliación integradora rellenando el hueco existente entre lo que ya sabe el estudiante y lo que necesita saber para poder aprender y retener nuevo material de instrucción de una manera eficaz. (Ausubel, 2002, p. 237)

Desde el punto de vista de la audiencia, los Radiodramas sirven como organizadores previos que completan la interacción integradora de la información que se adquirirá, pero la importancia de los signos paralingüísticos que se emplean o que expresan los personajes potencian y mejoran el nivel de información hacia el público.

Así mismo, se desarrolló una transferencia cercana, que se refiere a la capacidad del estudiante de resolver problemas que son muy similares a los problemas que se le enseñaron inicialmente durante el aprendizaje (Salomón y Perkins, 1989). Esto se evidenció en la etapa de difusión, donde se entregaron los Radiodramas de «Voces Saludables» a estudiantes de tercer y cuarto grado de primaria, y como parte de su transferencia elaboraron sus mensajes a la

población para prevenir el covid-19 a través de dibujos, como se puede apreciar en las figuras 2 y 3.

Los resultados de la prueba sugieren que no existe una correlación entre la cantidad de veces que una persona ha visto un spot educativo y el grado de aprendizaje significativo que el material es capaz de generar. Esto parece implicar que los spots educativos no requieren una frecuencia tan alta como la que usa la publicidad comercial (Montalvo-Castro, 2010, p. 202).

Los Radiodramas se exhibieron en espacios abiertos como las radios de los mercados, que cuentan con una señal gratuita y donde al día estos circulaban solo en horario concurrente, evitando de esta manera que el mensaje solo sea memorístico, y haciendo que se presente oportunamente.

Voces Saludables: radiodramas que informan oportunamente hábitos preventivos frente al covid-19, para las y los ciudadanos de 35 a 50 años del distrito de Comas



Figura 2
Dibujo elaborado por un estudiante.

Voces Saludables: radiodramas que informan oportunamente hábitos preventivos frente al covid-19, para las y los ciudadanos de 35 a 50 años del distrito de Comas



Figura 3
Dibujo elaborado por una estudiante.

Enfoque artístico

A diferencia de los spots informativos, los Radiodramas dramatizan situaciones cotidianas; sus oyentes, al escuchar, empatizan y se familiarizan con ellas ya sea porque las han vivido o visto en algún momento.

Por ello optamos por el Radiodrama, que tiene una estructura narrativa (introducción, nudo, desenlace), un conflicto, personajes, acciones, escenas. Este subgénero no solo comunica

conceptos, sino también emociones y sentimientos como ningún otro género y como en ningún otro soporte (Godínez, 2011). Según Arnheim, los Radiodramas son una mezcla del arte dramático y el medio radiofónico, con la capacidad de crear y proyectar un mundo ficticio y sensible para el oyente. Los acontecimientos del Radiodrama se dan desde las acciones de los personajes, que se complementan con los diálogos, ruidos, silencios y otros sonidos del entorno de la ficción.

Por otro lado, Kaplún nos menciona cuatro tipos de Radiodramas: el Radiodrama unitario, radioteatro, radionovela y la serie radiodramática. Esta última se ajustó al perfil del público objetivo: es una serie de programas que se cuentan por episodios y que, para efectos del proyecto, se denominó microepisodios, pues mantienen una calidad de serie sin la necesidad de tener que escuchar los capítulos anteriores y conservan una continuidad temática. Entonces, los Radiodramas vuelven a tomar protagonismo no solo como entretenimiento, sino en conjunto con lo educativo, lo social y cultural, combinando especialidades que hoy por hoy dan lugar a la experimentación artística, tanto en la hibridación de géneros como en cuanto a posibilidades estéticas y de difusión. De la mano de las TICs se favorece la capacidad de abaratar costos, facilitar la producción, agilizar y potenciar la coproducción a distancia, teniendo como resultado final un producto sonoro más impecable. La producción independiente ha sido la más beneficiada en lo que se refiere a facilidades de realización, de ahí que este subgénero se ha convertido en una herramienta útil para temas sociales.

El arte como elemento de transformación social, ya mencionado en la «Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales», al igual que el desarrollo y la promoción de la educación artística, comprende un fomento de actividades adicionales que estimulen la conciencia pública sobre la importancia social del arte y de la creación intelectual. Esto se visualiza en la Declaración de México sobre las Políticas Culturales (UNESCO, 1982).

Guiones

Se dispuso la creación de los guiones teniendo en cuenta el contexto de los ciudadanos de Comas y sus situaciones familiares inmersas en la pandemia. Las estructuras de los guiones son simples: presentan a los personajes propios de una familia comeña, a través de diálogos y situaciones que exponen un conflicto sustancial necesario para el desarrollo de la trama, que tiene como eje central desencadenar y reafirmar un hábito preventivo. Los guiones tienen un minuto de duración aproximadamente, por lo que la síntesis y la didáctica a utilizar han sido determinantes en la creación de los mismos.

Música

Para la creación del jingle o la música del proyecto, se determinó el contexto y el grupo etario de la ciudadanía a la cual estaba dirigido. Se utilizaron elementos de la música criolla y la cumbia peruana, los cuales son géneros populares muy cercanos a las personas del distrito de Comas. Para ello se revisó el libro del musicólogo Raúl Romero, *Andinos y tropicales*, con el propósito de entender los fundamentos compositivos de la música para el proyecto. De esta manera se llegó a determinar la música a aplicar, tomando el género de la cumbia, la forma instrumental, el estilo

Voces Saludables: radiodramas que informan oportunamente hábitos preventivos frente al covid-19, para las y los ciudadanos de 35 a 50 años del distrito de Comas

ambiental, los motivos rítmicos y melódicos de la cumbia y la base armónica de la música criolla, que está presente también en la cumbia peruana. En cuanto a la instrumentación se tuvo en cuenta la guitarra eléctrica, el bajo eléctrico, una base de sintetizadores y una batería electrónica.

Ensayos

Los ensayos, como se observa en la Figura 4, fueron todos completamente virtuales a través de la plataforma Zoom, en la que se experimentó otro tipo de proceso creativo, donde los intérpretes interactúan en un mismo tiempo, en espacios distintos, pero convergen en un hecho escénico único, generando una organicidad a pesar de la latencia que hay de por medio.



Figura 4
Ensayos en Zoom.

Grabaciones

Para realizar las grabaciones se optó por el estudio «Mister Sound Producciones», ubicado en el distrito. Fuimos vigilantes de que se cumplieran todas las medidas de seguridad, por ello durante la grabación ingresaban solo una o dos personas a la cabina; esta fragmentación tuvo mayor énfasis en los diálogos, como se puede apreciar en las figuras 5, 6, 7 y 8, pero ello no alteró el resultado de los Radiodramas, los cuales mantuvieron la naturalidad y el objetivo de los diálogos.

Voces Saludables: radiodramas que informan oportunamente hábitos preventivos frente al covid-19, para las y los ciudadanos de 35 a 50 años del distrito de Comas



Figura 5
Grabación de voces.

Voces Saludables: radiodramas que informan oportunamente hábitos preventivos frente al covid-19, para las y los ciudadanos de 35 a 50 años del distrito de Comas



Cofinanciado por
Innóvate Perú



Figura 6
Grabación de voces.

Voces Saludables: radiodramas que informan oportunamente hábitos preventivos frente al covid-19, para las y los ciudadanos de 35 a 50 años del distrito de Comas



Cofinanciado por
Innovate Perú



Figura 7
Grabación de música.

Voces Saludables: radiodramas que informan oportunamente hábitos preventivos frente al covid-19, para las y los ciudadanos de 35 a 50 años del distrito de Comas



Cofinanciado por
Innóvate Perú



Figura 8
Grabación de efectos sonoros.

Enfoque audiovisual

El proyecto «Voces Saludables», al ser un subgénero de Radiodramas, también se identificó como sociodrama, por sus fines de educación popular; como referencia tenemos el trabajo de los radialistas Mario Kaplún y José Ignacio López Vigil. En esencia, se empezó pensando en internet, considerando las narrativas transmedia, multigénero y multisoporte. Como menciona Godínez (2014), «retomar viejos y olvidados géneros y actualizarlos» (p. 3).

«Voces Saludables» constó de tres etapas. Durante la preproducción se trabajó en conjunto para estructurar los guiones (un total de cinco). Para la realización de los spots, también se contó con la participación del productor musical, con quien se tuvo una comunicación horizontal que contribuyó a pulir mejor las grabaciones, tanto de las voces como de la musicalización y los recursos sonoros que acompañan cada spot preventivo. Para la postproducción, ya teniendo los recursos a disposición, se empezó a trabajar en base a los guiones y los recursos grabados sin dejar de lado el objetivo principal: presentar diferentes situaciones y escenarios de nuestra vida cotidiana donde estamos expuestos a un posible contagio, llamando a la reflexión y acción de los oyentes.

Para la línea gráfica, como se puede apreciar en la Figura 9, se evaluó en principio al público objetivo; a partir de esto, se propuso la creación de personajes con características que lo representaran, teniendo como base a la familia y personas en situación de vulnerabilidad. Se utilizaron los colores institucionales del grupo artístico Equinoccio, incluyendo su línea gráfica para la difusión por los medios digitales y tradicionales. Con una idea clara del público, la línea gráfica y los objetivos, se plantearon cinco carátulas, como se puede apreciar en la Figura 10, referentes a las siguientes medidas preventivas: el uso de la mascarilla, cuidado del adulto mayor, el distanciamiento físico, lavado de las manos y el uso del protector facial. Así mismo, se realizaron los guiones literarios y técnicos, respectivamente, para la grabación de los spots preventivos.



Figura 9

Voces Saludables: radiodramas que informan oportunamente hábitos preventivos frente al covid-19, para las y los ciudadanos de 35 a 50 años del distrito de Comas

Portada de Voces Saludables.



Figura 10
Carátulas de los temas.

Nam June Paik, padre del videoarte, compositor y videoartista surcoreano de la segunda mitad del siglo XX, acuñó la noción «superautopistas electrónicas», prediciendo el futuro de las comunicaciones en la era del internet. Desde aquellos tiempos afirmaba que todo el mundo tendría su propio canal de televisión, haciendo referencia a lo que hoy en día serían las diversas plataformas que existen en la red. Convencido de que tecnología y arte iban de la mano, el señor June también sentó las bases de la imagen artística en movimiento y amplió el modo de entender las artes a través de los medios de difusión.

Por ello, para la difusión de los spots radiales por los medios, se identificaron dos canales:

- Online: Facebook, Instagram, YouTube, Spotify, Ivoxx, además de las diferentes fanpages que se sumaron a la campaña preventiva.
- Offline: distribución en los 23 de los 31 mercados con los que cuenta el distrito de Comas para su reproducción, entre otros.

Los cinco spots preventivos realizados son de dominio público para que el mensaje llegue a la mayor cantidad de ciudadanos. Referente a la radio en la internet, Cebrián (2008) mencionaba que «la ciberradio asume en gran parte los géneros tradicionales de la radio, pero les somete a tales cambios que cobran otras dimensiones, amplían su campo de acción e incluso se generan otros nuevos» (p. 84). Los avances tecnológicos nos obligan a adaptarnos o simplemente desaparecer y en el caso de los medios tradicionales de comunicación, no es la excepción.

También surgen nuevos formatos como el «podcast» que, de acuerdo a su etimología, nace de la combinación de dos términos tecnológicos: «pod», las siglas de *Public on Demand*, y «cast», que viene de *Broadcast*, y cuya traducción al español es «transmisión». En suma, se interpreta como la transmisión de información a diversos usuarios a través de un canal de comunicación.

Cebrián (2008) también hacía mención a que «la presencia de la radio en la internet se encuentra en constante experimentación» (p. 13), coincidiendo con la afirmación de Godínez (2014), quien considera que está en constante actualización.

Gestión y exhibición

La exhibición de los cinco Radiodramas, tanto en formato de video como de audio, se realizó en los espacios virtuales de Equinoccio y Jotaele Films, como Facebook, Instagram, YouTube, Spotify, Ivoxxe; fue de forma inmediata ya que estos espacios eran manejados por el equipo de manera independiente y sostenible.

Por otro lado, la exhibición en los mercados del distrito de Comas, como se puede apreciar en las figuras 11, 12 y 13, tuvo lugar tras una ardua gestión de diversas coordinaciones con cada dirigente de los 31 mercados que hay en el distrito. Esto implicó para el equipo un trabajo de campo organizado, intenso, minucioso y por momentos confrontacional, debido a que algunos mercados no contaban con sistemas de difusión en sus instalaciones. Este obstáculo se pudo resolver mediante la difusión interna a través de WhatsApp, dando una forma de soporte a la exhibición.



Figura 11
Salidas a los mercados.

Voces Saludables: radiodramas que informan oportunamente hábitos preventivos frente al covid-19, para las y los ciudadanos de 35 a 50 años del distrito de Comas



Figura 12
Comerciante del Mercado Sangarará, después de la entrevista.



Figura 13
Comerciante del Mercado Modelo, después de la entrevista.

Metodología

Debido a la crisis sanitaria en la cual nos encontramos, con respecto a nuestra metodología optamos por lo siguiente:

Etapas 1

Diagnóstico y formulación del problema
Elección del público objetivo y secundario
Diseño de la propuesta educativa, artística y audiovisual
Elección de los cinco temas

Etapas 2

Realización de los cinco guiones literarios
Realización de los cinco guiones técnicos
Composición de la música
Ensayos virtuales
Definición del plan de exhibición

Etapas 3

Grabación en estudio de las voces
Grabación en estudio de la música
Edición de los cinco productos
Diseño de las portadas de los cinco productos
Masterización de los cinco productos

Etapas 4

Exhibición en medios virtuales
Coordinación con los dirigentes de los mercados para la exhibición
Exhibición en medios físicos
Coordinación con otras instituciones para la exhibición
Otras coordinaciones para la exhibición

Etapas 5

Evaluación

Evaluación

En esta etapa, hemos visto propicio contar con las evaluaciones cuantitativas y cualitativas al concluir la entrega de los Radiodramas de Voces saludables.

- Cuantitativa: desde esta perspectiva se tomó en cuenta la red social de Facebook, cuantificando el alcance en número de reproducciones de los Radiodramas en su formato de video, las interacciones y, además, las descargas de los formatos por medio de un formulario.

Voces Saludables: radiodramas que informan oportunamente hábitos preventivos frente al covid-19, para las y los ciudadanos de 35 a 50 años del distrito de Comas

- Cualitativa: entrevistas a los ciudadanos de Comas. Hemos enfatizado en las preguntas y repreguntas para recibir una reflexión y *feedback* desde los entrevistados, siendo esta etapa una de las más importantes, ya que las apreciaciones recibidas fueron elocuentes en ejemplificar los cinco hábitos preventivos desde las experiencias previas, y no simples respuestas memoristas.

El estreno de Voces Saludables fue el 30 de agosto de 2020 a las 6:00 pm por Facebook Live; se proyectaron los cinco Radiodramas de Voces Saludables y, además, el desarrollo del proyecto y gestión con Innóvate Perú. Durante la transmisión, como se puede apreciar en la Figura 14, se logró un alcance de 7719 espectadores y 742 interacciones entre reacciones, comentarios y contenido compartido.

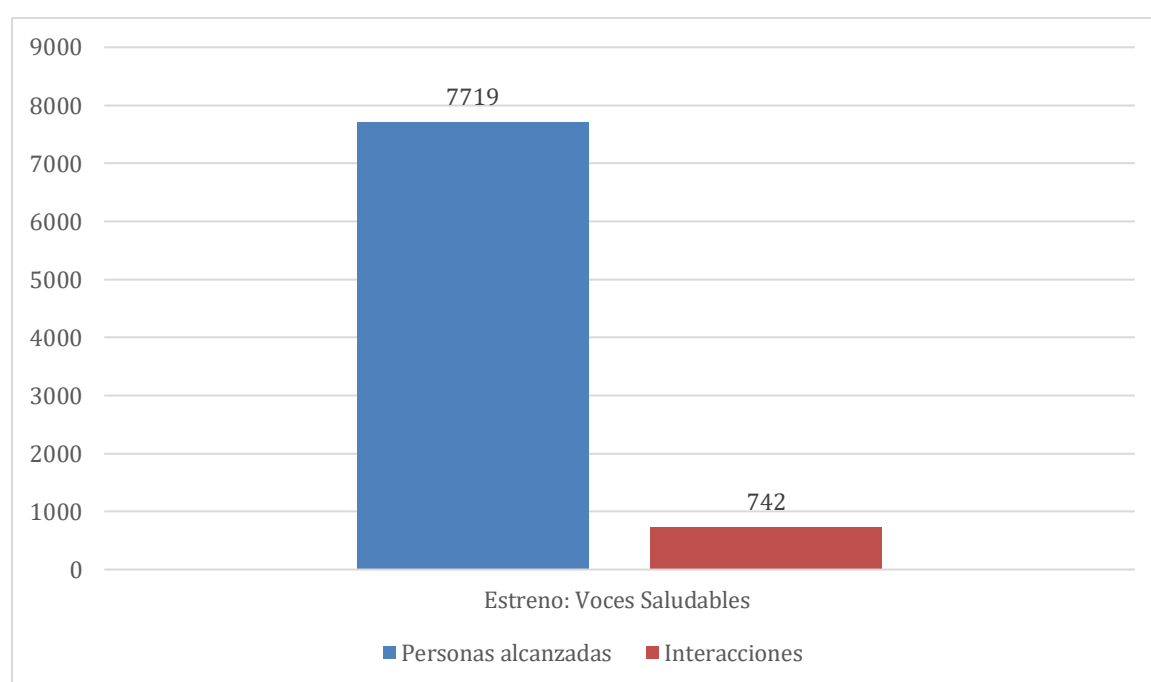


Figura 14

Estadística del estreno en Facebook.

Los spots o Radiodramas de Voces Saludables fueron estrenados individualmente el 10 de septiembre del 2020, con libre reproducción en Facebook. Como se puede apreciar en la Figura 15, alcanzaron las cifras expuestas en la barra celeste y se generó la barra anaranjada que representa la interacción basada en reacciones, comentarios y publicaciones compartidas.

Voces Saludables: radiodramas que informan oportunamente hábitos preventivos frente al covid-19, para las y los ciudadanos de 35 a 50 años del distrito de Comas

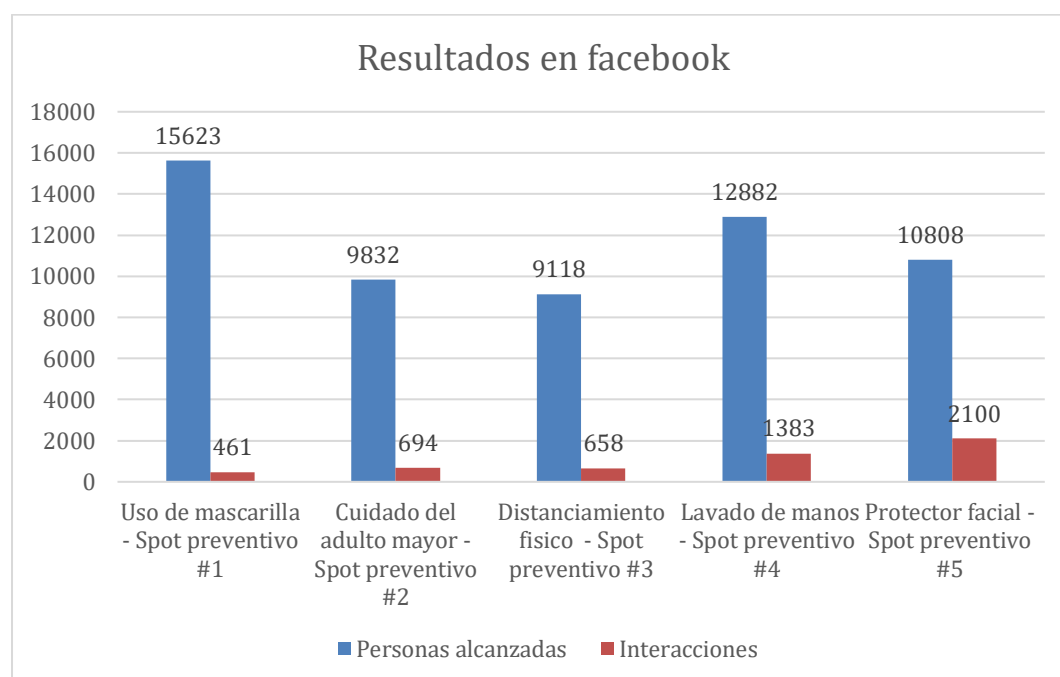


Figura 15
Estadística de los videos en Facebook.

Durante el proyecto aplicado hemos optado por considerar los 31 mercados ubicados en las 14 zonales de Comas, de los cuales, al realizar el trabajo de campo, solo 23 mercados, es decir el 74 %, han recibido y difundido los Radiodramas, por medio de sus dirigentes, en sus grupos de WhatsApp y con perifoneo interno en sus instalaciones durante el horario de 7:00 a.m. a 3:00 p.m. En la Tabla 1 se expone la participación de los mercados del distrito de Comas que se han sumado a la difusión de los Radiodramas Voces Saludables y en la columna derecha están considerados en su totalidad los números de puestos alcanzados durante la difusión.

Tabla 1
Lista de mercados del distrito de Comas.

Nº	MERCADOS DE COMAS	Nº DE PUESTOS
1	2 de Julio	30
2	Apecolip	130
3	Flor de Octubre	52

Voces Saludables: radiodramas que informan oportunamente hábitos preventivos frente al covid-19, para las y los ciudadanos de 35 a 50 años del distrito de Comas

4	Asociación de Comerciantes Minoristas del Mercado del Carmen	60
5	Mercado La Pascana	120
6	Túpac Amaru	140
7	Sangarará	120
8	Santa Teresita	83
9	Futuro Perú	56
10	Asociación de Comerciantes Mercado Modelo	160
11	Huaquillay	90
12	Mercado Central de Comas	242
13	El Alamito	10
14	El Inti	104
15	San Carlos	70
16	La Alborada	70
17	Los Incas	60

18	El Pinar	160
19	Mi Hacienda	70
20	Unicachi	493
21	Mercado Modelo Año Nuevo	353
22	Santa Luzmila	195
23	El Retablo	70

Por otro lado, como se puede observar en la Figura 16, con el 19% representado en 6 mercados sucedió que no se logró ubicar a los dirigentes debido a problemas de salud; y con el 7% representado en 2 mercados, sus dirigentes rechazaron la recepción de los Radiodramas debido a la falta de conocimiento para operar un equipo de sonido, o simplemente porque se trataba de un dirigente que no empatizaba con los socios de su mercado.

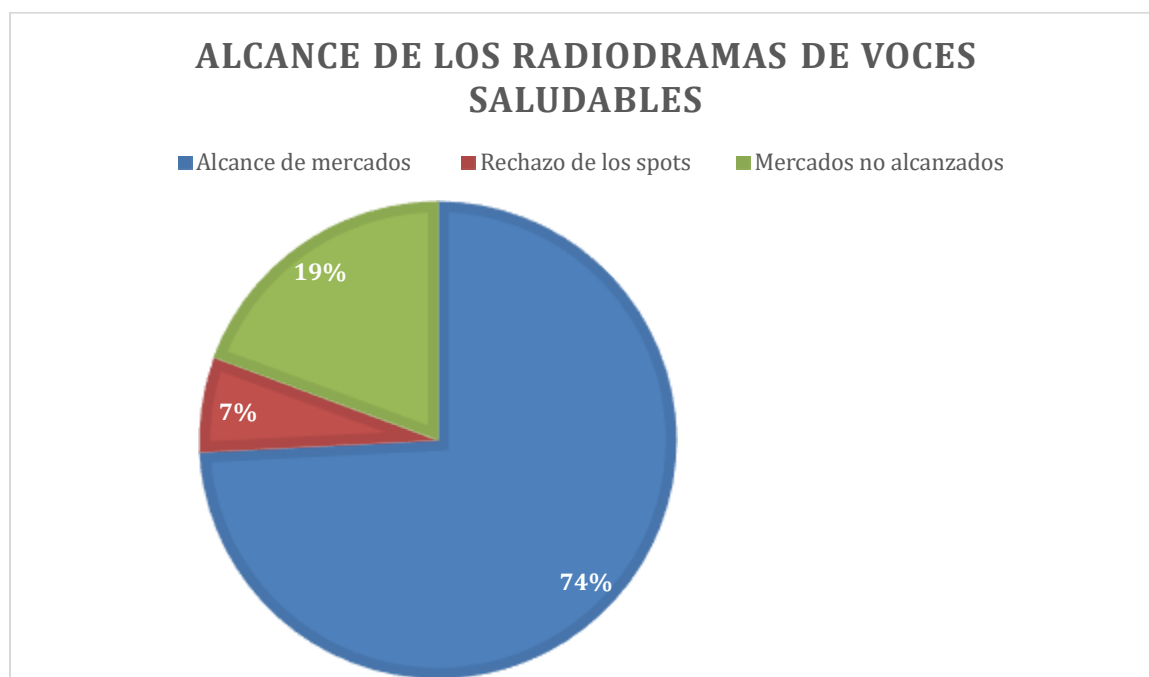


Figura 16
Estadística de los mercados alcanzados.

Conclusiones

Ante el incremento de casos de contagio y decesos, es importante propiciar y fortalecer una cultura preventiva en la ciudadanía a través del arte en diversos medios. En ese sentido, se ha logrado crear cinco Radiodramas integrando herramientas artísticas y audiovisuales que informan hábitos preventivos frente al covid-19 en las y los ciudadanos de 35 a 50 años del distrito de Comas. La exhibición se llevó a cabo en los múltiples medios virtuales de Equinoccio y Jotaele Films, como también en los 23 mercados después de las coordinaciones con los dirigentes, quienes compartieron los Radiodramas a través de perifoneo interno así como en los grupos de WhatsApp de los socios y trabajadores.

El proyecto evidencia la importancia del trabajo en conjunto, donde estudiantes y egresados de diversas escuelas de artes y universidades se unen para generar proyectos de impacto para la comunidad. Es así que la interdisciplinariedad ha permitido articular experiencias y conocimientos para el proyecto de Voces Saludables, desde una perspectiva profesional, artística y educativa. De esta manera se presenta como una experiencia modelo muy necesaria para que esta y las nuevas generaciones gestionen futuros proyectos de diversas índoles en beneficio de la ciudadanía. Desde la población, se exige continuar con la difusión para prevenir el rebrote de la covid-19.

Por otro lado, también es necesario gestionar alianzas con los ministerios, municipios, ciudadanos, entre otros, no solo para la sostenibilidad de los proyectos sino también para involucrarlos a ser parte de la solución ante diversos problemas que afectan a la sociedad; esto

también tendrá un impacto positivo en la reflexión sobre el aporte incalculable de las artes en la ciudadanía. El arte, una vez más, se consolida como medio transformador en la vida de las personas.

Si bien es cierto el proyecto considera un público objetivo destinado, ha tenido implicancia en otros sectores y grupos etarios, por ello su contenido no se limita solo al sector seleccionado. Los Radiodramas Voces Saludables siguen disponibles y son de acceso gratuito en beneficio y cuidado de nuestra ciudadanía.

Referencias bibliográficas

- Ausubel, D. (2002). *Adquisición y retención del conocimiento: Una perspectiva cognitiva* (2da. ed.). Paidós.
- Bocanegra, C. & Vázquez, M. (2010). El uso de tecnología como ventaja competitiva en el micro y pequeño comercio minorista en Hermosillo, Sonora. *Estudios fronterizos*, 11(22), 207-229. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-69612010000200008&lng=es&tlng=es.
- Cebrián, M. (2007). *Modelos de radio, desarrollos e innovaciones. Del diálogo y participación a la interactividad*. Madrid: Ed. Fragua.
- Godínez, F. (2015). Revisitando el radiodrama en la actualidad. *Comunicación y Medios*, 31, 1-17. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2015.35769>
- Innovate Perú (2020). Reto InnovaCovid-19. Recuperado el 29 de marzo de 2021, de <https://www.innovateperu.gob.pe/convocatorias/por-tipo-de-concurso/concursos-para-instituciones-del-ecosistema/401-concurso-reto-innovacovid-19>
- Kac, E. (2005). Satellite art: an interview with Nam June Paik. *DIVA - Digital & Video Art Fair, A Tribute to Nam June Paik*. <http://ekac.org/paik.interview.html>
- Ministerio de la Producción del Perú (2020). Reto InnovaCovid-19. <https://www.innovateperu.gob.pe/convocatorias/por-tipo-de-concurso/concursos-para-instituciones-del-ecosistema/401-concurso-reto-innovacovid-19>
- Ministerio de Salud (2020). <https://www.gob.pe/minsa/>
- Organización Mundial de la Salud (2020). Brote de enfermedad por coronavirus (COVID-19): orientaciones para el público. Recuperado el 29 de marzo de 2021, de https://www.who.int/es/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public?gclid=CjwKCAjwpKCDBhBPEiwAFgBzj1lFszyNojZL89luW1PZ4kXNviIjkdREbw7lNiAKiox0yY1BYNqyPhoCIPAQAyD_BwE
- Pighi, P. (2020). Cuarentena en Perú: 5 factores que explican por qué las medidas de confinamiento no impiden que sea el segundo país de América Latina con más casos de covid-19. *BBC News Mundo*. Recuperado el 30 de marzo de 2021, de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-52748764>

Voces Saludables: radiodramas que informan oportunamente hábitos preventivos frente al covid-19, para las y los ciudadanos de 35 a 50 años del distrito de Comas

Anexos

Los Radiodramas de Voces Saludables están disponibles en los canales de Equinoccio. Escúchalos y míralos en:

Spotify| <https://spoti.fi/31PVviM>

YouTube| <https://bit.ly/34YYEyP>

Instagram| <https://bit.ly/3hO5jiN>

Facebook| <https://bit.ly/2EQvw1z>

Descargar los audios:

https://mailchi.mp/9d06a7110c86/voces-saludables_spots

Descargar la versión video:

<https://mailchi.mp/500eee69311c/vocessaludablesmp4>

Encuesta:

<https://forms.gle/KyjtcbNYDd4eAcuWA>

Jotaele Films:

Facebook| <https://bit.ly/2QNIEbv>

Instagram| <https://bit.ly/2QChlhA>

YouTube| <https://bit.ly/2QEKqe8>