

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA  
SEDE QUITO**

**CARRERA:  
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de: LICENCIADAS EN  
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:  
RADIO REVISTA PARA LA ASOCIACIÓN CRISTIANA DE JÓVENES  
(ACJ)**

**AUTORAS:  
SOFÍA CAROLINA BELTRÁN CHIPANTIZA  
DAYANA MERCEDES MARCILLO PACHECO**

**TUTOR:  
GERMÁN HUMBERTO CUESTA ORMAZA**

**Quito, noviembre del 2015**

### Cesión de derechos de autor

Nosotras, Sofía Carolina Beltrán Chipantiza, con documento de identificación N° 1714233929 y Dayana Mercedes Marcillo Pacheco con documento de identificación N° 1721853925, manifestamos nuestra voluntad y cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos autoras del trabajo de grado/titulación intitulado: "Radio revista para la Asociación Cristiana de jóvenes (ACJ)", mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciadas en Comunicación Social, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



Nombre: Sofía Beltrán  
Cédula: 1714233929



Nombre: Dayana Marcillo  
Cédula: 1721853925

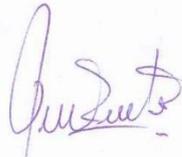
Fecha: 21 de octubre, 2015

**DECLARATORIA DE COAUTORÍA DEL DOCENTE TUTOR/A**

Yo declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el trabajo de titulación *Radio revista para la Asociación Cristiana de Jóvenes (ACJ)* realizado por Beltrán Chipantiza Sofía Carolina y Marcillo Pacheco Dayana Mercedes, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana para ser considerados como trabajo final de titulación.

---

Quito, septiembre 2015



Germán Humberto Cuesta Ormaza

CI: 171129888-3

## Índice

Introducción .....	1
Reflexión teórica .....	3
1. Marco teórico .....	5
1.1. Comunicación participativa.....	5
1.2. Comunicación popular.....	6
1.3. Comunicación alternativa.....	7
1.4. Educomunicación .....	8
1.5. Radio revista.....	9
1.6. Juventud del siglo XXI.....	11
2. Metodología .....	13
3. Preproducción .....	14
3.1. Sondeo .....	16
3.2. Talleres .....	16
3.3. Estructura.....	18
4. Producción/realización.....	19
5. Postproducción y publicación .....	20
6. Sistematización .....	22
Conclusiones .....	24
Referencias.....	25

## Índice de anexos

Anexos .....	26
Guiones radiofónicos .....	26
Programa 1: El rol de los jóvenes en la sociedad.....	26
Programa 2: La sexualidad en los jóvenes .....	27
Programa 3: Relaciones interpersonales .....	28
Programa 4: Redes sociales.....	29
Programa 5: El bullying .....	30
Programa 6: Pandillas juveniles .....	31
Programa 7: Trastornos alimenticios .....	32
Programa 8: Expresiones artísticas .....	33
Programa 9: Drogas .....	34
Programa 10: Culturas urbanas .....	35
Programa 11: La importancia de la familia.....	36

## Índice de tablas

Tabla 1.....	17
Tabla 2.....	18

## **Resumen**

El presente trabajo de titulación se realizó con el objetivo de construir un espacio de participación, expresión y aprendizaje juvenil. A través de la capacitación a un grupo de jóvenes de la Asociación Cristiana de Jóvenes (ACJ) se logró que se interesen por la radio como un medio inclusivo, convirtiéndose así en los actores de su propio desarrollo dentro de la realidad en la que se desenvuelven.

El proyecto consistió en el desarrollo de una producción sonora, partiendo desde los lineamientos de la comunicación popular, el resultado obtenido es una radio revista dinámica y participativa conformada por 11 programas de 15 minutos de duración cada uno, cuyo propósito es aportar a los procesos de formación juvenil desde la comunicación.

La radio revista pretende ser un aporte renovador para los jóvenes que buscan en este tipo de espacios dar prioridad al diálogo y a la participación, esperamos que sea una contribución hacia una real transformación social para seguir construyendo una sociedad cada vez más justa, equitativa e incluyente.

## **Abstract**

This titling project was done in order to build a participation, expression and learning youth space. Through training a group of young people, members of the “Asociación Cristiana de Jóvenes” (ACJ), it was achieved they get interested in radio as an inclusive mean as they turn into the actors of their own development inside the reality in which they belong.

This project was a sound production, starting from the guidelines of the popular media, the result achieved is a dynamic and participatory Radio Magazine, comprised of 11 programs of 15 minutes each, whose purpose is to contribute to the youth formation processes from the communication.

The Magazine Radio aims to be a renovator contribution for young people, who search this kind of spaces in order to give priority to the dialogue and participation, we hope this project become a contribution towards a real social transformation to keep building a more just, equitable and inclusive society.

## **Introducción**

La investigación tiene como finalidad producir una radio revista con los jóvenes de la Asociación Cristiana de Jóvenes (ACJ), el objetivo es contar con una participación activa desde la comunicación, como forma de expresión para defender sus derechos e ideas. Para ello se ha tomado en cuenta la línea de investigación comunicación y ciudadanía, la cual tiene una perspectiva basada en la cooperación entre las personas dentro de procesos de decisión, participación y de cambios producidos a partir de su actuación.

Por ello, es importante crear espacios de participación juvenil que proporcionen contenido educativo y a la vez funcionen como un medio de expresión, tomando en cuenta estos aspectos la propuesta para realizar una radio revista surge de la necesidad que tienen los jóvenes de expresarse y ser escuchados, de ser partícipes de la coyuntura en la que se desenvuelven y convertirse en actores de su propio desarrollo.

El propósito de la elaboración del producto comunicativo radica en tres problemáticas que enfrentan los jóvenes de la Asociación Cristiana de Jóvenes (ACJ): la necesidad de un medio para expresar sus inquietudes y capacidades artísticas, mala utilización del tiempo libre y falta de guía para satisfacer sus curiosidades respecto a distintos temas.

Se ha escogido a la radio como medio de comunicación inclusiva, debido a que brinda innumerables beneficios a la hora de hacer comunicación, permite a los oyentes imaginar, es accesible, genera expectativas y rompe estereotipos; ya que no

es posible ver a las personas que están detrás de un micrófono, esto resulta positivo para una expresión y un diálogo que van más allá de lo físico, puesto que solo se escucha la voz.

La pertinencia del producto recae en establecer un vínculo con las personas, tomando a la comunicación como una herramienta de desarrollo tanto humano como social, generando un diálogo en el que la información fluya de manera igualitaria, dejando de lado superioridades y respetando la diversidad de ideas.

## **Reflexión teórica**

Según las Naciones Unidas, en la actualidad los jóvenes representan más de la tercera parte de la población mundial, pues este grupo social es considerado como nativos digitales debido a que se encuentran dentro de una era tecnológica, la cual se ha convertido en una de las principales fuentes para su desarrollo; no obstante, se evidencia una compleja problemática en la relación que existe entre estos, debido a que los jóvenes aprenden a manejarlos con facilidad porque los ven como una herramienta cotidiana para enriquecer su conocimiento, pero dejan de lado la idea de convertirse en un complemento de los medios, es decir, en un apoyo para ellos.

Por esta razón se ha centrado el presente trabajo en un medio tradicional como lo es la radio, por la importancia histórica que significa desde su apareamiento en el mundo, ya que desde sus inicios se convirtió en un apoyo para la comunicación; lo que se busca es crear un vínculo entre los jóvenes y la radio para lograr instaurar un espacio de interacción en donde se lleve a cabo diferentes espacios juveniles manejados desde la comunicación popular, la cual permita construir una comunicación alternativa.

Esta relación entre los jóvenes y la radio será manejada desde un formato mayor radiofónico denominado radio revista, el cual sale de lo cotidiano, permitiendo que los jóvenes tengan otra perspectiva acerca de lo que se puede hacer en un programa radial, por ello se aclara que este formato mayor maneja otros pequeños formatos: reportajes, entrevistas, noticias, vox populi, radio drama, curiosidades, música, cuentos, concursos. Es decir es un formato que les permitirá expresarse de una manera libre, utilizando sus aptitudes y actitudes.

Este formato mayor se complementará con la comunicación popular, la cual permitirá que los jóvenes logren construir una comunicación alternativa logrando que en la radio revista se forme un espacio donde lo fundamental sea la participación e intervención de todos sin imposición alguna sobre lo que se quiera expresar, logrando que se identifique lo urbano y de esta manera se diferencie de otros formatos radiofónicos.

Por otro lado, las temáticas escogidas para cada programa fueron delimitadas por los principales actores del producto, es decir, los jóvenes de la Asociación Cristiana de Jóvenes (ACJ); cada tema fue establecido de acuerdo a sus intereses, lo cual permitió que la información recolectada sea la adecuada y necesaria, pues se acudió a fuentes primarias y especializadas para poder dar validez a los diferentes contenidos con los que se trabajó.

Durante la reflexión teórica se fueron precisando los fundamentos generales de la investigación para ubicar los soportes teóricos que fortalezcan dicha propuesta. En el presente marco teórico se desarrolla conceptualizaciones en base a una pirámide invertida, pues esta permitirá un desglose conceptual, partiendo de definiciones generales hasta conceptos específicos, los cuales permitan fortalecer el tema propuesto, ya que la finalidad es mostrar y aclarar cada significación que se ha utilizado en esta indagación.

## **1. Marco teórico**

### **1.1. Comunicación participativa**

El modelo de comunicación participativa requiere de una ciudadanía libre y reflexiva, que sea capaz de rebasar a las instituciones de la democracia representativa, las cuales buscan tener el manejo absoluto de la comunicación de toda una sociedad. El fin de la comunicación participativa es que exista mayor intervención de los diferentes grupos sociales, en este caso se busca la participación de los jóvenes de la Asociación Cristiana de Jóvenes (ACJ) pues la finalidad es que sean vistos como actores activos, que con sus iniciativas buscan un cambio social.

Por ello se ha tomado en cuenta a la comunicación participativa la cual está ligada al contexto de desarrollo, pues lo que busca es que exista una participación basada en cambios, que tengan que ver con la mejora de diferentes problemáticas que han ido privatizando la libre expresión y poniendo trabas para tratar ciertas temáticas; es por ello que para lograr una intervención en cualquier ámbito de la sociedad es necesario recuperar las capacidades auto-organizativas y las dinámicas culturales de cada grupo social. Además esta comunicación vista como un modelo, lo que propone es dejar de lado la comunicación horizontal, debido a que no permite ir más allá de un emisor, un receptor y la transmisión de un mensaje; por lo tanto lo que plantea la comunicación participativa es pasar los límites, es decir, no detenerse y ser innovadores para que se empiece a notar los cambios en el ámbito de la educación comunicacional (Del Valle, 2006, pág. 123).

La comunicación al referirse a la participación, lo que busca es que se establezca una democracia, la cual permita la construcción de nuevos ideales que generen diferentes

relaciones entre individuos pero sobre todo que las acciones y propuestas que hace cada ente sean tomadas en cuenta, para que de esta manera los diferentes grupos dejen de lado la individualidad y la manipulación.

## **1.2. Comunicación popular**

Kaplún (1985) menciona que “la comunicación popular es esencial para la organización de los sectores populares, pues dicha comunicación es entendida como una práctica liberadora y transformadora, lo que busca es hacer que el pueblo y cada grupo social se conviertan en protagonistas” (pág. 73).

Merino (1988) señala:

La comunicación alternativa, popular o participativa, son parte de un todo orgánico que se sustenta en la cultura popular, entonces es esa cultura popular a la que hay que explorar para ubicar sus fortalezas. Una vez hecho esto, podremos entonces encontrar la base esencial de comunicación popular como práctica social. De esta manera la cultura popular toma un papel fundamental en el proceso de la comunicación (pág. 14).

Los procesos de comunicación popular son considerados participativos, comprometidos con la organización social y la movilización, debido a que el principal elemento de esta comunicación es la inclusión, por eso se debe tomar en cuenta la diversidad de voces en especial la de los jóvenes quienes son los que tienen

diferentes perspectivas acerca de la realidad y a partir de ellos seguir abriendo espacios de debates e intercambios de información.

### **1.3. Comunicación alternativa**

Para Mario Kaplún la comunicación alternativa hace referencia a una comunicación democrática, es decir, la que se caracteriza por el diálogo, el trabajo en comunidad, la participación y está al servicio de la mayoría de la sociedad.

Al hablar de comunicación alternativa se busca dejar claro que se quiere construir algo nuevo, algo que involucre a todos los entes en los diferentes espacios que existen en una sociedad, en otras palabras que se conviertan en sujetos y ya no sean solo objetos; el principal enfoque de la comunicación alternativa es que la información y comunicación que se maneje dentro de cualquier espacio radiofónico sea diferente, auténtico, vivo, interactivo, audaz, veraz y sobre todo atrayente.

La comunicación alternativa es una respuesta no autoritaria para lograr un cambio social, pues a través de esta se conoce la voz de los actores sociales que buscan ser escuchados para emitir nuevas propuestas bajo la finalidad de conseguir algo positivo no solo para la sociedad sino más bien para la comunicación; es por ello que dicha comunicación permite romper con los sistemas dominantes aunque éstos hagan lo posible por ignorarla.

Los medios alternativos de comunicación siempre han existido y se encuentran profundamente vinculados con el desarrollo de las sociedades, no obstante hay que

reconocer que los medios tradicionales también han pasado a convertirse en un apoyo para dicha comunicación.

Por eso, en la actualidad gracias a las nuevas tecnologías y a su inminente desarrollo la comunicación alternativa ha logrado tener un apoyo puesto que cada persona se encarga de personificar los nuevos medios de la alternancia y la participación. Además la comunicación alternativa parece inherente al desarrollo y a la evolución del ser humano en sociedad, ya que se ha logrado superar la dominación, logrando cambios ideológicos y estructurales, los cuales han permitido que se vea el contexto social de diferente manera. Lo que se necesita es dejarse contaminar por la alternancia, y sobre todo por el interés colectivo.

#### **1.4. Educomunicación**

Morín (2001) sugiere que para darle una significación a la Educomunicación “es necesario aprender a navegar en un océano de incertidumbres a través de archipiélagos de certeza” (pág. 8) para de esta manera entender cuál es la finalidad de la educación y de los medios masivos dentro del ámbito educativo.

Por lo tanto, uno de los aportes que permitirá aclarar las temáticas con las que se puede trabajar en la radio revista serán textos de educomunicación, los cuales aclaran el uso de las nuevas tecnologías y cómo debe ser la educación en medios de comunicación, pues tiene entre sus fines ayudar a la ciudadanía a tener un conocimiento más profundo de los medios de comunicación con el objetivo de hacer un uso más provechoso de ellos. Y eso abarca tanto el papel como consumidores de medios, como la labor de producir mensajes propios.

Además la educomunicación nos ofrece una filosofía y una práctica de la educación y de la comunicación basada en el diálogo, la participación y la autogestión, donde importa cambios de actitudes y de concepciones pedagógicas y comunicativas.

García (2001) menciona que:

La Educomunicación busca fortalecer las competencias expresivas imprescindibles de las personas para un normal desenvolvimiento comunicativo y para el desarrollo de su creatividad; a través de diferentes herramientas, las cuales permiten comprender y saber la producción social de comunicación dentro de diferentes ámbitos, cuáles son las técnicas y los elementos expresivos que manejan los medios y lo más importante poder emitir y apreciar los diferentes mensajes con una mentalidad más crítica y de esa minimizar la manipulación (pág. 27).

### **1.5. Radio revista**

Sobre el concepto de radio revista, Niño (2010) menciona que este formato “es un tipo de programa de radio muy ágil y dinámico. Es como una poción mágica que mezcla: información de primera mano, curiosidades, música, entrevistas, cuentos, dramatizaciones, concursos, cartas, poesía, mesas redondas” (págs. 1-2).

Pues bien tomando en cuenta que la radio revista es un formato muy amplio, en el cual se puede ofrecer a los radioescucha varias alternativas en cuanto a formatos

radiofónicos más pequeños como: informativo, educativo, de entretenimiento, de opinión; pero tomando en cuenta siempre el target al cual se desea llegar.

Por ello dentro de una radio revista las características que deben ser tomadas en cuenta son:

- Se enfoca en un público determinado.
- Abarca diferentes temas (presente, pasado, futuro)
- Por su amplitud se puede interactuar con las personas a través de llamadas al aire, sorteos, concursos, invitaciones, entrega de premios, etc.
- Se la presenta entre dos o varios locutores pero también recomiendan que puede haber un solo locutor que tiene que ser muy elocuente y tener una voz atractiva, cálida y cautivadora.

Por otro lado, la estructura de la radio revista consta de una estructura similar a la de otros géneros periodísticos como es el inicio o apertura, el cuerpo del programa y la finalización.

No obstante debemos tener en cuenta que en la apertura tenemos varias opciones para arrancar con la programación: apertura testimonial, apertura en seco, apertura bi-combinada, apertura múltiple y apertura musical; todo depende de cómo se quiera emitir la radio revista para lograr captar la atención del público.

Hay ciertas recomendaciones que nos hace José Ignacio López en su libro *Radialistas Apasionados* sobre el balance que debe de existir entre los conductores y el público. Según López (1997):

A los oyentes no les vemos pero están ahí, los presentimos, son nuestros interlocutores. De este modo tenemos a un colega al lado y otro enfrente (el radioescucha). Y tenemos que dirigirnos tanto a uno como a otro. Cada conductor deberá mantener, entonces, una doble dirección en su diálogo: hacia el compañero y hacia la audiencia (pág. 406).

Teniendo claro cómo debe construirse la radio revista, cuáles son sus aspectos importantes y qué se debe tener claro para llevar un manejo adecuado de los segmentos, información y mensajes, se puede afirmar que no solo se trata de emitir algo por cumplir algo sino más bien hay que apropiarse de ese espacio radial en donde la interacción sea la base fundamental para lograr crear un espacio no solo informativo, ni de entretenimiento sino también de aprendizaje.

La radio revista así como cualquier otro formato necesita tres aspectos básicos: (producción, programación y ejecución) puesto que a partir de estos se logrará una aceptación o rechazo por parte de una audiencia; para muchos estos aspectos son poco relevantes por el simple hecho de ser cosas técnicas pero la realidad es otra ya que sin estos tres aspectos un programa no podría salir al aire y si lo logra no duraría por las diferentes debilidades que tendría.

## **1.6. Juventud del siglo XXI**

Como bien se mencionó al inicio de este marco teórico, los principales actores dentro de la radio revista serán los jóvenes, quienes con iniciativas diferentes generarán un espacio de interacción interpersonal e intrapersonal, pues se desenvolverá solos y con

la ayuda de sus semejantes para de esta manera llegar a su propio grupo social, en otras palabras serán jóvenes que aprendan a expresarse en la radio a través de la comunicación alternativa bajo el objetivo principal de ser aceptados por otros jóvenes, es decir, crear una identificación entre la juventud.

Esta relación entre jóvenes será manejada mediante un mismo criterio, ya que el interés es colectivo. Lo que se busca es mostrar cómo los jóvenes manejan la comunicación en su diario vivir y dentro de un medio de comunicación (radio), además muestra cómo a través de su iniciativa logran entablar una relación con la ciudadanía, es decir, su propio grupo social debido a que los temas que manejan son de interés personal y colectivo. Por ende de esta manera se logrará direccionar las temáticas con las que se puede trabajar en la radio revista.

Pero no hay que olvidar que existe una fuerte discrepancia entre los jóvenes del siglo XXI, ya que el uso que los jóvenes dan a los medios de comunicación tradicionales y alternativos no son iguales ya que existen ciertas limitaciones, al hablar de los jóvenes vs jóvenes se hace referencia a la constante lucha que existe entre los mismo por estar más arriba que otro, es decir, por cuan comunicado y relacionado se encuentra con los medios y cuál es el uso que se le da.

Según el texto *Jóvenes vs Jóvenes*:

Hay que pensar en cómo los jóvenes pueden producir contenido y difundir estos contenido, relacionados con las cosas que les preocupan. Los jóvenes son una parte esencial en

el desarrollo de un país. Sus voces deben ser oídas, y una forma muy eficaz de lograr esto es a través de la radio, muy especialmente de las emisoras locales y provinciales (PIEB, 2004, pág. 7).

## **2. Metodología**

Se asistió constantemente a la Asociación Cristiana de Jóvenes (ACJ), lugar específico en donde se trabajó con un grupo determinado de adolescentes entre 15 a 18 años, se capacitó a los mismos a través de cuatro talleres básicos, los cuales les permitieron tener una noción más amplia sobre cómo hacer radio y sobre todo cómo inmiscuirse en el proceso de la elaboración de la radio revista.

Además se hizo un sondeo a los jóvenes para a partir de ello poder determinar las temáticas con las que se va a trabajar en cada programa y definir cada segmento que se manejó dentro de la construcción de la radio revista.

Una vez definidas las temáticas se especificó cuál sería el target al que está dirigido el programa puesto que estos son la base para crear la radio revista, la audiencia que se definió fue la urbana del Sur de Quito de 13 a 20 años.

La radio revista cuenta con distintos géneros radiofónicos como vox populi, reportajes, entrevistas, entre otros y en cada uno de ellos se contó con la participación de los jóvenes de la Asociación Cristiana de Jóvenes (ACJ) y de las alumnas que dirigen este producto comunicativo pertenecientes a la Universidad Politécnica Salesiana a la carrera de Comunicación Social.

Se realizó la estructura del programa, los guiones de cada programa, pastillas que caracterizarán a la radio revista, pregrabados y la promo del producto para a partir de esa directriz empezar con las grabaciones correspondientes.

Respecto a la modalidad de la investigación se realizó fue de tipo bibliográfica ya que se indaga en fuentes de información primarias y especializadas, el conocimiento científico que permite sistematizar las conceptualizaciones en sus dimensiones.

Para la realización del producto se utilizó un enfoque cualitativo, porque se recolectó la información a través de sondeos y un diagnóstico situacional que permitieron identificar, profundizar y resaltar temáticas que sirvieron para la radio revista; además este hace uso del registro narrativo de los fenómenos a estudiar por medio de la entrevista no estructurada y la observación participante.

Esta investigación es de tipo aplicada, pues a partir de los conocimientos obtenidos en la investigación se lo transfirió a lo práctico, para de esta manera construir la radio revista en donde los jóvenes logren expresarse.

### **3. Preproducción**

En la etapa de preproducción se realizaron varias actividades, el diagnóstico situacional y sondeo de comunicación fueron los primeros pasos para conocer mejor los intereses y necesidades que tienen los jóvenes.

Una vez realizado el sondeo se definieron las temáticas de los programas, para pasar a la elaboración de los guiones radiofónicos, se determinaron los textos de las

presentaciones, separadores, promocionales, despedida y posteriormente las notas informativas de cada programa.

Se realizaron los talleres con los jóvenes de la Asociación Cristiana de Jóvenes (ACJ) para inmiscuirlos directamente en el proceso de elaboración de la Radio-revista, específicamente en el segmento de Voz populi para lo que realizaron las preguntas previamente a la etapa de producción. Finalmente se determinaron las fechas de grabación, recursos tecnológicos, humanos y económicos que serán necesarios en la etapa de producción.

En la etapa de preproducción se definieron aspectos importantes como el nombre de la radio revista que es “La voz juvenil” y las principales características de la misma como el número de programas y el tiempo de cada uno.

“La Voz Juvenil” es un seriado sonoro que cuenta con 11 programas de 15 minutos de duración cada uno, el tiempo ha sido determinado en base a la necesidad de captar y mantener la atención de los jóvenes, tomando en cuenta que será transmitido vía online, el objetivo es transmitir un mensaje claro, contenido de calidad y participación juvenil en corto tiempo.

Inicialmente el producto será transmitido a través de la plataforma virtual de la Universidad Politécnica Salesiana (InDi) y mediante la página web de Asociación Cristiana de Jóvenes (ACJ). Posteriormente se plantea la posibilidad de que se transmita mediante: “Guambra Radio” y “Radio Pichincha Universal”.

### **3.1.Sondeo**

A partir del sondeo realizado con los jóvenes se han determinaron las temáticas de cada programa y los segmentos de la radio revista, el tema principal serán los derechos de los jóvenes, en torno a los cuales se desarrollarán todos los programas:

1. El rol de los jóvenes en la sociedad
2. La sexualidad
3. Relaciones interpersonales
4. Redes sociales
5. El bullying
6. Pandillas juveniles
7. Trastornos alimenticios
8. Expresiones artísticas
9. Drogas lícitas e ilícitas
10. Culturas urbanas
11. La importancia de la familia

Los temas de los programas han sido escogidos en base a las necesidades, interés y participación de los jóvenes ya que ellos son los principales actores de la radio revista “La Voz Juvenil”.

### **3.2.Talleres**

El producto comunicativo es participativo y en conjunto con los jóvenes de la Asociación Cristiana de Jóvenes (ACJ), por lo que se impartieron 4 talleres sobre

radio, su historia, géneros, locución y vocalización lo que les permitió inmiscuirse en el proceso de elaboración de la radio revista.

Los talleres se realizaron en 4 días con una duración de 3 horas cada uno, el objetivo principal fue brindarles herramientas a los jóvenes para que fueran capaces de construir su propio producto comunicativo o continuar con el mismo después de la primera temporada que será producida en conjunto con las jóvenes estudiantes de Comunicación Social.

**Tabla 1**

Planificación de talleres

N°	TEMA	OBJETIVO	ACTIVIDAD	RECURSOS
1	Historia de la Radio	Lograr que los jóvenes se interesen por el mundo de la radio conociendo su historia, géneros y relevancia.	Presentación del proyecto. Dinámica de integración. Exposición del tema. Preguntas y comentarios.	Cartulinas, pizarra, marcadores, adhesivos.  Diapositivas
2	Géneros radiofónicos y beneficios de la Radio Revista	Breve explicación de los géneros radiofónicos, enfoque en la radio revista (qué es, beneficios, características)	Juego de bienvenida. Exposición del tema en mesa redonda. Juego participativo (preguntas)	Hojas de papel bond, cartulinas, marcadores, esferos.
3	Guiones radiofónicos	Brindar los conocimientos necesarios para plasmar ideas en guiones radiofónicos que serán usados en la radio revista.	Bienvenida al taller. Exposición del tema Elaboración de guiones.	Diapositivas Hojas de papel bond, esferos, lápices.
4	Locución y vocalización	Practicar ejercicios de respiración y vocalización con los jóvenes	Juego de bienvenida ¿Qué es la locución? Ejercicios de respiración Ejercicios de vocalización	Diapositivas

Nota: Elaborada por Beltrán & Marcillo (2015).

### 3.3.Estructura

La Radio revista, cuenta con distintos formatos radiofónicos como: informativo, vox populi, entrevistas. Está conformada por 11 programas de 15 minutos de duración cada uno en el cual se presentan distintos segmentos:

**Tabla 2**

Estructura del programa

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA		TIEMPOS	
CONTROL	Presentación del programa	30 segundos	5 minutos
LOCUTORES	Saludos y presentación del tema	1 minutos	
SEGMENTO HUELE A QUEMADO	En éste segmento se presentarán los antecedentes, problemática, contexto del tema del día (noticias, reportajes)	2 minutos	
LOCUTORES	Comentarios sobre el tema	2 minutos	
CONTROL	Separador	5 segundos	
SEGMENTO VOZ POPULI	Se presentan la opinión de distintos jóvenes sobre el tema del día	3 minutos	4 minutos
LOCUTORES	Comentarios sobre el segmento anterior y presentación del siguiente.	1 minuto	
CONTROL	Presentación segmento	30 segundos	
LOCUTORES	Presentación del especialista que colaboró con la entrevista	1 minuto	4 minutos
SEGMENTO “TE CUENTO LA PLENA”	Se presenta una entrevista con un especialista que enriquezca el tema del día.	2 minutos	
LOCUTORES	Dan su opinión sobre el tema	1 minuto	
CONTROL	Separador	5 segundos	
LOCUTORES	Despedida del programa, agradecimientos e invitación a participar del siguiente programa	2 minutos	2 minutos
CONTROL	Cierre del programa	30 segundos	15 minutos

Nota: Elaborada por Beltrán & Marcillo (2015).

#### **4. Producción/realización**

En la etapa de producción se realizaron las grabaciones de los diferentes segmentos: segmento informativo, segmento voz populi, segmento de entrevistas. En primera instancia se elaboraron y grabaron la presentación y despedida del programa, los separadores, presentaciones de cada segmento y promocionales.

El segmento informativo que se denominó previamente “Huele a quemado” fue grabado en las cabinas de la Universidad Politécnica Salesiana, con una investigación previa sobre el tema de cada programa y mediante un guion radiofónico elaborado en la etapa de preproducción, se grabaron de corrido las notas de las 11 series de la radio revista.

Los jóvenes de Asociación Cristiana de Jóvenes (ACJ) se encargaron de realizar todos los “voz populi”, experimentando un trabajo de campo, tomaron el papel de reporteros en busca de información, opiniones y comentarios de distintos jóvenes para enriquecer el producto comunicativo y darle sentido de pertenencia y participación activa.

El último segmento “Te cuento la plena”, es un espacio de entrevistas para el cual fue necesario contactar a los especialistas y solicitar citas, posteriormente, se procedió a realizar la entrevista con cuestionarios previamente elaborados y se registraron los aportes con la ayuda de grabadoras digitales, éste proceso estuvo a cargo de las estudiantes y se llevó a cabo al mismo tiempo que el segmento de “Voz populi”.

Los especialistas colaboraron con más de un tema en algunos casos y proporcionaron la información necesaria para ser incluida en el producto comunicativo, a fin de validar los temas de cada programa con la opinión de un experto en cada tema en particular.

Las locuciones de cada programa fueron registradas al final, con todo el material listo y revisado, se procedió a grabar en las cabinas los saludos, comentarios y sugerencias de los locutores quienes se prepararon previamente para cada programa.

Una vez recolectada la información sobre los diferentes temas, se empezó a escuchar cada grabación para poder escoger el contenido exacto y adecuado que se utilizó en cada programa para de esa manera empezar con la edición de los audios seleccionados.

Por otro lado la elaboración de libretos y de textos cortos para las grabaciones de pastillas, los pregrabados y promos de la radio revista también tuvieron su etapa de selección y clasificación puesto que con la ayuda del productor de Radio Pichincha Universal el Ing. Carlos Minango se realizó un escogimiento de los textos que pueden ser grabados para la radio revista, además se estableció el orden en el que irían al momento de la edición y en el caso de los libretos se hizo las correcciones correspondientes.

## **5. Postproducción y publicación**

Después de la etapa de producción en la cual se ha generado todo el contenido planteado y programado en preproducción, fue pertinente revisar todo el material y

escoger lo que fue utilizado, se procedió a armar cada uno de los programas de acuerdo a los segmentos y tiempos establecidos en la estructura del producto comunicativo.

Se escogió la música, efectos sonoros, cortinas musicales, de acuerdo al sentido que se le da al programa, en este caso, se trata de un programa fresco, divertido, por lo que se utilizaron recursos sonoros de este tipo, editando en primer lugar las presentaciones, promocionales y despedidas lo que permitió darle estilo y estructura al programa radiofónico.

Una vez determinada la sonorización, se masteriza cada uno de los segmentos, a fin de lograr la imagen deseada, subsiguientemente empezó el montaje, uno por uno, cada programa va obteniendo forma y sentido.

En último lugar, una vez que cada programa ha sido montado, se masteriza en primera instancia como un borrador, consecutivamente el producto final en formato nativo .wav y una copia en formato .mp3. El producto ha sido elaborado minuciosamente y está listo para ser publicado.

El producto ha sido elaborado con características particulares para ser difundido en una plataforma virtual, 11 programas de 15 minutos cada uno facilitan el procesamiento de la información por parte de los jóvenes, quienes viven apresurados o se aburren con facilidad, dedicar 15 minutos a escuchar un programa en internet resultaría entretenido e informativo al mismo tiempo sin llegar a cansarse o querer cambiar de actividad.

## **6. Sistematización**

La elaboración de la Radio-revista “La voz Juvenil” se realizó en el periodo de un mes, gracias a la colaboración de los jóvenes de Asociación Cristiana de Jóvenes (ACJ) quienes tuvieron una participación activa en la construcción del producto sonoro, aportando con ideas, sugerencias y específicamente en la producción del segmento “Voz populi”.

Inicialmente se grabaron todas las notas informativas del segmento “Huele a Quemado”, mismas que fueron previamente redactadas y consecuentemente registradas en las cabinas de la Universidad Politécnica Salesiana, gracias a la colaboración de Stefanía Burbano en locución y Dayana Marcillo en controles.

Mientras se concretaban citas con los especialistas para obtener entrevistas que enriquezcan los temas de cada programa radiofónico, los jóvenes de Asociación Cristiana de Jóvenes (ACJ) efectuaban el “Voz populi” con preguntas ya establecidas, salieron a las calles en busca de las opiniones de los chicos y chicas que voluntariamente colaboraron con su punto de vista sobre los temas de cada seriado.

La participación juvenil fue el principal objetivo establecido en la elaboración de la radio revista, por lo que tanto los jóvenes de la Asociación Cristiana de Jóvenes (ACJ) como quienes dieron sus comentarios, son los principales actores de un proceso incluyente y educativo, ya que al escoger las opiniones no fueron censuradas ni restringidas a fin de mostrar lo que piensan tal y como es.

Finalmente se grabaron las locuciones, de forma dinámica y espontánea las locutoras se prepararon sobre cada uno de los temas, escuchando el material grabado y consultando en fuentes externas lo que permitió crear conversaciones fluidas dentro de la cabina, sin ningún guion, llevaron cada programa exitosamente.

## Conclusiones

La radio revista como un género radiofónico libre manejada desde la comunicación popular permitió que los jóvenes se conviertan en actores de su propio desarrollo debido a que este espacio brindado en un medio tradicional como lo es la radio les ha dejado mostrarse como entes activos que necesita la sociedad, pero sobre todo les permitió expresarse sin ninguna opresión.

El trabajar con un grupo específico de la sociedad como lo fueron los jóvenes de la Asociación Cristiana de Jóvenes (ACJ) se logró crear diferentes tipos de relaciones interpersonales, las cuales permitieron fortalecer el espacio de trabajo puesto que el apoyo mutuo posibilitó que se construyera un espacio de participación, expresión y aprendizaje juvenil desde la comunicación popular.

El trabajo teórico práctico fortaleció los conocimientos y destrezas de las encargadas de construir y producir este producto comunicativo, ya que como futuras comunicadoras han trabajado manejando cada uno de sus adquisiciones universitarias.

Los contenidos manejados en la radio revista “La Voz Juvenil” permitieron fortalecer la comunicación interna de la Asociación Cristiana de Jóvenes (ACJ) y sobre todo se logró cumplir con los objetivos planteados en el presente trabajo pues se llegó a los públicos establecidos.

## Referencias

- Del Valle, C. (2006). *Comunicación Participativa: Aproximaciones desde América Latina*. Chile: Temuco: Ediciones Universidad de La Frontera.
- García, A. (2001). "Educación y comunicación" en *Escuela y Sociedad 2001. Ponencia inaugural de las Jornadas de Formación del Profesorado convocadas bajo el enunciado Lenguajes, comunicación y técnicas*. Cantabria: Dirección general de juventud.
- Kaplún, M. (Agosto de 1985). *Flacso Andes*. Obtenido de El comunicador popular: <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/42036.pdf>
- López, J. (1997). *Manual urgente para radialistas apasionados*. Quito: Inti Barrietos.
- Merino, J. (1988). *Comunicación popular, Alternativa y participatoria*. Texas: QUIPUS.
- Morín, E. (2001). *Los siete saberes para la educación del futuro*. Barcelona: UNESCO: Paidós.
- Morín, E. (2001). *Los siete saberes para la educación del futuro*. Barcelona: Paidós.
- Naciones Unidas . (Lunes de Junio de 2014). *Org en development desa population publications*. . Obtenido de La situación demográfica en el mundo: <http://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/trends/Concise%20Report%20on%20the%20World%20Population%20Situation%202014/es.pdf>
- Niño, J. (25 de Marzo de 2010). *I Power Blogger*. . Obtenido de La Radio Revista : <http://radiorevistas.blogspot.com/>
- PIEB, F. (2004). *Jóvenes vs Jóvenes "presente y futuro"*. Bolivia: EDOBOL.

## Anexos

### Guiones radiofónicos

#### Programa 1: El rol de los jóvenes en la sociedad

01	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA:</u></b>
02		<b><u>PREGRABADO</u></b>
03	LOCUTOR 1:	(MOTIVADO) Da la bienvenida al primer programa.
04	LOCUTOR 2:	(FELIZ) Presenta el tema “El rol de los jóvenes en la
05		sociedad”
06	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO INFORMATIVO “HUELE A</u></b>
07		<b><u>QUEMADO” : PREGRABADO</u></b>
08	LOCUTOR 2:	(ENTUSIASTA) Comenta sobre el reportaje.
09	LOCUTOR 1:	(FELIZ) Comenta y da paso al siguiente segmento
10	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO VOZ POPULI: ¿CREES QUE LOS</u></b>
11		<b><u>JÓVENES SOMOS IMPORTANTES PARA EL</u></b>
12		<b><u>DESARROLLO DE LA SOCIEDAD?</u></b>
13	LOCUTOR 2:	(OPTIMISTA) Opina sobre la opinión de los jóvenes.
14	LOCUTOR 1:	(OPTIMISTA) Responde a la opinión, haciendo un breve
15		comentario.
16	LOCUTOR 2:	(SEGURA) Concluye comentario y presenta al especialista
17		Eduardo Paucar.
18	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO ENTREVISTA “TE CUENTO LA</u></b>
19		<b><u>PLENA” : PREGRABADO</u></b>
20	LOCUTOR 1	(CONVINCENTE) Comenta sobre la entrevista.
21	LOCUTOR 2	(SEGURA) Hace una breve reflexión.
22	LOCUTOR 1	(ENTUSIASTA) Cuenta una experiencia breve.
23	LOCUTOR 2	(FELIZ) Recuerda dejar comentarios y sugerencias en
24		redes sociales y se despide
25	<b><u>CONTROL</u></b>	<b><u>DESPEDIDA: PREGRABADO</u></b>

## Programa 2: La sexualidad en los jóvenes

01	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA:</u></b>
02		<b><u>PREGRABADO</u></b>
03	LOCUTOR 1:	(MOTIVADO) Da la bienvenida al programa.
04	LOCUTOR 2:	(FELIZ) Presenta el tema “La sexualidad”
05	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO INFORMATIVO “HUELE A</u></b>
06		<b><u>QUEMADO” : PREGRABADO</u></b>
07	LOCUTOR 2:	(ENTUSIASTA) Comenta sobre el segmento.
08	LOCUTOR 1:	(FELIZ) Comenta y da paso al siguiente segmento
09	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO VOZ POPULI: ¿QUÉ ES PARA TI LA</u></b>
10		<b><u>SEXUALIDAD?</u></b>
11	LOCUTOR 2:	(OPTIMISTA) Da su comentario sobre la opinión de los
12		jóvenes.
13	LOCUTOR 1:	(OPTIMISTA) Responde a la opinión, haciendo un breve
14		comentario.
15	LOCUTOR 2:	(SEGURA) Concluye comentario y presenta al especialista
16		Dra. Gina Montúfar.
17	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO ENTREVISTA “TE CUENTO LA</u></b>
18		<b><u>PLENA” : PREGRABADO</u></b>
19	LOCUTOR 1	(CONVINCENTE) Comenta sobre la entrevista.
20	LOCUTOR 2	(SEGURA) Hace una breve reflexión.
21	LOCUTOR 1	(ENTUSIASTA) Cuenta una experiencia breve.
22	LOCUTOR 2	(FELIZ) Recuerda dejar comentarios y sugerencias en
23		redes sociales y se despide
24	<b><u>CONTROL</u></b>	<b><u>DESPEDIDA: PREGRABADO</u></b>
25		

### Programa 3: Relaciones interpersonales

01	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA:</u></b>
02		<b><u>PREGRABADO</u></b>
03	LOCUTOR 1:	(MOTIVADO) Da la bienvenida al programa.
04	LOCUTOR 2:	(FELIZ) Presenta el tema “Relaciones Interpersonales”
05	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO INFORMATIVO “HUELE A</u></b>
06		<b><u>QUEMADO” : PREGRABADO</u></b>
07	LOCUTOR 2:	(ENTUSIASTA) Comenta sobre la nota.
08	LOCUTOR 1:	(FELIZ) Comenta y da paso al siguiente segmento
09	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO VOZ POPULI: ¿CUÁL ES LA BASE DE</u></b>
10		<b><u>TUS RELACIONES CON LOS DEMÁS?</u></b>
11	LOCUTOR 2:	(OPTIMISTA) Opina sobre lo que piensan de los jóvenes.
12	LOCUTOR 1:	(OPTIMISTA) Responde a la opinión, haciendo un breve comentario.
13		
14	LOCUTOR 2:	(SEGURA) Concluye comentario y presenta al especialista Mercedes Castillo.
15		
16	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO ENTREVISTA “TE CUENTO LA</u></b>
17		<b><u>PLENA” : PREGRABADO</u></b>
18	LOCUTOR 1	(CONVINCENTE) Comenta sobre la entrevista.
19	LOCUTOR 2	(SEGURA) Hace una breve reflexión.
20	LOCUTOR 1	(ENTUSIASTA) Cuenta una experiencia breve.
21	LOCUTOR 2	(FELIZ) Recuerda dejar comentarios y sugerencias en
22		redes sociales y se despide
23	<b><u>CONTROL</u></b>	<b><u>DESPEDIDA: PREGRABADO</u></b>
24		
25		

## Programa 4: Redes sociales

01	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA:</u></b>
02		<b><u>PREGRABADO</u></b>
03	LOCUTOR 1:	(MOTIVADO) Da la bienvenida al programa.
04	LOCUTOR 2:	(FELIZ) Presenta el tema “Redes Sociales”
05	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO INFORMATIVO “HUELE A</u></b>
06		<b><u>QUEMADO” : PREGRABADO</u></b>
07	LOCUTOR 2:	(ENTUSIASTA) Comenta sobre la nota.
08	LOCUTOR 1:	(FELIZ) Comenta y da paso al siguiente segmento
09	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO VOZ POPULI: ¿QUÉ USO DE LAS A</u></b>
10		<b><u>LAS REDES SOCIALES Y CUANTAS HORAS AL</u></b>
11		<b><u>DIA LES DEDICAS?</u></b>
12	LOCUTOR 2:	(OPTIMISTA) Opina sobre lo que piensan de los jóvenes.
13	LOCUTOR 1:	(OPTIMISTA) Responde a la opinión, haciendo un breve comentario.
14		
15	LOCUTOR 2:	(SEGURA) Concluye comentario y presenta al especialista.
16		
17	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO ENTREVISTA “TE CUENTO LA</u></b>
18		<b><u>PLENA” : PREGRABADO</u></b>
19	LOCUTOR 1	(CONVINCENTE) Comenta sobre la entrevista.
20	LOCUTOR 2	(SEGURA) Hace una breve reflexión.
21	LOCUTOR 1	(ENTUSIASTA) Cuenta una experiencia breve.
22	LOCUTOR 2	(FELIZ) Recuerda dejar comentarios y sugerencias en
23		redes sociales y se despide
24	<b><u>CONTROL</u></b>	<b><u>DESPEDIDA: PREGRABADO</u></b>
25		

## Programa 5: El bullying

01	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA:</u></b>
02		<b><u>PREGRABADO</u></b>
03	LOCUTOR 1:	(MOTIVADO) Da la bienvenida al programa.
04	LOCUTOR 2:	(FELIZ) Presenta el tema “El Bullying”
05	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO INFORMATIVO “HUELE A</u></b>
06		<b><u>QUEMADO” : PREGRABADO</u></b>
07	LOCUTOR 2:	(ENTUSIASTA) Comenta sobre la nota.
08	LOCUTOR 1:	(FELIZ) Comenta y da paso al siguiente segmento
09	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO VOZ POPULI: ¿QUÉ USO DE LAS A</u></b>
10		<b><u>LAS REDES SOCIALES Y CUANTAS HORAS AL</u></b>
11		<b><u>DIA LES DEDICAS?</u></b>
12	LOCUTOR 2:	(OPTIMISTA) Opina sobre lo que piensan de los jóvenes.
13	LOCUTOR 1:	(OPTIMISTA) Responde a la opinión, haciendo un breve comentario.
14		
15	LOCUTOR 2:	(SEGURA) Concluye comentario y presenta al especialista.
16		
17	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO ENTREVISTA “TE CUENTO LA</u></b>
18		<b><u>PLENA” : PREGRABADO</u></b>
19	LOCUTOR 1	(CONVINCENTE) Comenta sobre la entrevista.
20	LOCUTOR 2	(SEGURA) Hace una breve reflexión.
21	LOCUTOR 1	(ENTUSIASTA) Cuenta una experiencia breve.
22	LOCUTOR 2	(FELIZ) Recuerda dejar comentarios y sugerencias en redes sociales y se despide
23		
24	<b><u>CONTROL</u></b>	<b><u>DESPEDIDA: PREGRABADO</u></b>
25		

## Programa 6: Pandillas juveniles

01	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA:</u></b>
02		<b><u>PREGRABADO</u></b>
03	LOCUTOR 1:	(MOTIVADO) Da la bienvenida al programa.
04	LOCUTOR 2:	(FELIZ) Presenta el tema “Pandillas Juveniles”
05	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO INFORMATIVO “HUELE A</u></b>
06		<b><u>QUEMADO” : PREGRABADO</u></b>
07	LOCUTOR 2:	(ENTUSIASTA) Comenta sobre la nota.
08	LOCUTOR 1:	(FELIZ) Comenta y da paso al siguiente segmento
09	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO VOZ POPULI: ¿POR QUÉ LOS</u></b>
10		<b><u>JÓVENES ACUDEN A LAS PANDILLAS</u></b>
11		<b><u>JUVENILES?</u></b>
12	LOCUTOR 2:	(OPTIMISTA) Opina sobre lo que piensan de los jóvenes.
13	LOCUTOR 1:	(OPTIMISTA) Responde a la opinión, haciendo un breve comentario.
14		
15	LOCUTOR 2:	(SEGURA) Concluye comentario y presenta al especialista
16		Msc. Isabel Paredes.
17	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO ENTREVISTA “TE CUENTO LA</u></b>
18		<b><u>PLENA” : PREGRABADO</u></b>
19	LOCUTOR 1	(CONVINCENTE) Comenta sobre la entrevista.
20	LOCUTOR 2	(SEGURA) Hace una breve reflexión.
21	LOCUTOR 1	(ENTUSIASTA) Cuenta una experiencia breve.
22	LOCUTOR 2	(FELIZ) Recuerda dejar comentarios y sugerencias en
23		redes sociales y se despide
24	<b><u>CONTROL</u></b>	<b><u>DESPEDIDA: PREGRABADO</u></b>
25		

## Programa 7: Trastornos alimenticios

01	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA:</u></b>
02		<b><u>PREGRABADO</u></b>
03	LOCUTOR 1:	(MOTIVADO) Da la bienvenida al programa.
04	LOCUTOR 2:	(FELIZ) Presenta el tema “Trastornos alimenticios”
05	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO INFORMATIVO “HUELE A</u></b>
06		<b><u>QUEMADO” : PREGRABADO</u></b>
07	LOCUTOR 2:	(ENTUSIASTA) Comenta sobre la nota.
08	LOCUTOR 1:	(FELIZ) Comenta y da paso al siguiente segmento
09	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO VOZ POPULI: ¿CÓMO INFLUYE EL</u></b>
10		<b><u>MERCADO EN LOS TRASTORNOS</u></b>
11		<b><u>ALIMENTICIOS?</u></b>
12	LOCUTOR 2:	(OPTIMISTA) Opina sobre lo que piensan de los jóvenes.
13	LOCUTOR 1:	(OPTIMISTA) Responde a la opinión, haciendo un breve comentario.
14		
15	LOCUTOR 2:	(SEGURA) Concluye comentario y presenta al especialista Dra. Gina Montúfar.
16		
17	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO ENTREVISTA “TE CUENTO LA</u></b>
18		<b><u>PLENA” : PREGRABADO</u></b>
19	LOCUTOR 1	(CONVINCENTE) Comenta sobre la entrevista.
20	LOCUTOR 2	(SEGURA) Hace una breve reflexión.
21	LOCUTOR 1	(ENTUSIASTA) Cuenta una experiencia breve.
22	LOCUTOR 2	(FELIZ) Recuerda dejar comentarios y sugerencias en redes sociales y se despide
23		
24	<b><u>CONTROL</u></b>	<b><u>DESPEDIDA: PREGRABADO</u></b>
25		

## Programa 8: Expresiones artísticas

01	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA:</u></b>
02		<b><u>PREGRABADO</u></b>
03	LOCUTOR 1:	(MOTIVADO) Da la bienvenida al programa.
04	LOCUTOR 2:	(FELIZ) Presenta el tema “Expresiones Artísticas”
05	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO INFORMATIVO “HUELE A</u></b>
06		<b><u>QUEMADO” : PREGRABADO</u></b>
07	LOCUTOR 2:	(ENTUSIASTA) Comenta sobre la nota.
08	LOCUTOR 1:	(FELIZ) Comenta y da paso al siguiente segmento
09	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO VOZ POPULI: ¿CREES QUE EL ARTE</u></b>
10		<b><u>PUEDE SERVIR COMO MEDIO DE EXPRESIÓN</u></b>
11		<b><u>PARA LOS JÓVENES?</u></b>
12	LOCUTOR 2:	(OPTIMISTA) Opina sobre lo que piensan de los jóvenes.
13	LOCUTOR 1:	(OPTIMISTA) Responde a la opinión, haciendo un breve comentario.
14		
15	LOCUTOR 2:	(SEGURA) Concluye comentario y presenta al especialista
16		Msc. Isabel Paredes.
17	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO ENTREVISTA “TE CUENTO LA</u></b>
18		<b><u>PLENA” : PREGRABADO</u></b>
19	LOCUTOR 1	(CONVINCENTE) Comenta sobre la entrevista.
20	LOCUTOR 2	(SEGURA) Hace una breve reflexión.
21	LOCUTOR 1	(ENTUSIASTA) Cuenta una experiencia breve.
22	LOCUTOR 2	(FELIZ) Recuerda dejar comentarios y sugerencias en
23		redes sociales y se despide
24	<b><u>CONTROL</u></b>	<b><u>DESPEDIDA: PREGRABADO</u></b>
25		

## Programa 9: Drogas

01	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA:</u></b>
02		<b><u>PREGRABADO</u></b>
03	LOCUTOR 1:	(MOTIVADO) Da la bienvenida al programa.
04	LOCUTOR 2:	(SEGURA) Presenta el tema “Drogas”
05	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO INFORMATIVO “HUELE A</u></b>
06		<b><u>QUEMADO” : PREGRABADO</u></b>
07	LOCUTOR 2:	(ENTUSIASTA) Comenta sobre la nota.
08	LOCUTOR 1:	(CONVINCENTE) Comenta y da paso al siguiente
09		segmento
10	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO VOZ POPULI: ¿POR QUÉ LOS</u></b>
11		<b><u>JÓVENES ACUDEN A LAS DROGAS? ¿HAS</u></b>
12		<b><u>CONSUMIDO DROGAS ALGUNA VEZ?</u></b>
13	LOCUTOR 2:	(OPTIMISTA) Opina sobre lo que piensan de los jóvenes.
14	LOCUTOR 1:	(OPTIMISTA) Responde a la opinión, haciendo un breve
15		comentario.
16	LOCUTOR 2:	(SEGURA) Concluye comentario y presenta al especialista
17		Gina Montufar quien explica lo que las drogas le hacen a
18		nuestro cuerpo.
19	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO ENTREVISTA “TE CUENTO LA</u></b>
20		<b><u>PLENA” : PREGRABADO</u></b>
21	LOCUTOR 1	(CONVINCENTE) Comenta sobre la entrevista.
22	LOCUTOR 2	(SEGURA) Hace una breve reflexión.
23	LOCUTOR 1	(ENTUSIASTA) Cuenta una experiencia breve.
24	LOCUTOR 2	(FELIZ) Se despide y deja un mensaje final.
25	<b><u>CONTROL</u></b>	<b><u>DESPEDIDA: PREGRABADO</u></b>

**Programa 10: Culturas urbanas**

01	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA:</u></b>
02		<b><u>PREGRABADO</u></b>
03	LOCUTOR 1:	(MOTIVADO) Da la bienvenida al programa.
04	LOCUTOR 2:	(FELIZ) Presenta el tema “Culturas Urbanas”
05	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO INFORMATIVO “HUELE A</u></b>
06		<b><u>QUEMADO” : PREGRABADO</u></b>
07	LOCUTOR 2:	(ENTUSIASTA) Comenta sobre la nota.
08	LOCUTOR 1:	(FELIZ) Comenta y da paso al siguiente segmento
09	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO VOZ POPULI: ¿QUÉ OPINIÓN</u></b>
10		<b><u>TIENES SOBRE LAS CULTURAS URBANAS?</u></b>
11	LOCUTOR 2:	(OPTIMISTA) Opina sobre lo que piensan de los jóvenes.
12	LOCUTOR 1:	(OPTIMISTA) Responde a la opinión, haciendo un breve comentario.
13		
14	LOCUTOR 2:	(SEGURA) Concluye comentario y presenta al especialista
15		Isabel paredes quien explica el concepto de Tribu Urbana y
16		cómo se relacionan los jóvenes con las mismas.
17	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO ENTREVISTA “TE CUENTO LA</u></b>
18		<b><u>PLENA” : PREGRABADO</u></b>
19	LOCUTOR 1	(CONVINCENTE) Comenta sobre la entrevista.
20	LOCUTOR 2	(SEGURA) Hace una breve reflexión.
21	LOCUTOR 1	(ENTUSIASTA) Cuenta una experiencia breve.
22	LOCUTOR 2	(FELIZ) Recuerda dejar comentarios y sugerencias en
23		redes sociales y se despide
24	<b><u>CONTROL</u></b>	<b><u>DESPEDIDA: PREGRABADO</u></b>
25		

**Programa 11: La importancia de la familia**

01	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA:</u></b>
02		<b><u>PREGRABADO</u></b>
03	LOCUTOR 1:	(MOTIVADO) Da la bienvenida al programa.
04	LOCUTOR 2:	(FELIZ) Presenta el tema “Culturas Urbanas”
05	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO INFORMATIVO “HUELE A</u></b>
06		<b><u>QUEMADO” : PREGRABADO</u></b>
07	LOCUTOR 2:	(ENTUSIASTA) Comenta sobre la nota.
08	LOCUTOR 1:	(FELIZ) Comenta y da paso al siguiente segmento
09	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO VOZ POPULI: ¿QUÉ OPINIÓN</u></b>
10		<b><u>TIENES SOBRE LAS CULTURAS URBANAS?</u></b>
11	LOCUTOR 2:	(OPTIMISTA) Opina sobre lo que piensan de los jóvenes.
12	LOCUTOR 1:	(OPTIMISTA) Responde a la opinión, haciendo un breve comentario.
13		
14	LOCUTOR 2:	(SEGURA) Concluye comentario y presenta al especialista
15		Isabel paredes quien explica el concepto de Tribu Urbana y
16		cómo se relacionan los jóvenes con las mismas.
17	<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>SEGMENTO ENTREVISTA “TE CUENTO LA</u></b>
18		<b><u>PLENA” : PREGRABADO</u></b>
19	LOCUTOR 1	(CONVINCENTE) Comenta sobre la entrevista.
20	LOCUTOR 2	(SEGURA) Hace una breve reflexión.
21	LOCUTOR 1	(ENTUSIASTA) Cuenta una experiencia breve.
22	LOCUTOR 2	(FELIZ) Recuerda dejar comentarios y sugerencias en
23		redes sociales y se despide
24	<b><u>CONTROL</u></b>	<b><u>DESPEDIDA: PREGRABADO</u></b>
25		