

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Tesis previo a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación
Social

“REPROGRAMACIÓN DE LOS ESPACIOS COMUNICATIVOS DE RADIO CENEP A FM 101.3 DEL CANTÓN GUALAQUIZA Y CAPACITACIÓN RADIOFÓNICA PERSONAL”

AUTOR (A): ANDREA B. CHUVA B.

DIRECTOR: LCDO. LEONEL SOTO ALEMÁN

CUENCA – ECUADOR

2011

Andrea B. Chuva, autora de la Tesis intitulada: “Reprogramación de los espacios comunicativos de Radio Cenepa FM 101.3 del cantón Gualaquiza y capacitación radiofónica personal”, se responsabiliza por los conceptos desarrollados, análisis y las conclusiones del presente trabajo.

Cuenca, abril 20 del 2011

Andrea Chuva Buele

Yo, Leonel Soto Alemán, Director de la Tesis intitulada: “Reprogramación de los espacios comunicativos de Radio Cenepa 101.3 FM del cantón Gualaquiza y capacitación radiofónica personal”, certifica que el presente trabajo investigativo fue desarrollado por: Andrea B. Chuva

Lcdo. Leonel Soto Alemán

DIRECTOR DE TESIS

Dedicatoria

Este trabajo lo dedico a Dios por acompañarme en cada paso de mi vida. A la memoria de mi prima de Nancy Gabriela, un ser luchador y fuerte. A mis padres por la alegría de tenerlos, por el apoyo y confianza. A mis hermanos por su compañía en mi formación.

“Andrea Chuva”

Agradecimiento

A la Universidad Politécnica Salesiana por haberme acogido durante el transcurso de la carrera. A mis profesores por la bondad de compartir sus conocimientos sobre todo por reanimar la pasión por comunicar.

A mis amigos Ángel, Carla, Marcela, quienes fortalecieron mi decisión de llegar a la meta. A todos quienes con sus sabios consejos, palabras de aliento me ayudaron a llegar a la meta, gracias.

Andrea Chuva

Índice tentativo

Introducción.....	9
-------------------	---

CAPÍTULO 1

LA RADIO EN EL ECUADOR Y GUALAQUIZA

1.1	Primeras radios en Ecuador.....	11 - 12
1.2	Las radiodifusoras en AM Y FM en el Ecuador.....	12 - 14
1.3	Tipos de radios en Ecuador.....	14 - 15
1.4	La Radio en Morona Santiago.....	15 - 17
1.5	Historia de Radio Cenepa 101.3 FM.....	17 - 18

CAPÍTULO 2

LA RADIO

2.1	La radio y el acto de comunicar.....	20
2.2	La radio y su aporte a la sociedad.....	21 - 22
2.3	La radio y su poder.....	22 - 23
2.4	Las funciones de la radio.....	23 - 24
2.5	Los retos de la radio en la nueva era.	24 - 25
2.6	La Ley de Comunicación en Ecuador.....	25- 27

CAPITULO 3

LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS EN RADIO

3.1	¿Qué es un programa radial?.....	29
3.2	Tipos de programas radiales.....	30 -31
	3.2.1 La investigación en la reprogramación radial.....	31
3.3	El noticiero y la radiorevista.....	31
	3.3.1 El noticiero.....	32 - 33
	3.3.2 La radiorevista.....	33 - 34
3.4	El programa deportivo.....	34 - 35
3.5	El guión.....	35 - 36
	3.5.1 Normas para el diagramado	36 - 37
3.6	Los géneros periodísticos para radio.....	37 - 38

CAPÍTULO 4

PROPUESTA DE REPROGRAMACIÓN DE LOS ESPACIOS COMUNICATIVOS DE RADIO CENEP 101.3 FM DEL CANTÓN GUALAQUIZA Y CAPACITACIÓN RADIOFÓNICA PERSONAL

4.1	Resultados y análisis de encuestas.....	40
4.2	Propuesta de géneros periodísticos.....	58
	4.2.1 Género informativo.....	58 - 59

4.2.2 Género interpretativo.....	59
4.2.3 Género de opinión.....	60
4.2.4. Género musical.....	60 - 61
4.3 Propuesta del formato para los diferentes programas.....	61
4.3.1 Formatos hablados.....	62
4.3.2 Formatos musicales.....	63
4.4 Propuesta de capacitación al personal.....	64
4.5 Propuesta de reprogramación radial.....	66
4.5.1 Reprogramación de lunes a viernes.....	66 - 74
4.5.2 Reprogramación de sábado.....	75 - 79
4.5.3 Reprogramación de domingo.....	80 - 84
Recomendaciones.....	85- 87
Conclusiones.....	88 - 89
Anexos.....	90- 91
Bibliografía.....	92 - 97

Introducción

La radio en Ecuador es un medio de comunicación que goza de prestigio y de confianza en la ciudadanía, desde sus inicios hasta la actualidad ha ido evolucionando constantemente. Pese a la presencia de la televisión y últimamente del internet, no ha perdido territorio, al contrario han llegado a unirse y fortalecerse.

Las radiodifusoras son tan diversas como la misma ciudadanía, tienen diferentes líneas de opinión, se encuentran en Frecuencia Modulada o Amplitud Modulada, poseen diferente programación, distintos conductores y periodistas. Indistintamente de sus estrategias para llegar al público, todas buscan ser queridas por sus oyentes, y a su vez generar ingresos económicos, excepto de las radios comunitarias que no tienen fines de lucro.

Sin embargo la radio está involucrada en un mundo globalizado y competitivo entre las mismas radios, y con las nuevas tecnologías por adherirse a ellas. Con ello la misma competitividad exige entregar un buen producto comunicacional a su audiencia. Son 14 años de los que Radio Cenepa viene laborando al sur de país, por ello participamos con la presente investigación para asesorar, a fin de que mejore su programación y sus ingresos económicos.

La presente investigación muestra resultados de una entrevista con la ciudadanía, luego se analizaran los resultados y se presentaran recomendaciones para considerar formatos y géneros periodísticos que no se han considerado, una posible programación de acuerdo a las necesidades de los encuestados más el asesoramiento de la investigadora, y un breve temario de los contenidos que deberán ser emitidos al talento humano de la estación de radio. Con ello los administradores gozarán de directrices que les permitirán mejorar su situación actual.

CAPITULO

1

LA RADIO EN EL ECUADOR Y GUALAQUIZA

1.1 Primeras radios en Ecuador

Por el siglo XVIII, en el mundo ya se conocía de ciertos intentos que más tarde haría posible la transmisión de ondas radiales. Por el año de 1894¹ el Italiano Gugliermo Marconi emite sus primeras pruebas de emisión y más tarde se convirtió en radiodifusión.

El ecuatoriano Mario Godoy² menciona que “desde fines de 1924, el Ingeniero electricista Carlos Córdovez Borja tenía algunos aparatos de telegrafía y radio, luego se dedicó a la construcción de un transmisor de 50 vatios de potencia de onda corta. La primera emisión de prueba de la estación radiodifusora se efectuó el 27 de febrero de 1925” [...]

Tras varios años el Ing. Carlos Córdovez logró emitir por primera vez las ondas radiales de Radio “El Prado” un 13 de junio de 1929, desde un rincón de la fábrica “Prado” en la ciudad de Riobamba. Radio “El Prado” de Riobamba emitía su programación a partir de las 21h00, una vez por semana, los jueves. Sus espacios radiales con el pasar de los días y años dieron prioridad a la cultura en especial al pasillo y la música internacional.

¹ ORTIZ VIZUETE, Fernando, *Historia de la radio*. En <http://fer-ortiz.lacoctelera.net/post/2009/05/29/historia-la-radio-fernando-ortiz-vizquete-mayo-2009>.

² ORTIZ ARELLANO, Carlos, *Los inicios de la radiodifusión en Ecuador, Radio “El Prado”*. En www.culturaenecuador.org/artes/personajes-de-chimborazo/193-los-inicios-de-la-radiodifusion-en-ecuador-radio-el-prado.html

El 25 de diciembre de 1931 Quito tiene la señal de radio de HCJB la Voz de los Andes con un transmisor de 250 vatios de potencia. Sus impulsores fueron los pastores evangélicos Dr. Clarence W. Jones, Dr. Reuben, Sr. Juan D. Clark y Sr. David S. Clark. La concesión era emitida para 25 años de funcionamiento otorgado por el aquel Presidente de la República Dr. Isidro Ayora.

En aquel momento las dos emisoras eran diferentes. HCJB La Voz de los Andes evangelizaba³, mientras que Radio Prado era de tipo comercial. La primera fue pionera en producir el programa infantil llamado la “Tía Lobita” conducida por Marcela Cruz. Cuatro años más tarde en 1935, Guayaquil es otra de las principales ciudades que emite de ondas radiales con la emisora “El Telégrafo” de propiedad de Diario El Telégrafo, con la iniciativa del alemán Juan Behr.

1.2 Las radiodifusoras en AM y FM en el Ecuador

Las radios en AM son conocidas como Onda Media estándar ya que operan en la banda comprendida en 535 a 1605 KHz. Tiene mayor presencia en las aéreas rurales debido a la facilidad de cobertura, al expandir sus ondas por tierra. No afecta los cerros que existan ya que no les obstaculiza en ningún momento.

La Superintendencia de Telecomunicaciones⁴ en su resumen estadístico del número de estaciones de radiodifusión sonoras autorizadas en el ámbito nacional por provincias al 30 de diciembre de 2010 indica que existen 259 estaciones de radio en AM, que representa al 21% del total del espectro radioeléctrico.

³ PRO MENESES, Alejandro, *Historia del pasillo ecuatoriano*.

⁴ www.supertel.gov.ec

Las provincias de Guayas y Pichincha tienen 48 concesiones en AM a diferencia de Zamora Chinchipe y Orellana no registran ninguna. Las bandas de 525 - 535 kHz, 535 - 1.605 kHz, 1.605 - 1.625 kHz, 1.625 - 1.705 kHz están al servicio sonoro en Amplitud Modulada. Fueron aprobadas en 1981 en Río de Janeiro mediante el Acuerdo Regional sobre el servicio de radiodifusión por ondas hectométricas y a la Ley y Reglamento de Radiodifusión y Televisión vigente.

La Frecuencia modulada (FM) es el sistema de transmisión de radio en el que la onda portadora se modula de forma que su frecuencia varíe según la señal de audio transmitida. Se encuentran entre las frecuencias de 88 y 108 Mhz. Es el resultado del inventor norteamericano Edwin H. Armstrong. Su alcance está limitado para que pueda haber emisoras de la misma frecuencia situadas a unos cientos de kilómetros sin que se interfieran entre ellas.

Tienen mayor presencia en el área urbana y se difunden por sistemas con una estación matriz y repetidoras para emitir la misma y simultánea programación. En la actualidad las emisoras en FM se han adaptado a estéreo, logrando mayor nitidez en la señal emitida. Son mayormente comerciales y musicales que las AM ya que han atraído un número creciente de oyentes tanto de música popular como clásica.

La SUPERTEL (Superintendencia de Telecomunicaciones) en su informe a Diciembre de 2010 indica que en Ecuador existen 930 emisoras en FM. Representa al 77% del espectro radioeléctrico, de ellas 556 son matriz (46%), y 374 son repetidoras (31%). Las provincias con mayor presencia de emisoras en FM es Manabí con 76, seguida de Azuay con 72; las provincias con menos frecuencias son Galápagos y Cotopaxi ambas con 13.

La provincia con mayor frecuencia es Guayas con 112 frecuencias entre Onda Corta (OC), Amplitud Modulada (AM) Y Frecuencia Modulada (FM); la de menor aprovechamiento es Galápagos con 14 frecuencias de las tres clases. Hasta el año 2010 en Ecuador existen 1205 frecuencias dadas a concesionarios.

1.3 Tipos de radio en Ecuador

La radio comunitaria es de propiedad de una comunidad legalmente constituida, de acuerdo con la Ley de Organización y Régimen de las Comunas⁵. Son de servicio público y no podrán cursar publicidad de ninguna naturaleza y se dedicaran exclusivamente a fines sociales, educativos y culturales. No podrán realizar actividades de proselitismo político o religioso.

Hasta el año 2010 en Ecuador existe 2⁶ estaciones comunitarias que representa al 0.2% del total del espectro radio electro. Bolívar e Imbabura son las únicas provincias que poseen medios comunitarios con 1 concesión c/u. La radio privada es el intermediario para llegar a grandes masas y generar en ellos diversas formas de pensar y actuar es el medio perfecto para informar, comprar o vender productos, servicios o ideologías. Se vende publicidad o propaganda.

⁵ Capítulos IV: de las concesiones de radiodifusión comunales

⁶ www.supertel.gob.ec/pdf/estadisticas/categorias_radio.pdf

La radio pública⁷ según Enrique Atonal “necesita un equilibrio entre la radio pública y comercial por lo que se debe consolidar su existencia o; de lo contrario, sólo se estará soñando”. Atonal Flores dice que “conseguir el equilibrio entre medios públicos y privados es saludable para el público radioescucha; la búsqueda de este equilibrio contribuye a “crear una nueva forma de radiodifusión”.

En Ecuador las estadísticas informan que son 130 estaciones públicas, que corresponde al 10.8%. La provincia con mayor número de radios públicas es Pichincha con 17.

1.4 La radio en Morona Santiago.

En Morona Santiago el pueblo shuar logra tener a su disposición un medio radial gracias a la iniciativa de los salesianos P. Mateo Króvina, P. Juan Shutka, P. Alfredo Germani, P. Adriano Barale, P. Pedro Mereu, entre otras memorias. Lograron poner en funcionamiento la radio el 29 de enero de 1968 gracias a la donación americana de “Punto IV” de un transmisor de 1kw⁸.

Radio Federación Shuar, nace como una radio educativa y cultural en la provincia de Morona Santiago. Más tarde los socios shuar con la ayuda de la misión salesiana consiguieron un motor de 15 HP, y luego un transmisor de 5 Kw. Para 1970 se creó un programa en idioma shuar. Tres años más tarde se unen a las Escuelas Radiofónicas Populares ERPE de Riobamba e inicia su misión de educar a las comunidades hispanas y shuar de Morona Santiago. En 12 años lograron obtener de 52 a 139 centros.

⁷ www.bienalderadio.gob.mx/2010/sala-de-prensa/boletines/118-mesas-redondas-la-radio-publica-y-su-misión-frente-a-la-sociedad

⁸ www.vozandes.org/aniversario/general/preguntas-frecuentes.html

Por el año de 1976⁹ se analizaba la posibilidad de crear un programa en Quichua del Oriente para servicio a las comunidades de Napo y Pastaza. Se escuchó Radio Federación a nivel nacional y en tierras extranjeras. Ya venía cumpliendo con su tarea de educar y en la cultura crearon espacios de noticias en castellano y shuar, música shuar, nacional e internacional, debates y comunicados dirigidos a comunidades tan lejanas sobre emergencias, reuniones, fallecimientos, etc. En 1977-78 se cubrió completamente el currículo primario para lanzarse a la educación pos primaria.”

Radio Federación nació como una radio comunitaria, sin embargo con el pasar de los años y con el poco ingreso económico entraron a una crónica situación económica. Al menos en la electricidad dependían de un monto mensual de \$ 5.782 para adquirir diesel y alimentar a un motor que donó Matto Grosso. Actualmente denominada como la “Voz de Arutam”, ha pasado por sanciones graves, por el supuesto de incitación a la violencia en la marcha a favor del agua en la ciudad de Macas, donde falleció el Prof. Bosco Wisum. Hecho que fue sancionado de acuerdo con la vigente Ley de Radiodifusión y Televisión en el gobierno de Rafael Correa Delgado.

Las concesiones en Frecuencia Modulada (FM) son altas en números a diferencia a la AM y Oc. En la provincia amazónica existen hasta diciembre de 2010¹⁰ las siguientes estaciones radiales: Morona con tres repetidoras; La Voz del Upano con su matriz y tres repetidoras; Bonita FM matriz; Mía en Macas como repetidora; Radio Limón, Canal Juvenil FM, Sentimientos, Sistema Radial Olímpica, La Radio FM Digital y Cenepa FM.

⁹ GALARZA, Teodoro, *Estrategias interactivas en la radio comunitaria educativa. El caso IRFEYAL*. Tesis doctoral, Bellaterra, febrero 2003.

¹⁰ Federación interprovincial de centros shuar, federación de centros shuar. *El espíritu con que nació y vive la radio federación, actualmente, “Voz de Arutam”*. 1976

En la provincia funcionan emisoras como matriz; María y La Voz de la Amazonia con frecuencia de Matriz y Repetidora; Shalom como matriz y cuatro frecuencias de repetidora; Impacto FM, Radio Pública de matriz y tres repetidoras; La Voz de Arutam en matriz y repetidora.

1.5 Historia de Radio Cenepa 101.3 FM

Su nombre hace referencia al emblemático e histórico río de agua cristalinas del Cenepa, que surgen de las estribaciones de la Cordillera del Cóndor, “Santuario de la guerra del Cenepa”, lastimosamente hoy no es nuestro, con nostalgia recuerdo por aquellos tiempo no se conocía la noticia que acontecían en nuestro medio, solo estábamos informados por los canales peruanos que llegaban a Gualaquiza a través del cable, hoy estamos en la cima del éxito alegre y divertida, soñadora e inspirada cobijada por el valle del Bomboiza, con su color verde esperanza, por su biodiversidad que lo poseemos, respirando un aire puro y la tranquilidad de su ciudadanía, nominándola a la Gualaquiza como la Perla de la Amazonía.

Los transmisores y enlaces se importaron de Italia, al inicio se hizo un anticipo de \$ 5 millones de sucres. Una vez que se recibió los equipos en Gualaquiza se canceló los \$ 10 millones faltantes. Toda la inversión que realizó el matrimonio Chuva Buele se aproxima a los \$ 36 millones de sucres. Llegaron momentos difíciles en la tramitación de la concesión de la frecuencia con los organismos encargados por la lejanía con la capital ecuatoriana, pero gracias a un amigo Sr. Eduardo Ruiz se logra agilizar los procesos.

En 1995 se lanza por primera vez la señal de “Radio Cenepa” en un inicio con la frecuencia de 98.3, años más tarde el CONARTEL (Consejo Nacional de Telecomunicaciones) asigna la frecuencia de 101.3 FM. Han transcurrido 14 años

de vida institucional, sus primeros colaboradores fueron Jeaneth Correa, Lenin Cárdenas, Edwin Marca, José Luis Quezada, Marcelo Murillo y Wilson Chuva.

Por el mes de noviembre del 1996 la Supertel emite la concesión favorable a Wilson Dario Chuva Buele, con la frecuencia de 101.3 FM, con cobertura al Cantón Gualaquiza, provincia de Morona Santiago, Pangui, Parroquia Los Encuentros y parte del Cantón San Juan Bosco. Radio Cenepa desde sus inicios fue y sigue siendo una emisora pública con una programación variada, buscando mantener un equilibrio entre todos los sectores. Desde allí se han comunicado noticias positivas y dolorosas para familiares, grandes triunfos y derrotas.

Cuenta con un transmisor de alta potencia el cerro Guayusal y una altura óptima de torre, nos proporciona una cobertura a las provincias de Morona Santiago, en los cantones Gualaquiza y San Juan Bosco y en la provincia de Zamora Chinchipe, en el cantón de El Pangui y Yanzatza.

CENEPA FM 101.3 MHz, ofrece: música, noticias, deportes, entretenimiento, etc., las 24 horas del día, durante los 365 días del año, programación durante las 24 horas. Noticias e informaciones en 3 horarios: 6H00 a 7h30; de 12h00 a 13h00; y de 18H30 a 19h30 de lunes a viernes. Los fines de semana se emiten programas como enlaces con Telesangay a las 8H00, cadena del presidente Rafael Correa desde las 10H00 en adelante. Los domingos se emite a las 8H00 Cantares del Ecuador en cadena con Radio Centinela de Sur y la Hechicera de la ciudad de Loja; y enseguida a las 9H00 el programa infantil “Había una vez”.

CAPITULO

2

LA RADIO

2.1 La radio y el acto de comunicar

Comunicación viene del latín *communicatio-onis*. La comunicación nos permite conocer y a su vez compartir las distintas visiones que tienen las personas, se intercambia experiencias y se construye juntos lo común. La comunicación difundida por la radio se convierte en comunicación social o comunicación mediática. Las ondas radiodifusoras son las intermediarias de los contenidos que se emita.

La programación de la mayoría de las radios es musical, luego informativa, y con ello se ha descuidado la comunicación. Los críticos en comunicación mencionan que es parte de la información moderna pues se ha perdido el verdadero sentido de participar y poner ese algo en comunidad. No se ha fortalecido la cultura, el dialogo de distintos sectores sobre distintos temas o se busque acuerdos para lograr una ciudadanía más humana.

La radio y el adecuado uso de los géneros periodísticos ayudarían a comunicarnos entre la comunidad. Hoy sentimos mayor presencia del género musical, y en segundo plano los géneros informativos. Actualmente conocemos el diagnóstico de la radio, pues necesita de urgencia el medicamento, esa solución consiste en generar espacios diversos y heterogéneos. Manejar mensajes coloquiales y naturales desde la comunidad, generar espacios de aportes, críticas y propuestas desde la ciudadanía y de sus necesidades.

2.2 La radio y su aporte a la sociedad

La presencia de la radio en la comunidad ha sido y sigue siendo trascendental pues ha logrado trasladar momentos únicos desde cualquier sitio por medio de la radio. Se ha logrado dibujar una escenografía al oyente a través de la narración y descripción, sean concursos de música en distintos géneros, transmisión partidos de futbol, sesiones solemnes, ferias, elecciones populares, etc. En fin ha servido para compartir con aquellos que no pueden estar en el lugar de los hechos.

La radio también ha sido un excelente estimulante así, en Ecuador, Radio La Luna tuvo participación para la destitución del ex presidente Lucio Gutiérrez, ya que incitó a la rebelión de la ciudadanía contra la autoridad. Es un ejemplo del poder de convencimiento y manipulación que tiene los medios de comunicación cuando los mensajes son emitidos con mala fe.

La radio ha evolucionado, hoy se siente comprometido con la ciudadanía en educar, entretener e informar pero también genera opinión y análisis de los hechos más destacados. En zonas rúales ha servido para emitir comunicados a mingas, fiestas, reuniones, presencia de autoridades, urgencias, necesidades, etc. Las estadísticas demuestran que el consumo de radio en América Latina es superior al de todos los otros medios de comunicación.¹¹ Por esto y por mucho más la radio nunca va a desaparecer, al contrario se fortalece y sin límites.

¹¹ Pontificia Universidad Católica de Chile, *La radio concentra niveles superiores de recepción que la televisión, en ambos sexos y en todos los sectores socioeconómicos*, RadioWorld, 18 septiembre 1996, volumen 20, p.19.

El único ingrediente que le hace falta a la radio es creatividad en sus espacios y endulzar a la ciudadanía con sus mensajes. Un gran profesor apasionado de la radio José Ignacio Vigil cree que la radio debe enamorarse con todos los otros medios y sacarle provecho. Incita a los locutores a enamorarse de la palabra a sentirla y a expresarla.

2.3 La radio y su poder

Los mas media y dentro de ella la radio son considerados como el cuarto poder en Ecuador. Por su capacidad de convencimiento, convocatoria, inmediatez y facilidad de emisión mensajes o conceptos y sobre todo de llegar a grandes masas. La Constitución del 2008 garantiza que la comunicación debe ser democrática y libre con ello todo ciudadano puede acceder a ella con respeto y sin limitaciones, es esta la razón más fuerte para ser considerada como cuarto poder.

Hoy la radio es inmediata y de fácil acceso a diferencia de siglos pasados como en la época incásica cuando los reyes tenían a su disposición a los Chasquis para enviar comunicados y llegaban a los días quizá cuando ya no eran noticias. De cierta manera se abusó de los chasquis para que lleguen lo más pronto posible, cruzando montañas, ríos, selvas y superando todo obstáculo.

En Ecuador grandes grupos económicos abusaron del poder de los mass media y se dedicaron a negociar concesiones y crear monopolios a favor de sus intereses. Por disposiciones del Ejecutivo en Ecuador en el año 2010 se exigió que aquellos banqueros que tuvieran medios de comunicación debieran desistir de ellos pues deben dedicarse a una sola actividad. Esto con el fin de evitar manipulación de la comunicación, se exigió al banquero Fidel Egas, Grupo Juan Eljuri y otros.

Un estudio investigativo indica que durante los años 2003 - 2005 se cometieron “presuntas irregularidades en el otorgamiento de concesiones de frecuencias de radios, en el gobierno del Coronel Lucio Gutiérrez. Un examen especial de Contraloría General del Estado verificó serias anomalías en la concesión de 350 frecuencias que no cumplían con los requerimientos legales¹².” “[...]

Para muchos grupos políticos y de poder ha sido apeteedor poseer concesiones de radiodifusoras y con varias repetidoras. Hoy el espectro radioeléctrico está saturado. Estos hechos no deberían volverse a repetir pues muchas concesiones dadas no cumplían con los requisitos de los estudios técnicos, jurídicos, legales entre otros. Ningún respeto se tuvo con la Constitución y menos con La Ley de Radiodifusión y Televisión, la corrupción no tuvo límite.

2.4 Las funciones de la radio¹³

Las funciones de la radio es entretener, informar y educar. La UNESCO (Organización para la Educación, la Ciencia y la Cultura de las Naciones Unidas), destaca que son prioridades de los medios de comunicación generar en sus espacios la libertad de emitir y recibir información; retomar la educación y cultura; socializar el desarrollo; difundir la movilización política y social; el entretenimiento y recreación; la publicidad y anuncios.

¹² NAVARRETE, Oscar, *Situación actual de las frecuencias concedidas en el Gobierno del Coronel Lucio Gutiérrez, enero-2003 a mayo-2005*. Maestría Universidad Andina Simón Bolívar, Sede, Quito - Ecuador, 2009.

¹³ SERRANO, Manuel, *Las funciones sociales que cumplen los medios de comunicación de masas*. En www.raco.cat

A más de las funciones de la radio surgen principios como la solidaridad, difusión de mensajes modernos, amenos, útiles e inteligentes que capaciten al oyente. La radio como medio es excelente pero varía el matiz que den los responsables, en la actualidad hay radios con diversas ideologías, programación y líneas políticas.

Ahora vale preguntarnos ¿Qué tanto pesa las funciones de las radios en la práctica y especialmente en medios que son de propiedad de grupos de poder, donde prevalece el dinero antes que la ética?

2.5 Los retos de la radio en la nueva era¹⁴

La radio ha evolucionado y hoy más aún, pasamos de la era analógica a la digital. A nivel internacional existen miles de radios que ya se encuentran en la red. En Ecuador poco a poco las radiodifusoras se van insertando en la red, una de las dificultades es el costo a invertir. Estar en internet es una oportunidad y trae ventajas como el comunicarse con el mundo, mejorar los ingresos económicos, brindar mejores servicios a sus oyentes y a su vez ser más accesibles a un público universal.

No obstante los directivos de las radioemisoras deben dar valor al talento humano que dispone con la capacitación radiofónica, incentivos y buen trato a fin de brindar espacios con calidad, variedad y calidez. La programación debe someterse a un fortalecimiento o una reingeniería de sus espacios ya que la ciudadanía es dinámica, intercultural, diversa y exigente.

¹⁴ MURELAGA, Jon, *La radio frente a la revolución digital*.

La tecnología ha sustituido y mejorado equipos necesarios para difundir las señales de una radioemisora. Un ejemplo sucede con las grabadoras ya que en el mercado se hallan grabadoras portátiles con diversos costos, colores y tamaños que incluyen puertos USB, se recargan por electricidad y no por pilas. Hoy la edición de las noticias es fácil de realizarlas usando un computador portátil y no necesariamente desde un estudio de grabación sino desde cualquier lugar.

La tecnología abre fronteras con la innovación de varios instrumentos por ejemplo los teléfonos móviles que permiten difundir información en audio, video e imágenes inmediatas desde el lugar de los hechos. Las consolas con mayores servicios, los ordenadores más portátiles. La tecnología convierte a las personas en multifacéticos e innovadores, sin embargo existe la limitante económica, muchas radiodifusoras consideran inalcanzable por el costo o por el poco conocimiento de las nuevas tecnologías.

2.6 La Ley de Comunicación en Ecuador

En la Asamblea Constituyente estuvo en análisis algunas reformas a la Ley de Comunicación, sin embargo no lo han logrado hasta el 2010 debido a la fuerte oposición de intereses apoyados de los grandes medios nacionales. Tres propuestas fueron planteadas por los asambleístas como por ejemplo César Montufar propuso en el Art. 50, que: “Las instituciones del sistema financiero, incluyendo las compañías que hagan cabeza de un grupo financiero, no podrán ser propietarios de medios de comunicación, ni directa ni indirectamente, ni a través de interpuesta persona.”

La asambleísta de Pachakutic Lourdes Tibán considera vital reformar artículos relacionados con la concesión de frecuencias así en el Art. 84 del Capítulo III, menciona que está prohibido que las personas naturales o jurídicas concentren o

acumulen las concesiones de frecuencias; y en el Artículo 89 del mencionado Proyecto de Ley, todas las concesiones de frecuencias que hayan sido o sean obtenidas ilegítimamente serán revertidas inmediatamente al Estado.

De acuerdo al estudio de Oscar Navarrete Unigarro en la situación actual de las frecuencias concedidas en el gobierno del coronel Lucio Gutiérrez, enero-2003 a mayo-2005 menciona que en esos años hubo feriado de concesiones de radiodifusoras y que hoy están laborando ilegítimamente¹⁵. La concentración de la comunicación está sujeta a la ley del mercado, de la oferta y de la demanda. Sectores de poder no permiten que sean normados por el Estado por ello desde el año 2009 vienen realizando una campaña mediática en contra de la Ley de Comunicación incluso la denominaron “Ley Mordaza.”

“Según datos recabados en 2006 por el Programa de Estudios de la Comunicación de FLACSO Sede Ecuador¹⁶, cuatro grupos empresariales: Mantilla Ortega, Mantilla Anderson, Pérez Castro y Martínez Merchán reúnen más del 70 por ciento de medios gráficos con cobertura nacional. Por su parte, la Comisión para la Auditoría de las Concesiones de Frecuencias de Radio y Televisión, creada a partir de una disposición de la Asamblea Constituyente, que aún no ha sido presentado oficialmente por el gobierno nacional [...]

¹⁵ NAVARRETE, Oscar, *Situación actual de las frecuencias concedidas en el Gobierno del Coronel Lucio Gutiérrez, enero-2003 a mayo-2005*. Maestría Universidad Andina Simón Bolívar, Sede, Quito - Ecuador, 2009.

¹⁶ RAMOS, Isabel, *Mucho ruido y pocas nueces: cobertura mediática y participación ciudadana en el debate de la nueva ley de Comunicación en Ecuador*, FLACSO, Quito – Ecuador, mayo 2009, p. 27, p. 211.

Se determinó que “por lo menos cuatro concesionarios controlan canales de VHF en prácticamente todo el país (entre 21 y 23 provincias)”, mientras que siete concentran frecuencias radiofónicas en diez provincias. Finalmente es preciso mencionar que, según la misma fuente, cinco empresas son titulares, al mismo tiempo, de medios gráficos, cadenas de televisión y radioemisoras con cobertura nacional⁴.”

CAPITULO

3

LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS EN RADIO

3.1 ¿Qué es un programa radial?¹⁷

Mario Kaplún menciona que un programa radial es “un conjunto de emisiones que tendrán una temática común, que estarán agrupadas bajo un mismo título permanente – el título del programa”... Bajo ese concepto crear programas con el único fin de pautarlos en una estación de radio es una tarea seria e inteligente porque de acuerdo a las bases con los que fueron elaborados tendrán impactos positivos o negativos en los oyentes.

Los programas radiales exigen orden y un estudio minucioso de la intención del mensaje; las temáticas que serán abordadas, al público destinado, su horario de emisión, etc. La esencia de todo deberá conocer ¿En qué va a aportar a la sociedad?, ¿Qué necesidad cubrirá con la comunidad?

La radio se encuentra innovando su rostro para lograr un cálido contacto con la comunidad. Con espacios que acojan información, educación y entretengan a sus apetecidos oyentes. La radio se encuentra recolectando los ingredientes mágicos como el ánimo, la constancia, la astucia, la armonía y carisma. Lo más importante es el contacto con la gente, que hablen y no hablar por ellos.

¹⁷ KAPLÚN, Mario, *Producción de programas de radio. El guión, La realización*. Ediciones Ciespal, Colección Intiyan, Editorial “Quipus”. Quito - Ecuador. Diciembre 1999, p 27.

3.2 Dinámicas para reprogramar una emisora ¹⁸

Existen varias estrategias que ayudan a las radios a mirarse desde el fondo y puedan encontrar sus debilidades, errores y virtudes y a su vez convertirlas en oportunidades, un examen autocrítico sincero y oportuno con el único ánimo de oxigenar sus contenidos, de volver a nacer de mejorar sus ingresos y de escuchar y ser escuchados.

José Ignacio Vigil cree que el primer paso es hacer un juicio a la radio en un taller con un grupo específico o a su vez con los oyentes consiste en dividir en dos, unos acusarán a la emisora, otros la defenderán. Con la ayuda de un juez, un fiscal y un defensor, con grupos de diversas edades sean adultas, aburridas o interactivas, etc. Deberán hacer como un juicio y al final todos deciden quién gana.

El segundo paso lo denomina el abecedario radial. El pizarrón se divide en dos y a la derecha, se escribe gustos con todas las letras del alfabeto en vertical y en la izquierda los intereses con la misma modalidad, llenar con la letra inicial todos y no repetirlos. Luego hacer un estudio crítico de conocer las preferencias y de examinar si son considerados o pasan por desapercibidos.

El tercer paso es dar el papel de director a cualquier participante y conocer su creatividad y con ello saber que piensan los demás y que sugerencias pueden ser bien llegadas a nuestra radio. Se propone un cuarto paso de realizar una evaluación a las radios de la localidad y crear un espacio de discusión acerca de cómo son aceptadas por el público y en qué se diferencia la una de la otra.

¹⁸ LÓPEZ, José Ignacio, *Manual urgente para apasionados y apasionados, Programación radiofónica*, 2^{da} edición, Lima, abril, 2005.

Un final será autoevaluar la actitud de la radio, el estado de ánimo y proponer una nueva en caso de no estar bien. Así podremos conocernos y juntos crear algo nuevo que nazca de la realidad y necesidad de todos.

3.2.1 La investigación en la reprogramación radial

La investigación es clave al momento de crear o mejorar cualquier producto comunicacional. La televisión, la prensa, y la radio no deberían pasar por desapercibido la investigación constante, para conocer el impacto y con ello la aceptación o rechazo de lo que estamos haciendo. Va a depender del objetivo de la investigación, la muestra de la población, y qué deseamos encontrar en ello.

Mediante una encuesta en la calle podremos percibir sobre los gustos musicales y luego analizarlos. El focus group consiste en analizar los programas producidos o al aire, elaborar y compartir críticas constructivas en base a propuestas a fin de mejorar. Luego realizar un sondeo minucioso a las radios que están en el dial y hacer un examen comparativo de nuestra radio con las demás y determinar cuál es el éxito de las otras. Todas la estaciones radiales deben considerar a la investigación como su mejor aliada, ella, nos permitirá conocer si estamos enfermos y luego nos podrá recetar alguna medicina.

3.3 El noticiero y la radiorevista

3.3.1 El noticiero

El noticiero es un servicio permanente de una emisora pertenece a la familia del género periodístico y su objetivo es informativo. La noticia es aquella que informa un suceso y que debe alcanzar la verdad de los hechos. Posee características como la imparcialidad, la confiabilidad, oportunidad, comunicación, desconocimiento e interés.

Un noticiero está formado por varios elementos así: los puentes musicales o efectos de sonido; la conducción para Walter Alves¹⁹ es “reconocer que una presentación sonora, bonita, una voz “neutra” aunque simpática, ayuda mucho”; y la presentación grabada del noticiero con una voz que de credibilidad y seria, son elementos de forma que embellecen y crean aceptación positiva en el receptor.

José Vigil menciona que el periodismo tiene historia y los divide “en cuatro subgéneros, al principio, se hablaba únicamente de dos especialidades, el periodismo informativo y el de opinión. Más tarde se sumó una tercera modalidad el interpretativo, muchos autores añaden un cuarto subgénero, el periodismo investigativo que busca explicar, valorar, revelar y enterar”²⁰.

“Los noticieros tienen formatos a más de la noticia como por ejemplo el radioperiódico que es igual a un periódico escrito con distintas secciones desde las noticias hasta el humor pasando por la cultura y el deporte su duración puede ser de una hora; están bloques como el periodismo informativo ahí están las notas simples y ampliadas, crónicas, semblanzas, boletines, entrevistas individuales y colectivas, ruedas de prensa, reportes y corresponsalías [...]”²¹

¹⁹ ALVES, Walter, *Estrategia de los pequeños formatos*, 1^{ra} edición, Impreso en DIFRAF, Quito – Ecuador.

²⁰ LÓPEZ, José Ignacio, *Manual urgente para apasionadas y apasionados, Capítulo Géneros y Formatos*, 2^{da} edición, Lima, abril, 2005. p. 02

²¹ Idem ., p. 07

El periodismo de opinión se usa mínimamente en los medios de comunicación, es la opinión del medio, y en otras ocasiones se invita a comentaristas, columnistas y editorialistas. Se usan otras herramientas comunicacionales con distintos actores a manera de mesas redondas, debates, charlas, etc. El reportaje es otro de los formatos muy usados en los medios comunicacionales, que pertenece al periodismo interpretativo e investigativo.

3.3.2 La radiorevista²²

La radiorevista o también considerada como programa misceláneo que poseen temas y secciones variadas. Su especialidad es alternar secciones de diversos formatos como los comentarios, consultorios, encuestas, entrevistas, crónicas, charlas testimoniales o está sujeta a la decisión del productor. El género musical es mínimo y se usa para oxigenar la programación.

Su público destinatario puede ser general o especializado para mujeres, niños, jóvenes, grupos vulnerables, cooperativismo, etc. El desafío de las radiorevista es el tiempo y la agilidad con la que deben abordar los temas, pueden ser especializadas o mixtas con diversos objetivos desde sociales, culturales, salud, belleza, cocina, medicina, etc.

²² LÓPEZ, José Ignacio, *Manual urgente para apasionadas y apasionados, Capítulo Radiorevista*, 2^{da} edición, Lima, abril, 2005. p. 24

“La periodicidad de una revista puede ser diaria, semanal, quincenal o mensual, y su duración puede ser de media, hora, dos horas”²³, etc. Hoy nace un reto para aficionados o comunicadores que anhelan llevar al aire una revista es incluir formatos poco explotados y nacidos del pueblo aquellos que lleven a una transición del tiempo a todo ciudadano, nos referimos al cuento popular, los mitos y las leyendas. El conductor (a) de radio debe estar en la capacidad de conectarse con el oyente y ese secreto es el carisma que debe prender en su programa para ganar aceptación y tenga éxito para que sea escuchado por la ciudadanía y no para sí mismo.

3.4 El programa deportivo²⁴

EL programa deportivo es un espacio donde se informa, opina, narra, dialoga con protagonistas directos o indirectos de diversos deportes. Se crean los programas pensando en el público y en sus gustos, y la manera de complacerlos sea con información válida, presentaciones creativas, etc. Se consideran las crónicas, reportajes, notas informativas, entrevistas, etc. con sus tiempos y material disponible.

La enciclopedia de autoformación radiofónica de Radio Nederland sugiere considerar ciertos aspectos en la elaboración del programa deportivo como el alcance de la emisora sea local o regional, el programa dará prioridad a la información de su área. Conocer el público es indispensable para saber que lenguaje se va a utilizar, determinar las preferencias de este grupo aficionado a cualquier disciplina deportiva.

²³ KAPLÚN, Mario, Op. Cit. p. 168

²⁴ VALDÉS, Jorge, *Programas deportivos*, 1ra. Edición—San José. C.R: Radio Nederland Training Centre, División de Radio Nederland Internacional, 1992

Conocer y responder a las siguientes inquietudes como por ejemplo: ¿Qué quiere escuchar el oyente?, ¿Cuales son su prioridades frente a dos acontecimientos simultáneos?, ¿Que deportes se van a eliminar del programa en caso de que sobre material?, ¿Cómo va a enfocar los temas principales del programa?, ¿Qué segmentos (noticia, comentario, entrevista y relato), va a incorporar: uno o todos?, ¿De qué manera va a distribuir el tiempo de que se dispone?, ¿Cuál es la finalidad del programa?, ¿Cómo se va a emplear una eventual segunda voz en la presentación del programa?, ¿Qué énfasis y tono va a aplicar en la presentación?, ¿Cuál será el ritmo de la locución?.

Juan Gargurevich sugiere que al momento de hacer información deportiva se tome en cuenta el: “resultado, equipos o competidores, relato de jugadas sean tiempos y el tiempo; significado del campeonato ya sea puntaje, posición luego del título, etc.; observación de detalles: estado del campo, la pista, clima, número de espectadores y recaudación; nombres y desempeño de árbitros”²⁵. Su emisión puede ser diaria, día por medio, bisemanal o semanal, cualquiera que sea su frecuencia exige mayor dedicación, esfuerzo y constancia.

3.5 El guión²⁶

Osorio, dice que el guion es “la estructura auditiva codificada por escrito”. Su función es evitar la improvisación y confusión. Es una guía ordenada, detallada y precisa donde indica pasó a paso que hacer el material a difundir en tiempos exactos. Debe ser elaborado con anticipación, contiene música, texto hablado, los efectos, la presentación grabada, los comerciales o auspiciantes.

²⁵ SOTO, Leonel, *Géneros periodísticos para radio*, Universidad Politécnica Salesiana, marzo-julio 2006.

²⁶ KAPLÚN, Mario, Op. Cit. p. 326

Cuando ya haya sido elaborado el guión se deberá sacar copias para compartirle al control máster, locutores, musicalizador y director para estar comunicados y no cometer errores, y se logre emitir una programación limpia.

3.5.1 Normas para el diagramado

1.- Se diagrama a dos columnas: a la izquierda, una pequeña de unos doce espacios; y a la derecha, la columna principal.

2.- Los nombres de los locutores o personajes que intervienen se escribe con letras mayúsculas y se ubican en la columna izquierda, mientras que a la derecha se registra lo que va a decir.

3.- En la columna izquierda se registra con la palabra CONTROL cuando se va a incluir una canción y en la derecha se especifica que el nombre y autor. También se usa para sonidos con letras mayúsculas y subrayadas.

4.- En la columna derecha de los textos se puede resaltar de ser necesario apuntes de la voz como (ALEGRE, MELANCOLICO, FURIOSO, ETC)

Ej.:

CONTROL
FONDO

TIC – TAC DE RELOJ/ BAJA Y QUEDA DE

MARÍA

¿Por que tarda tanto José? (PREOCUPADA)

CONTROL
AL TELEFONO

RIG RIG /LLAMAN INSISTENTEMENTE

LOCUTOR
provocaría

María no imaginó que aquella llamada le
el dolor más grande para su familia....

3.6 Los géneros periodísticos para radio²⁷

Mario Kaplún habla de 12 modelos clásicos y usuales en el mundo de la radio, entre ellos:

- a) La charla: Un discurso o monologo bastante breve, no es muy aconsejable para la radio. Se divide en charla expositiva, su fin es explicar algo o divulgar algún conocimiento o aconsejar; existe también la charla creativa es usada con fines educativos, además de estas esta la charla testimonial, usado por una persona que cuente su propia historia de forma espontánea.
- b) La noticia: Es la respuesta a un hecho en cinco preguntas básica, que, cuando, donde, quien, porque.
- c) La crónica: Es la un hecho contado con más detalles y antecedentes. Dispone de más tiempo.
- d) El comentario: Genera juicios de valor a base de un hecho.

²⁷ KAPLÚN, Mario, Op. Cit. p. 153

- e) El diálogo: Es el diálogo didáctico básicamente amistoso con el oyente sobre determinado tema, considerando ciertos requisitos de forma del programa. Mientras que el radio-consultorio es cuando un profesional responde a inquietudes de los oyentes, emitidas por cualquier medio. Nacen consultorios de distintas necesidades y con diversos profesionales conocedores de las temáticas.
- f) La entrevista: Es la pregunta que realiza un comunicador social a un protagonista (s) social(es) acerca de cualquier tema, genera información.
- g) La entrevista indagatoria: Es un interrogatorio exhaustivo sobre un tema, a una personalidad con responsabilidad sobre cualquier hecho.
- h) El radio periódico: Es sinónimo de periódico, está formada por distintas secciones dirigidas a distintas edades y grupos sociales. Se puede emitir diariamente y exige un mayor número de colaboradores.
- i) El programa misceláneo o la radio –revista: Su esencia es la variedad de secciones dados ligeramente con lenguaje sencillo y atractivo. Suelen incluirse notas de embarazo, belleza, salud, horóscopo, tecnología, etc.
- j) Las mesas redondas: es el análisis sobre determinado tema con dos o más invitados con distintos puntos de vista. El debate por excelencia es un espacio polémico donde se exponen sus argumentos.
- k) El radio – reportaje: Es contar una historia en pasado o presente, aprovecha al 100% efectos, crea una imagen en la mente del oyente es como una película. Se puede realizar en base a documentos vivos o dramatizados.
- l) El radio drama o radio teatro: Es contar una historia real o ficticia.

CAPITULO

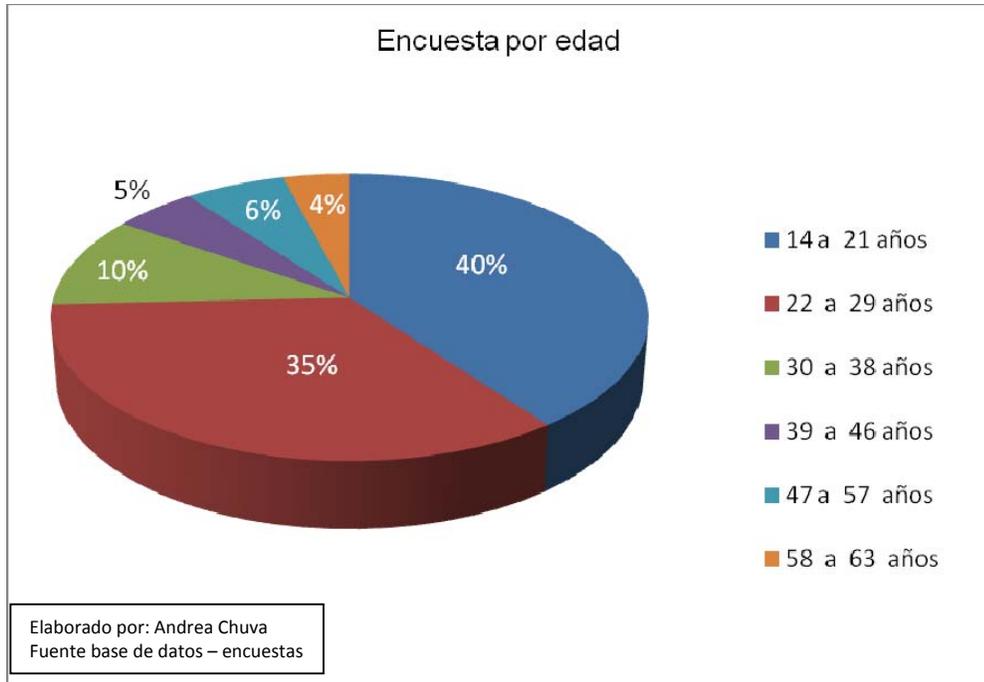
4

REPROGRAMACIÓN DE LOS ESPACIOS COMUNICATIVOS DE RADIO CENEP A FM 101.3 DEL CANTÓN GUALAQUIZA Y CAPACITACIÓN RADIOFÓNICA PERSONAL

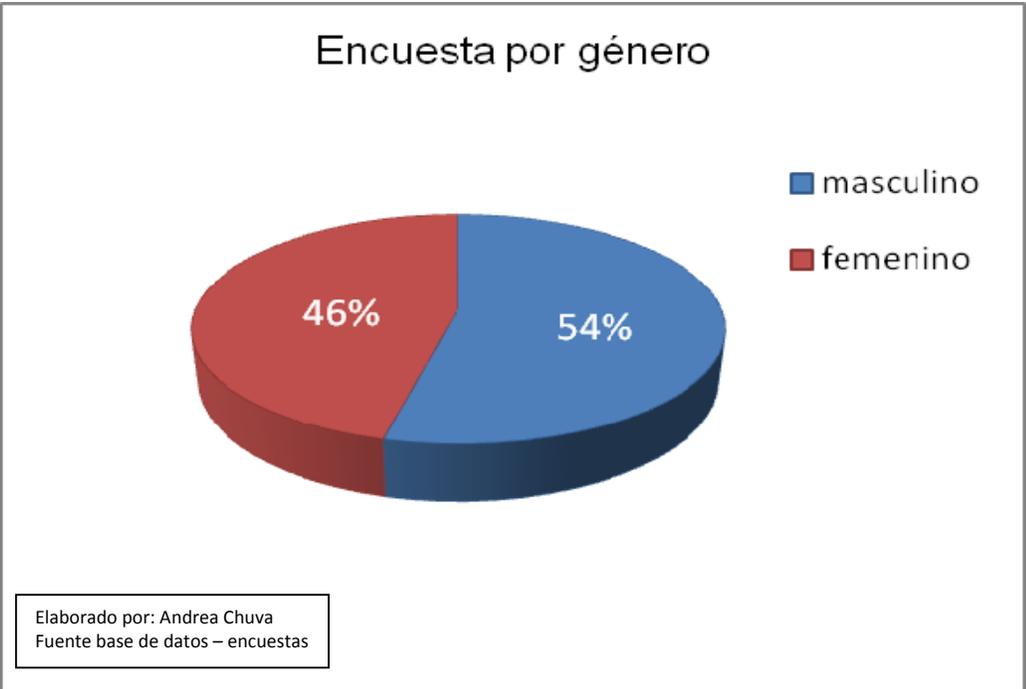
4.1 Resultados y análisis de encuestas

La presente investigación se realizó mediante muestreo tomando en cuenta a la población total del Cantón Gualaquiza según el Censo del 2001 con un total de 15 288 personas del sector urbano y rural. Se consideró un margen de error del 5% con un nivel de confianza de 95%. Se aplicaron 389 encuestas para determinar las necesidades y gustos del oyente.

Se entrevistó aleatoriamente a adolescentes, jóvenes, adultos y adultos mayores de distinto sectores sean transportistas, empleados públicos, comerciantes, amas de casa, estudiantes, agricultores y ganaderos, etc. El rango de edad de las personas encuestadas consta entre los 14 a 63 años.



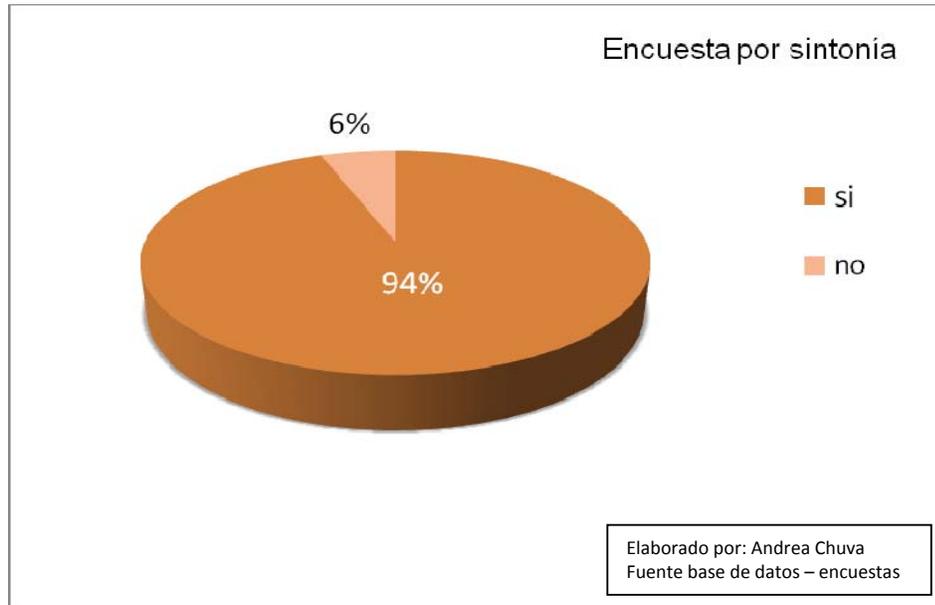
Las personas mayormente encuestadas son de 14 a 21 años, seguido del 35% de las edades de 22 a 29 años, de 30 a 38 años (10%), de 39 a 46 años (5%), de 47 a 57 años (6%), 58 a 63 años (4%).



De las 389 encuestas aplicadas en el cantón Gualaquiza el género encuestado que sobresale es el masculino con el 54%, y el género femenino un 46%.

A continuación los resultados de las 15 preguntas realizadas en la entrevista, y con ello conoceremos de gustos, sugerencias y calificación a Radio Cenepa 101.3 FM.

¿Escucha las emisoras radiales de Gualaquiza?



En el cantón Gualaquiza el 94% de la población sí escucha radio, mientras que el 6% se indica que no escucha las radios locales.

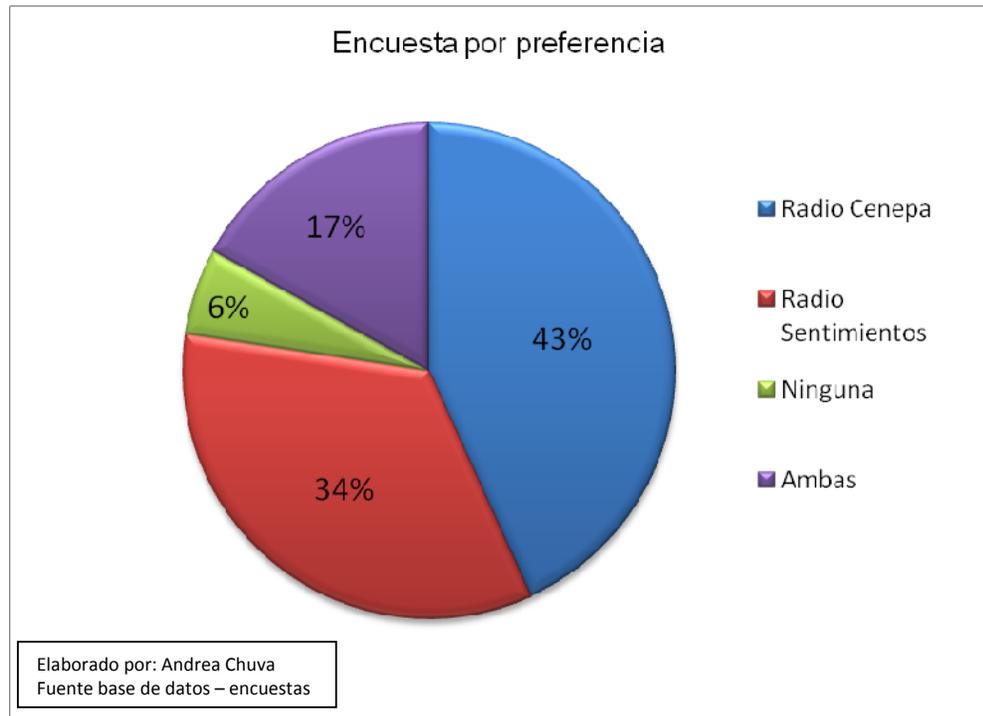
¿Cuántas horas al día escucha radio?



La mayor parte de encuestados escuchan las radios locales de 1 a 2 horas (32%), el 21% dice que escucha de 3 a 4 horas. Sintonizan la radio por más de 8 horas (20%). En menor porcentaje escuchan radio de 5 a 6 horas, de 7 a 8 horas (9%), y solo el 4% no escucha.

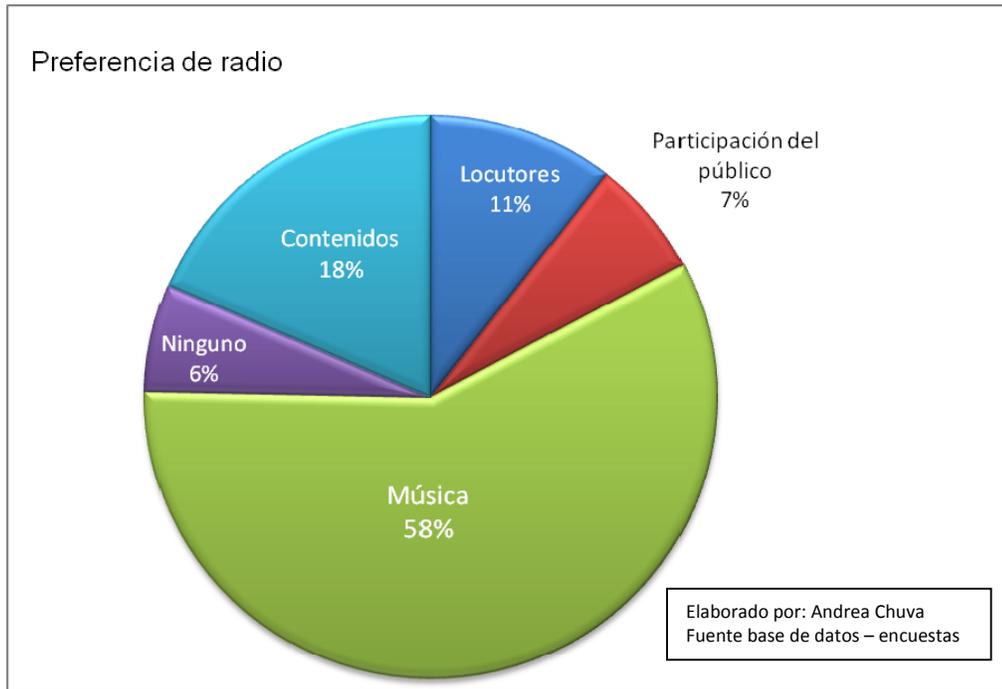
En Gualaquiza la población escucha según su tiempo y gusto en mayor consideración de 1 a 2 horas diarias, sin embargo varios de ellos sintoniza las radios locales de 5 a 6 horas y un mínimo porcentaje del 4% sí escucha.

¿Qué emisora radial prefiere?



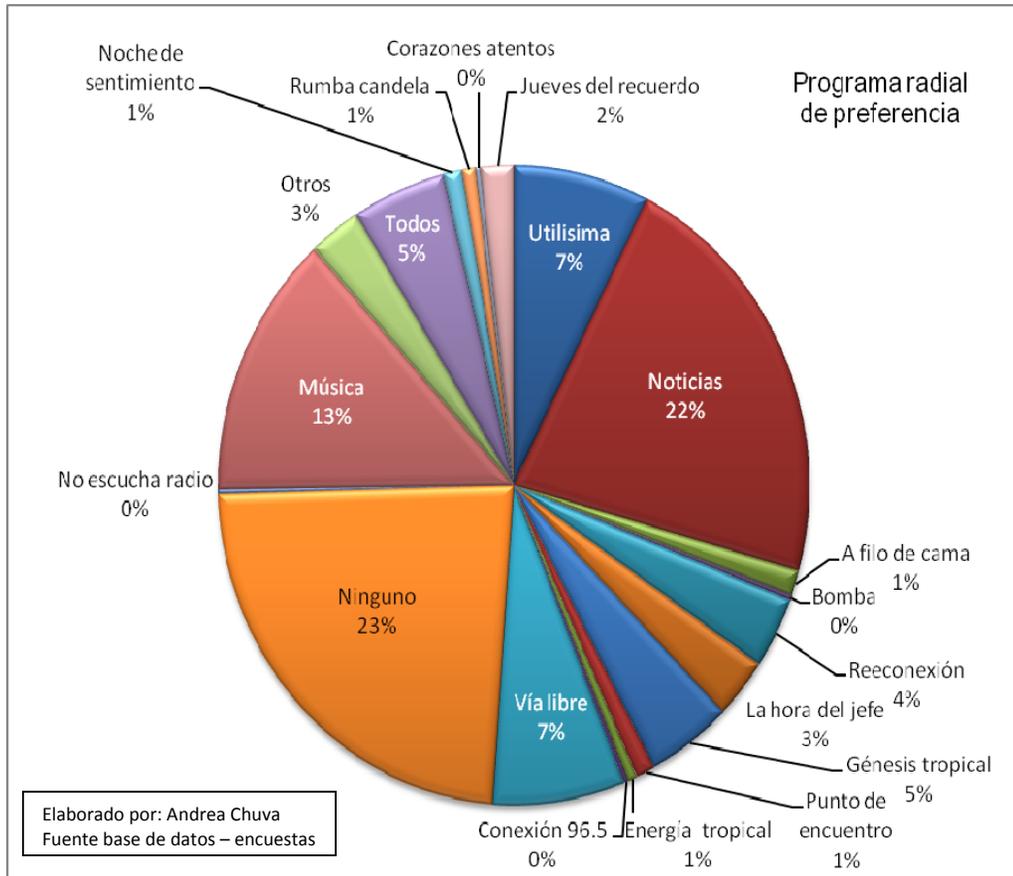
La radio que más prefieren en Gualaquiza es Radio Cenepa con el 43%, le sigue con el 34% Radio Sentimientos, el 17% menciona que prefiere a ambas y el 6% dice que no prefiere ninguna.

¿Por qué motivos escucha usted la radio que marcó en la pregunta 3?



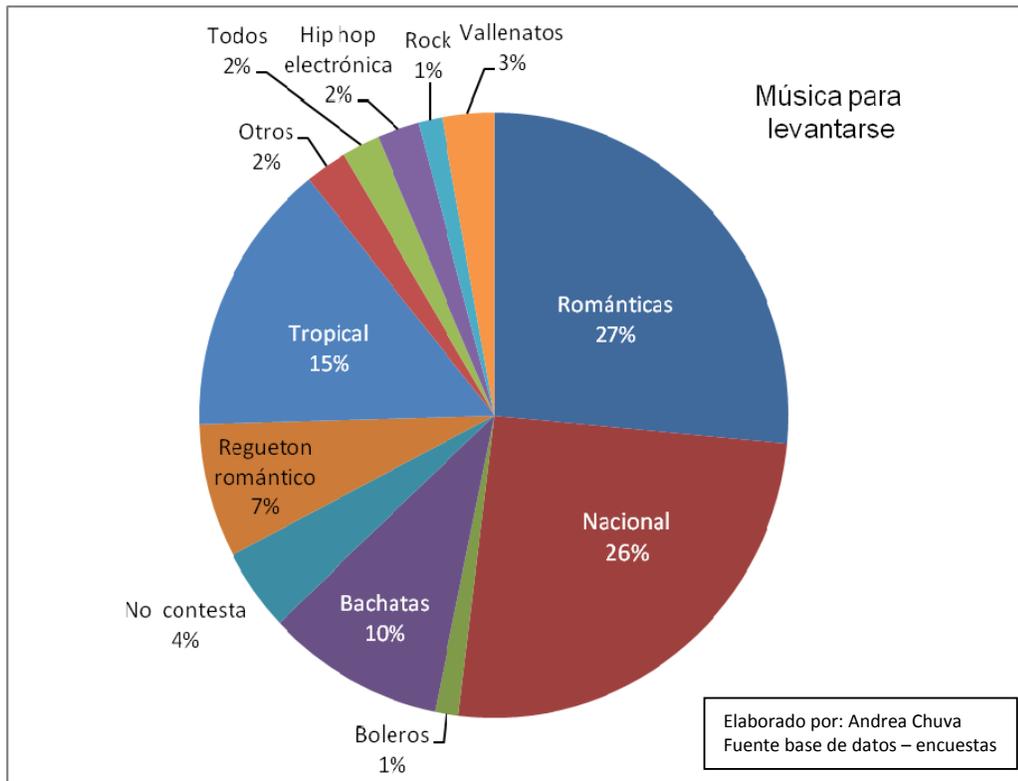
La razón por la que prefieren a Radio Cenepa es por su música (58%), luego prefieren el contenido de la radio 18%, gustan de los locutores apenas el 11%, la participación del público la consideran con el 7% y el 6% no considera ningún motivo.

¿Cuál es el programa radial de su preferencia?



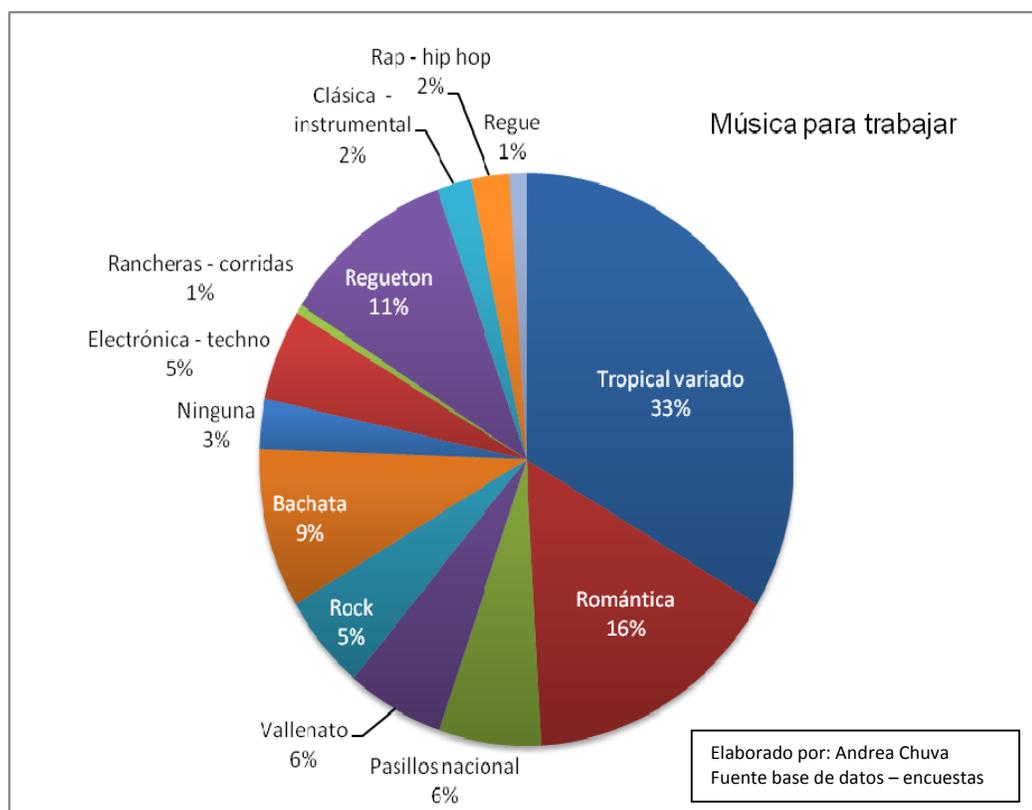
Los programas que más prefieren se detallan de orden descendente así: ninguno (23%), Noticias (22%), música (13%). Los programas con menor simpatía son: Utilísima (7%), Vía libre (7%). Los que tienen una mínima preferencia son: génesis tropical (5%), todos (5%), ree - conexión (4%), otros (3%), la hora del jefe (3%), jueves del recuerdo (2%) y los demás tienen el 1% como punto de encuentro, energía tropical, a filo de cama, noche de sentimiento, rumba candela. Conexión 96.5, la bomba, corazones y no escucha radio indican un 0%.

¿Con qué música le gusta levantarse?



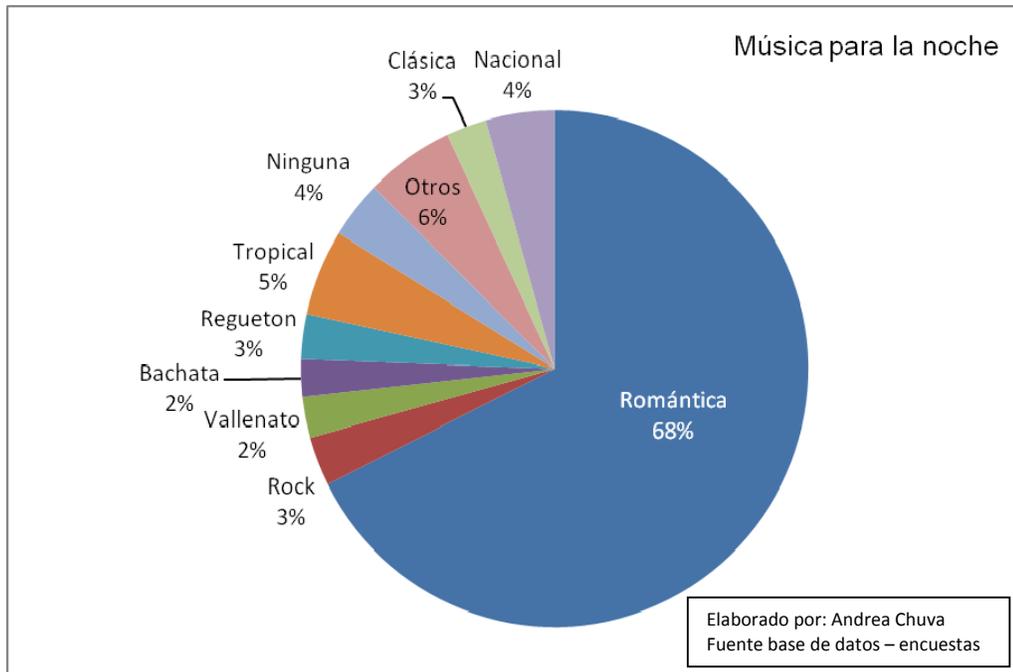
La música que gusta a la ciudadanía de Gualaquiza para levantarse en la mañana de detallan en forma descendente así: románticas (27%), nacional (26%), tropical (15%), bachatas (10%), reggaetón romántico (7%), no contesta (4%), vallenatos (3%), hip hop y electrónica (2%), todos (2%), otros (2%), boleros (1%) y rock (1%).

¿Con qué música le gusta trabajar?



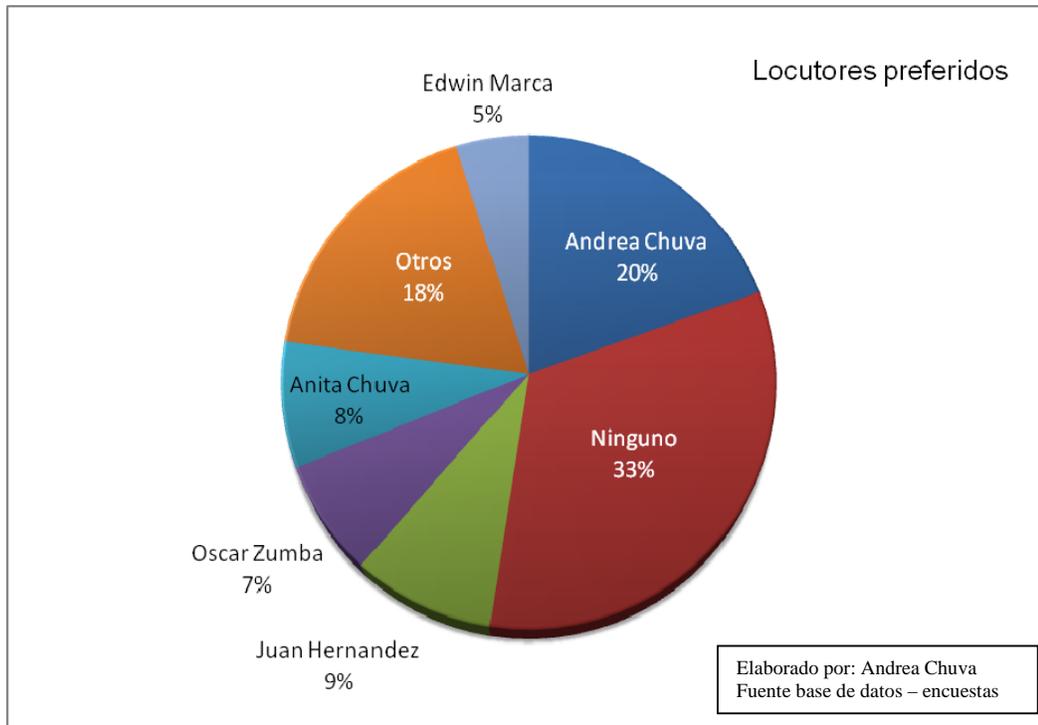
La música que más prefiere la ciudadanía para trabajar es el género tropical con 33%, género romántico con el 16%, reggaetón 11%, bachata 9%, vallenato 6%, pasillos nacional 6%, rock 5%, electrónica – techno 5%. En mínimo porcentaje surge ninguna (3%), clásica – instrumental (2%), rap – hip hop (2%), regué (1%), finalmente gustan de rancheras y corridas (1%).

¿Con qué música le gusta pasar la noche?



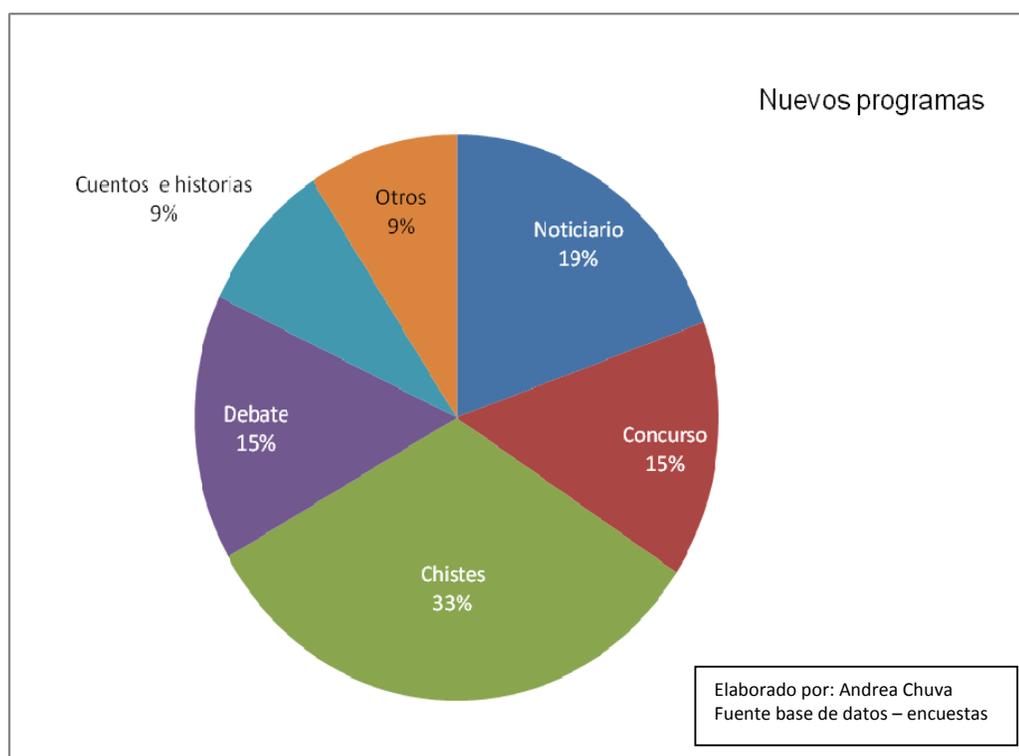
De las 389 encuestas más de la mitad gusta del género romántico para la noche (68%), seguido de otros géneros (6%), tropical 5%, nacional (4%), ninguna (4%), clásica 3(%), reggaetón (3%), rock (3%), bachata (2%) y vallenato (2%)

¿Qué locutor le agrada más?



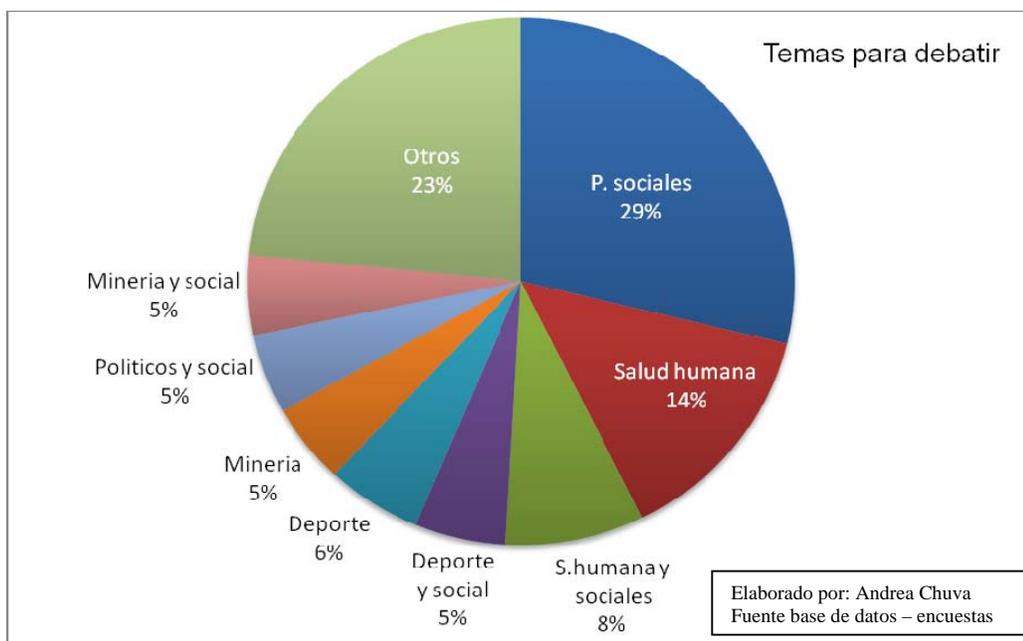
De las 389 encuestas el 33% manifiesta que no tiene preferencia por ninguno de los locutores del cantón. El 20% prefiere la locución de Andrea Chuva, otros (18%). Aquellos locutores que se encuentran bajo en 10% de aceptación son: Juan Hernández (9%), Anita Chuva (8%), Oscar Zumba (7%) y Edwin Marca (5%).

¿Qué programas radiales hace falta en la ciudad?



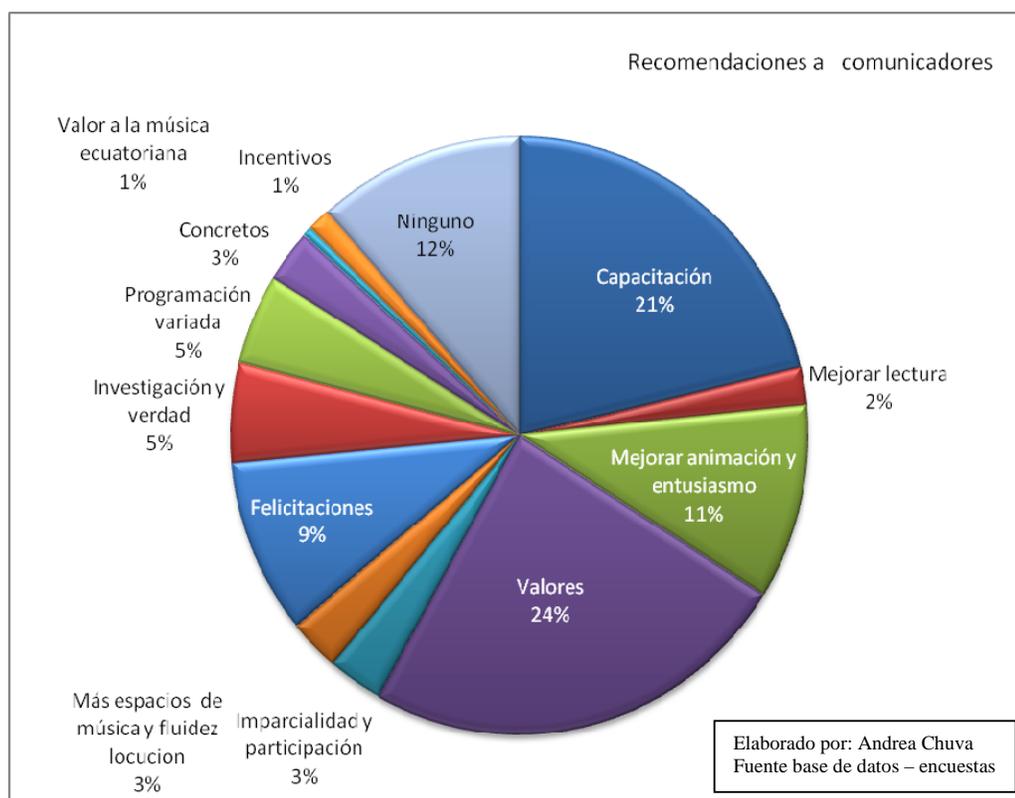
Del 100% de las encuestas el 33% indica que se debe crear un programa de chistes, el 19% prefiere la creación de un noticario. El 15% menciona que es necesario un programa de concurso, y el otro 15% se apega a un programa de debate. El 9% apoya a un espacio de cuentos e historias y el 9% se apega a una fusión de los programas planteados en la encuesta.

¿Qué temas considera usted que se debe discutir?



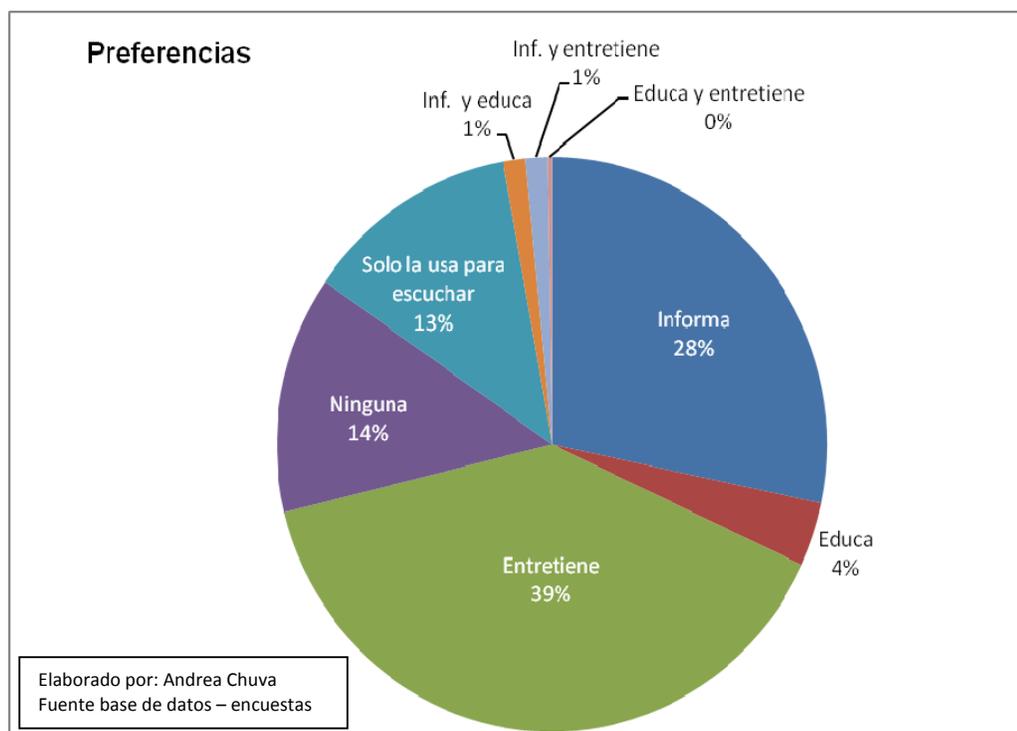
De las 389 encuestas el 29% de los entrevistados afirma que se deben debatir problemas sociales como el alcoholismo, drogadicción, abuso sexual, etc. El 23% sugiere abordar los temas planteados pero combinados. El 14% de la población encuestada dice que se debe dialogar sobre la salud humana. A continuación los programas que se encuentran bajo el 10% de aceptación como: salud humana y problemas sociales (8%), deportes (6%), minería (5%), políticos y problemas sociales (5%), minería y problemas sociales 5%, deportes y sociales 5%.

¿Qué recomendaría a las personas que hacen radio en Gualaquiza?



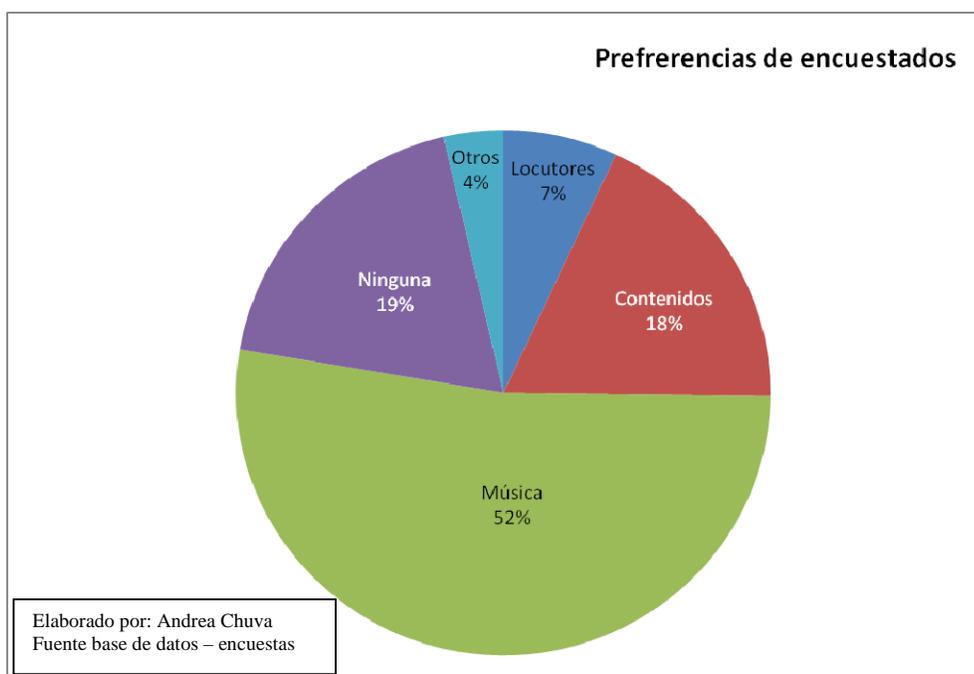
La población entrevistada recomienda a los comunicadores trabajar en base a valores éticos y morales con el 24%, sugiere un 21% que deben capacitarse. El 11% señala que deben mejorar la animación y el entusiasmo, el 9% felicita la labor de los comunicadores, el 5% sugiere investigar y decir la verdad, el 5% pide programación variada. En porcentajes mínimos mencionan que existan más espacios de música y fluidez en la locución (3%), que los contenidos emitidos tengan imparcialidad y participación 3%. Los mensajes sean concretos (3%), mejore la lectura (2%), se valore a la música ecuatoriana (1%) y que se compartan incentivos (1%).

¿Por qué motivo escucha Radio Cenepa en Gualaquiza?



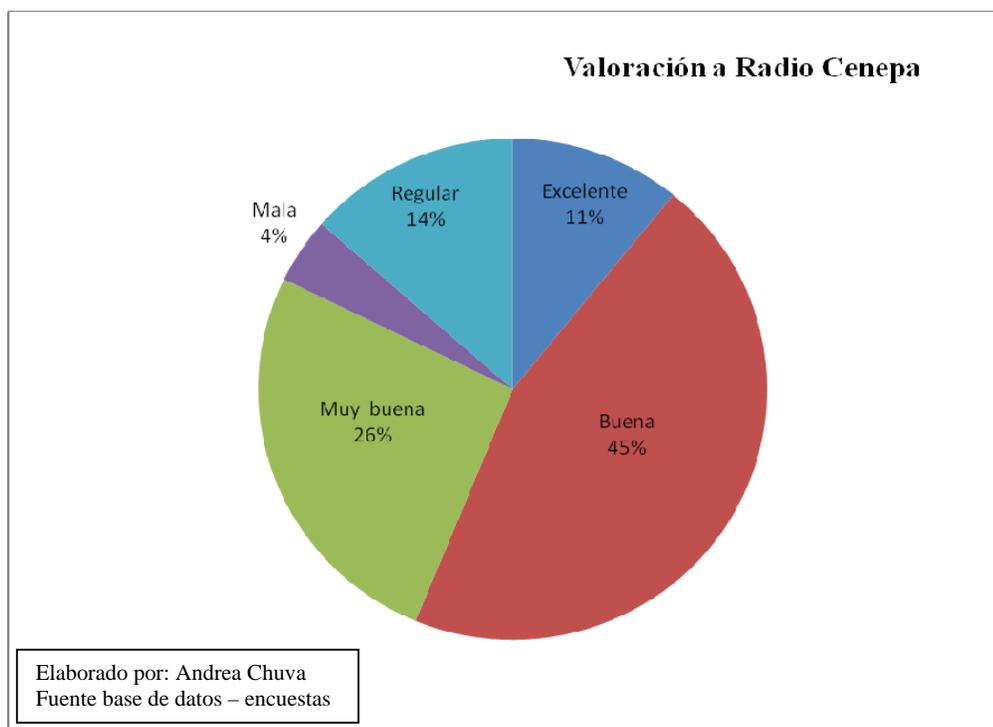
Los entrevistados sintonizan Radio Cenepa porque consideran que les entretiene (39%), porque informa (28%), por ninguna razón (14%), sola la usa para escuchar (13%). Minoritariamente dice que educa (4%), que informa y educa (1%), informa y entretiene el (1%), mientras el 0% dice que educa y entretiene.

¿Qué es lo que le gusta a usted de Radio Cenepa?



Más de la mitad de la población encuestada gusta de Radio Cenepa por su música, el 19% no gusta por ningún motivo, el 18% por los contenidos, el 7% considera a los locutores y el 4% por otros motivos.

¿Cómo califica la programación de Radio Cenepa?



La programación de Radio Cenepa es calificada por los encuestados como buena con el 45%, el 26% la califica de muy buena, de regular la considera el 14%, como excelente el 11% y 4% dice que su programación es mala.

4.2 Propuesta de géneros periodísticos.

La mayor parte de la programación de los espacios de Radio Cenepa es musical en distintos géneros, tienen 3 informativos a las 6h00, 12h00 y 18h30. En los últimos meses han incorporado los dos primeros informativos. Dentro de los informativos se consideran pocas notas deportivas. Un programa infantil semanal, un programa de música especializada con el pasillo.

Radio Cenepa necesita lograr una programación variada, equitativa, accesible y participativa acompañada del entretenimiento, educación, debate e información para elevar el nivel de su audiencia y mejorar sus ingresos económicos. Recomendamos a la institución considerar las siguientes ideas.

4.2.1 Género informativo

A Radio Cenepa el 28% de las 389 encuestas dicen que informa, sin embargo el 19% de la población indica que en el cantón hace falta un noticiario. Estos resultados nos invitan a analizar en qué se debe mejorar los tres informativos de Radio Cenepa, en base a los resultados de la encuesta y al análisis sugerimos lo siguiente:

- Difundir las voces de los ciudadanos donde manifiesten sus denuncias o necesidades.
- Lograr puntualidad en la emisión de sus informativos haciendo buen uso del tiempo que posee, y planificando ordenadamente los tiempos y contenidos disponibles.

- Generar estabilidad laboral a los comunicadores y mantenerlos en constante capacitación periodística
- Aprovechar de la información local y provincial, destacar espacios de opinión en temas locales, provinciales o nacionales.
- Elaborar las notas informativas con leads, con un adecuado lenguaje radiofónico, lectura y entonación de la información.
- Priorizar la investigación y la verdad, con el manejo adecuado de los contenidos con imparcialidad y respeto.

4.2.2 Género interpretativo

En la programación actual Radio Cenepa carece del género interpretativo, es por ello que la población gusta de Cenepa apenas un 18% en cuanto a sus contenidos ya que no los tiene, recordemos que su programación en su mayoría es musical. Se propone:

- Considerar reportajes interpretativos en distintos sectores sociales, educativos, deportivos, ambientales, culturales, etc.
- Considerar a la crónica en todo sector sea comunitario, alimentación, vestimenta, flora, fauna, sectores turísticos, perfiles de vida, etc.
- Capacitar al talento humano en estrategias de redacción, entrevistas, etc. A fin de lograr un producto final satisfactorio.

4.2.3 Género de opinión

Un 15% de la ciudadanía encuestada manifiesta la necesidad de crear un programa de debate. Por ende solo el 4% dice que Radio Cenepa educa. El género de opinión es otra debilidad de la radiodifusora ya que dentro de su programación no tiene espacios de diálogo u opinión, excepto por los editoriales tomados de la prensa nacional, muy alejados de la necesidad local. Se expone:

- Generar espacios de diálogo según sugerencia de encuestados en: problemas sociales (29%), salud humana (14%).
- Crear espacios de diálogo crítico sobre necesidades comunitarias, cantonales, provinciales, nacionales e internacionales con protagonistas que posean distintas visiones, y lograr compromisos.
- Convocar a líderes de las comunidades, sectores o barrios a difundir sus necesidades o realidades, con la presencia de las partes afectadas a fin de dialogar con mesura en buscar soluciones.
- Asesorar a la ciudadanía a hablar sin temor y apegados a la verdad.
- Crear espacios de comentarios y editoriales con invitados de la localidad.

4.2.4 Género musical

El 52% de los encuestados prefieren a Radio Cenepa por su música. Siendo una estación musical resulta esperado ese porcentaje. La radiodifusora es considerada como un medio que entretiene según el 39%. Sin embargo existen debilidades de fondo en estos espacios, en respuesta a ello. Se recomienda:

- Incluir segmentos cómicos como chistes (33%), concurso (15%) y cuentos e historias (5%) en la programación musical.
- Realizar un diagnóstico interno con el talento humano con el fin de conocer las debilidades y convertirlas en oportunidades.
- Escuchar, asesorar y elaborar nuevos programas en base a las propuestas del talento humano que labora en la institución radiofónica.
- Implementar espacios musicales especializados, incluyendo mensajes novedosos y atractivos, con el ánimo de educar a la ciudadanía constantemente.
- Compartir incentivos con el público a fin de generar participación y entusiasmo en la audiencia, adicional a ello mejorar la animación y entusiasmo de la conducción todo el tiempo.
- Concienciar al personal de la importancia del respeto al oyente al momento de entablar diálogo vía telefónica, al expresarnos al aire y al saludarlos en la calle.
- Incrementar espacios de música ecuatoriana en la programación de la radio todos los días, apoyar a los artistas locales.

4.3 Propuesta del formato para los diferentes programas.

El 33% recomienda que deben crear espacios cómicos como chistes, luego un noticiario con el 19%, debate y concurso con 15% cada uno de ellos, y coinciden el 9% tanto para cuentos e historias y otros. Proponemos los siguientes formatos, y a su vez reforzar los ya existentes.

4.3.1 Formatos hablados

- Radio dramas. Ejm. Diálogos en torno al cooperativismo, partiendo desde la experiencia de un socio o ahorrista y reforzar con algún profesional.
- La tertulia, show conducido por dos personas con temas de elección según el interés de la audiencia, es informal con tintes de humos e intimidad.
- La noticia, investigación exhaustiva, variedad de fuentes, análisis de las versiones disponibles.
- El comentario, a partir de la noticia dice, repite y refuerza. Puede culminar con una reflexión o dejar interrogantes abiertas. (de 2 a 4 minutos máximo).
- El editorial, opinión del medio, nace de una realidad.
- La charla es descriptiva por ello debe ser concreta, se recomienda un máximo de 5 minutos. Da una moraleja o enseñanza.
- La entrevista en vivo o la editada y narrada. Debe ser breve o se puede apoyar en puentes musicales cuando es narrada.
- El reportaje constituido de sonidos, narración, descripción, entrevistas, vox populi sea narrada o no.
- Debate, diálogo con dos personas con distintos puntos de vista sobre un mismo tema, conducido por un moderador.

- Panel, diálogo de expertos que permite la participación del público. Exige respuestas directas. Se puede ayudar en una dramatización para ubicar el tema.
- Vox populi es la encuesta consultada a los ciudadanos en la calle sobre un tema.
- El radio – consultorio, se desarrolla en base a las consultas de los oyentes a un profesional.
- El radioperiódico formado de diversas secciones iguales a un periódico con variedades y creativas, con emisión cada semana o quincenalmente de una hora o de acuerdo a la conveniencia.
- La radio revista idéntica a una revista con temas de interés. Puede ser dirigida a un solo grupo de población. Se ameniza con música de acuerdo al tema, permite dar un respiro.
- La narración popular en formatos como los mitos, el cuento popular y la leyenda.

4.3.2 Formatos musicales

- Programas musicales especializados a manera de viajes musicales por el mundo donde se conozca la música de países o regiones que brinde música novedosa como tango, sinfonía, folclórica, salsa y se cuente datos de la ciudad como su comida, datos como población, historia, costumbres, etc.

4.4 Propuesta de capacitación al personal.

La capacitación radiofónica es una recomendación que nace desde afuera con los encuestados en un 21% y desde adentro también urge realizarlo. La población entrevistada recomienda a los comunicadores trabajar en base a valores éticos y morales con el 24%, sugiere un 21% que deben capacitarse. El 11% señala que deben mejorar la animación y el entusiasmo, el 9% felicita la labor de los comunicadores, el 5% sugiere investigar y decir la verdad, el 5% pide programación variada.

En porcentajes mínimos sugieren más espacios de música y fluidez en la locución (3%), que los contenidos emitidos tengan imparcialidad y participación 3%. Los mensajes sean concretos (3%), mejore la lectura (2%), se valore a la música ecuatoriana (1%) y que se compartan incentivos (1%).

Recomendamos los siguientes temas en base a las necesidades existentes:

PARTE 1

LA COMUNICACIÓN EN LA RADIO Y CON EL CLIENTE

El proceso de comunicación

Valores en la radio

Relaciones públicas

PARTE 2

TÉCNICAS PARA LOCUTAR Y MEJORAR SU VOZ

El lenguaje radiofónico
Características de los elementos
La respiración diafragmática
Esquema de los órganos de la respiración diafragmática
La vocalización
La pronunciación
La dicción
La modulación de la voz
La articulación

PARTE 3

LA LOCUCIÓN Y SUS CARACTERÍSTICAS

La locución
Tipos de locutores
La voz
Clases
Defectos
Características de la locución
Cualidades del locutor
Tareas del locutor

PARTE 4

LA PLANIFICACIÓN Y RECOMENDACIONES

Planifique su programa
Recomendaciones básicas antes de empezar el programa
Recomendaciones para locutores

4.5 Propuesta de reprogramación radial.

4.5.1 Programación de lunes a viernes

HORA	PROGRAMA	PERFIL	RECURSOS		OBSERVACIONES
			HUMANOS/PERFIL	DE PRODUCCION	
4h00	Café caliente, (en vivo)	Espacio entretenido, formato programa musical y mínimamente hablado.	Un animador con experiencia, conocimiento de música nacional.	Música popular. Un operador de controles.	Animador sociable y capaz de generar participación de la comunidad.
5h50	Guayusita caliente (grabado)	Género hablado, formato charla	Un presentador y distintos profesionales, según el tema.	Avance de presentación y despedida animada. Efectos pregrabados	Cápsulas informativas que informen y asesoren a la ciudadanía

6h00	<p>Desayuno informativo (en vivo)</p> <p>El pueblo y su palabra (en vivo)</p>	<p>Género hablado, formato noticia, comentario, editorial.</p> <p>Género hablado, formato entrevista</p>	<p>Un periodista que conduzca y cuestione. Que tenga conocimiento de las realidades sociales del sector.</p> <p>Conseguir un editorialista que considere temas que incidan con la localidad.</p> <p>Un periodista que recoja el pensamiento y sentir de la ciudadanía.</p>	<p>Internet</p> <p>Cabinas</p> <p>Grabadoras</p> <p>Teléfono en óptimas condiciones</p> <p>Avance grabada de presentación, despedida, segmentos, cortinas, efectos, puentes musicales.</p>	<p>Dar énfasis y continuidad con todos los segmentos del noticiero.</p>
7h00	Muévete amazonía	Programa musical en un 70%, con varios géneros	Un animador, de buen ánimo.	Internet, Teléfono,	Lenguaje breve y concreto. Buena

	(en vivo)	musicales como cumbias, merengue, bachata, salsa romántica, reggaetón, etc Incluir segmentos de cumpleaños y chistes grabados.		Música, Un operador de consola.	animación.
9h15	Tuntui, (pregrabado)	Género hablado. Formato narrativo. Dedicado a la memoria e historia de los pueblos, se contarán mitos, cuentos populares y leyendas.	Un profesor en historia, lengua y literatura o un conductor con habilidades en la narración.	Música según el perfil de la historia, puede ser shuar, folclórica, etc.	Involucrar a todas las comunidades. Emisión cada ocho días.
9h30	Cuchara de palo (en vivo)	Género musical y hablado. Formato radio revista, un espacio dirigida a varios grupos donde se mencione consejos, farándula, concursos	Un productor con capacidad de conducción. Apoyada de personal de planta en la elaboración de segmentos cortos.	Varios géneros musicales, que sea diversa. Un operador de consola.	El conductor deberá incentivar a la participación, lenguaje concreto y breve.

		pequeños. Lenguaje entretenido y familiar.			
11h50	Guayusita caliente (grabado) Repris	Género hablado, formato charla	Un presentador y distintos profesionales, según el tema.	Avance de presentación y despedida bastante animada.	Cápsulas informativas que informen y asesoren a la ciudadanía.
12h00	Almuerzo informativo (en vivo) El pueblo y su palabra, (en vivo)	Género hablado, formato noticia, comentario, editorial. Género hablado, formato entrevista	Un periodista que conduzca y cuestione cuando sea el caso y tener conocimiento de las realidades sociales del sector. Conseguir un editorialista que considere temas que incidan con la	Avance grabado, presentación, despedida, segmentos, cortinas, efectos, puentes musicales. Armar en un solo espacio, con efectos cortos.	Dar énfasis y continuidad con los segmentos del noticiero.

	La voz del pueblo (grabado)	Género hablado, formato vox populi.	localidad. Un comunicador que recoja el pensamiento y sentir de la ciudadanía.		Lograr al menos ocho pronunciamientos considerando heterogéneos, emitir cada tres días.
13h30	El piloto (en vivo)	Espacio dinámico. Géneros tropicales. Refrescando la discoteca de discos. Incluir varios chistes. La música predomina cerca del 90% y 10% de animación.	Un animador capaz de operar la consola.	Internet Biblioteca musical Avances grabados y efectos.	
15h00	La huaca informativa.	Género hablado. Formato radioperiódico. Proporcionará noticias que	Un productor, dos presentadores (adolescentes	Lograr presentación atractiva y juvenil. Avances de entrada y	Emisión todos los días. Se puede coproducir

	(pre grabada)	no pierdan trascendencia, salud, economía, vialidad, cultura, música. Dirigida a una población entre 15 a 45 años.	divertidos) y personal de planta.	salida. Efectos	con alguna institución pública o privada con algún convenio.
15h30	Locamente divertidos (en vivo)	Género musical. Espacio dedicado a personas que trabajan en diferentes sectores. Será el 90% musical. A full animación. Incluir chistes.	Un animador muy divertido, capaz de operar la consola.	Música Teléfonos Internet Efectos Avances de entrada y salida.	Invitar a un Dj cada viernes.
18h00	La hora del Jefe (en vivo)	Género musical	Programa musical automatizado.	Música nacional, preferencia pasillos de la vieja guardia.	
18h30	Merienda informativa	Género hablado, formato noticia, comentario,	Un periodista que conduzca y conozca de las realidades sociales	Avance grabada de presentación, despedida, segmentos, cortinas,	Dar énfasis y continuidad con todos los segmentos

	(en vivo)	editorial.	del sector. Conseguir un editorialista que analice temas locales.	efectos, puentes musicales.	del noticiero.
	El pueblo y su palabra, (en vivo)	Género hablado, formato entrevista		Armar en un solo espacio, con efectos cortos.	Lograr al menos ocho pronunciamientos heterogéneos, emitir cada tres días.
	La voz del pueblo (grabado) reprise	Género hablado, formato vox populi.	Un comunicador que recoja el pensamiento y sentir de la ciudadanía.	Avances de entrada y salida. Cortinas musicales deportivas.	Este segmento se emitirá cada dos días, hasta entonces se dispone de tiempo para preparar el material.
	Campeones	Género hablado, formato	Un profesor en cultura física, comentarista		

	(en vivo)	programa deportivo con comentarios o charlas sobre diferentes disciplinas deportivas según su trascendencia.	deportivo o aficionado al deporte que lo conozca.		
19h30	Asegúrate (en vivo)	Género hablado, formato panel.	Un conductor que conozca del tema preventivo. Coordinación o convenios con instituciones preventivas, policía, cuerpo de bomberos, defensa civil, etc.	Música para un descanso, según el gusto de los invitados. Avance de entrada y salida.	Emitir el programa lunes, miércoles y viernes. Realizar convenios con instituciones de gestión de riesgos.
	Ay doctorsito (en vivo)	Género hablado, formato radio consultorio.	Un presentador y un profesional en salud que responda sobre un	Operador de consola.	Emitir el programa martes y jueves. Reprisar el domingo

			tema determinado.		a las 7h00pm
20h15	Mi primera vez y me gustó (en vivo)	Género hablado y musical. Formato Tertulia	Conducido por un locutor divertido y atento. Que comparta notas de varios artistas, poemas, versos.	Música del recuerdo de varias épocas. Operador de consola.	Lograr retroalimentación con el público y crear un ambiente romántico y entretenido. Emitir diariamente.
22h30	El variadito	Género musical	Programa musical automatizado. Música variada por distintos géneros musicales.	Música	No requiere de conductores, solo de un programador.

4.5 2 Programación de los sábados

HORA	PROGRAMA	PERFIL	RECURSOS		OBSERVACIONES
			HUMANOS/PERFIL	DE PRODUCCION	
4h30	Sanjuanitos de mi tierra. (en vivo) I PARTE	Género musical. Incluye segmento de chistes.	Animador conocedor de música ecuatoriana, capaz de operar la consola. Lenguaje popular.	Música Avance de entrada	Lograr un acercamiento con la comunidad.
5h50	Guayusita caliente (grabado) Repris	Género hablado, formato charla	Un presentador y distintos profesionales, según el tema.	Avance de presentación y despedida bastante animada. Efectos pregrabados	Cápsulas informativas que informen y asesoren a la ciudadanía
6H00	Sanjuanitos de mi tierra. (en vivo) II	Género musical. Incluye segmento de	Animador conocedor de música	Música	Lograr un acercamiento con la

	PARTE	chistes.	ecuatoriana, capaz de operar la consola. Lenguaje popular.	Avance de salida	comunidad.
7H30	Jaimito parrandero (Pre-grabado)	Género hablado, formato Radio drama Da a conocer experiencias económicas de socios y ahorristas de una cooperativa de ahorro y crédito.	Un productor – un locutor	Internet Grabadoras Efectos Música nacional	Este programa estará acompañado del buen humor. Se recogerá información del sector urbano y rural. Realizar convenio con alguna institución pública o privada, interesada según el tema.
8h30	El majado (en vivo)	Género hablado, formato tertulia. Dirigido a público	Un productor, dos conductores alguno de ellos con conocimiento para	Internet Música Efectos	Lograr crear un ambiente de show radial con concursos, preguntas picantes,

		adulto de temas tradicionalmente considerados tabú.	operar la consola.	Avance entrada y salida Teléfonos en optima condiciones.	buen humor, etc
10h30	Yanúa (grabado)	Género hablado, formato reportaje	Un productor y un locutor o locutora con capacidad de investigación, viajará a comunidades o personas para conocer su vida y detalles desconocidos.	Avance de entrada y salida. Cortinas musicales según el tema abordado. Música según el tema.	Elaborar guiones y no perder la continuidad.
12h30	100% Animados (en vivo)	Género musical, especialidad concurso.	Dos animadores. Un espacio interactivo. Con obsequios. Uno de ellos deberá operar la consola.	Música Teléfono en óptimas condiciones.	Convenir con empresas privadas para promoción de sus productos.
15h00	Atrevidos	Género Musical	Animador y Dj. con capacidad de manejar	Música	Mezclas con diversos

	(en vivo)		la consola. Espacio interactivo, con chistes. Programa con sana picardía.	Teléfono en óptimas condiciones. Efectos Avance de entrada y salida.	géneros.
19h00	Amazonía productiva (en vivo)	Género hablado, formato radio consultorio, mínimamente musical.	Un productor y un conductor más invitados al programa para responder inquietudes de la ciudadanía en torno a temas de ganadería, agricultura, acuicultura y pesca. Considerar diversos expertos.	Música nacional Operador de consola. Avance de entrada y salida. Teléfono en óptimas condiciones. Internet	Elaborar tres preguntas grabadas y luego invitar a los oyentes a participar.
20h00	De Rumba (en vivo)	Género musical, género rockolero y	Dos animadores divertidos y arriesgados a divertir	Música nacional Avance de entrada y	Convenios con empresa privada.

		nacional.	a sus oyentes. Manejo de consola.	salida. Efectos Teléfonos	
23h00	El variadito	Género musical	Programa musical automatizado. Música variada por distintos géneros musicales.	Música	No requiere de conductores, solo de un programador.

4.5 3 Programación domingo

HORA	PROGRAMA	PERFIL	RECURSOS		OBSERVACIONES
			HUMANOS/PERFIL	DE PRODUCCION	
4h30	Sanjuanitos de mi tierra. (en vivo)	Género musical. Incluye segmento de chistes.	Animador conocedor de música ecuatoriana, capaz de operar la consola. Lenguaje popular.	Música Avance de entrada y salida. Efectos Puentes musicales	Lograr un acercamiento con la comunidad. Motivar optimismo.
7h30	Al grano (en vivo)	Género hablado, formato debate. Mínimamente musical.	Un conductor profesional en cualquier especialidad. Lenguaje coloquial.	Manejo de avances grabados de presentación, spot, despedida. Un operador de la	Variar de invitados y abordar distintos temas. Convenir con

				consola. Internet, Efectos y Música	instituciones privadas o públicas.
9h00	Aló mamá (en vivo)	Género hablado y musical. Formato Panel.	Una profesional en estimulación temprana, que comparta criterios acertados con los padres de familia. Variar invitados para fortalecer los mensajes.	Usar música con mensajes o de relajación, quizá educativas. Un operador de consola. Avance de entrada y salida.	Convenir con instituciones públicas o privadas.
10h00	Había una vez (en vivo)	Género hablado y musical. Formato Radio revista.	Un conductor sociable y extrovertido con niños dinámicos.	Material amplio musical y educativo.	Tratar de obsequiar, lograr retroalimentación. Incentivar a recibir

		<p>Dirigida a niños y niñas.</p> <p>Espacio entretenido y divertido con segmentos participativos.</p> <p>Adivinanzas, trabalenguas, cuentos, etc</p>			cartas, acrósticos, etc
11h00	El bufón (en vivo)	Género musical y hablado. Programa musical	<p>Locutor hombre y mujer dinámicos y con posibilidad de operar la consola.</p> <p>De lleno dedicado a contar y escuchar chistes.</p> <p>El 60% musical y 40% a contar chistes y</p>	<p>Música nacional.</p> <p>Avance de entrada y salida.</p> <p>Un operador de consola.</p>	Espacio dedicado a entretener al pueblo.

			animar. Dirigido a público adulto. Predomina música nacional ecuatoriana de varias épocas.		
14h00	Guayusita caliente Repris (grabado)	Género hablado, formato charla	Un presentador y distintos profesionales, según el tema.	Avance de entrada y salida.	Cápsulas informativas que informen y asesoren a la ciudadanía.
14H10	A reventar (en vivo)	Género musical, especialidad concurso.	Dos animadores. Un espacio interactivo. Con obsequios. Uno de ellos deberá manejar la consola.	Música Teléfono en óptimas condiciones.	Convenir con empresas privadas para promoción de sus productos.
18h00	Ay doctorcito (en vivo)	Género hablado, formato radio consultorio.	Un presentado y un profesional en salud que responda sobre un	Avance de entrada y salida.	Emitir el programa los días viernes. Y reprisar el día domingo a las

	Repris		tema determinado.		19h00pm.
19h15	El regalo (grabado)	Género musical especializado	Música de un solo artista, sus mejores éxitos automatizados. Su biografía y discografía más destacadas. EL 80% es musical y el 20% hablada. Un presentador.	Música Internet Discos	Espacio para recordar la música de un solo artista.
20h15	El variadito	Género musical	Programa musical automatizado. Música variada por distintos géneros musicales.	Música	No requiere de conductores, solo de un programador.

Recomendaciones

- Potencie las Relaciones humanas entre el personal y con sus oyentes. Nos permitirá conocernos, ayudarnos y crear equipos de trabajo, en busca de un agradable ambiente de trabajo.

- Devuelva la palabra a la comunidad. Crear espacios de participación y opinión ciudadana. Conocer y destacar valores, dones y habilidades, así como pronunciar sus necesidades y lograr compromisos con las autoridades.

- Capacite en formatos radiofónicos a sus colaboradores. Practique y refuerce constantemente, solo en la práctica se logra buenos programas.

- Busque financiamiento o realice convenios con instituciones públicas y privadas, para que eduquen, informen y sensibilicen a la ciudadanía en distintas necesidades.

- Brinde estímulos económicos a sus colaboradores y enviarlos a capacitaciones fuera del cantón.

- Pregunte a la ciudadanía del efecto positivo o negativo, cuando la radio lance algún programa o producto nuevo. Realizar encuestas o grupos focales, a fin de tomar correctivos a tiempo.

- Convoque a nuevos talentos que gusten de la comunicación por radios, sean aficionados o profesionales, para brindar una programación útil.

- Preste las facilidades de movilización a periodistas que requieran viajar dentro o fuera del cantón para cubrir sus notas informativas.

- Cree y lidere campañas de sensibilización en varios temas sea salud, alimentación, seguridad, etc.

- Involúcrese con la sociedad en distintas áreas, participe con ella, cree convenios, auspicios, etc.

- Mejore sus relaciones con sus clientes y recupere a los que ya no están con bonificaciones, promociones, etc. Obsequie detalles e invítelos al aniversario de la emisora radial o acuérdesese de sus cumpleaños.

- Reciba comedidamente, analícelas y ponga en práctica las sugerencias, más no prometa, espere, tómese su tiempo.

- Invierta en publicidad en otros medios de comunicación de su estación radial, puede tener grandes productos y talentos pero si no se hace conocer, no se estaría aprovechando de sus bondades.

- Cree espacios de comunicación interna con reuniones, paseos, celebre los cumpleaños a sus trabajadores, es una forma de demostrarles que sí son importantes para Radio Cenepa.

- Invite a escuelas, comunidades, colegios y agrupaciones a conocer cómo funciona Radio Cenepa 101.3 FM, recíbalos cortésmente, será una manera de mejorar la imagen institucional con la ciudadanía.

- Cree señalética para la estación radial en todas las áreas de carácter preventivo e informativo sobre normas internas.

- Difunda la misión y visión de la estación radial, difúndalas en otros medios y péguelas en áreas visibles de la radio.

Conclusiones

La situación geográfica del cantón Gualaquiza es muy amplia, para lograr el número de encuestados se consideró una muestra del total de la población, según cálculos estadísticos la muestra resultó de 389 encuestas, las cuales fueron aplicadas en distintos sectores, diversas edades y género masculino y femenino. Los resultados obtenidos nos dan el 95% de confianza.

Por primera vez se realizaron encuestas sobre la presencia de la radio en el cantón Gualaquiza, y su comportamiento. Esto generó un mínimo de temor, finalmente colaboraron. Se recogió las valoraciones, críticas y sugerencias.

Un 45% de la población encuestada considera como buena la programación de Radio Cenepa, el 26% la califica de muy buena, el 14% de regular, el 11% como excelente el 11% y 4% dice que es mala. Frente a esta realidad se presenta las propuestas comunicacionales dirigidas al talento humano y al mejoramiento de los espacios. La meta es disminuir las calificaciones poco favorables para la institución y mejorar la confianza con sus oyentes. Con ello se mejoraría los ingresos económicos para Radio Cenepa y sus empleados.

El 33% de los encuestados requiere de un programa cómico, el 19% menciona que hace falta un programa de noticias, sin embargo Radio Cenepa 101.3 FM ya cuenta con tres espacios informativos. Se debería fortalecer los informativos. Se pronunció un empate del 15% por programas de debate y concursos.

EL 32% de encuestados, escucha radio de una a dos horas diarias, mientras que el 21% escucha de tres a cuatro horas al día. Radio Cenepa goza de mayor aceptación con el 43%, sin embargo le separa solo el 9% de su competencia. El 58% escucha a

Radio Cenepa por su música, y el 18% por sus contenidos. Los locutores con más preferencia son del talento humano de Radio Cenepa.

EL 23% dice que no prefiere ningún programa y solo el 22% gusta de las noticias. Para levantarse gustan de la música romántica (27%), seguido de la música nacional (26%); para trabajar prefieren la música tropical (33%) y luego el género romántico (16%); para descansar gustan de la música romántica (68%) y mínimamente de otros género el 6%.

En base a la investigación se elaboró una propuesta de programación radial en base a los gustos, necesidades, opiniones, sugerencias y calificaciones de la muestra del total de habitantes del cantón Gualaquiza, la misma que se irá ajustando según la aceptación del oyente.

Existe interés por conocer y opinar sobre problemas sociales tales como la drogadicción, alcoholismo, la prostitución infantil, la migración, acoso sexual, etc. (29%). Nos damos cuenta que se requiere de asesoría psicológica y moral. También se pronuncian por temas en salud humana (14%), sea enfermedades, síntomas, medicamentos, etc.

Se hace notar que Radio Cenepa debe capacitar en relaciones humanas y con el cliente a su personal ya que un 24% indican que deben prevalecer los valores en el trato de adentro hacia afuera. Se recomienda no tutear a sus oyentes y llamar por el nombre a todo ciudadano, evitando tratar por su apodo. El 21% manifiesta que deben capacitar al talento humano. Piden se mejore la animación y entusiasmo de los locutores (11%).

Anexos

Modelo de encuesta realizada a los (as) ciudadanos en el Cantón Gualaquiza.

Universidad Politécnica Salesiana Carrera de Comunicación Social

Con el objetivo de mejorar la programación radial en Gualaquiza, de la manera más comedida le solicitamos responder a las siguientes preguntas con la mayor sinceridad. Gracias por su colaboración.

Edad..... Fecha:.....
Sexo: M F Lugar:

1. ¿Escucha las emisoras radiales de Gualaquiza? Por qué?

SI NO

2. ¿Cuántas horas al día escucha radio? (si la respuesta fue si en la primera pregunta, responda) Marque una de ellas.

1 a 2 3 a 4
5 a 6 7 a 8 Más de 8

3. ¿Qué emisora radial prefiere? Marque una de ellas.

Radio Cenepa
Radio Sentimientos
Ninguna

3. ¿Por qué motivo escucha Ud. la radio que marcó en la pregunta 3?

Locutores Música Contenidos
Participación del público Ninguno

5. ¿Cuál es el programa radial de su preferencia? ¿Por qué?

.....

6. ¿Con qué música le gusta levantarse?

.....

7. ¿Con qué música le gusta trabajar?

.....

8. ¿Con qué música le gusta pasar la noche?

.....

9. ¿Qué locutor le simpatiza más?

.....

10. ¿Qué programas radiales hacen falta en la ciudad?

- | | | | |
|-----------|--------------------------|---------------------|--------------------------|
| Noticario | <input type="checkbox"/> | Debate | <input type="checkbox"/> |
| Concurso | <input type="checkbox"/> | Cuentos e Historias | <input type="checkbox"/> |
| Chistes | <input type="checkbox"/> | | |

11. ¿Qué temas considera Ud. que se debe discutir?

- | | | | |
|---|--------------------------|----------|--------------------------|
| Problemas sociales (Drogadicción, Abuso sexual, Alcoholismo, etc) | <input type="checkbox"/> | | |
| Salud Humana | <input type="checkbox"/> | Minería | <input type="checkbox"/> |
| Salud Animal | <input type="checkbox"/> | Deporte | <input type="checkbox"/> |
| Vialidad | <input type="checkbox"/> | Político | <input type="checkbox"/> |
| OTROS..... | | | |

12. ¿Qué recomendaría a las personas que hacen radio en Gualaquiza?

.....

13. ¿Por qué motivo escucha Ud. radio Cenepa en Gualaquiza?

- | | | | |
|---------|--------------------------|------------|--------------------------|
| Informa | <input type="checkbox"/> | Entretiene | <input type="checkbox"/> |
| Educa | <input type="checkbox"/> | Ninguna | <input type="checkbox"/> |

14. ¿Qué es lo que le gusta a Ud. de radio Cenepa?

- | | | | |
|-----------|--------------------------|---------|--------------------------|
| Locutores | <input type="checkbox"/> | Música | <input type="checkbox"/> |
| Contenido | <input type="checkbox"/> | Ninguna | <input type="checkbox"/> |

15. ¿Cómo califica la programación de radio Cenepa?

- | | | | | | |
|-----------|--------------------------|-----------|--------------------------|---------|--------------------------|
| Excelente | <input type="checkbox"/> | Muy Buena | <input type="checkbox"/> | | |
| Buena | <input type="checkbox"/> | Mala | <input type="checkbox"/> | Regular | <input type="checkbox"/> |

Bibliografía

ALVES, Walter, *Estrategia de los pequeños formatos*, 1^{ra} edición, Impreso en DIFRAF, Quito – Ecuador.

Apuntes de la materia de Géneros Periodísticos de Radio. Cuenca – Ecuador, 2005 - 2006.

BARRUECO, Domingo, *Narraciones de la vida misionera No. 16*. Ediciones ABYA-YALA, Quito – Ecuador, abril 2006.

CABRAL, María Cristina, “*Tomá la voz, dámela a mí*”, Trabajo de Experiencia de Radio Encuentro con jóvenes, Integrante del equipo de Radio Encuentro, Viedma, Julio del 2004.

CAMACHO, Carlos, *Las radios populares en la construcción de ciudadanía: Enseñanzas de la experiencia de ERBOL en Bolivia*, CIESPAL, La Paz - Bolivia, 2007.

CRUZ, Jenny Viviana, *Manual de capacitación en radiodifusión comunitaria, La radio: ¡Mía, tuya y nuestra!*, Especialista en Desarrollo Comunitario – Universidad del Valle, Santiago de Cali, 2003.

GALARZA, Teodoro, *Estrategias interactivas en la radio comunitaria educativa. El caso IRFEYAL*. Tesis doctoral, Bellaterra, febrero 2003.

GARCIA, Jimmy, *La Radio por dentro y por fuera*, Colección Intiyan, Ciespal, 1980.

GROSS, Lynne S, *Manual de Producción Radiofónica*. Longman de México Editores, S.A de C.V, 1ra edición, 1997, p 258.

HAUSMAN Carl y BENOIT, Philip., *Producción en la radio Moderna*, 5ta. edición, Lewis O” Donnell, Copyright 2002. International Thomson Editores, S.A de C.V, una división de Thomson Learning, Inc.

KAPLÚN, Mario, *El comunicador popular*, Buenos Aires, Lumen, 1996.

KAPLÚN, Mario, *Producción de programas de radio. El guión, La realización*. Ediciones Ciespal, Colección Intiyan, Editorial “Quipus”. Quito - Ecuador. Diciembre 1999, p 27.

KAPLÚN, Mario, *Producción de programas de radio, La radio revista*. 3^{ra} edición, Editorial Quipus CIESPAL, Quito-Ecuador. p, 168

LIGER, Cristina, y otros, *Plan de Negocios de una radioemisora Kichwa en la provincia de Napo para las nacionalidades indígenas de la Amazonía norte del Ecuador*. Tesis Escuela Politécnica Nacional Facultad de Ciencias Administrativas, Ingeniería Empresarial, 2007.

LINARES, Marco Julio, *Guión: elementos, formatos, estructuras*. Pearson Educación, México 1998, p. 302. Es

LÓPEZ, José Ignacio, *Ciudadana Radio*, Línea y punto, Lima - Perú, 2006.

LÓPEZ, José Ignacio, *Manual urgente para apasionados y apasionadas*, Lima, abril, 2005.

LÓPEZ, José Ignacio, *Manual urgente para apasionados y apasionadas, Capítulo Programación radiofónica*, 2^{da} edición, Lima, abril, 2005.

LÓPEZ, José Ignacio, *Manual urgente para apasionados y apasionadas, Capítulo Radiorevista*, 2^{da} edición, Lima, abril, 2005. p. 24

MENESES MASSUH, Zuly, *Análisis de los medios de comunicación en el Ecuador*, Editorial Quipus, enero 1992.

NAVARRETE, Oscar, *Situación actual de las frecuencias concedidas en el Gobierno del Coronel Lucio Gutiérrez, enero-2003 a mayo-2005*. Maestría Universidad Andina Simón Bolívar, Sede, Quito - Ecuador, 2009.

OCHOA, Cristian, *Diseño y producción de la radio Revista "Hora Cero"*, Tesis U.P.S Facultad de Comunicación Social, Cuenca – Ecuador, 2006.

ORTIZ ARELLANO, Carlos, *Los inicios de la radiodifusión en Ecuador, Radio “El Prado”*. En www.culturaenecuador.org/artes/personajes-de-chimborazo/193-los-inicios-de-la-radiodifusion-en-ecuador-radio-el-prado.html

ORTIZ VIZUETE, Fernando, *Historia de la radio*. En <http://fer-ortiz.lacoctelera.net/post/2009/05/29/historia-la-radio-fernando-ortiz-vizquete-mayo-2009>

PEREZ, Ma. José, *Comunicación y educación en la sociedad de la información*, Editorial Paidós, 2000.

PERUGACHI, Ma. Luisa, *“La concesión de radiofrecuencias en el Ecuador*, 1ra. Edición, Ediciones Abya-Yala, Ecuador - Quito, enero 2004.

Pontificia Universidad Católica de Chile, *La radio concentra niveles superiores de recepción que la televisión, en ambos sexos y en todos los sectores socioeconómicos*, RadioWorld, 18 septiembre 1996, volumen 20, p.19.

PRIETO, Castillo Daniel, *Análisis y producción de mensajes radiofónicos*. Colección Materiales de Trabajo. No. 7. Ciespal. Quito - Ecuador. Reimpresión 1990.

PRO MENESES, Alejandro, *Historia del pasillo ecuatoriano*.

RAMOS, Isabel, *Mucho ruido y pocas nueces: cobertura mediática y participación ciudadana en el debate de la nueva ley de Comunicación en Ecuador*, FLACSO, Quito – Ecuador, mayo 2009, p. 27, p. 211.

ROBLES Diana, y QUEZADA, Alexandra, *Manual de locución para los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana*, Tesis U.P.S Facultad de Comunicación Social, Cuenca – Ecuador, 2004.

RODERO, Emma, *Los principales errores que debe evitar todo locutor de informativos radiofónicos: un estudio práctico*. En www.saladeprensa.org

RONCAGLIOLO, Rafael, “*El lenguaje de la radio*” ponencia presentada en el primer congreso internacional de la lengua española, Zacatecas - México, del 7 al 11 de abril de 1997.

SÁNCHEZ, Reyes Miriam, “*Manual de locución*”. Ediciones Ripalme. Lima, Perú, 2003, p 134.

SERRANO, Manuel, *Las funciones sociales que cumplen los medios de comunicación de masas*. En www.raco.cat

SOLANO, David, *Estrategias de Comunicación y Educación para el Desarrollo Sostenible*, UNESCO, Gráfica Funny, Santiago - Chile.

SOTO, Leonel, *Géneros periodísticos para radio*, Universidad Politécnica Salesiana, marzo-julio 2006.

S/n, *Proyecto y elaboración de un programa radial de estimulación temprana dirigida a padres de familia*, Cuenca 2006, p 221 ilus.

TOLEDO, Daniel, *El sonido radiofónico como fuente de creación estética*, Universidad Nacional de San Luis Argentina. Argentina.

VALDÉS, Jorge, *Programas deportivos*, 1ra. Edición—San José. C.R: Radio Nederland Training Centre, División de Radio Nederland Internacional, 1992

www.supertel.gov.ec/pdf/estadisticas.pdf

www.supertel.gob.ec/pdf/estadisticas/categorias_radio.pdf

www.supertel.gob.ec/pdf/estadisticas/onda_corta.pdf