



ABSTRACT

En la Ciudad de Cuenca durante su evolución histórica, el pilar fundamental al crecimiento o desarrollo, han jugado un papel muy importante los medios de Comunicación Social, los mismos que han traído consigo ventajas y desventajas para el desarrollo intelectual y moral en la sociedad Cuencana.

Uno de Los medios de Comunicación de la Ciudad, en este caso la Radio 96.UNOfm que durante su trayectoria al servicio de la colectividad atendido aciertos y desaciertos en sus programaciones establecías en el medio. El programa “Terapia Intensiva” un programa que durante dos años esta al aire y se caracteriza por no tener un formato específico, lo cual ha provocado un desfase en el perfil del locutor como: lenguaje inapropiado, contenido fuerte en los mensajes emitidos, y el irrespeto a la ciudadanía.

La investigación nos ha dado como resultado la mala utilización de los medios de Comunicación como es la Radio 96. Uno FM en el programa “Terapia Intensiva” que, en su programación durante cuatro horas de mala implementación de las palabras, frases de doble, actitudes obscenas hacia la moral de las personas públicas y privadas, quienes han sido objeto de minimización en el aspecto moral físico entre otros, por tal motivo el estudio nos lleva como conclusión a que debería existir un órgano regulador de programas de radio quienes observen y eliminen programas de esta índole, que se busquen programas de calidad que estén enfocados dentro de cultura, educación, salud, y económico.

Palabras claves: Inicios de la Radio, Perfil del locutor, lenguaje Radial, Entretenimiento, Sondeo de Opinión, Vocabulario, Educado, Entretener.

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



INDICE

INTRODUCCIÓN

CAPITULO I

La Radio

1.1 Inicios de la Radio en el mundo

1.2 Evolución de la radio

1.3 la radio como medio de difusión en el Ecuador y en la Ciudad de Cuenca

1.4 Inicios de la radio 96.1

CAPÍTULO II

Programación Radial

2.1 Programación 2.2 Programación Radiofónica

2.3 Escenario Radiofónico

2.4 funciones y tareas de una programación

2.5 Como Interpretar una programación

2.6 Programa de Entretenimiento

2.7 Perfil del locutor

2.8 Tipos de locutores

2.9 Lenguaje

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



CAPITULO III

Análisis del contenido

3.1 Registro del programa

3.2 Entrevistas a Oyentes

3.3 Entrevista a Expertos

3.4 Conclusiones de las Entrevistas a Expertos

CAPITULO IV

Conclusiones

Recomendaciones

Anexos

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA.

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

**CURSO DE GRADUACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE FIN DE
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL 2009-2010**

TEMA:

**“INFLUENCIA DE LOS MENSAJES EXPLICITOS EMITIDOS EN EL
PROGRAMA “TERAPIA INTENSIVA” DE 96.UNO FM EN LA CONDUCTA DE
LOS JOVENES”**

**TRABAJO FINAL DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

AUTORA:

SANDRA MOROCHO

DIRECTOR:

DR. BOLIVAR ÁVILA

CUENCA- ECUADOR

2010

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



AUTORIA

Las versiones y opiniones vertidas en esta tesina son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Sandra Morocho



AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco al Dr. Ávila quien a manera de tutor me ha guiado de la mejor manera en mi investigación,

Agradezco a Maestros que de una u otra forma han colaborado con mi trabajo, también a mis compañeras pero sobre todo amigas, quienes han sido un pilar fundamental en mi vida profesional y personal.

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



DEDICATORIA

A DIOS

"Pidan, y se les dará". Mateo 7:7

Mis padres

Agradezco a mis padres porque sin el apoyo de ellos este sueño no se hubiera hecho realidad, pero en especial a mi Madre quien ha sido un pilar fundamental durante mí Carrera Profesional, y es por ella que hoy estoy cosechando lo que ha sembrado en mí.

A mis hermanas, hermano, y sobrinas, porque cuando he necesitado de ellos no han dudado en tenderme su mano.

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



INTRODUCCIÓN

Debido a la sociedad globalizada, en la que hoy vivimos diariamente la competencia de generar la información es cada vez más rápido y ágil para captar el rating de sintonía y aceptación por la sociedad. Por una sola razón, los diferentes medios de comunicación masivos acaparan la información lo más pronto posible, al que miden con la sintonía de los receptores y a la retroalimentación que esto genera. Desde la aparición de los medios de comunicación la competencia diaria ha sido imparable, los medios tratan de mejorar diariamente adaptándose a los diferentes modos de producción de la humanidad, la misma que se ha desarrollado en un largo proceso de competitividad.

Con el invento de las nuevas tecnologías se han creado nuevas formas de comunicación. La radio es un medio de comunicación que en su debida época ha marcado historia en el mudo de la información y en la actualidad se han ido mejorando con la globalización.

En la actualidad con las agresivas competencias y nuevas aperturas comerciales los empresarios buscan ganchos comerciales para atraer público consumidor, constituyéndose en verdaderos medios que atraen y llaman la atención con el simple hecho de llegar a las personas en los diferentes hogares mientras ellos realizan otras actividades. La radio como cualquier otro medio de comunicación goza de las ventajas que de llegar con una facilidad a diferentes lugares y ganar un espacio de sintonía. Es por ello que hoy en día los aficionados de la radio que se hacen llamar locutores, buscan posesionarse y agradar a los receptores y por ende contagiar la alegría que proyectan a través de las cosas agradables para unos, con las que desean llegar a diferentes hogares. Mediante el cual pretenden vender un producto o sea la publicidad que emiten durante la programación, motivo por el cual diariamente los locutores de los diferentes medio se ingenian para acaparar la sintonía, que mucha de las veces es medida por las llamadas telefónicas. Que en la teoría

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



de la comunicación se mide la retroalimentación de la comunicación. Según las teorías existentes.

Por su acción continua y repetitiva las radios son considerados compañías mientras realizan diferentes actividades. Es un medio de fácil accesibilidad y no tiene costo alguno.

Por todo aquello expuesto la radio a través de sus diferentes formas y ganchos comerciales busca captar la atención y atraer al receptor que se convierte consumidor de manera indirecta para así aumentar el consumismo y a su vez la rentabilidad económica dentro de la sociedad.



CAPITULO I

HISTORIA DE LA RADIO

1.1 Inicios de la radio en el mundo

Jimmy García dice: “El espíritu investigativo, la paciencia y el tesón por lograr una meta, han sido los ingredientes que le han dado a la humanidad los grandes inventos y descubrimientos.

Al descubrimiento, desarrollo y técnica de la radio se han ligado diferentes nombres; y todos, en una forma u otra, ya sea por la casualidad resultante de la investigación, por el azar, por el estudio en si o por la necesidad surgida de las circunstancias, la hicieron una realidad.”¹

HERTZE es quien 1888 gracias a un principio aparentemente circunstancial, descubre que una descarga eléctrica produce un arco metálico conductor a un metro de distancia, entre dos esferas, dentro de una misma habitación- profundizando en sus estudios demuestra que la energía eléctrica puede propagarse por el espacio; y nace con ello lo que hoy se llama en su nombre.”LAS ONDAS HERZIANAS”.

Guillermo Marconi sobre esta teoría de Hertz, se dedica a encontrarle su verdadera aplicación. Con el uso de un transmisor inventado por Righi, logra transmitir impulsos eléctricos, primero a distancias muy cortas de 60 metros, para llegar a hazañas superiores y casi impredecibles.

El 15 de diciembre de 1901 se logra la mayor hazaña se trasmitió un mensaje de Inglaterra a terranova, con una distancia de 3.300 kilómetros, esta primera transmisión transatlántica se hizo con las señales convencionales del sistema Morse.

^{1 1} GARCIA Jimmy “La Radio por dentro y por Fuera” pág. 11



Era el resultado de todas las investigaciones de Marconi; descubrir que, conectados al transmisor una antena y una conexión a tierra, se aumentaba la distancia de la comunicación. La idea de la antena se le surgió el hecho del que el norteamericano benjamín franklin, un siglo antes, con una cometa, recogió electricidad entre las nubes, inventado así el pararrayo, este fue el principio en que Marconi le dio forma y realidad a la antena, cuya altura, diseño, medidas y formulas fueron de su infatigable investigación. Es así que el 14 de abril de 1912, el gran barco ingles TITANIC hizo una llamada de auxilio que salvo a mas de 700 personas. En adelante, ningún barco podía estar desprovisto del servicio de una estación Marconi.

FLEMING, DE FOREST. Sobre los aportes anteriores ponen las bases de la radio con el descubrimiento de las válvulas electrodos (DIODO Y TRIODO). Estos descubrimientos se hacen a 1903 y 1907, respectivamente, a estas válvulas también se les ha llamado “tubos de valor” o “válvulas amplificadoras”.

Luego se da el milagro del sonido gracias a las vibraciones eléctricas producidas por un transmisor de “telefonía sin hilos”, que se podía amplificar e intensificar, predispuso a técnicos y científicos para que no solo pudiesen ser recibidas en la misma forma que se emitían, sino que podían ser estas señales, audibles. Fue así como se logró transformar el sonido en señales eléctricas que, lanzadas por un transmisor, que podrían ser captadas por un receptor, reconvirtiéndola en vibraciones sonoras.

En 1920 punto de partida de la radiodifusión; comienza a ser un medio de comunicación que, poco a poco, se va desarrollando, rectificando; dándoles a los pueblos un nuevo motivo de recreación, de cultura y de información.

En noviembre de 1920 la emisora K.D.K.A. de Pittsburgh, establece un servicio de emisiones diarias y, a los pocos días, logra ser la voz informante de las elecciones presidenciales de su país, empezando así la radio a ser fuerte competencia de la prensa.

1926 y 1927se crea la R.C.A. Radio corporation of América con caracteres de poderosa empresa radial en los Estados Unidos. Con la N.B.C. National

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



Broadcasting corporation forma lo que ha de ser una verdadera industria de sonido, en todos sus aspectos.

1930 1935 las universidades estimulan estos adelantos de la radio y más de treinta universidades americanas disponen de emisoras. En Europa toma fuerza la información radial y salen al aire programas noticiosos como; “LA PALABRA”, difundido por radio Barcelona y radio Madrid , España , en Francia, el “JORNAL PARLE”. Se vislumbra un periodismo de profundidad con el programa “MARCH OF THE TIME”, realizado por la C.B.S. Para el año 30, el número de receptores en estados unidos se calculaba en unos trece millones de aparatos y, en Europa, ocho millones.

La radiodifusión tiene un mayor enfrentamiento con la prensa cuando las agencias noticiosas dieron mucha importancia a este novedoso sistema de informar, por su forma fácil, rápida y económica para difundir las noticias a todos los hogares de Norteamérica y Europa. De la competencia nace la calidad, la radio comienza preocuparse no sólo por la calidad de sus equipos de emisión y recepción sino que se dedica a mejorar sus estudios.

1938, hay un hecho significativo en la radio: la C.B.S., dentro de un programa “TEATRO MERUCRIO DEL AIRE”. Lanza la transmisión de “INVASION FROM MARS” que es la adaptación de la obra “LA GUERRA DE LOS MUNDOS”, cuyo montaje y dirección fueron realizados por el conocido actor y director cinematográfico, esta adaptación demostró que el sonido tiene tanta fuerza dramática, narrativa y descriptiva capaz de hacer crecer como realidad lo que solo es una ficción. Es aquí cuando Orson Wells presento una autentica invasión de los marcianos, con todas las características de una noticia, reportajes, entrevistas, gritos de la gente, opiniones d expertos , efectos de sonido , dándole la más espectacular realidad, pero el impacto fue tal que el mismo Orson Wells se sorprendió cuando millares de personas se lanzaron a las calles presas de la angustia y el pánico;. Se demostró que su influencia era tan fuerte y determinante, que quienes tienen en su s manos tan poderosas medio, deben manejarlo con una gran responsabilidad, autentico criterio social y la verdad como principio fundamental de sus contenidos.

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



Al igual que en Norteamérica, la radiodifusión inglesa, también sufrió el impacto de la competencia de la prensa. Editores de periódicos y agencias noticiosas se opusieron a su difusión, en la radio. Hasta que la B.B.C. logro, después de una lucha larga y compleja, emitir un servicio noticioso, a una hora determinada y de corta duración.

La B.B.C. se ha convertido en una de las primeras emisoras del mundo, por volumen de servicios y de recursos técnicos. Actualmente se hacen programas en mas de 50 idiomas.

El F.M. Otro hito importante de la radio difusión es la FRECUENCIA MODULADA. Este es un sistema de propagación de las ondas que, con el mismo principio de la AMPLITUD MOULADA, logra reducir el ciclo de las vibraciones eléctricas, haciendo mas rápida su propagación: de muchas mas fidelidad y pureza al sonido con menores potencias y menores aéreas de cubrimiento, ero de muchas mas calidad.

Es así que cada persona posee un aparato y escucha la emisora que se ajuste a sus gustos y necesidades. La industria del sonido diversifica su producción, la tecnifica y amplia y ofrece un mejor producto. Los aparatos receptores toman una serie de características, con varios servicios. En un mismo receptor se puede tener las diferentes variables de la radio, como: A.M., ondas largas, media y corta, F.M., etc.

1.2 EVOLUCIÓN DE LA RADIO

Los primeros ensayos de radiodifusión en América Latina se lograron a nivel de equipos pequeños, tanto en su alcance como en su recepción. Su manejo técnico y su empleo era sólo de algunas personas, que mas lo hacían por pasatiempo con las características propia de lo que hoy se la conoce como radiofónicas., pero la radiodifusión fue tomando cuerpo y, con escasos recursos técnicos y conocimientos empíricos.

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



La radio y su desarrollo se hace sentir frente a otros medios y, en especial a la prensa. la información radial cobra vida con servicios informativos especializados, periodistas experimentados que descubren en la radio una nueva fuente de trabajo de mejores ingresos y mayores halagos por todo lo que va en ella como lo es; dinamismo, rapidez e intensidad.

Pero también en Latinoamérica la radio tiene participación activa y determinante en la vida social y política de los pueblos, no solo desde el punto de vista informático,, sino como agente incitador de la perturbación y el desorden, en el año 1948, en Bogotá, Colombia, a raíz de la muerte del líder político. Jorge Eliecer Gaitán, esto permitió revisar y establecer normas jurídicas, acordes con la importancia y significación de este medio de comunicación, la programación de las emisoras y su técnica han sido un avance preponderante a partir de 1950. Se montan equipos emisores y receptores de mayor calidad y efectividad.

La radio ha tenido un terreno abonado para su próspero crecimiento, y la competencia de otros medios como la televisión, no le ha restado importancia mas bien le han dado fuerza por ser la radio una forma práctica y sencilla de brindar información, diversión y cultura.

1.3 LA RADIO COMO MEDIO DE DIFUSIÓN EN EL ECUADOR Y EN LA CIUDAD DE CUENCA.

La historia de la radio en nuestro país y por ende en la ciudad de Cuenca, ha ido creciendo o evolucionando a medida que ha transcurrido el tiempo poniéndose a la par con la humanidad y adaptándose a las necesidades de las personas, es por ello que han surgido buenos programas y a su vez destacados profesionales de la radio en nuestra ciudad, de esta manera he creído conveniente destacar información importante de personajes por decirlo así de la radio, quienes en base a su profesionalismo y sobre todo ética periodística están en la capacidad de hacerlo.

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



Se ha tomado como ejemplo uno de los programas de nuestra ciudad para resaltar los inicios de la radio sobre todo en Cuenca y la evolución del mismo resaltando así, que se pueden lograr programas de calidad con personas especializadas, quienes hacen de la radio su vida sobre todo basándose en la ética profesional, factor importante para iniciar cualquier proyecto en la vida.

A continuación una síntesis de los eventos que marcaron la radio en Ecuador y el mundo del texto de Fernando Ortiz Vizuete.

Historia de la Radio en Ecuador:

"1929. El ingeniero Carlos Cordovez Borja, profesional ecuatoriano formado en la universidad norteamericana de YALE fue el encargado de construir, entre otros valiosos aportes para la radiodifusión mundial, los equipos necesarios con los que el 13 de junio de 1929 empieza a funcionar desde una antigua bodega de una fábrica textil la primera emisora ecuatoriana: **Radio El Prado** en la ciudad de Riobamba.

"Las emisiones se producían a través de un transistor de 25W en transformador y 5 vatios en antena que operaba en 60 metros. Las emisiones se realizaban de 21 a 23 horas durante varios días por 5 horas diarias. Para entonces no existían leyes que regularan la radiodifusión actual únicamente se establecía una identificación; así por ejemplo a Sudamérica se le designaba la letra S y al Ecuador la letra E, por lo que en una primera instancia Radio el Prado utilizó la sigla SE1FG hasta que se le designaron las actuales HC."

En 1939 Radio El Prado realizó sus últimas transmisiones cuando sus propietarios deciden radicarse en los Estados Unidos.

1931 El 25 de diciembre de 1931 Quito tiene la primera señal de radio, HCJB la Voz de los Andes. Los pastores evangélicos propietarios de la emisora logran un permiso de operación por 25 años otorgado por el Presidente de la República Dr. Isidro Ayora.

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



La concesión de la frecuencia se realizó a favor de la Confederación Mundial de Iglesias Evangélicas representada por la World Radio Misional Fellow Ship. En el año de 1932 HCJB realiza una venta de radio receptores que tenían una característica peculiar, estaban presintonizados y únicamente tenían la frecuencia de HCJB.nnn

1935 Pocos años después, en la ciudad de Guayaquil, el profesional alemán Juan Behr promueve que Diario El Telégrafo ponga al aire una emisora que llevaría el mismo nombre de la versión impresa **Radio El Telégrafo** en 1935.

1938 Las primeras emisiones de radio en Cuenca fueron emitidas desde un transmisor de 50 vatios de potencia instalado en la casona la señora Hortensia Mata. Estas transmisiones ya tenían horarios y responsables de la programación que incluía presentaciones de artistas ante un amplio salón con participación del público.

Antes, un grupo que se denominó "Club de compañeros", había emitido señales electrónicas adaptando un micrófono a una radiola. Más tarde fue utilizado un pequeño transmisor ensamblado en una caja de madera de 40 centímetros de alto provisto de un micrófono de carbón. Este equipo fue propiedad de Juan Eljuri y quienes hicieron posible las emisiones de radio fueron Alejandro Orellana Solano y José Justiniano Espinoza. (No hay referencia de la fecha exacta, debió ser la década de los años 30)

En 1940 aparece en la capital de los Ecuatorianos **Radio Quito** radioemisora perteneciente a los propietarios de Diario El Comercio.

1949.- El 12 de febrero se pone al aire la versión radiofónica de "La guerra de los mundos" de Orson Wells a través de la señal de Radio Quito. Esto provocó el pánico entre los quiteños, quienes una vez anunciado el mensaje, que se trataba de una obra de ficción, reaccionaron indignados contra la radioemisora. Una turba enfurecida por el "engaño" provocó un incendio de las instalaciones de radio Quito y Diario El Comercio, ambos medios ubicados en las calles Chile y Benalcázar.

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



1949.- La primera emisora que funcionó en Ambato fue radio *La Voz del Progreso*, que surge luego del terremoto del 5 de agosto de 1949. Después esta emisora de onda corta se denominaría Radio Nacional Espejo, que perteneció a Gerardo Berborich propietario de la Cadena Amarillo Azul y Rojo (matriz en Quito). A través de estas ondas de cobertura nacional se transmitieron varias producciones radiofónicas de gran impacto para la época: "Kaliman", "Rayo de plata", "Porfirio Cadena, el ojo de vidrio". Además la programación de Radio Nacional Espejo de Ambato se caracterizó también por difundir historias creadas y dramatizadas en la propia estación con talentos nacionales como: Juan Francisco Felton, Carlos Navarrete, Jorge Pazmiño y Borja, Carlos Cortez (actual vicepresidente del CNE), Blanca Salazar.

1996 Empieza a funcionar el Consejo Nacional de Radio y Televisión (CONARTEL). Ente encargado mediante disposición contemplada en la Ley de Radiodifusión y Televisión de autorizar las concesiones y regular la operación de las frecuencias de radio y televisión en Ecuador.”²

A continuación destaco la siguiente información que a mi criterio me parece muy importante de Enrique Cardoso y Martha Cardoso F. sobre los inicios de la radio en Cuenca y el origen de la radio “LA VOZ DEL TOMBANBA”

De la investigación “la radiodifusión en el Azuay historia, influencia social” de Enrique Cardoso y Martha Cardoso F., se toman estos datos:³

Un grupo de jóvenes cuencanos entre los que se encuentran: los doctores Justiniano Espinoza, Tomas H. Quintanilla, Señores Carlos Joaquín Córdova, Humberto Ordoñez, Eugenio Vintimilla, Juan Eljuri chica, Gerardo Merchán tinoco, Alejandro Orellana Solano. Formaban el “Pals club” (“El Club de los Compañeros” ubicado en la casa de Doña Isabel Moscoso Jurado, situada en una de las calles que rodean al parque Calderón. Comienzan las primeras

²<http://fer-ortiz.lacocotelera.net/post/2009/05/29/historia-la-radio-fernando-ortiz-vizuite-mayo-2009>

³ MARTHA Cardoso “Historias de Radio ” pág. 10

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



“audiciones de radio” mediante un precario equipo con muchas deficiencias técnicas. Algo más que una radiola con un micrófono instalado.

¿En qué consistían esas” audiciones de radio”? En mensajes personalizados para la gente que se paraba en el parque a escucharlos, con canciones interpretadas por el Señor Juan Eljuri y el grupo del club, grabaciones musicales de la época impresas en disco de carbón. Se trataba de “audiciones eléctricas”, porque no utilizaban el espacio o las Ondas Hertzianas, por lo tanto no se trataba de “transmisiones electrónicas”. Pero esta curiosa transmisión resulto el aliciente que motivo la inquietud en el pueblo azuayo para la instalación casi inmediata del primer y rudimentario equipo transmisor que se denominara “La Voz del Tomebamba”.

Cuando fue entrevistado por los investigadores, el Señor Juan Eljuri ha afirmado ser el pionero de las audiciones de radio o audiciones eléctricas en la provincia del Azuay. Como presidente del grupo, proporciona una radiola SCOTTAL Club. De ahí emerge la necesidad de hacer algo más.

El primer equipo de la voz del Tomebamba

Fue un ciudadano guayaquileño, no se sabe su nombre el que obsequio al club de compañeros un pequeño equipo trasmisor. Había instalado radioemisoras en Quito, Guayaquil y Riobamba. El señor Juan Eljuri lo entrego al señor Alejandro Orellana Solano y al Doctor José Justiniano Espinoza, quienes se encargaron del logro técnico de la primera emisión.

Se trato de un pequeño aparato de transmisor de cuarenta centímetros de alto, cubierto con un armazón de madera, provisto de un micrófono de carbón, con una potencia de diez vatios (como la del más débil bombillo eléctrico). Con el lograron la primera transmisión de radiotelefonía sin hilos en el Azuay. Le dieron el nombre a la emisora de “La Voz del Tomebamba”.

Los primeros radioescuchas y las “caja de música” en Cuenca.

Sus familias cuencanas que vivían en el centro de la ciudad, son las primeras en adquirir radios receptores. A la hora de encenderse la luz se reunían

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



alrededor del aparato a escuchar las señales de radio.” Con un sesenta por ciento de rudo físico”, dice Juan Eljuri chica “solo los fanáticos de la radio podían entretenerse escuchando semejantes cosa”,. Estaba provisto de un alto parlante y válvulas amplificadoras, y adaptado a varias longitudes de onda. Todo acondicionado en una sola caja.

El grupo de amigos hacia lo que podía para mandar la señal hacia los pocos receptores de la ciudad. Todo nacido de su bohemia y pasión por la radio en sus comienzos.

Pero también la denominada “caja de música radiotelefónica “sirvió para captar emisoras del mundo en Onda corta: conciertos recitales conferencias, y mas tarde los sucesos de la segunda da guerra mundial. “... solamente con hacer girar una perilla o apretar un botón “, la “caja de música” captada emisoras de cualquier lugar del mundo. No había el congestionamiento d frecuencias en esos años. La radio ocupo su lugar en la vida de la colectividad azuaya en las primeras décadas del siglo XX.

1.4 INICIOS DE LA RADIO 96.1

De la investigación realizada sobre los inicios de la 96.1 se considero lo siguiente:

Ricardo Merchán Pacheco apasionado de la música del mundo de la comunicación a los 16 años ya laboraba en una emisora como locutor de noticias y deportes, poco apoco fue cosechando éxito y popularidad, el 7 de de diciembre de 1985 que junto a su hijo Fabián merchán y otros colaboradores deciden a manera de prueba sacar al aire a la 96.1 FM, claro que la tecnología con la que se inicio no era la mejor, en ese tiempo no se contaba con los recursos suficientes para adquirir equipos nuevos con el avance tecnológico de la época.

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



Simplemente contaban con un transmisor de 20 watos de potencia, y un equipo de sonido además se contaba con otros equipos como una consola, micrófono, monitor y un amplificador, los cuales se obtuvieron a manera de préstamo de parte del Sr. Jaime Orquera, dueño de Sonido Jaidisco Móvil

De esta forma se prende la aventura que no duro mucho, dos mese mas tarde este sueño se convirtió en sufrimiento ya que sufrió un desfase, pero gracias al esfuerzo no solo de Ricardo sino de todo un equipo se logró finalmente el 10 de abril del mismo por segunda vez al año y con equipos mas potentes, contaban con un transmisor de 800 Watios de potencia que cubría la ciudad y parroquias cercanas.

La señal era emitida desde su nueva casa que estaba ubicada en la calle Manuel Vega 11-58: desde este lugar, la 96.1 con una programación romántica y de noticias fue posesionándose en el gusto de lo oyentes, pero seria la música tropical la que le daría el éxito a este medio situándola en el año 87 en el primer lugar en los ratings de sintonía

De esta manera han venido generando una total preferencia, es así que están liderando por 13 años consecutivos y hoy por hoy a la 96-1.con que emite señal para todo el mundo.



II CAPITULO

PROGRAMACION RADIAL

2.1 Programación

La programación radiofónica es algo muy complejo desde mi punto de vista, si bien se involucran elementos como música, programas, publicidad etc. Todo esto va mucho más allá, el objetivo principal es llegar a realizar programas de calidad los cuales estén guiados a educar, informar y entretener.

Si bien es cierto hoy en día existen muchos programas de entretenimiento los cuales de acuerdo al perfil de la radio basan su programación y que de alguna manera se han mantenido un tiempo considerable y con buen rating pero que talvez no se esté cumpliendo con las características para tener una programación adecuada para sus oyentes. Hoy en día es necesario, importante y hasta urgente conocer que es programación radial, sus características, tipos y funciones etc., para lograr una buena programación. Todo esto con la finalidad de conocer si en nuestro medio se está cumpliendo con estas reglas, y los siguientes autores nos guían sobre esta temática

“Hacer radio es definir y producir cotidiana y sistemáticamente la programación que le da vida a una emisora y que, por tanto, alimenta un tipo de relación de comunicación con una audiencia determinada.”

LOPEZ VIGIL dice: “La radio no es celosa de su público como la televisión y la prensa, no la quiere para ella sola. La radio sabe que la gente tiene mil cosas que hacer y otras mil en que pensar. Ella está ahí, al lado de quien la llame, siempre disponible, nunca absorbente. Ningún medio de comunicación es más generoso que la radio”

En palabras de López Vigil significa también, responder a las preguntas “para qué y para quienes pensamos la programación? (...) y para quienes se diseña

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



porque la audiencia no es un todo homogéneo. No hay un público, sino muchos públicos.

2.2 La Programación Radiofónica

Cuando intentamos dilucidar lo que entendemos por programación de radio saltan a la vista distintas definiciones que reflejan similares consideraciones, como recogemos a continuación:

“Lo que sale al aire, lo que se produce en la radio, es lo que comúnmente conocemos como programación radiofónica” (LOPEZ, 1997: 466)

“la programación es el escaparate que constituye el contenido general e imagen que sale al aire y que determina al ser de la radio” (FIGUEROA, 1997: 386)

“El término programación en radio puede ser aplicado tanto al proceso de combinar varias unidades de entretenimiento y comerciales dentro de un programa completo en sí mismo, como también puede aplicarse a una distribución de tales unidades dentro de una secuencia de continuidad para un de la semana” (DE ANDA, 1997: 396)

“la programación radiofónica es la previsión de los programas que van a ser emitidos durante un tiempo determinado a través de una emisora de radio”(MUÑOZ Y GIL, 1994:66).

López Vigil define cuatro tipos básicos de programación:

- La total (de todo para todos);
- La segmentada (de todo para algunos);
- La especializado (de algo para algunos); y las llamadas radio formulas.

Cuando la radio opta por determinado perfil, opta por unos públicos y no por otros y al mismo tiempo decide si la programación será total o especializada, si se estructurará en mosaicos, bloques o continuo. “El estilo está relacionado directamente con el perfil de la emisora. ¿ Que vamos ofrecer al oyente?

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



¿Qué novedades, qué géneros y formatos desarrollaremos, tomando en cuenta lo que brinda la competencia y lo que demanda el público? ¿Cuáles son los ejes temáticos , transversales a toda la programación, que dan coherencia a la misma”.

2.3 EL ESCENARIO RADIOFONICO

El autor enfatiza que es interesante abordar el tema de la radio popular y educativa en América Latina en estos tiempos de la globalización de la economía y la cultura. Ante los nuevos escenarios comunicacionales que se viven y los que se avecinan, característicos de las sociedades de la información, que van marcando la tendencia general

El estudio del escenario radiofónico ofrece la oportunidad de crecimiento y comprensión del conjunto de la oferta radial: tipos de programas ofertados, horarios en que se distribuyen, conducciones o locuciones que presentan, estrategias de promoción, etc.

Si bien el avance tecnológico es muy importante y necesario, ya que nos ayuda a comunicarnos de la mejor manera, es también muy cierto que esto implica un mayor esfuerzo por parte de los productores o creadores de programas para lograr un buen programa con un formato, contenido y personal adecuado para el mismo.

2.4 LAS FUNCIONES Y TAREAS DE UNA PROGRAMACIÓN

El diseño de una programación es una labor sumamente importante, que amerita investigación, reflexión, discusión y acuerdo dentro de un equipo programador.

Para realizar un diseño de una programación es una tarea fuertemente importante

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



“la función de la programación está centrada en prestar un servicio diverso, respetuoso y dinámico a un público que ya no se conforma con la música de fondo y los programas pasivos que se originaron en la primera época de la frecuencia modulada. (..) El reto de la radio consiste en que un director de programas sea capaz de centrar su interés en el mundo del espectáculo y el de la información, que propicie nuevas alternativas de servicio a la sociedad y abra nuevos horizontes en el servicio al aire. Por ello no debe pasar inadvertido que el producto de una empresa radiofónica puede ser tan bueno como el hombre que propicia, supervisa y mejora su desarrollo y crecimiento programático” (FIGUEROA, 1997; 389).

“¿En torno a qué se origina la programación radiofónica? Puede ser que prevalezca el objetivo periodístico ¿y entonces hablamos de una radio informativa.

Puede ser que lo principal sea la música y el entretenimiento. O el género dramático, como ocurría con tantas emisoras de antes, donde los capítulos de las radios novelas se ´pisaban los talones unos a otros. Una programación puede definirse como participativa, y en función de esto diseñar sus espacios. O una radio feminista, que propone el enfoque de género como criterio organizador de su programación es lo que llamamos perfil de una radio se trata de la cara de la emisora, de su personalidad” (LOPEZ, 1997, 467 468).

“Distintas radios tienen, distintas, entonces, personalidades. Pero las radios, en general presentan características y potencialidades que les son comunes.

Ningún otro medio de comunicación colectiva tiene tantas posibilidades de utilizar el factor imaginal como la radio (...) La capacidad y sentido de intimidad que produce la radio es uno de sus privilegios; la facilidad de transmisión y de recepción, su riqueza. El costo por millar de la radio es proporcionalmente más bajo al de cualquier otro medio masivo (...) La radio es una fuente y manejable de entretenimiento y de información instantánea. Por su flexibilidad es capaz de adaptarse a cambios de programación más rápido que cualquier otro medio y propicia los libertad de actividades diversas sin interrumpir a la gente, cosa que no es común en otros medios masivos” (FIGUEROA), 1997: 389).

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



2.5 COMO INTERPRETAR UNA PROGRAMACION

“Para poder realizar una interpretación adecuada se ha considerado los siguientes textos de algunos autores”⁴

Hacer radio es definir y producir cotidiana y sistemáticamente la programación que le da vida a una emisora y que, por tanto, alimenta un tipo de relación de comunicación con una audiencia determinada. En palabras de López Vigil significa también, responder a las preguntas “para qué y para quienes pensamos la programación? (...) y para quienes se diseña .

Porque la audiencia no es un todo homogéneo. No hay un público, sino muchos públicos” (LOPEZ, 1997: 498).

Definir, entonces, el eje central de una emisora de radio, es aclarar:

“¿En torno a qué se origina la programación radiofónica? Puede ser que prevalezca el objetivo periodístico ¿y entonces hablamos de una radio informativa.

Puede ser que lo principal sea la música y el entretenimiento. O el género dramático, como ocurría con tantas emisoras de antes, donde los capítulos de las radios novelas se ípisaban los talones unos a otros. Una programación puede definirse como participativa, y en función de esto diseñar sus espacios. O una radio feminista, que propone el enfoque de género como criterio organizador de su programación es lo que llamamos perfil de una radio se trata de la cara de la emisora, de su personalidad” (LOPEZ, 1997, 467 468).”

⁴ <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999eag/59mara.htm>



2.6 PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO

En la ciudad de Cuenca existen un considerable número de programas de entretenimiento radiales, en diferentes horarios y con diferentes públicos, los cuales se diferencian uno de otros ya sea por el formato, contenido, perfil o estilo de la radio, tienen una programación variada, algunos ofrecen únicamente música, otros son más variados ofrecen música, tratan temas variados y hasta interactúan con sus oyentes, pero hay que destacar un punto importante y es el conocer si estos programas cumplen con las características fundamentales de la comunicación en este caso la radio, las cuales son Educar Informa y Entretener.

El autor dice: “Como lo hemos dicho la radio puede tener diferentes tipos de programas. Esto depende de los factores que incide en el medio en el que se desarrolla una emisora, la categoría en relación con la potencia de sus equipos, la filosofía de sus dueños o directores, la competencia, los hábitos y costumbres de la gente es y las necesidades propias de cada una de las diferentes circunstancias de tiempo ambiental, socioeconómico y aun geográfico.”

Como explicaba en alguna oportunidad, el estado normaliza los canales de radiodifusión y otorga las licencias de funcionamiento, para que cada emisora se dedique a algo en particular, dividiéndolas en oficiales, culturales y comerciales.

Tomaremos como ejemplo las:

EMISORAS COMERCIALES.- estas empresas son de carácter privado y explotan las frecuencias que el estado les arrienda, mediante concesiones especiales. Su principal y única fuente de ingresos es la publicidad y, por lo tanto, entran en el libre juego de la oferta y de la demanda en abierta competencia.

Estas emisoras se pueden dividir en dos: las de estructuración organizada y formal, que cuentan con numeroso equipo de personas a su servicio en las diferentes especialidades de la radio comunicación. Tienen programación

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



definida, basada en tres pilares fundamentales: la diversión, la información y la cultura.

Esta diversión o recreación se puede enmarcar en los programas musicales , las radionovelas, el humor,, los concursos , las presentaciones artísticas y los programas de variedades.

La información en todo lo referente a la noticia y su tratamiento, los noticieros, las radios revistas, los programas de opinión y de comentarios. Esta información puede ser de carácter político, social, deportivo, etc.

En cuanto a la cultura en las emisiones comerciales, podemos decir que es todo lo que se derive de las formas anteriores, sin tener un tratamiento específico, ni una dedicación especial.

El otro tipo de emisora la cual nos referimos, es la que basa su programación en el aspecto recreativo informal. Mas que todo en la difusión de la música. Estas emisoras son de menores costos de funcionamiento y, por ende, de poco personal a su servicio. Bastan cuatro locutores y cuatro operadores, con turnos de seis horas para cubrir una programación de 24 horas ya que, dicho sea de paso, las emisoras, hoy en día, trabajan en forma permanente y continua.

Estas emisora, lo que si requieren es una buena discoteca y un programador especializado. Conocedor de la música a la cual se dedique dicha radiodifusora. Son los que más abundan y esto las hace establecer su programación, dándole una línea musical que les identifique y las distinga, a fin de poder competir en el saturado ambiente de la radio –diversión.

Como bien sabemos, la radio es eminentemente un servicio y entre los que puede prestar, hay uno que se ha convertido en una necesidad yes, suministrar la hora cada vez que se pueda, la temperatura y el estado de tiempo: pero el más importante de los tres, es la hora.

Al pensar en una programación radial debemos pensar que la radio, a más de todos los servicios que presta, es, de por sí, una magnifica compañía y es la

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



voz del mundo a nuestro lado. Por eso, los oyentes esperan que, cuando algo importante ocurra, la radio lo informe y si es tal su trascendencia, le de todo tipo de detalles.

Las emisoras, así sean musicales, deben tener un servicio informativo: de lo contrario, dejarían de ser emisoras, para convertirse en simples equipos de sonido musical. Igualmente, deben preocuparse por servicios a la comunidad y que, aunque sea con el lenguaje de los locutores, con el buen manejo del idioma y con su estilo particular, se contribuya en algo a la cultura de sus oyentes.

Un aspecto que se descuida muy a menudo es la promoción a los programas, para motivar a los oyentes potenciales a que los escuchen y estén pendientes del día y la hora de emisión.

Siendo la radio un medio eminentemente promocional que se usa con fines comerciales y apara incentivar la venta de cualquier idea o producto, por qué no aprovecharlo para vender nuestros propias ideas? Para promover nuestros propios programas?

2.7 Perfil del locutor.

Es una persona apasionada que interactúa con sus radioescuchas desinteresadamente, permitiéndole ser parte de su vida cotidiana, impartiendo alegría mediante su programación y tratando de ayudar a la colectividad.

En nuestra sociedad ha ido creciendo considerablemente los locutores empíricos porque los dueños de los medios de comunicación no exigen el ser profesional, aunque algunos locutores se basan en que lo más importante es la práctica que la teoría, sin desmerecer la segunda.

Actualmente tanto en radio y televisión existen programas conducidos por personas sin algún profesionalismo y es muy notorio ver en el error que caen

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



continuamente, tanto en dicción, vocalización y el mas atropellado el lenguaje, siendo este ultimo en el que los locutores de los programas ya mencionados cometen errores garrafales.

Es por ello que a continuación se destaca los tipos de locutores y el rol que cumplen.

2.7.1. TIPOS DE LOCUTORES

Hablar en radio debe ser tan sencillo, claro y expresivo, que parezca siempre una improvisación, que le da la sensación de domino y de conocimiento, pero que a concienciase debe estar lo suficientemente preparados, “nada es improvisado en la vida, todo tiene una razón de ser”.⁵

Antes se pensaba que el locutor era polifacético; hacia de todo. Hoy en día, siendo ésta una autentica profesión, tiene sus especialidades.

Clasificación de locutores:

Comercial.- En su voz e interpretación, tiene fuerza vendedora, sus entonaciones so persuasivas y sugerentes.

Noticias.- es un excelente lector; lo hace con rapidez y ritmo sin perder la vocalización y la dicción, antes que leer la noticia la “cuenta” tiene convicción en sus entonaciones para darle veracidad a la información.

Animador.- Es el que le da la vida y color a un programa; debe tener una gran agilidad mental, una magnifica fluidez, un gran sentido del humor, debe manejar todas las situaciones desparpajo y soltura. Pero como es una de las formas más difícil por el trato directo con el público, se debe tener especial cuidado en el manejo de las diferentes circunstancias, ya que no se debe olvidar que “de lo sublime a lo ridículo, no hay más que un paso”.⁶

Ceremonias.- Un maestro del protocolo, buenas maneras de las buenas maneras de sobriedad y hasta de su presencia, dominio del público con elegancia y buenas maneras.

⁵ GARCIA Jimmy “la radio por dentro y por fuera” Pág. 199

⁶ GARCIA Jimmy “la radio por dentro y por fuera” pág. 199

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



Narrador.- Es un verdadero actor, su voz debe ser descriptiva para hacer sentir y vivir las situaciones que relata.

Comentarista.- La persona que comenta sobre un determinado aspecto es porque lo conoce y lo domina

Actor.- Todas las actividades del locutor conllevan de por sí, a una actuación, esta especialidad tiene una característica especial, que es la de encarnar un determinado personaje, requiere dominio en el arte de la actuación, sobre todo en radio donde la voz es fundamental.

Cabina.- Es casi siempre el primer peldaño en el escalafón de los locutores, es el encargado de la cabina de locución en una emisora, realiza programas musicales, lee boletines informativos, coordina transmisiones a control remoto, a veces animador, y en muchos casos comentarista, todo esto en forma transitoria y por la fuerza de las circunstancias.

Landa discos.- Es una persona que tiene un amplio conocimiento sobre el desarrollo discográfico en una varias manifestaciones de la música. Debe gozar de una gran honestidad, imparcialidad y objetividad, ya que es el orientador del oyente en materia musical.

2.8 LENGUAJE

El lenguaje es un conjunto de códigos que nos sirven para comunicarnos, y no solo pueden ser verbales sino también gestuales.

Para que exista una buena comunicación se debe saber emitir un mensaje, el cual debe ser captado por nuestro oyente de una manera sencilla.

“La ley del menos esfuerzo. En todos los seres humanos hay una tendencia natural a conseguir las cosas con el mínimo esfuerzo posible. Si algo nos demanda excesivo esfuerzo, renunciamos a ello; preferimos otra cosa más fácil: preferimos otra cosa más fácil: es la ley de la economía de energía, o del

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



menor esfuerzo. Por supuesto, esta ley opera en el proceso de la comunicación”.⁷

El lenguaje; la “ley del menor esfuerzo “

En realidad, si nos observamos bien, descubrimos que no tenemos un solo código verbal, sino varios. Uno es el lenguaje común y corriente que hablamos todos los días y que utilizamos en nuestra relación cotidiana para comunicarnos con los demás.

En segundo lugar, tenemos el lenguaje “culto”, selecto, más amplio y elaborado, que empleamos, por ejemplo, cuando escribimos un artículo o debemos pronunciar un discurso en público. Y, somos profesionales, tenemos aun un tercer código; el lenguaje especializado y complejo, el vocabulario técnico de nuestra profesión.

El primer código lo entiendo casi todo el mundo. El segundo, ya es medio corriente. El tercero sólo está al alcance de unos pocos, es casi un lenguaje críptico o cifrado reservado a los iniciados.

El comunicador-educador debe ubicarse en otra óptica cuando escribe para radio; tener siempre presente que en la base misma de la comunicación esta la adecuación de su código al del destinatario. “A fin de que pueda transmitir el significado correcto. El mensaje debe elaborarse mediante el uso de signos que sean comunes a las experiencias del emisor y el perceptor” (Schramm).

Esto no quiere decir que no podamos y no debemos introducir términos nuevos para el oyente; muchas veces ellos son insustituibles, imprescindibles. La comunicación educativa debe tender a ampliar el código verbal del educando, a incorporar palabras nuevas y conceptos nuevos, porque ello enriquecerá su l

“la palabra es el instrumento del pensamiento y un vocabulario más rico implica la posibilidad de un pensamiento más complejo”⁸

⁷ KAPLUN Mario “Producción de Programas de Radio” pág. 84

⁸ KAPLUN Mario “Producción de Programas de Radio ” pág. 83

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



Mario kaplún dice: El lenguaje educativo y el lenguaje literario. Los educadores comunicadores, como por ejemplo Beltrán (op.cit.), critican el error de confundir educación y literatura. Además, como él observa, es bien frecuente en nuestros países la tendencia al lenguaje recargado y retórico. Se rinde culto en demasía a “la expresión florida”; se admira a ese orador que “habla tan bien”, aunque no se le entienda. Nuestra tarea es de otro tipo, a nosotros no nos importa en primer término la belleza de la forma sino la funcionalidad de nuestro mensaje; no escribimos o hablamos por radio hablando o buscando nuestro propio lucimiento, para que nos admiren por los artificios de nuestra expresión, sino para cumplir un cometido. Esto no quiere decir que la comunicación educativa deba ser “fea”; pero no debemos olvidar que nuestra primera precaución no es de orden estético sino de orden formativo.

Por otra parte, belleza y sencillez no son incompatibles ni mucho menos. Se pueden lograr programas buenos, de calidad, con elementos y palabras simples y populares.

El valor del habla popular. Finalmente es preciso modificar, o mejor aun ampliar, la forma clásica en que la preceptiva de la comunicación suele plantear esta cuestión de los códigos lingüísticos. Se insiste en que el comunicador debe prescindir de los términos poco usuales con los que nos expresamos en lenguaje culto.

Esto es cierto: pero es solo parte de la cuestión. Para escribir para radio, no se trata solo de reducir voluntariamente nuestro propio código, sino también y aun en mayor medida, de aprender el código popular y de adquirir de escribir y expresarnos en ese código.

Si por un lado eso significa eliminar vocablos y expresiones, significa también incorporar muchos otros que no utilizamos habitualmente en el lenguaje escrito. se trata de penetrar en el idioma del pueblo; de conocer en toda su riqueza y adoptar su lenguaje, que tiene su sabor, sus expresiones graficas, su sabiduría , su hondura; que está cargado de experiencia. De vida. A veces un breve dicho popular dice más que un largo párrafo “culto” lo que perdemos con

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



la renuncia a los términos académicos quizá lo compensemos con lo que ganamos con calidad expresividad comunicativa.

Mario kaplún en síntesis nos dice que: la cuestión de los códigos verbales no se agota diciendo que debemos adaptar nuestro código al del destinatario; implica también que, al menos en cierta medida, debemos adoptar el código de la comunidad a la que nos dirigimos.

En su libro “Radio la mayor pantalla del mundo”, Walter Alves escribe: “uno debe oír lo que escribe y sentir cual es el peso sonoro de nuestras palabras para le oyente”

La voz humana es rica y persuasiva, capaz de conducir todo tipo de mensajes.

Antes de la radio y de la imprenta, antes de los medios audiovisuales la voz lo comunicaba todo. Ahora la voz no ha perdido tampoco su poder de comunicación.

Hoy la voz humana se ha enriquecido con un nuevo elemento antes muy poco accesible, la de asociarse simultáneamente a la música y a efectos ambientales. Pensemos que no era posible escuchar en toda su riqueza la melodía “un claro de luna” en campo abierto en media de la noche, mezclándose con los sonidos de los grillos y los animales silvestres. Ni fue factible la voz firme y fuerte de un líder de una nación en medio de los estragos de los cañones en un buque de la guerra en acción. Estas nuevas combinaciones efectuadas por la electrónica han enriquecido el lenguaje. Y, por lo mismo, la comunicación humana.

El hombre de radio, en que englobamos al escritor, al productor, al locutor o intérprete debe conocer y estar convencido de la fuerza y de la riqueza de la voz humana para utilizar todas las capacidades de generar mensajes. En la voz humana además de las palabras encontramos expresiones: risas, suspiros, sollozos, balbuceos, etc., que a su vez expresan mensaje. Estas expresiones debemos manejarlas y utilizarlas.

Jimmy García en su libro la radio por dentro y por fuera (pág. 166,169) indica:

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



Para que el maneja la palabra, el hecho de que un grupo de personas le escuchen tiene tanta importancia y significación, como para que el que sabe del campo, que le regalen un pedazo de tierra.

Porque de o uno y de lo otro se pueden sacar los mejores frutos, igualmente se puede desaprovechar y volver estéril lo que en principios fue fértil y bondadoso.

El lenguaje de la radio debe tener un contenido claro, simple y concreto que cuente y exprese realidades, que no se pierda en los malabares del estilo o en la vaguedad de la retorica. Debe ser el fruto de la experiencia, que sea común a todos los niveles de razonamiento, producto de las motivaciones y de la imaginación que, creadora, sea sencilla.



III CAPITULO

3. 1 ANALISIS DEL CONTENIDO

Antes de iniciar con el registro del programa he creído conveniente realizar una pequeña síntesis de la historia del programa apoyada en una entrevista realizada al creador y conductor del programa “Terapia Intensiva”.

HISTORIA DEL PROGRAMA “Terapia Intensiva”

Jorge Patricio Cóndor Guamán creador del programa “Terapia Intensiva” en la Radio 96.1FM,

A sus 35 años es Empresario Artístico, Locutor, Radiodifusor y Realizador de diferentes spots en diferentes radios y en todas partes del Ecuador.

Viene de familia de cantantes, desde niño le gustaba la música inicio de DJ en el colegio, y ahí cuando empezó con su carrera de locución.

La idea de crear un programa de Entretenimiento nace hace 8 años, cuando decidió junto a dos amigos iniciar el programa “los tres locos más buscados” en la radio génesis, siendo el primer escalón para iniciar con su carrera en la locución en diferentes radios, más conocido en el medio como JC Patricio.

Luego de algún tiempo decide empezar un nuevo proyecto en la radio Mega con el programa el “Manicomio de la Tarde”.

Sus inicios en el Mundo de la Radio

Actualmente conduce el programa “Terapia Intensiva” en la radio 96.1fm. en el horario de 14h00-18h00 durante 2 años consecutivos.

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



Considera que su programa no es musical, que sigue un mismo formato, dice que un programa fuera de lo normal, que se sale de sus casillas pero con respeto, no cayendo en lo ridículo o siendo un programa vulgar.

El nombre del programa lo dice todo, lo compara como cuando una persona está en una terapia, o en una rehabilitación, es ahí cuando su programa cumple la función de entretener y sacarlos del estrés y de la tristeza, para eso está el programa para darle una terapia intensiva, distrayéndolos con las locuras, tonteras, que se habla en este programa.

El objetivo del programa a su criterio es, entretener, informar y educar, mediante sus bromas y dramatizaciones sobre diferentes temas como: drogas y alcohol, a los cuales los realiza con la ayuda de su compañero Patricio Ramírez, luego expone una moraleja con esto se pretende hacer reflexionar a las personas en especial a los juventud.

A pesar de que no es monedita de oro para todos ya que algunas personas lo catalogan como un locutor gritón, ridículo y hasta vulgar, pero él está contento de con lo que hace y por ello tiene el rating que hoy en día lo caracteriza y no estuviera al aire durante 8 años en la radio.

Su slogan es “A tu peor No dile un mejor Si”. Considera que es el mejor acompañante en los momentos tristes, caso contrario no tendría en sintonía a más de cinco mil personas cada tarde, y sin contar con las 7 mil visitas diarias en el internet.

Su icono a seguir fue el comediante David Reinoso, de ahí surgió la idea de ser imitador de voces, y lo ha hecho con personajes de la Ciudad de Cuenca.

La radio para el Sr Jorge Patricio es un Joby, pero de eso ha hecho su forma de vida, se ha capacitado en diferentes cursos de locución, ya que considera que la práctica es lo más importante. Piensa que el estudio está en primer lugar, pero si no tiene practica, esta arando en el mar, el ha empezado con la práctica, más que la teórica.

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



En su futuro piensa estudiar periodismo y llegar a ser un periodista de prensa o de televisión.

Las experiencias positivas negativas

Muchas experiencias positivas, la que me llena de orgullo es que el programa salió ganador en el año 2009 como el mejor Programa Tropical y este humilde servidor como el mejor locutor en los premios Kevin Kevin y una mala experiencia pues es cuando se tiene problemas como todo ser humano pero se tiene que seguir con el programa, la calamidad domestica es actualmente una de mis peores experiencias negativas, pero debo seguir con el programa, y brindar alegría y no tristeza.

Mi fuerte es el pueblo de la media baja, pero los de la media alta ósea los añiñados también me escuchan, destacó que: la juventud es un público muy importante porque ellos ven en mi un amigo, un acompañante que no simplemente pone una canción o presenta la hora y listo, sino mi originalidad es lo que les atrae, pongo la música que a los ellos les gusta ya que cuento con uno de los mejores dj de la ciudad, incluso haciendo éxito algunas canciones y lo cual a los juventud les gusta mucho.

3.2 Registro del programa

Para proceder a realzar un registro del programa se creyó conveniente hacer un seguimiento de algunos días del programa “Terapia Intensiva” lo cual destaco a continuación:

El programa cuenta con 3 personas, el conductor o animador Jorge Patricio Córdor (JC.Patricio), Patricio Ramírez compañero de locución (El pato Ramírez) y Andrés Orellana (dj del programa).

El programa inicia a las 14h00, es el locutor en este caso JC patricio quien da la bienvenida a los radioescuchas a su programa entre bromas y risas da por iniciado el programa, luego de esto emite la hora y realiza algunas cuñas comerciales, posteriormente da paso a su compañero que de igual manera se

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



presenta y también pasa unas cuñas y finalmente se presenta el dj, luego JC patricio retoma nuevamente la conducción y empieza a invitar a sus oyentes para que lo llamen y entablar una platica al aire, dice el numero al que pueden llamar y cuando recibe un contacto al aire emite una frase que es; terapia intensiva y la persona que esta al otro lado de la línea debe responder “hasta las patas contigo”, y así sucesivamente lo hace con algunos contactos, luego de conversar con sus oyentes que son entre jóvenes de colegio y personas adultas empieza con sus bromas, risas y hasta una que otra palabra de doble sentido, y luego va al corte comercial.

Al regreso del corte comercial. Inicia con música de fondo, y con su compañero hablan de algún tema o algo gracioso, es así que nuevamente invitan a sus oyentes a llamar y que realicen sus peticiones de la música que deseen escuchar o saludar a sus amigos, es así que ofrecen regresar con la música favorita de sus oyentes, antes de eso realizan las cuñas para posteriormente regresar con la música solicitada.

Al regreso del corte comercial inician con los saludos que internamente recogieron y también los saludos de la página web, ya que el programa como lo dice su conductor es escuchado en algunos países.

En algunos días o fechas especiales en este caso el Mundial, regalan camisetas a quienes concursan diciendo el pronóstico del partido, pero también lo hacen en fechas especiales como el día de la Madre o del Padre etc.

Dependiendo del día realizan algunos segmentos como: Cachos y Caldos y el famoso segmento “Imaginándote” estos segmentos son de preferencia de sus oyentes porque aquí pueden expresarse libremente y se puede observar que no hay censura y a mas de esto pueden ganar premios, y en el segmento Imaginándote es donde el oyente debe realizar una dramatización o como dice el locutor seguirme la corriente, es notorio ver que el tema a imaginarse o

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



dramatizar por lo general es de infidelidad y de sexo, la escena por decirlo así empieza con el locutor y el oyente le sigue la escena.

Es así que pasan las cuatro horas del programa entre bromas, risas, plática entre los conductores y sus oyentes, luego al culminar el programa se despiden cada uno y el conductor invita a que los escuchen nuevamente al día siguiente.

3.3 ENTREVISTA REALIZADA A TRES OYENTES

Se procedió a realizar tres entrevistas a estudiantes de diferentes Colegios con el objetivo de conocer el porque les gusta escuchar este programa, conocer de alguna manera cual es la preferencia por el mismo.

A continuación transcribo las entrevistas.

Entrevistado: María José Flores

Edad 15 años

Colegio: Dominicano

1. ESCUCHA EL PROGRAMA TERAPIA INTENSIVA?

Si, lo escucho

2. PORQUE LE GUSTA ESCUCHAR LE PROGRAMA TERAPIA INTENSIVA?

Porque es diferente a los demás, porque nos ayuda en temas que estamos confundidos como jóvenes.

3. QUE LE HACE DIFERENTE AL PROGRAMA TERAPIA INTENSIVA DE OTROS?

Como ya te dije ese programa es para jóvenes, no como otros programas son para adultos es mas de respeto, aquí te hace sentir en confianza es

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



como estar hablando con un amigo, y tiene el segmento de cachos, y el imaginándote y te divierte

4. QUE LE ATRAE MAS DEL PROGRAMA? LA MÚSICA, EL LOCUTOR, LOS TEMAS, CONCURSOS ETC.

Los concursos llamas y te ganas premios, te hace reír más cuando esta triste.

5. LE PARECE BIEN LA FORMA EN LA QUE CONDUCE EL PROGRAMA EL LOCUTOR JC PATRICIO Y SUS COMPAÑEROS

Si, porque con ellos te pasas el goce y como te digo es como estar como compañeros, solo pasas riéndote por sus frases es como nuestro idioma.

6. EN EL FUTURO LE GUSTARÍA TENER UN PROGRAMA DE ENTRETENIMIENTO, O SIMILAR AL PROGRAMA TERAPIA INTENSIVA?

Si, si me gustaría y así estar con mis amigos, hacer reír a la gente, porque JC es siempre es divertido, nos ayuda cuando estamos mal, si me gustaría conoceríamos amigos por teléfono y nos pasaríamos divertidos.



Nombre Xavier Carrión

Edad 15 años

Colegio Benigno Malo

1. ESCUCHA EL PROGRAMA TERAPIA INTENSIVA?

SI,

2. PORQUE LE GUSTA ESCUCHAR LE PROGRAMA TERAPIA INTENSIVA?

Porque este programa se dedica a los jóvenes y los conductores se expresan como jóvenes, podemos expresarnos libremente y podemos confiar en ellos, y también nos siguen la corriente con sus bromas

3. QUE LE HACE DIFERENTE AL PROGRAMA TERAPIA INTENSIVA DE OTROS?

Es que no es un programa típico de llamadas, hay segmentos de chistes, es mas dedicados a los jóvenes, y también tratan temas tabús ya que en nuestra casa no podemos conversar y con el si.

4. QUE LE ATRAE MAS DEL PROGRAMA? LA MÚSICA, EL LOCUTOR, LOS TEMAS, CONCURSOS ETC.

La música porque le ponen al gusto de cada quien y el locutor porque es fuera de lo normal, habla libremente y los demás también.

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



5. Le Parece Bien La Forma En La Que Conduce El Programa El Locutor JC Patricio Y Sus Compañeros

Si porque Habla diferente si pelos en la lengua y los demás también.

6. EN EL FUTURO LE GUSTARÍA TENER UN PROGRAMA DE ENTRETENIMIENTO, O SIMILAR AL PROGRAMA TERAPIA INTENSIVA?

Si me gustaría porque es un programa diferente a los demás, porque deja expresarse libremente, es uno de los más divertidos, y te pasas un momento chévere mediante las llamadas.

Nombre; patricio Álvarez

Edad 15 años

Colegio; Manuel j calle

1. ESCUCHA EL PROGRAMA TERAPIA INTENSIVA?

Si

2. PORQUE LE GUSTA ESCUCHAR LE PROGRAMA TERAPIA INTENSIVA?

Porque es divertido cuando vamos en el bus con mis amigos nos hace reír y hacemos la chacota

3. QUE LE HACE DIFERENTE AL PROGRAMA TERAPIA INTENSIVA DE OTROS?

Para mi el locutor es el goce, habla lo que sea, así payasadas y nadie le dice anda es chévere.

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



4. QUE LE ATRAE MAS DEL PROGRAMA? LA MÚSICA, EL LOCUTOR, LOS TEMAS, CONCURSOS ETC.

La música en especial, cuando llamo me pone la música rapidísimo y las llamadas porque me divierto mucho.

5. LE PARECE BIEN LA FORMA EN LA QUE CONDUCE EL PROGRAMA EL LOCUTOR JC PATRICIO Y SUS COMPAÑEROS

Si, porque es divertido hace chacota es bien loco y habla lo que se le de la gana.

6. EN EL FUTURO LE GUSTARÍA TENER UN PROGRAMA DE ENTRETENIMIENTO, O SIMILAR AL PROGRAMA TERAPIA INTENSIVA?

Si, porque yo podría decir todo lo que se me ocurra, sin temor a nada, es decir sin reglas, porque así les gustarían a la mayoría d mis amigos, por eso me gustaría estudiar comunicación para lograr tener un programa así como terapia intensiva.



INTERPRETACIÓN DE LAS ENTREVISTAS

Los alumnos contestaron de la siguiente manera y coincidieron así:

1.- Escucha el programa terapia intensiva?
Los estudiantes si escuchan el programa
2.- Porque le gusta escuchar le programa Terapia Intensiva?
Escuchan, porque es divertido, dedicado a los jóvenes
3.- Que le hace diferente al programa Terapia Intensiva de otros?
La manera de ser del locutor
4,- Que le atrae más del programa? la música, el locutor, los temas, concursos etc.
Les gusta la música, las llamadas, conocer personas
5.- Le parece bien la forma en la que conduce el programa el locutor JC Patricio y sus compañeros?
Les gusta porque es divertido y habla lo que sea.
6.- En el futuro le gustaría tener un programa de entretenimiento, o similar al programa terapia intensiva?
Les gustaría para poderse expresarse libremente, y divertirse.



Conclusiones de las Entrevistas

A mi criterio personal de acuerdo a las entrevistas realizadas coinciden en algo, y es la afinidad que tienen con el locutor, es decir les gusta su forma de ser y algo muy importante les gusta el programa, porque a razón de ellos no tiene reglas y aquí se pueden expresar sin temor a nada.

Esto es algo preocupante a mi manera de ver las cosas ya que ellos están de alguna manera equivocados en cuanto a saber discernir lo bueno de lo malo por llamarlo así, es conocimiento de todas las personas que un programa de entretenimiento tiene como finalidad “entretener” pero no caer en lo vulgar o ridículo y mucho mas si se trata de un publico joven.

En base al estudio que se realizó de algunos programas, se puede observar los atropellos al lenguaje, e incluso el irrespeto al publico para mi es preocupante pero al parecer esto a los radioescuchas no les importa mucho y mas a la juventud, por solo el hecho de poder llamar pedir la música o mandar mensajes y mas aun ponerse a reírse de las cosas que dice el conductor, sin saber valorar la información que reciben constantemente.

3.4 Entrevista realizada a Expertos

Entrevistado: Lcda. Martha Cardoso

Maestra de la Universidad Estatal de Cuenca

1.- CUAL ES PAPEL FUNDAMENTAL QUE CUMPLEN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN ESTE CASO LA RADIO EN LA CIUDAD DE CUENCA?

Tendría que decir habiendo escuchado y sabiendo que es lo que están haciendo cada una de las emisoras, pero podría decir que algunas emisoras que conozco, incluso la que trabajo cumplen un papel educativo cien por ciento a través de la información de la noticia de carácter científico, yo creo que debe

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



cumplir la radio, sobre todo porque esa es la línea de Pablo Freire, tiene que ser netamente educativa incluso distrayendo, tiene que educar a la gente, elevar los valores, elevar la calidad, la categoría moral de los seres humanos a través de mensajes buenos, elevados, mensajes de fondo, concienzudos, a través de mensajes educativos de cualquier índole porque lo **bueno y lo malo** educa, pero lo bueno educativo, eso debería ser el papel de la radio.

2.- CUÁLES SON LAS CARACTERÍSTICAS QUE DEBERÍA CUMPLIR UN PROGRAMA DE ENTRETENIMIENTO?

Un programa de entretenimiento no se libre precisamente de cumplir un carácter educativo, por ejemplo: se puede decir ese rato “tome tal trago que les emborracha más bonito”, está educando y eso está muy malo. Todo educa, Un programa de Entretenimiento tiene que ser ameno, de lo más agradable, mostrar todas facetas que necesita el ser humano, de la alegría de la vida, brindar un momento de relax, soez, de reposo, distracción, agradable, a la vez, que esta educándolo. El ser humano se acostumbra a este tipo de mensajes de fondo, el **periodista** de radio debe ser un ser humano de mucha profundidad, de muchos conocimientos, de mucha técnica de conocimiento del medio radio.

3.- DE LOS PROGRAMAS D ENTRETENIMIENTO ACTUALES USTED CREE QUE CUMPLEN LAS TRES CARACTERÍSTICAS FUNDAMENTALES DE LA COMUNICACIÓN, INFORMAR EDUCAR Y ENTRETENER?

Claro que sí, hay muchos programas, yo le podría decir que hay programas de Rock maravillosos, en donde usted se puede educar, porque vamos encerrarnos entre cuatro paredes y decir solo esta música es la nuestra, dé ninguna manera podemos conocer el mundo entero el planeta entero, y más aun ahora que tenemos que estar abiertos a todas las expresiones artísticas, por ejemplo a través del rock se educa se conoce bastante, saber cuando nació el pop, por ejemplo como motivo a los atores auténticos a que hagan esa

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



música, que fue precisamente con un fondo social muy arraigado a una nueva forma revolucionaria de captar el planeta en ese entonces.

4.- QUE OPINA SOBRE LOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO EN EL CUAL SU PÚBLICO ES EL JUVENIL PERO NO EDUCA?

No escuchado ese tipo de programa, porque la verdad me siento mal, la radio no debería dejar caer en manos de gente incapaz, la radio tiene que estar en manos de la gente más capaz, más pulida, más estudiada, de la gente profunda que conoce la Comunicación y los peligros que esto alberga a la Comunicación Colectiva

5.- COMO MAESTRA Y CONOCEDOR DE LA MATERIA DE RADIO CUAL SERÍA SU CONSEJO PARA LOS NUEVOS PROFESIONALES QUE DESEEN TENER UN PROGRAMA DE ESTA ÍNDOLE?

Que no digan ni una sola palabra sin haberlo estudiado, pensado, meditado, estudiado, que no digan una sola letra, que todo debe estar muy bien preparado para radio, ***la radio no es para la improvisación de cualquiera.***

Entrevistado: Lcdo. Hugo Guillermo

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



MAESTRO DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE LA CIUDAD CUENCA

1.- CUÁL ES EL PAPEL FUNDAMENTAL QUE CUMPLEN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN ESTE CASO LA RADIO EN LA CIUDAD DE CUENCA?.

Bueno el papel es **Informar**, **Educar** y **Entretener**, todos los medios de comunicación y sobre todo la radio están enfocados en eso, es decir, les dan una frecuencia para que cumplan con esas especificaciones entretener, educar e informar tres cosas importantes, ahora quien lo hace mejor su trabajo eso ya depende de las personas de quien o quienes escuchan tal emisora o canal televisivo.

2.- DE LAS CARACTERÍSTICAS QUE NOS ACABA DE MENCIONAR USTED CREE QUE ALGÚN PROGRAMA DE ENTRETENIMIENTO CUMPLE CON ESTO.

Es bien difícil, si vamos a la parte informativa, varios si cumplen pero en la parte educacional dejamos mucho que desear, es decir no hay programas hechos para radio o televisión que sean los mejores, o que nos lleven quizás algún análisis algún criterio formado, sobre todo podemos poner ejemplos a nivel nacional como HCJB que maneja bien los programas los que se produce ahí. Ahora escucho la Radio Pública que maneja buenos programas pero que quizá no le está dando la importancia la gente, son esporádicos programas.

En la parte de entretenimiento ahí se está haciendo un entretenimiento, talvez mediocre como que nos estamos acostumbrado a esa **mediocridad**, pero es parte de entretenimiento lo estamos haciendo mal, pesimamente mal, no lo pienso yo, pensamos mucho quienes trabajamos en radio y televisión, que esa parte del entretenimiento lo estamos tomando muy a la ligera la palabra de entretener y estamos utilizando ese término o esa terminología en base a irresponsabilidad, en base a irrespeto , en base a utilizar en un vocablo **no adecuado** para la gente, quizá esas son las falencias que tenemos y nos estamos olvidando, que entretener no ese eso, es otra cosa muy diferente.

Se puede hacer un buen programa, que este adecuado a nuestro entorno a nuestro contexto, no podemos por ejemplo disculpe la palabra, porque yo me

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



el mono cuando no soy mono si soy serrano, porque me hago el español cuando mi entorno no es así, me refiero al dialecto.

3.- CUÁL ES SU PUNTO DE VISTA AL SABER QUE EL PÚBLICO JUVENIL ES EL QUE MÁS ESCUCHA ESTE TIPO DE PROGRAMAS?

A mí criterio me parece que hay tres elementos aquí:

El primero: Es la falta de profesionalismo del director o directores de ese medio, falta de conocimiento es decir poco les importa los oyentes.

Segundo: Lo que a ellos les interesa es que la Radio así diga piedras, estupideces, perdón por las expresiones que estoy utilizando lo que les interesa es el dinero y la publicidad.

Tercero: No les importa quién trabaje detrás el micrófono puede que sea una persona preparado o puede que no esté preparado de la mejor manera.

Cuarto: Aquí tienen la culpa quien o quienes escuchan el programa quizá no tiene un criterio formado como usted, como yo, como otras personas, que preferimos otras cosas diferentes, pienso que son ***cuatro cosas que hay que someterlas a juicios de valor.***

4.- USTED HA ESCUCHADO EL PROGRAMA TERAPIA INTENSIVA?

Lo escuchado una sola vez, porque participe en un concurso que premiaron a lo mejor del año, en el Instituto Tecnológico Superior Kevin, este instituto obviamente premia "la calidad" pero se premio ahí a lo que más se escuchaba en ese entonces, este programa a mi no me gusta pero como usted dice a los jóvenes le encanta, quizás les gusta las bromas, la forma como locutar, la forma burlona de llegar a la gente, esa pesadez su forma de ser irrespetuoso, esa cosas les gusta a la gente, yo si destaque eso, pero igual se los premio porque eso escucha la gente., pero ay que destacar que fue premiado entre los programas "***populares***" porque si ponemos un programas entre los noticiosos serán otros, entre los programas de rock, pop, baladas etc. Se los premio por ser el mejor programa popular en las tardes.

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



5.- DESDE SU PUNTO DE VISTA CREE QUE EL PROGRAMA SEA EDUCATIVO O SIMPLEMENTE CUMPLE EL ROL D ENTRETENER?

No educa para nada, me deja muchas dudas, de que eduquen, en que parte podemos es decir educar, más bien veo no veo la **patanería**, grosedad, palabras con contenido fuerte, burlas sexuales incluso de doble sentido, esas cosas no creo que eduquen. Lo otro es simplemente como que el señor se adapto a lo que la gente quiere escuchar lamentablemente, aquí valdría la pena hacer una comparación por ejemplo "la Nueva Ley de Comunicación está diciendo que los medios de comunicación tengan su propio programa o hagan sus programa con producción nacional en radio y en televisión, pero aquí no se está viendo la calidad, debe haber un organismo que censure las cosas **feas y malas**, que se está produciendo en la televisión nacional y en la radio ni se diga, eso no está educando para nada..

6.- COMO PROFESOR Y CONOCEDOR DE LA MATERIA EN ESTE CASO LA RADIO CUAL SERÍA EL CONSEJO PARA LOS NUEVOS PROFESIONALES QUE DESEEN TENER UN PROGRAMA DE ESTA ÍNDOLE?

Es bien difícil, yo podría aconsejar que se debería tratar de **Informar, Educar** y **Entretener** de la mejor manera, siendo **educado, culto, respetuoso**, manejando un buen léxico radial, un buen contexto, un buen discurso radiofónico, ponerse en los zapatos del otro es decir la empatía, si es que algo no me gusta, tampoco les va gustar a mis oyentes, si lo digo mal o lo pronuncio mal o me burlo voy a esperar de mis oyentes que me van a reclamar, sin embargo a las personas que estamos analizando no les importa nada absolutamente, lo único que les importa son ellos, su entorno, su contexto nada más.

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



Conclusiones de las entrevistas de los profesionales

Se ha llegado a la conclusión de acuerdo a las respuestas o puntos de vista por parte de los profesionales, quienes aportaron en base a su conocimiento y profesionalismo en Radio. **“Que la Radio es un instrumento de Comunicación”**, el cual debe ser utilizado de la mejor manera, basándose en tres características fundamentales Informar, Educar y Entretener sin caer en el vulgarismo o ridículo.



CONCLUSIONES

Luego de una breve investigación detallada de lo que es la influencia de los mensajes implícitos del programa radial en la estación de la 96.1 FM, en el programa terapia Intensiva, por el creador del programa JC Patricio se ha llegado a las siguientes conclusiones:

La radio es una forma de comunicación, es la transformación del esquema natural del ser humano, por lo que afirmamos que la radio y sus programaciones en todas sus formas generan una ideología de comportamientos, transformando todos los principios que antes de su existencia rigieron la vida de los seres humanos.

En realidad la programación mediante la trasmisión de los mensajes trastoca sentimientos, actitudes y comportamientos que las personas aceptan y adoptan a sus vidas.

En la ciudad de Cuenca y sus alrededores podemos observar un sin número de sintonías que se escuchan en diferentes hogares, lugares de trabajos, medios de transportes en el cual se sintonizan la radio. A los jóvenes entrevistados aceptaron que les agrada escuchar la radio por su programación que se ha convertido en una costumbre. Hablando sobre el locutor manifestaron que les proyectan alegría y se identifican con las ideas originales que emite el animador.

Mediante el trabajo de campo se demostró que mediante una entrevista realizada en un porcentaje elevado de los jóvenes acogieron favorablemente a este programa radial dando una simpatía entre el locutor y el preceptor.

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



Muchos de los mensajes emitidos por la radio llegan tener su efecto en la forma de actuar de los jóvenes que así lo afirmaron de manera directa en la entrevista realizada.

De igual manera es evidente que el programa “terapia Intensiva” se proyecta diariamente contagiar la alegría y por ende atraer como un gancho comercial a los perceptores por los diferentes anuncios comerciales que se emiten diariamente.

Por lo que el los perceptores se convierte en el blanco de la publicidad radial que se emiten diariamente, que los perceptores terminan siendo persuadidos.

Nuestras afirmaciones no son más que la descripción de la realidad, del convivir diario de una sociedad infiltrada en el consumo ilimitado, pues se nos vende ideas, símbolos, gestos y posturas, envolviéndonos con una facilidad asombrosa de consumismo. Dando lugar a que los medios de comunicación se trasformen diariamente mostrando nuevas formas de impacto hacia los perceptores.



RECOMENDACIONES

Los hábitos de consumo en la Ciudad están mal encaminados, por lo que es importante cambiar, de tal manera que si los mensajes emitidos por este Programa radial son un gancho comercial, que atrae a una gran parte de la audiencia Cuencana, este debe ayudar a fomentar buenos hábitos de consumo, en sus principales agentes consumidores y de esta manera extender a las demás personas. Para ello debe comenzar por la formación de los locutores, como base para comprender y entender los mensajes que se emiten por este medio de Comunicación más popular de la Ciudad; con la educación en el uso y recepción de los mensajes, ya que queramos o no las radios son parte consustancial de nuestra vida, es por esto que es necesario aprender o convivir con ella de una forma inteligente y racional.

Hacemos un llamado a todas las personas que están al frente de los medios de comunicación que existan personas que proyecten y trasmitan mensajes que formen a la juventud para así aportan en el desarrollo de nuestra sociedad. Sin embargo se debe reconocer que el trabajo que realiza el locutor de este medio de comunicación lo interpreta de manera directa las cosas sin pensar que estos mensajes puedan lastimar susceptibilidades ajenas al caso.

Estamos consientes que los anuncios publicitarios comerciales son los principales sustentos económicos para la existencia de las radios, es por ello, que se recomienda que se lo realicen de la mejor manera posible. Sin herir sentidos de susceptibilidad

Se debe concienciar a nivel local y nacional, que el dinero no es todo en la vida es importante pero no indispensable, el sistema capitalista de hoy en día se ha encargado, que lo primordial sea el aspecto económico, dejando en un segundo plano los valores humanos. Pues no debemos olvidar nuestros valores y bienestar hacia el prójimo, para que de esta manera se pueda vivir en un equilibrio en la sociedad actualidad.

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXOS

CD

AUTORA:

SANDRA MOROCHO



UNIVERSIDAD DE CUENCA

BIBLIOGRAFIA

Kaplun Mario, Producción de programas de Radio primera Edición junio 1978

García Jimmy, La Radio por dentro y por fuera primera Edición Agosto de 1980

Cardoso Martha, Historias de Radio, Universidad de Cuenca, 2009 300 paginas

BIBLIOTECA VIRTUAL

<http://fer-ortiz.lacocelera.net/post/2009/05/29/historia-la-radio-fernando-ortiz-vizuite-mayo-2009>

<http://www.ull.es/publicaciones/publicaciones/latina>

AUTORA:

SANDRA MOROCHO