



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación

Carrera de Comunicación Social

**Análisis del lenguaje radiofónico en el programa de entretenimiento Terapia
Intensiva de Radio La Mega en Cuenca.**

Trabajo de graduación previo a obtención del Título
de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social
Periodismo y Comunicación Digital

Autores:

Wilson David Chuchuca Loja

C.I: 010604869-7

w.davidchuchuca@gmail.com

Nancy Gabriela Jimbo García

C.I: 015055124-0

gabriela.jimbogarcia@gmail.com

Directora:

Lic. Victoria Eugenia Washima Zhunio. Mgt.

010185492-5

Cuenca - Ecuador

27 de Julio de 2020



RESUMEN

El objetivo de este trabajo es analizar el lenguaje radiofónico del programa Terapia Intensiva, transmitido por radio la Mega 103.3 FM en Cuenca. El análisis se lo realizó a partir de la noción de situación comunicativa, que no se limitó únicamente a las características del lenguaje radiofónico: la palabra, los efectos de sonido, la música y el silencio, sino que englobó otros aspectos y factores extralingüísticos que influyen tanto en la producción del programa como en la recepción por parte de la audiencia. El enfoque de la investigación es cualitativo, y se enmarcó en el campo teórico-metodológico de la etnografía del habla. El corpus seleccionado corresponde a cinco segmentos del programa, los mismos que fueron analizados a través del método Speaking, que al decir de este modelo permitió un estudio integral de la situación comunicativa así como una descripción explicativa e interpretativa del lenguaje utilizado en el programa radial. Los resultados mostraron las particulares características del habla utilizada en el programa, y que responden a una intencionalidad y a un contexto sociocultural específico, que lo acercan a otros productos de comunicación masivos y populares de nuestro medio.

Palabras claves: radio, entretenimiento, etnografía del habla, método Speaking.



ABSTRACT

The objective of this work is to analyze the radio language of the Terapia Intensiva program, transmitted by radio Mega 103.3 FM in Cuenca. The analysis is carried out based on the notion of communicative situation, which is not limited to the characteristics of the radio language: speech, sound effects, music and silence, but encompasses other aspects and factors that influence both, the production of the program as at the reception by the audience. The research approach is qualitative, and is framed in the theoretical-methodological field of speech ethnography. The selected body corresponds to five segments of the program, the same ones that were analyzed through the Speaking method that allow us to make an explanatory and interpretive description of the language used in the radio program. The results specify the particular characteristics of speech in the program, and that respond to a specific sociocultural intentionality and context, which may bring us closer to other mass and popular communication products in our medium.

Keywords: radio, entertainment, speech ethnography, Speaking method.



ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	2
ABSTRACT.....	3
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	4
ÍNDICE DE FIGURAS	6
ÍNDICE DE TABLAS	6
CLÁUSULA DE LICENCIA Y AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL ...	7
CLÁUSULA DE PROPIEDAD INTELECTUAL	9
DEDICATORIA	11
AGRADECIMIENTO	12
INTRODUCCIÓN.....	14
CAPITULO I	16
1.1. La comunicación humana	16
1.2. Comunicación e información	18
1.3. Componentes de la comunicación.....	19
1.4. El lenguaje como instrumento de la comunicación	23
1.5. La comunicación de masas: función de los medios	25
1.6. Los medios de comunicación masiva.....	27
1.7. La radio como medio de comunicación: función social	28
1.8. El lenguaje radiofónico	29
1.8.1. ELEMENTOS DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO	34
La palabra	34
La Música.....	35
Los efectos sonoros	37
El silencio.....	38
CAPÍTULO II	41
2.1. La Radio: Orígenes y procesos, breve panorámica	41
2.2. Primer Radio del Mundo.....	43
2.3. Llegada de la radio a Ecuador: Radio París	43
2.4. Historia de la Radio en Cuenca	44
2.5. Historia de Radio La mega 103.3 Fm.	45
2.6. Programación de Radio La Mega	47
2.7. Programa de entretenimiento: Terapia intensiva.....	48
2.8. Marco Legal: Ley Orgánica de Comunicación: Regulación de Contenidos	49



2.9.	CORDICOM: Reglamento Franjas horarias	51
2.10.	Importancia del Entretenimiento en la Radio.....	52
2.11.	Resultados de estudio de preferencias de las radios en Cuenca	53
CAPÍTULO III		54
3.1.	Categorías y unidades de análisis de la Etnografía del habla	56
3.1.2.	Mapa de interrelación: unidades de análisis del programa Terapia Intensiva	61
3.2.	El modelo Speaking	62
3.3.	Componentes del Modelo:	62
3.4.	Otras categorías de análisis	64
3.4.1.	El registro	64
3.4.2.	Niveles de la lengua	65
3.5.	Metodología	66
3.6.	Recolección de Información	67
3.7.	Instrumentos de investigación	69
CAPÍTULO IV		71
4.1.	Aplicación del Método Speaking	71
4.2.	Registro y descripción del Corpus.....	71
4.3.	Aplicación método Speaking	86
4.3.1.	Escena y Escenario.....	86
4.3.2.	Participantes.....	87
4.3.3.	Fines: propósitos-metas y resultados.	88
4.3.4.	Forma del mensaje	89
4.3.5.	Contenido del mensaje.....	93
4.3.6.	Clave	94
4.3.7.	Canal e instrumentos.....	94
4.3.8.	Normativa social y legal.....	96
4.3.9.	Normas de interacción	97
4.3.10.	Género.....	99
CONCLUSIONES		101
BIBLIOGRAFÍA.....		103
Bibliografía		103
ANEXOS:		106



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 : Resultados de programación y contenidos 2018 – CORDICOM.	53
Figura 2: Estudio de Ranking de oyentes realizado por empresa Mercados y Proyectos 2017.	53
Figura 3: Estudio sobre preferencia de radios en Cuenca Empresa Mercados y Proyectos 2017.....	54
Figura 4 : Captura de pantalla de la red social Facebook de Radio la Mega	75
Figura 5 : Captura de pantalla de comentarios en la red social Facebook de Radio la Mega.	76

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Registro de los eventos comunicativos	58
Tabla 2: Segmento El Caíste	72
Tabla 3: Segmento Pepe Le Pew.....	76
Tabla 4: Segmento Metete al Papel	79
Tabla 5: Jueves de Cachos y Caldos	81
Tabla 6: Segmento Los 30 del Despecho	83
Tabla 7: Fragmento de actos de habla registrados en el segmento Caíste	89
Tabla 8: Tópicos del programa Terapia Intensiva según su segmentación	93
Tabla 9: Actos de habla del Segmento Metete al papel	98
Tabla 10: Transcripción completa del segmento: Caíste	106
Tabla 11: Transcripción completa del Segmento: Pepe Le we	112
Tabla 12: Transcripción completa del segmento: Metete en el Personaje	117
Tabla 13: Transcripción completa del segmento: Cachos y Caldos.....	120
Tabla 14: Transcripción completa del segmento: Los 30 del Despecho	122



Universidad de Cuenca

CLÁUSULA DE LICENCIA Y AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Wilson David Chuchuca Loja en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Análisis del lenguaje radiofónico en el programa de entretenimiento Terapia Intensiva de Radio La Mega en Cuenca.", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 27 de Julio de 2020

Wilson David Chuchuca Loja

C.I: 010604869-7



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Nancy Gabriela Jimbo García, en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Análisis del uso del lenguaje radiofónico del programa terapia intensiva de radio La Mega 103.3 fm en Cuenca.", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 27 de julio de 2020.

Nancy Gabriela Jimbo García

C.I.: 0150551240



Universidad de Cuenca

CLÁUSULA DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Cláusula de Propiedad Intelectual

Wilson David Chuchuca Loja, autor del trabajo de titulación "Análisis del lenguaje radiofónico en el programa de entretenimiento Terapia Intensiva de Radio La Mega en Cuenca.", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, 27 de Julio de 2020

Wilson David Chuchuca Loja

C.I: 010604869-7



Cláusula de Propiedad Intelectual

Yo, Nancy Gabriela Jimbo García, autora del trabajo de titulación "Análisis del uso del Lenguaje Radiofónico del programa Terapia Intensiva de Radio La Mega 103.3 Fm En Cuenca.", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 27 de julio de 2020.

Nancy Gabriela Jimbo García

C.I: 0150551240



Universidad de Cuenca

DEDICATORIA

¿Crees que algún día llegaré a ser alguien grande? le pregunté a mi madre, “hijo tú ya eres grande” respondió ella. Por eso y más, este logro se lo dedico a esa hermosa mujer, Zoila Loja, quien a pesar de su fuerte enfermedad me dio todo lo que necesitaba para que yo pudiera cumplir este sueño.

David Chuchuca L.



Universidad de Cuenca

AGRADECIMIENTO

...No voy a abandonarte sin cumplir lo que te he prometido. (Génesis 28:15).

A Dios mi eterno agradecimiento por darme un propósito por el cual vivir, las fuerzas para no rendirme, el don para comunicar e inspirar a otros y sobre todo por sostenerme a lo largo de este camino que aunque ha sido difícil, esta es la evidencia que sus promesas un día se cumplen.

A mis padres por confiar en mí, por ser la inspiración y apoyo en todo tiempo, porque me permitieron llegar más lejos de donde ellos llegaron, sus consejos fueron la guía en mi camino y la fuerza para no rendirme. A mi prometida Dayana Guillen por ser la persona que me ha ayudado a llegar hasta aquí, por su apoyo incondicional y por sus consejos que fueron mi sostén para no renunciar a lo que quiero.

Un agradecimiento especial a nuestra Tutora, Mag. Eugenia Washima por todo el apoyo y tiempo brindado a lo largo de este trabajo.

David Chuchuca L.



Universidad de Cuenca

AGRADECIMIENTO

Quiero empezar agradeciendo a Dios y a la vida por permitirme gozar de este nuevo logro junto a mi familia y a mis seres queridos.

Y por el apoyo incondicional, el cariño, su confianza en mí y la paciencia que me han manifestado en esta larga trayectoria, quiero agradecer infinitamente a mis padres quienes han sido el pilar fundamental no solo en mi carrera universitaria sino también en cada momento de mi vida.

También quiero extender mi agradecimiento a nuestra tutora, Mag. Eugenia Washima quien ha sido nuestra mentora y guía en la ardua investigación de este proyecto, así como también a mi compañero Wilson David, con quien conjuntamente hemos logrado romper los obstáculos para alcanzar una misma meta.

Gabriela Jimbo G.



INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de titulación se analiza el lenguaje radiofónico utilizado en el programa Terapia Intensiva, transmitido en radio la Mega 103.3 FM en Cuenca, tomando en consideración no solamente los cuatro elementos de dicho lenguaje: la palabra, los efectos de sonido, la música y el silencio, sino también el contexto sociocultural en el que el programa es producido y receptado por la audiencia.

El enfoque de la investigación es cualitativo, y se enmarca en el campo teórico-metodológico de la Sociolingüística en general, y particularmente de la etnografía del habla, a través de un modelo de análisis denominado método Speaking. El corpus seleccionado corresponde a cinco segmentos del programa radial mencionado, y el alcance del estudio fue descriptivo e interpretativo.

Por lo general cuando se estudian los mensajes que los medios de comunicación difunden se recurre al análisis del discurso o contenido, sin embargo, esta investigación no centró su atención solamente en lo que se dice, sino en la forma en que se emite un mensaje, que siempre responde también a una intencionalidad, que en este caso es captar la atención del público a través del entretenimiento y la recompensa. ¿Por qué se dice algo de cierta forma y no de otra?, ¿qué factores intervienen en la recepción favorable del público? De esta manera, el propósito de esta investigación fue caracterizar y comprender el particular uso del lenguaje radiofónico aplicado en el programa seleccionado y la relación que dicho lenguaje tiene con su audiencia. Por otra parte, el análisis permitió aplicar un nuevo enfoque sobre el contenido y el lenguaje utilizado en los programas de entretenimiento emitidos en radios de la ciudad y dio algunas pautas para comprender por qué estas formas de hablar o estilos son socialmente aceptados por una determinada comunidad de habla.



Universidad de Cuenca

El trabajo empieza con una revisión de los principales fundamentos teóricos de la comunicación, con énfasis en la comunicación radial en donde se ubica nuestra investigación. En un segundo capítulo se describe el objeto de estudio, sus características y las razones por las que se seleccionó este programa de entretenimiento. La metodología aplicada en esta investigación se explica de manera detallada en el tercer capítulo, en el que se da a conocer los fundamentos teóricos y metodológicos de la etnografía del habla, así como la aplicación del método Speaking, estableciendo también las diferentes técnicas e instrumentos utilizados para el estudio. Finalmente, en el último capítulo se aplica la metodología antes mencionada y se describen los resultados y hallazgos encontrados, para luego interpretarlos y llegar a las conclusiones generales de la investigación.

Finalmente, consideramos que esta investigación puede constituir un aporte para otros estudios que emprendan estudiantes o profesionales de la comunicación en el análisis de otros programas radiales desde la relación entre el lenguaje y su contexto sociocultural.



CAPITULO I

Fundamentos de la Comunicación

1.1.La comunicación humana

La comunicación es una actividad innata del ser humano, quien desde sus orígenes ha encontrado diferentes maneras de relacionarse con sus semejantes y su entorno. Roberto Pascual (2006) sostiene que: “La comunicación es consustancial a nuestra especie y es una cualidad que ha favorecido nuestra supervivencia y nuestra perpetuación en la mayor parte de los ecosistemas del planeta”. Mientras que los animales carecen de raciocinio, esta es una capacidad propia de los seres humanos. En este sentido el individuo se diferencia de otros seres vivos por la habilidad de poder comunicarse con los demás a través de signos y símbolos creados intencionalmente.

Sin embargo, Sarah Trenholm afirma que “el hecho de que el estudio de la comunicación haya existido por años, no significa que entendamos bien la comunicación” (Citado en: West & Turner, 2005, pág. 4). El término comunicación puede ser comprendido desde diferentes perspectivas; por ello, intentar proponer un concepto concreto puede resultar una tarea muy compleja. No obstante, para tener una idea más puntual podemos remitirnos al origen del término comunicación que etimológicamente proviene del latín *communicare*, cuyo significado se interpreta como compartir o poner en común algo con alguien. (Anolli, 2012, pág. 24)

Desde ese principio y a lo largo del tiempo, se han propuesto diversas definiciones de lo que comprende la comunicación. De hecho, para el presente estudio propondremos algunas de esas nociones para comprender el proceso comunicativo. En una primera definición propuesta por Berelson y Steiner en 1964, sostienen que: “El acto o proceso que generalmente se llama *comunicación* consiste en la transmisión de informaciones, ideas, emociones, habilidades, etc.,



mediante el empleo de signos y palabras” (Citado en: Kaplún, 2002, pág. 55). No obstante, como lo señala Mario Kaplún, la verdadera comunicación:

... No está dada por un emisor que habla y un receptor que escucha, sino por dos o más seres o comunidades humanas que intercambian y comparten experiencias, conocimientos, sentimientos, aunque sea a distancia a través de medios artificiales. A través de ese proceso de intercambio los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria. (pág.58)

Víctor M. Niño (2003) sugiere también que existen dos formas de comprender la comunicación. La primera corresponde a la transferencia de información de un punto a otro a través de un medio, concibiendo a la comunicación como el hecho de transmitir información o emitir un mensaje, sin obtener una respuesta o retroalimentación por parte del receptor (pág.4); dentro de este contexto se puede mencionar uno de los primeros modelos de comunicación lineal propuesto por Shannon y Weaver en 1948, el cual habla de un proceso comunicativo basado en la disciplina de la cibernética, en la emisión de la información entre máquinas y no desde una perspectiva social humana; a este modelo se lo reconoce como la Teoría de la Información.

Un segundo enfoque es el de una comunicación bidireccional o dialógica, que mira a la comunicación como un proceso de intercambio y no solo de información sino de otros aspectos de la vida humana y su entorno social, en donde existe reciprocidad y participación, es decir, un modelo circular. De allí que Víctor M. Niño (2003) sostiene que: “Comunicarse es el acto de hacer circular, compartir o intercambiar, por algún medio, experiencias (conocimientos, opiniones, actitudes, emociones, deseos, requerimientos, etcétera) entre dos o más personas, con un propósito particular, y en situaciones reales de la vida humana”. (pág. 4)

La gran diferencia entre las dos perspectivas de comunicación presentadas por Niño radica en aspectos como la interacción, reciprocidad y respuesta, es allí justamente donde se traza una



dicotomía entre informar o comunicar algo. Aunque ambos términos podrían entenderse como similares, existe una disimilitud representativa entre los dos, aunque al final también una correlación entre los mismos.

1.2. Comunicación e información

La información puede ser concebida como "...Conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que le sirvan como guía de su acción." (Paoli, 1983, pág. 11). La información se trata entonces de conocimientos que adquirimos o emitimos. En cuanto a la comunicación, los teóricos que hemos mencionado anteriormente coinciden en que se trata de un proceso en donde se pone en común algo. Paoli (1983) afirma que comunicación denota: "...el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado.". La diferencia radica en que la información no demanda poner en común algo mientras que el proceso de comunicación sí lo hace.



1.3. Componentes de la comunicación

Desde un esquema tradicional basado en modelos básicos de comunicación se ha implantado la idea de un proceso que establece la función y relación de un emisor – receptor que comparten un mensaje el cual viaja a través de un canal para ser descodificado y posteriormente producirse una respuesta o retroalimentación. No obstante, atribuir al acto comunicativo estos únicos componentes como menciona Daniel Prieto (1985) “lleva a reducir la riqueza de una situación comunicativa, ya que no permite leer adecuadamente algo fundamental, el contexto en que se mueven emisores y receptores” (pág.71). Al mencionar el contexto, Prieto se refiere puntualmente a dos aspectos esenciales, formación social y marco de referencia. Estos componentes nos remiten a una idea mucho más amplia de la comunicación, mirando a esta no como un proceso de los medios hacia las audiencias sino como un proceso social y humano.

Acerca de la *formación social*, Daniel Prieto (1990) manifiesta que “esta expresión alude a la manera en que en un determinado país se articulan las instancias económicas, políticas e ideológicas, dentro de un modo de producción dominante y de las relaciones sociales de él derivadas.” (pág. 103). Es decir, el ser humano produce e interpreta un mensaje en torno a la sociedad que le rodea, siendo uno de los elementos fundamentales de dicha sociedad la cultura en la que son formados.

La formación social es un factor externo que influye en el individuo dentro del entorno en que se desenvuelve, pero también existen las concepciones personales de cada ser humano y su diferente modo de pensar con relación a lo que le rodea, es allí donde toma parte lo que Prieto (1990) denomina como *marco de referencia*, refiriéndose a las acciones de nuestra vida cotidiana, a los conocimientos y experiencias que tenemos como seres humanos o mejor dicho a aquellas percepciones inmediatas y propias que una persona tiene frente a un mensaje. (pág. 74).



Por otra parte, desde un enfoque difusionista de los medios de comunicación masiva, se puede entender al *emisor* como alguien que produce y emite un mensaje, pero esta idea solo acepta a un ente que informa algo en un determinado tiempo y sin obtener una interacción con el receptor. Ahora bien, para comprender de mejor manera la funcionalidad del emisor, haremos alusión primero a la definición de *emitir*, que según Daniel Prieto (1990) “significa ofrecer de modo permanente rasgos culturales, a través de las palabras, de los gestos, de la vestimenta, del modo de caminar, de los objetos, de los espacios” (pág.78). Esta noción establece claramente a un emisor que todo el tiempo comunica algo a través de diferentes signos y a partir de los cuales recibe una respuesta. De igual modo, Watzlawick (1991), uno de los principales autores de la Teoría de la Comunicación Humana coincidió años atrás con el pensamiento de Prieto en cuanto a un emisor que todo el tiempo comunica algo, al proponer en uno de sus ya conocidos axiomas “la imposibilidad de no comunicar”, refiriéndose a que todo comportamiento es comunicación. (pág. 29)

Así mismo y como lo señala Víctor M. Niño (2003), “la idea de un emisor implica necesariamente aceptar la existencia de un destinatario – persona o personas- a quien se dirige el mensaje” (pág. 7). De este modo nos referimos al llamado receptor, a quien se le atribuye la acción de recibir el mensaje en el proceso de comunicación. No obstante, el receptor ha sido visto por los medios masivos como un ente pasivo, víctima de la influencia de sus mensajes, pero en el entorno social la realidad es otra, alguien que recibe un mensaje también produce otro mensaje y entonces la interacción en el acto comunicativo es posible y real.

Así surge un término interesante, el de *Perceptor*, el mismo que es justificado por Daniel Prieto (1985), quien afirma que “la percepción consiste en una extracción de información de la propia realidad para orientar la conducta” (pág. 8). La percepción del mensaje se convierte en una acción permanente al igual que la emisión, en una interpretación de los mensajes a partir del



conocimiento propio de cada persona. El individuo no recibe, sino que *percibe* un mensaje y como lo manifiesta Prieto Castillo (1990) “lo hace a través de sus creencias, de sus deseos, de sus experiencias, de sus estereotipos”.

Anteriormente ya hemos mencionado al “mensaje” como el componente clave compartido entre el emisor y receptor. Desde una perspectiva lógica el mensaje es el contenido que le da sentido al proceso comunicativo, la información que nace desde un emisor (aunque no siempre bajo una determinada intención comunicativa) para ser posteriormente interpretada por el receptor, quien le da un significado a ese mensaje, poniéndose en juego otros componentes de la comunicación a los que hemos hecho referencia. El mensaje es el contenido o, dicho de otra forma, todo aquello que comunica algo. Daniel Prieto (1990) hace una referencia amplia acerca del mensaje, afirmando que:

“Un mensaje es un signo o conjunto de signos (tomada esta palabra en sentido amplio: signos verbales, gestuales, objetuales, espaciales...) capaz de significar algo a alguien, sea en el sentido referencial (determinada información sobre determinado tema) o en el sentido estético (el placer, la atracción, o también el rechazo, que ejercen las formas visuales y sonoras)” (pág. 89).

Ahora bien, si el mensaje es un conjunto de signos, el código es el elemento que permite que dos o más personas comprendan y compartan esos signos. Víctor Niño (2003) sugiere que el código “equivale a hacer referencia a los principios o leyes que presiden el uso de un determinado tipo de signos” (pág. 8). El lenguaje es un ejemplo claro de lo que a un código se refiere, pues si dos personas se comunican a través de un mismo lenguaje, podrán comprenderse mutuamente y la comunicación será significativa para ambos. En adición, el código se refiere a la estructura que regula la utilización de determinados signos, tal como lo defiende Daniel Prieto (1990):



En el campo de la comunicación el concepto de código se aplica inicialmente para aludir a las reglas de elaboración y combinación de los signos de un lenguaje. Las reglas no son igual que lenguaje, permiten que este se construya, que podamos entendernos y comunicarnos. (p. 77)

Pero el código es un sistema en el que están inmersos tanto el emisor como el receptor, “por lo tanto, un código constituye un conjunto de obligaciones de elaborar y combinar de una forma determinada los elementos de un lenguaje, y a la vez significa un conjunto de obligaciones de interpretación.” (Prieto, 1990, p.77). En otras palabras, el código establece la manera o el modo de comunicar un mensaje.

La eficacia del proceso comunicativo radica en la correcta utilización del código. Si bien un mensaje se origina en una fuente emisora, el acto comunicativo puede ser considerado eficaz solo si este es descifrado correctamente por el receptor, es decir que el proceso tiene su complejidad. La comunicación es exitosa si y solo si el contenido del mensaje transmitido por el emisor es descodificado e interpretado por el receptor, quien percibe dicho mensaje desde su experiencia propia y con referencia a algún aspecto del mundo. (Niño, 2003, pág. 10)

El mensaje es emitido bajo un código definido, a través de lo que se conoce como canal hasta llegar a un receptor y ser descodificado. Víctor Niño (2003) afirma que el canal: “Es el medio físico ambiental que impresiona los sentidos del receptor en forma de señal, haciendo posible la transmisión y la correspondiente recepción del mensaje” (pág.10). Al hablar de comunicación masiva en cambio este canal está representado por los medios, tal como Prieto (1990) lo confirma: “Los medios son aquellos instrumentos a través de los cuales se hace llegar un mensaje a un receptor”. También el autor adiciona los recursos “en el sentido de lo que hace falta para poder manejar un medio”. (pág.88). Es entonces el canal es el camino por el cual se



conduce el mensaje; existen diferentes canales como por ejemplo la radio en cuyo medio es posible la emisión de un mensaje gracias a las llamadas ondas hercianas.

Por último, pero no menos importante, tenemos al referente, al cual Víctor Niño (2003) lo cataloga como el mundo referencial afirmando que este hace relación a un “mundo real o posible sobre el cual se construye significado, se asocian las experiencias y se produce la comunicación”. (pág. 11)

1.4. El lenguaje como instrumento de la comunicación

El lenguaje es una capacidad y una destreza inherente de la especie humana la cual permite la expresión del pensamiento y la exteriorización de los sentimientos, deseos y afectos, permitiendo así la apropiación, representación y simbolización de la realidad compleja en la que vivimos; cabe recalcar que el lenguaje es una capacidad universal que tienen todos los seres humanos independientemente de sus especificidades étnicas u organizaciones socioculturales. Para María del Carmen Ugalde, en su trabajo “El lenguaje: caracterización de sus formas fundamentales, 1989”, el lenguaje es un sistema de signos que utiliza el ser humano básicamente para comunicarse, el mismo que se adquiere en condiciones naturales. Este sistema de signos se expresa mediante el sonido (signos articulados) o por medios gráficos (escritura). Ugalde clasifica a los usos del lenguaje: en código oral y código escrito, dando por sentado que el código oral es el primero en adquirirse mediante la adaptación de los sonidos. “El niño primero aprende la forma oral del lenguaje y solo más tarde la forma escrita” (Ugalde, 1989). A medida que adquiere el lenguaje, adquiere también la visión del mundo, dependiendo de los valores del resto de miembros de su grupo social. Es decir, el lenguaje contribuye a que el hombre sea en sociedad y no individualmente.

Cualquier intento por describir el lenguaje, necesariamente deberá remitirse al ámbito de lo cultural. Dell Hymes, define al lenguaje “primero y fundamentalmente como una forma cultural



situada en la sociedad, aunque reconoce la necesidad de analizar el propio código y el proceso cognitivo de sus hablantes y oyentes” (Troike, 2005). En palabras de Helena Beristáin; “sólo a través del lenguaje es como construimos representaciones de las cosas y podemos operar, desenvolvemos en el mundo”. (2006, pág.127)

Por otra parte, la lengua es definida como “un sistema inmanente, abstracto, que organiza toda producción oral a partir de un conjunto de reglas, unidades y relaciones en los niveles fonológico, morfológico, sintáctico y semántico, que constituyen el aspecto formal o la gramática específica”, (Areiza, Cisneros & Tabares, 2004), es decir, la lengua está ligada a lo que comúnmente denominamos código y este es estable; tiene una dimensión eminentemente social, que incorpora convenciones, mismas que no son estáticas ni inmutables; los individuos, a través del habla, se encargan de transformarla.

En resumen Roland Barthes menciona que “tanto la lengua como el habla son términos complementarios, es decir, no hay lengua sin habla, ni habla sin lengua” (1993, pág.25), por lo que nos resultaría inútil tratar de entender estos dos términos por separado.

El habla por su parte se forja en el interior del individuo. Es pues, un acto dinámico en el que influye directamente la intención, los saberes del hablante, su pensamiento y sus ideas. “Un ingrediente de enorme valía en la constitución del habla es la posibilidad de integrar, por ejemplo, palabras en otras lenguas, giros idiomáticos, figuras retóricas, dobles sentidos, en fin, toda una amplia gama de recursos que hacen que la evolución del habla marche muchas veces, dos pasos delante de lo que pueden aceptar y registrar las instituciones” (García, 2012). Es decir, mediante esos factores extralingüísticos, ese sistema formal al que denominamos *lengua* adquiere especificidades o modalidades que corresponden a dialectos, sociolectos o idiolectos.

El lenguaje ha permitido al ser humano comunicarse con sus semejantes y su entorno, de tal forma que este ha logrado expresar sus creencias, sentimientos y emociones personales. No



obstante, el lenguaje también ha creado la necesidad de transmitir dichos conocimientos de manera global, surgiendo junto con la tecnología los medios de comunicación de largo alcance o conocidos también como medios de comunicación masivos.

1.5. La comunicación de masas: función de los medios

Ahora bien, existen diferentes tipos de comunicación, sin embargo, para los intereses de este estudio concierne analizar la comunicación de masas, comprendida como aquella aplicada por los grandes medios de comunicación.

“La comunicación de masas incluye las instituciones y técnicas mediante las cuales unos grupos especializados emplean artilugios tecnológicos (prensa, radio, cine, etc.) para diseminar contenidos simbólicos a públicos de muy amplia naturaleza, heterogéneos y sumamente dispersos” (McQuail, 1994, pág. 41).

Los medios de comunicación de masas “reflejan las expectativas del público en general y de otras instituciones sociales (los políticos y gobiernos, la justicia, la religión y la economía)” (pág.42)

Una de las premisas propuestas por McQuail (1994) en cuanto a los medios de comunicación de masas, es que estos medios suponen: “el origen de un sistema de significados, ordenado y público, que proporciona un patrón de lo que es normal, empírica y subjetivamente, donde se señalan las desviaciones y se hacen comparaciones en función de esta versión publica de la normalidad” (pág. 28).

La historia de los medios de comunicación de masas inicia con el libro impreso, que ya se escribía y se copiaba a mano, pero con el invento de la imprenta no solo causó una revolución en sus publicaciones, sino también en los contenidos que estos impartían al público, contribuyendo estos a una transformación de la época medieval.



Más tarde surgió el periódico, que se publicaba de manera regular bajo un carácter más comercial y público o abierto. El surgimiento del periódico representó un momento clave en la historia de la comunicación porque significaba en sus inicios más un servicio que un instrumento propagandístico para sus lectores. Luego, se posesionaría como la prensa, hallándose siempre en una posición de lucha en contra de determinados poderes con la intención de hacer prevalecer la libertad de expresión, aunque sabemos que, en la actualidad al ser una empresa comercial, en su mayoría, está sujeta a ciertos poderes dominantes.

A finales del siglo XIX apareció el cine, medio que representó una evolución tecnológica en la época. El público del cine era más amplio que el de la prensa, pues este tenía un carácter más de espectáculo dirigido al consumo popular. Pero no podemos olvidar que el cine en sus inicios también fue utilizado como un instrumento propagandístico, sobre todo por su alcance e impacto emocional en su público.

Posteriormente y bajo cierta convergencia surgió la televisión, medio masivo que adoptaría gran cantidad de público que hacía del cine un medio de comunicación. Lo que difería entre estos dos medios fue su contenido, el cine se volvió mucho más libre, emitiendo temas de carácter ideológico, autoexpresión política y artística. En la actualidad el cine es una fuerte industria de la cual incluso se desprenden otras formas de comunicación como historietas, canciones, series de televisión, etc.

Tanto la radio como la televisión surgieron de tecnologías ya existentes en la época como el teléfono, telégrafo, grabación de sonido. “Las innovaciones quizá más importantes comunes tanto a la radio como a la televisión se basaron en la posibilidad de observación, transmisión y grabación inmediatas de los acontecimientos a medida que iban ocurriendo.” (McQuail, 1994. pág.52)



Pero la cuestión no termina allí, hoy en día existen nuevos medios de comunicación conocidos como *medios telemáticos*, denominados de esa forma porque combinan la tecnología de la comunicación con la informática, para el envío y recepción de datos. Las nuevas medias aparecieron a partir de la década de los setenta y en la actualidad han cambiado la dinámica de producción y distribución de la información.

1.6. Los medios de comunicación masiva

La Unesco (1970) establece la función de los medios de comunicación masivos según el siguiente orden de prioridades: (Citado en Lozoya, J. 1976, pág.5)

- 1) Información: entendiéndose con ello la libertad de emitirla y recibirla
- 2) Educación y Cultura: considerando que todo informe educa
- 3) Desarrollo: labor de los medios de comunicación en las tareas de modernización
- 4) Movilización Política y Social: labor de construcción nacional
- 5) Entretenimiento y recreación
- 6) Publicidad y anuncios

Los primeros estudios y teorías de la comunicación de masas se basaban específicamente en interpretar los efectos que estos producían sobre las audiencias. Más tarde surgiría un enfoque, cuyo interés se asentó en comprender las funciones que los medios masivos ejercían sobre la sociedad. Lasswell, uno de los primeros estudiosos de este análisis funcional, propuso cuatro funciones.

1. La supervisión del entorno
2. La correlación de las distintas partes de la sociedad en su respuesta al entorno
3. La transmisión de una herencia social de una generación a la siguiente
4. El entretenimiento (Lozano, 2007, pág. 23)

En estudios anteriores la audiencia ha sido vista como un ente pasivo, es decir un objeto de influencia de todos los efectos derivados de los medios de comunicación de masas. Sin embargo, más adelante surgió la Teoría de usos y gratificaciones, que cambia la perspectiva hacia una audiencia activa, caracterizada por su capacidad y voluntad de elegir el contenido que desea para satisfacer sus necesidades. De hecho, investigadores de esta teoría establecieron



algunas necesidades y gratificaciones que las personas satisfacen y obtienen respectivamente, al percibir contenidos de los medios de comunicación. Entre algunos de esos investigadores están, McQuail, Blumler y Brown, quienes establecieron la siguiente tipología:

- **Diversión:** la gente busca escapar de la realidad, evadir los problemas o desahogarse emocionalmente.
- **Relaciones Personales:** por compañía o utilidad social
- **Identidad Personal:** para una referencia personal, exploración de la realidad y refuerzo de valores.
- **Supervisión:** del entorno a través de la información (Lozano, 2007, pág. 171)

1.7. La radio como medio de comunicación: función social

La radio como medio de comunicación juega un papel muy importante en la sociedad actual pues fue la necesidad del hombre por comunicarse lo que dio origen a la invención de distintas formas de enviar mensajes a la distancia.

Así pues, surgen varios inventos que le permiten al hombre comunicarse en el mundo. En el año 1837, aparece el telégrafo moderno, un medio por el cual se transmitían mensajes a distancia, sin voz. Posteriormente en 1876, “Alexander Graham Bell, físico escocés-americano, patenta el primer instrumento telefónico, prácticamente dando inicio a la era de la telecomunicación sonora” (Escalante, 1986), con la limitante de que tanto emisor como receptor debían estar unidos por un cable. Sin embargo, la inquietud por seguir evolucionando y el ingenio del hombre, hacen posible la idea de inventar un aparato para la comunicación a distancia, que contenga las características del telégrafo y el teléfono, pero sin la necesidad de cables.



Uno de los principales y más antiguos medios de comunicación masiva, es la radio. “Su historia en el mundo comienza en 1887 cuando se reveló la existencia de las ondas sonoras descubiertas por Heinrich Hertz, de ahí su evolución fue rápida, y muy pronto Guillermo Marconi realizó la primera transmisión de radio sin cables” (Dominguez, 2012).

Ahora bien, a pesar de haber enfrentado el surgimiento de medios masivos más atractivos, este medio ha demostrado hasta la actualidad, ser del agrado de las personas sin importar la edad o el género. “Casi todas las personas han escuchado la radio al menos una vez en la vida, mucha gente depende del reporte radiofónico de tráfico para escoger una ruta que los lleve de manera rápida a su destino, otras personas gustan de escuchar las noticias en su auto por las mañanas mientras se dirigen al trabajo o a la escuela” (Dominguez, 2012)

Hoy en día, la radio es uno de los principales medios de información y entretenimiento que existen. Emilia Domínguez G. en su texto *Medios de comunicación masiva* menciona, que la radio compite principalmente con la televisión, pero por su portabilidad, la radio ha mantenido a su audiencia fiel, además que este es un medio gratuito para la audiencia. Lo único que requiere de la audiencia para ser escuchada, es que tengan un aparato receptor de la señal radiofónica, pues no hay cuotas ni formato de radio privada, la radio es un medio de libre acceso (2012, pág. 52).

1.8. El lenguaje radiofónico

En el contexto comunicativo radiofónico el mensaje se transmite a través de un código propio del medio, es decir un lenguaje inherente, reconocido por varios autores como “lenguaje radiofónico”. Pero antes de empezar a estudiar este lenguaje cabe plantearnos la siguiente interrogante, ¿qué hace que el lenguaje radiofónico pueda constituirse como tal? Según Armand Balsebre (2004) “existe un lenguaje cuando hay un conjunto sistemático de signos que permiten



un cierto tipo de comunicación. Que un lenguaje se caracterice por una agrupación de signos es lo que lo define como un sistema semiótico.” (pág.8)

Carmen Alonso (2004), en su libro *La radio que convence* fundamenta su teoría sobre el lenguaje radiofónico al referirse a tres propiedades fundamentales que todo lenguaje desarrollado por el hombre tiene según Worchel y Shebilske. La primera propiedad consiste en que “el lenguaje humano está estructurado para permitir su uso creativo”, de allí que la combinación armónica de los cuatro componentes: La palabra, la música, los efectos y el silencio, que constituyen el lenguaje radiofónico cumplen con esta característica permitiendo un número limitado de expresiones e interpretaciones diferentes. Seguidamente los autores enfatizaron “el carácter interpersonal del lenguaje de los hombres” mirando a este como un instrumento para comunicar pensamientos a los demás, en este sentido la radio desde sus inicios ha permitido transmitir pensamientos y sobre todo emociones a diferentes y diversos públicos. Para concluir con las tres propiedades mencionadas al inicio, nos remitimos al “carácter referencial” que los autores suscribieron tomando en cuenta que “el lenguaje tiene sentido por el hecho de referirse al mundo”, de esta manera la percepción del mensaje se produce de acuerdo a lo que la audiencia comprende del mundo donde se desarrolla.

Apoyándose en el gran aporte que Balsebre hace sobre el lenguaje radiofónico, Carmen Alonso (2004) argumenta que “Podemos hablar de lenguaje radiofónico en la medida en que la radio dispone de una serie de signos que permiten establecer de forma codificada una comunicación entre emisor y receptor” (pág. 59).

Si el código y en este caso el lenguaje corresponden a una agrupación de signos, cabe detallar Cuáles son esos signos que constituyen el lenguaje radiofónico. Balsebre (2004), basado en algunos planteamientos sobre los sistemas sonoros del mensaje radiofónico propuestos por



Moles, establece una conceptualización y cuatro elementos o signos que conforman el lenguaje de la radio:

Lenguaje radiofónico es el conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioyentes (pág.16).

La radio crea una atmósfera en donde la imaginación pierde sus límites y la interpretación de los perceptores radiales supera cualquier expectativa. Tal como Carmen Alonso (2004) hace referencia, todos los elementos del lenguaje radiofónico mencionados anteriormente se funden a favor del mensaje, perdiendo su individualidad y ello hace posible la comunicación radiofónica (pág. 61). Alonso añade de hecho un quinto elemento refiriéndose a la tecnología como factor importante para la combinación y montaje de estos elementos a la hora de emitir un mensaje.

Cabe hablar de código radiofónico en referencia al “conjunto de posibilidades de combinación de los elementos del lenguaje del medio formando significantes y albergando significados. Desde esta perspectiva, el mensaje supone una variación particular sobre la base del código.” (Alonso & Abad, 2004, pág. 61)

Ahora bien, en la radio se comunica un mensaje a través del lenguaje radiofónico que en el proceso comunicativo corresponde al código y este necesariamente debe ser de uso compartido entre el emisor y receptor o receptores para que se produzca una comunicación eficaz, tal como lo menciona Balsebre (2004) “La comunicación sólo es posible cuando el repertorio de elementos del que toma forma y organización la secuencia de signos que constituye el mensaje es conocido tanto por el emisor como por el receptor.” (pág. 9). De esta manera el mensaje será



comprendido y la intención comunicativa del emisor podrá evidenciarse pudiendo posteriormente producirse una respuesta o retroalimentación al mensaje.

La comunicación es poner en común algo, a través de códigos que sean comunes entre emisor y receptor:

Cuanto más comunes y consensuadas estén las estrategias de producción de significado, de codificación y desciframiento, más eficaces serán los mensajes en la comunicación emisor - receptor. El creador del mensaje y su interpretante necesitan revisar constantemente los pactos que determinan en cada momento un mayor o menor acuerdo en las variaciones particulares de los códigos comunicativos para la producción de mensajes (Balsebre, 2004, pág. 9).

La comunicación no es un conjunto de datos o información configurados de manera aislada y que surge en ese momento, sino una aglomeración de aspectos culturales y sociales que están inmersos en los interlocutores, esto quiere decir que en nuestros actos de comunicación cotidiana ponemos en práctica dichos aspectos, y si de eso se trata, el emisor que produce un mensaje con una intención comunicativa debería también generar su contenido a partir de los aspectos mencionados. Balsebre (2004), en su obra que hemos tomado como fundamento teórico en este estudio, sustenta que: “El creador del mensaje necesita incorporar también al proceso de codificación, los usos sociales y culturales de los lenguajes en cada contexto particular para obtener el mayor grado de eficacia comunicativa”. (pág.9)

Aunque algunos estudios han centrado su interés en el contenido de los mensajes radiales y específicamente en lo que se dice, la comunicación encierra otras dimensiones que forman parte del mensaje. En cuanto al lenguaje radiofónico por ejemplo se puede considerar dos dimensiones existentes presentadas por Balsebre: en primer lugar, una dimensión semántica que se refiere al contenido que se transmite y en segundo lugar una dimensión estética



comprendida como la forma en que se emite el contenido anteriormente mencionado. Si bien pensamos que lo importante de un mensaje es lo que se dice, dejaríamos de lado el valor del aspecto estético que puede transmitir un sin número de información igual o contraria a lo que se dice. “En la radio, el componente estético del mensaje radiofónico trasciende el significado puramente lingüístico de la palabra” (Balsebre, 2004, pág. 25).

En palabras de Balsebre (2004), hacemos una diferencia entre lo semántico y lo estético, definiendo a lo semántico como “todo lo que concierne al sentido más directo y manifiesto de los signos de un lenguaje, la relación constante que todo signo mantiene con el objeto que sustituye, desde el momento en que los signos son siempre el equivalente de alguna cosa” (pág. 10). El nivel semántico de la comunicación configura el mensaje explícito. Por otra parte el nivel estético del lenguaje concierne a la manera en que el mensaje está compuesto; si “Este mensaje es sensualizado, connotativo, se basa en la asociación y en la asonancia; muchas veces es la fuente de la creatividad, la imaginación y la fantasía...” (pág.10)

Es menester enfatizar que la dimensión estética toma un gran valor en la transmisión de un mensaje, pues esta no se reduce a que el perceptor comprenda un contenido, sino que mueve otros aspectos del ser humano como las emociones y sensaciones. “La información estética de un mensaje es portadora de un segundo nivel de significación, connotativo, afectivo, cargado de valores emocionales o sensoriales, donde el enunciado significante surge del repertorio de sensaciones y emociones que conforman la personalidad del receptor” (Balsebre, 2004, pág. 10).

Estas dos dimensiones trabajan de forma relacionada, la importancia del mensaje no radica solo en lo que digo sino en cómo lo digo. La combinación de estas dos dimensiones permite entender de mejor manera el lenguaje radiofónico, tal como lo asevera Balsebre (2004):



La conjunción de los factores semántico y estético en el uso del lenguaje radiofónico es esencial si se quiere comprender la dimensión artística de la creación radiofónica. No en vano, el arte ha sido siempre el guía perfecto en la reconciliación armoniosa de forma y contenido; función y expresión, elementos objetivos y subjetivos (pág.6).

1.8.1. ELEMENTOS DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO

La palabra

Más que definir la palabra como elemento del lenguaje radiofónico, lo verdaderamente esencial es comprender su importancia dentro del proceso comunicativo. Si bien los elementos que posteriormente mencionaremos como la música y los efectos de sonido brindan a una producción radiofónica una riqueza auditiva que permite adentrarnos a un determinado momento, la palabra no deja de ser el elemento que otorga sentido a dicha producción. Balsebre (2004) en su obra *El Lenguaje Radiofónico* sostiene y justifica:

Ninguno de los sistemas expresivos que constituye en el lenguaje radiofónico es por sí mismo fundamental para la producción de sentido. Sin embargo, porque es el instrumento habitual de expresión directa del pensamiento humano y vehículo de nuestra socialización, la palabra es indispensable en el conjunto del lenguaje radiofónico. (pág. 20)

Sin embargo, no podemos reducir el lenguaje radiofónico solamente al sistema de la palabra, aunque la importancia de esta sea innegable debido a que es el recurso expresivo de mayor reconocimiento social y utilizado a diario en el acto comunicativo. A raíz de aquello podemos establecer a la palabra como un componente sustancial del lenguaje radiofónico.

Existen dos manifestaciones de la palabra radiofónica reconocidas por Balsebre (2004). En primer lugar, la lectura del texto cuyo valor radica en reproducir un contexto comunicativo natural para de alguna forma eliminar el efecto distanciador entre el locutor y oyente (pág. 21).



Por otra parte, la improvisación que es parte de la vida cotidiana en donde se utilizan palabras procedentes de la memoria y que a su vez son fruto de conocimientos y vivencias anteriores (pág.22).

También están presentes elementos paralingüísticos que complementan la palabra dicha en el medio radiofónico. Tomando en cuenta a la radio como canal de transmisión de un mensaje, los elementos paralingüísticos a los que hacemos alusión son aquellas características técnicas utilizadas en la locución radial como la entonación, la armonía, el ritmo entre otras. Estos elementos configuran el nivel estético del mensaje radiofónico que, por cierto, debe estar relacionado con el nivel semántico del mensaje para transmitir una imagen auditiva acertada. Así se configura lo que hemos planteado desde el principio, la interrelación equilibrada de lo semántico con lo estético del lenguaje radiofónico. (Balsebre, 2004, pág.33)

La Música

Carmen Alonso (2004) menciona a M. Silva quien define la música como “Secuencia organizada que se produce de forma tanto simultánea como consecutiva de sonidos modulados, ruidos y silencios, que atienden a la altura, duración, volumen y dinámica para producir sentimientos, afectos y/o significados”. (pág.77)

La música radiofónica permite en la audiencia crear imágenes auditivas y está ligada desde una perspectiva psicológica con el lado afectivo de los oyentes. Balsebre (2004) menciona:

La percepción de las formas sonoras musicales constituye una multiplicidad de sensaciones. Como fuente creadora de imágenes auditivas, el simbolismo de la música encuentra en la radio su auténtica caja de resonancia, su auténtico ámbito perceptivo: “La música, como todo arte, es bella porque logra evocar las imágenes que están dormidas en nosotros”. (pág.63)



La música y la palabra conservan una estrecha relación, estos dos sistemas expresivos pueden denotar dos mensajes distintos o complementar un mismo mensaje.

...escuchamos la palabra superpuesta a la música, pero interpretamos la integración como una suma de dos sistemas expresivos; otras veces, en cambio, percibimos la música y la palabra como dos sistemas unificados en formas sonoras idénticas: escuchamos la melodía y el ritmo de la palabra con tal grado de integración en la música que parece que escuchamos un mensaje unívoco y descodificamos un único sistema expresivo: el lenguaje radiofónico. (Balsebre, 2004, pág. 70)

En esa misma línea Carmen Alonso (2004) manifiesta que:

“...la música complementa la funcionalidad de la palabra consiguiendo efectos que el texto oral no puede alcanzar en solitario. Las posibilidades expresivas de la música, cuando se une a la palabra se vuelven ilimitadas. La música completa las imágenes sugeridas por el mensaje verbal.”

Armand Balsebre, expone algunas manifestaciones de la música radiofónica: la sintonía que hace alusión a la música que le brinda identidad a un programa radiofónico y con la cual el oyente se identifica, así también esta misma canción suele identificar el cierre de dicho programa. La Música de introducción es el referente que se presenta en un determinado espacio del programa radial. Otro tipo de música es la conocida cortina musical o ráfaga que generalmente separa contenidos o bloques temáticos de un programa. Así existen otras manifestaciones de la llamada música radiofónica. (pág.73)

El autor menciona dos categorías de la música. En primer lugar, la música absoluta que por su información estética inspira la imaginación, mientras que la música descriptiva es como él lo



enfatisa es imitativa es decir que no requiere de imágenes mentales. Así mismo puntualiza dos funciones de la música radiofónica:

Función expresiva: El movimiento afectivo que connota la música suscita un determinado “clima” emocional y crea una determinada “atmósfera” sonora. 2.

Función descriptiva: El movimiento espacial que denota la música describe un paisaje, ubica la escena de la acción, el lugar donde discurren los hechos del relato radiofónico (pág. 74).

Los efectos sonoros

Los efectos sonoros pueden considerarse como representaciones auditivas de una realidad. Estos códigos son parte esencial del ambiente tanto de programas dramáticos como programas en vivo sobre todo en productos de entretenimiento que utilizan los efectos sonoros para crear una atmosfera más real en el programa. Siguiendo con los fundamentos teóricos planteados por Balsebre (2004) sobre el lenguaje radiofónico, al autor sostiene que.

...el efecto sonoro es cualquier sonido inarticulado que representa un fenómeno meteorológico, un determinado ambiente espacial, la acción natural sobre un objeto inanimado o cualquier fragmento de realidad animal. El efecto sonoro cumple así la función de factor de verosimilitud y ambientación objetiva, que impregna la configuración imaginativo-visual del radioyente de una sensación de realidad (pág.84).

Los efectos sonoros del lenguaje radiofónico restituyen la realidad de manera subjetiva, es decir desde el punto de vista personal del sujeto ligado con aspectos culturales del mismo, y de manera objetiva remitiendo la realidad tal como es, construyendo así una imagen visual en la audiencia. (Balsebre, 2004, pág. 91). EL autor de la obra *El Lenguaje Radiofónico* presenta cuatro funciones específicas de los efectos sonoros, los cuales detallaremos a continuación:



En primer lugar, establece la función ambiental o descriptiva que indica la localización de la acción que describe un relato y genera credibilidad de la información semántica del mensaje verbal. En cuanto a una función expresiva, esta también representa una realidad, pero transmitiendo un estado de ánimo afectivo en el radioyente. Por consiguiente, existe una función narrativa que se ocupa de informar sobre la transición temporal o espacial entre dos secuencias, separando así dos momentos del relato. Finalmente, el autor menciona una función ornamental que reúne a todos los elementos que son parte de los efectos sonoros y los ubica en un lugar correspondiente de forma armónica y crea una relación afectiva con el objeto o imagen percibida por la audiencia.

El silencio

Uno de los cinco axiomas de la comunicación verbal propuestos por Paul Watzlawick, establece que es imposible no comunicar, haciendo alusión a que todo comportamiento comunica algo. Tomando en cuenta ese gran aporte consideramos al silencio como una cualidad inherente del ser humano en determinadas situaciones de la vida cotidiana. Sin embargo, en el mundo radiofónico el silencio aparentemente no tendría un significado auditivo y es por ello que muchos autores y creadores radiales no conciben en que este recurso sea parte del lenguaje radiofónico. Pero dado que el silencio es prácticamente la ausencia de la palabra, los efectos o la música, constituye este un elemento del lenguaje y además contiene un valor de significación connotativo. Carmen Alonso (2004) argumenta que el silencio es un recurso con valor propio (pág. 120).

Balsebre (2004) es uno de los autores que plantea al silencio como un componente del lenguaje radiofónico y defiende su valor

El silencio deviene forma no sonora y signo. Delimita núcleos narrativos o sintagmáticos. Construye un movimiento afectivo: “El silencio es la lengua de todas las



fuertes pasiones: amor, sorpresa, cólera, miedo”. Esta multiplicidad de aspectos significativos del silencio denota que estamos tratando con algo más que un factor no-verbal, aunque una cierta incomprensión por parte de los sujetos de la comunicación radiofónica haya impedido reconducir el uso de las formas expresivas del silencio hacia un contexto más allá del verbal. Algunos especialistas consideran en este caso el “hábito” como un decisivo factor de percepción (pág. 98).

En adición al argumento expuesto anteriormente, el uso del silencio no es una situación aleatoria sino la generación de un valor significativo para representar diferentes emociones en un acto comunicativo. Y si de hacer una categorización se tratase, Balsebre se remite a la tipificación presentada por Bruneau desde una perspectiva de la lingüística, exponiendo dos tipos de silencio: el psicolingüístico representado por el silencio rápido o silencio lento como el que usamos en determinadas situaciones luego de expresar ciertas palabras. Por otra parte, un silencio interactivo presente en un diálogo, entrevista o cualquier otro proceso de comunicación verbal comunicativa ligado en general a relaciones afectivas entre los interlocutores.

Desde una perspectiva psicológica también el silencio es visto como recurso distanciador. “Esta relación espacial de distancia ha de interpretarse, lógicamente, no sólo entre los distintos sujetos hablantes en un programa radiofónico u objetos de percepción que construyen el paisaje sonoro, sino también entre el sujeto hablante (objeto de percepción) y el radioyente (sujeto de percepción)” (Balsebre, 2004, pág.100).

El silencio puede transmitir un número limitado de expresiones, pero este tiene que ubicarse en un determinado contexto:

El silencio adquiere significado en el contexto y otorga significado a los elementos que lo rodean. Se trata de un recurso que por sí mismo no posee significado, sino que



Universidad de Cuenca

se necesita un antes y después del silencio que fijen su sentido. Depende del contexto en el que se ubique y de su relación con el resto de los elementos comunicativos que integren ese contexto (Balsebre, 2004, pág.121)

Por último, sobre el lenguaje radiofónico cabe señalar que los cuatro elementos de este lenguaje actúan como un todo, constituyendo cada uno de ellos un elemento esencial para una adecuada expresividad del mensaje en la radio. Como dice Balsebre:

La idea de la percepción de la totalidad como algo superior a la suma de las partes es esencial para entender la complejidad del mensaje sonoro de la radio, cuyos sistemas expresivos, la palabra, la música y el ruido o efecto sonoro, constituyen el material sonoro del lenguaje radiofónico como una totalidad también superior a la suma de sus componentes: la función expresiva de la radio nace de la codificación de un lenguaje nuevo, resultante pero distinto de la suma del lenguaje verbal, el lenguaje musical y los efectos sonoros (2004, pág. 13).



CAPÍTULO II

RADIO LA MEGA: EL PROGRAMA “TERAPIA INTENSIVA”

En este capítulo se abordará la contextualización del objeto de estudio: *Radio la Mega 103.3*, programa *Terapia Intensiva*, historia y trayectoria del medio y del programa. Razón por la cual, es necesario en principio, abordar el proceso evolutivo de la radio desde su origen hasta la llegada al Ecuador y posteriormente a Cuenca, así como también hacer referencia al Marco legal que rige sobre los medios de comunicación en el País.

2.1. La Radio: Orígenes y procesos, breve panorámica

“El descubrimiento de energía de naturaleza eléctrica y de que la tierra se hallaba a su vez cubierta por una capa que es portadora de esa energía, permitió el descubrimiento de la propagación a través del espacio, de las ondas portadoras de señales eléctricas” (Camargo, 1998).

Todo empieza en el año de 1888, cuando Enrique Hertz, de manera circunstancial descubre que “una descarga eléctrica produce un arco metálico conductor a un metro de distancia, entre dos esferas, dentro de una misma habitación” (Camargo, 1998). Descubrimiento que con el tiempo daría surgimiento a la teoría de las “Ondas Hertzianas” la cual refuta que la energía eléctrica puede propagarse por el espacio. “Esta teoría es el remate logrado por Hertz de las investigaciones realizadas por los griegos y más tarde por Gilbert, Galvani, Volta, Oersted, Faraday, Maxwell, Hughes, Righi y muchos otros que habían iniciado la búsqueda de tan ansiada necesidad del hombre, de poder comunicarse a distancia” (Camargo, 1998, pág. 12).

Otro aporte de vital importancia en el surgimiento de la Radio la realizó Guillermo Marconi, quien, a través de sus estudios, empieza a buscar la verdadera aplicación de la teoría de Hertz. Con el uso de un transmisor inventado por Righi, logra transmitir impulsos eléctricos, sin



embargo, estos impulsos eran a distancias que no superaban los 60 metros. Pero “en 1897, alcanza la distancia de 1.000 metros. En 1899, se comunica Dover (Inglaterra) con Calais (Francia), superando los 16 km del Canal de la Mancha” (Camargo, 1998). Sin embargo, la mayor hazaña en la historia mundial de las telecomunicaciones se da:

El 15 de diciembre de 1901, cuando se logra transmitir un mensaje de Inglaterra a Terranova, con una distancia de 3.300 kilómetros. Esta primera transmisión trasatlántica se hizo con las señales convencionales del sistema Morse. 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 (Camargo, 1998, pág. 12).

Este sistema de transmisión, que asombró al mundo fue conocido como el inalámbrico, y Guillermo Marconi quedó en la historia como “El padre de la Radio” (Freire, 2016). El ingenioso aporte del inventor italiano al mundo, se vio complementado cuando empezó a salvar vidas.

El 14 de abril de 1912, el gran barco inglés Titanic tras su accidente, hizo una llamada de auxilio a través del sistema de comunicación entre mar y tierra de Marconi, que salvó la vida de 700 personas. A partir de entonces, todos los barcos tendrían la obligación de estar conectados al servicio de una estación Marconi. No obstante, como menciona Jimmy García C. en su texto “*El mundo de la Radio*”, el descubrimiento que había hecho el italiano tenía como fundamental aplicación la radiotelegrafía, siendo estos los cimientos para que otros científicos trabajen en el proceso de lo que más tarde sería la radio (1998, pág.13).

El inglés, John Fleming y el americano, Lee de Forest, ponen las bases de la radiodifusión con el descubrimiento de las válvulas de electrodos conocidas como, "tubos de vacío" o "válvulas amplificadoras". “Con Hertz, Marconi, Fleming y Lee de Forest se logró la propagación de las



ondas y su transmisión, convirtiendo la energía en impulsos que se traducen en señales audibles” (Camargo, 1998).

2.2. Primer Radio del Mundo

Tras varios intentos por conseguir la expansión de la comunicación humana, el 27 de agosto de 1920 entre las 21 horas y la medianoche, “Enrique Susini y sus tres amigos César Guerrico, Luis Romero y Miguel Mujica, logran la emisión de la ópera Parsifal, considerada la primera transmisión radial del mundo, desde el teatro Coliseo de Buenos Aires en Argentina” (Freire, 2016).

Sin embargo, el primero de noviembre de 1920 empieza a transmitir en Pittsburgh, Estados Unidos, la primera radioemisora del mundo, a través de la estación “K D K A”, con indicativo “8XK”, perteneciente a la firma Westinghouse (Escalante, 1986). Esta estación era considerada de carácter comercial, Marco Escalante (1986), en su texto *El reportero radiofónico*, menciona que las primeras transmisiones radiales fueron musicales a través de discos que la radio recibía a cambio de realizar menciones publicitarias, y que su primera transmisión informativa se realizó en la campaña presidencial disputada entre Harding y Cox (pág.36).

2.3. Llegada de la radio a Ecuador: Radio París

Desde la invención de la radio como medio de comunicación, muchos países se vieron beneficiados con su llegada, ya que este, es un medio de difusión masiva que llega a todos los oyentes sin importar la clase social a la que pertenezcan. Ecuador, al igual que muchos otros países de Latinoamérica en las primeras décadas del siglo XX, dan apertura al nacimiento de la radio, medio que hoy por hoy, juega un rol importante dentro de la sociedad del país y el mundo.



“En Ecuador, la radio tomó cuerpo gracias a las iniciativas de personas amantes de la electrónica y mecánica, quienes desde 1926 hicieron que las ondas hertzianas sirvieran de plataforma para la transmisión de información y entretenimiento”. (Delgado López & Romero, 2014) .

En el texto “85 años de la radiodifusión en Ecuador”, sus autores mencionan que, “antes de que se oficialicen las primeras emisoras de radio hubo algunos experimentos de emisión de señales sonoras en varias provincias del país. (Delgado López & Romero, 2014) Formando así una idea clara de que al país no había llegado un simple artefacto sino que, la evolución y avance tecnológico eran reales.

Así pues, aunque no existen fuentes concretas que den cuenta de ella, Radio París de Guayaquil, fue considerada la radio más significativa, registrada en la historia ecuatoriana, Yaguana Romero y Delgado López mencionan que esta radio, contaba con un modesto transmisor fabricado por su propietario, el Sr. Francisco Andrade Arbaiza en el año de 1926 , el cual durante el día como era de esperarse por situaciones de la época, presentaba varias interrupciones creadas por las interferencias que se originaban dada la precariedad de la energía eléctrica del país. Debido a esto, la programación se hacía preferentemente en horas de la noche (2014, p.12).

En medio de este contexto, “se relata que, para la época, era un gran acontecimiento escuchar la radio – quienes disponían de receptores – pues según se dice que no llegaba a 20 el número de personas que disponían de un equipo receptor” (Freire, 2016).

2.4. Historia de la Radio en Cuenca

En Cuenca, como en muchas ciudades del país, la radiodifusión llega en una situación tecnológicamente precaria y llena de obstáculos. Como era de suponerse, la radio en Cuenca da sus primeros pasos con instalaciones experimentales que poco a poco, gracias a la afición y



empeño de quienes más tarde serían recordados como los primeros radiodifusores del Azuay, surgen las primeras transmisiones, en este pequeño territorio ecuatoriano.

Martha Cardoso F. en su texto *Historias de Radio*, menciona que lo que conocemos como radio hoy en la ciudad, empieza con un grupo de jóvenes cuencanos, entre los que estaban los doctores Justiniano Espinoza, Tomás H. Quintanilla y los señores Carlos Joaquín, Córdova, Humberto Ordóñez, Eugenio Vintimilla, Juan Eljuri Chica, Gerardo Merchán Tinaco y Alejandro Orellana Solano, quienes comenzaron las primeras audiciones de radio utilizando un precario equipo con muchas deficiencias técnicas. Era algo más que una radiola con un micrófono instalado. Ellos formaban el Pals Club (El Club de los Compañeros) ubicado en la casa de doña Isabel Moscoso Jurado, situada frente al parque Calderón, (2009, pág. 27-28).

Las audiciones de radio, no eran otra cosa más que *mensajes personalizados* dedicados a la gente que se paraba a escuchar sus transmisiones en el parque Calderón, con emisiones de canciones que el propio Juan Eljuri y otros del Pals Club interpretaban en vivo. “Eran audiciones eléctricas porque no utilizaban el espacio o las ondas Hertzianas. Pero esta curiosa instalación fue el aliciente que motivó la inquietud en el pueblo azuayo para la instalación casi inmediata del primer y rudimentario equipo transmisor que se denominó La Voz del Tomebamba” (Cardoso, 2009).

“Se dice que un ciudadano guayaquileño del cual se desconoce su identidad, obsequió al denominado “Club de Compañeros” un pequeño transmisor, pues él había instalado algunas emisoras tanto en Quito, Guayaquil y Riobamba. Al recibir este obsequio, el señor Juan Eljuri lo entregó a Alejandro Orellana Solano y al Dr. Justiniano Espinoza, quienes lograron la meta deseada: la primera emisión en el Azuay” (Freire, 2016).

2.5. Historia de Radio La mega 103.3 Fm.



En la década de los 80 y 90, el dial 103.3 pertenecía a una emisora romántica, denominada *Sentimientos*, la misma que tras ser adquirida por el Lcdo. Claudio Castro, deja de ser una emisora romántica y abre paso a lo tropical.

Radio *La mega 103.3 fm*, como se la conoce en la actualidad, nace en el año de 1996, bajo la dirección del Lcdo. Claudio Castro, quien tras regresar de los Estados Unidos trae consigo una ideología diferente de hacer radio, implementa nuevos ritmos como la bachata, el merengue y la salsa de los artistas del caribe, música que para la época, en las emisoras azuayas no había sonado antes, imponiendo una nueva moda en la radiodifusión de la ciudad.

Claudio Castro Cabrera, conocido como “El DJ Internacional”, estableció el estudio de su emisora sencillamente con un micrófono y la proyección de transmitir alegría musical y energía a las personas las 24 horas del día. La emisora bautizada con el nombre: *LA MEGA 103.3 F.M.* y el slogan ‘*La Mega, La Estación Que Tiene Bailando A Cuenca*’, se ubicó en la avenida Remigio Crespo Toral, ubicación que se mantiene hasta la actualidad.

En el año de 1999, Patricio Ramírez y Jorge Córdor, actuales dueños de *Radio La Mega 103.3 fm*, y los creadores del programa *Manicomio de la tarde* que más tarde se convertirá en *Terapia Intensiva*, empiezan a laborar como locutores en el medio, en donde trabajan hasta el 2008, año en el que Claudio Castro fallece, quedando a cargo de la radio Jean Castro, hijo del fallecido locutor y fundador.

En el año 2000, LA MEGA subió tantos escalones de sintonía que dejó atrás a las demás radioemisoras convirtiéndose en la #1, respaldada por los datos precisos de la prestigiosa empresa de sondeos de audiencia, Mercados y Proyectos. “Por *La Mega* han desfilado los mejores locutores y artistas de fama mundial, como Elvis Crespo, Aventura, Daddy Yankee, Sandy Papo, Don Omar, Elvis Martinez, etc. Y la acogida radial continuó subiendo como espuma y continuó liderando la cúspide de la sintonía por los años siguientes” (Guamán, 2018).



El 28 de marzo de 2018, Patricio Ramírez y Jorge Cóndor adquieren la dirección de *La Nueva mega*, con su nuevo slogan: *Si no te gusta, cambia de radio*, arman su propio personal y gracias a su experiencia de casi 20 años en radio, saben a qué público apuntar, logrando así mantenerse entre los primeros puestos (casillas) de rating de las emisoras más escuchadas del Austro ecuatoriano. La emisora tiene alcance en Cuenca, parte de la provincia de El Oro, Loja, Azogues y parte del Oriente, “uno de los fuertes de la radio, es también Estados Unidos, vía internet y tune radio en donde nuestros compatriotas migrantes nos escuchan” Patricio Ramírez, 2019 (Entrevista personal).

2.6. Programación de Radio La Mega

Desde sus inicios, radio La Mega, siempre ha transmitido las 24 horas con locución en vivo y su programación es muy variada. A continuación, presentamos una tabla con sus respectivos horarios y programación actual:

Programación	Encargados	Horario
Música Nacional		04h00 a 06H00
Urban Hit Música urbana, reguetón	Varios locutores	06h00 a 08h00
Mega Informativo	Francisco Orellana Priscila Hernandez	08h00 a 08h30
Vacilón de la Mañana	Alejandro Rojas	08h30 a 12h00



Música tropical	Gustavo Ortiz	
Terapia Intensiva	Jorge Córdor Patricio Ramírez	12h00 a 16h00
Suena Bachata, vallenato y salsa romántica	Sonia Fernández	16h00 a 21h00
Sentimientos encontrados	Santiago Chalco	21h00 a 23h00
Programación Intercultural		23h00 a 00h00
Los hijos de la madrugada: Música tropical, chicha, balada	Varios locutores	00h00 a 04h00

(Fuente: Patricio Ramírez y Jorge Córdor (entrevista personal) 2019)

La ideología de Esta radio es imponer tendencias, “nosotros introdujimos la música del despecho o música corrida (música de chongo, de cabaret) a través de nuestro segmento llamado los 30 del despecho donde suena solo está música, y aunque al principio fuimos criticados, en la actualidad esta música ya suena en otras emisoras” Jorge Córdor, 2019 (Entrevista personal).

El 28 de enero del 2019 se incorporó en la programación el segmento informativo, bajo de denominación de *El mega informativo* a cargo de Patricia Hernández y Patricio Orellana, el cual sigue la misma línea de la radio. El cuál suena desde las 08h00 hasta las 08h20min. Y cuenta con la participación de 4 reporteros quienes son los encargados de brindar a la radio información propia para el noticiero matutino.

2.7. Programa de entretenimiento: Terapia intensiva

El programa Terapia Intensiva es un formato talk show cuyo objetivo es el entretenimiento y en el cual se abordan temáticas de la vida cotidiana con una intención comunicativa de divertir



a la audiencia. Los tópicos que hacen parte de este programa generan interacción con la audiencia, produciéndose en varias ocasiones una conversación entre los comunicadores y oyentes, quienes interactúan a través de llamadas, mensajes y redes sociales del programa.

Terapia intensiva, antes conocido como El manicomio de la Tarde, es el nombre colocado por Claudio Castro y Jorge Córdor en los inicios de radio *La mega* 1999, al programa de entrenamiento radial transmitido por *Radio La mega 103.3 fm*. Cuando fallece Claudio Castro, fundador de la radio, Jorge Córdor y Patricio Ramírez buscan otro medio de comunicación en donde ejercer su oficio, ellos deciden dejar el nombre del programa a los hijos de Castro en agradecimiento a este por la oportunidad que les habían brindado en el medio. Así pues, los locutores llegan a trabajar en la *Radio 96.1 fm*, emisora en donde bautizan al programa como Terapia Intensiva.

Decidimos llamar al programa así, puesto que “cuando lo escucha, nosotros suponemos que usted está en una terapia de cero aburrimientos, cero tristezas e intensiva porque tiene que estar intenso con nosotros, no tiene que despegarse de la señal. Terapia intensiva es cuando usted entra herido o herida. Entonces usted, está aquí en un proceso con nosotros que somos los terapeutas, les curamos; tratamos que sus tardes, sus labores, sus tareas sean menos aburridas, como nosotros decimos, o se ríen a las buenas o se ríen más que sea de las iras que hablamos, pero se ríen a la larga, por eso es terapia intensiva” Jorge Córdor y Patricio Ramírez (entrevista personal).

2.8. Marco Legal: Ley Orgánica de Comunicación: Regulación de Contenidos

El 25 de junio de 2013 entró en vigencia en el Ecuador la Ley Orgánica de Comunicación (LOC). Esta normativa que regula la comunicación en el país fue reformada el 20 de febrero de 2019. Para fiscalizar el cumplimiento de lo establecido en la Ley de Comunicación surgió la



SUPERCOM, ente que regula el cumplimiento de lo establecido en la ley referida. Sin embargo, bajo disposición de la Asamblea Nacional Constituyente en el marco de la reforma de la Ley, este organismo se encuentra actualmente en proceso de desaparición.

Uno de los objetivos de la Ley Orgánica de comunicación es regular la programación que emiten los medios de comunicación en Ecuador, para lo cual en su sección IV esta ley dedica un artículo específicamente para citar los contenidos no aptos en un medio.

Art. 62.- *Prohibición.* - Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador. Se prohíbe también la difusión de mensajes a través de los medios de comunicación que constituyan apología de la discriminación e incitación a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio. (Ley No. T.6369-SNJ-13-543, 2019)

De la misma manera, esta ley alude que deben especificarse hacia quien va dirigido los contenidos de los diferentes programas y establece un horario adecuado para los mismos:

Clasificación de audiencias y franjas horarias. - Se establece tres tipos de audiencias con sus correspondientes franjas horarias, tanto para la programación de los medios de comunicación de radio y televisión, incluidos los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, como para la publicidad comercial y los mensajes del Estado:

- a) *Familiar:* Incluye a todos los miembros de la familia. La franja horaria familiar comprende desde las 06h00 a las 18h00. En esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación "A": Apta para todo público;



Universidad de Cuenca

- b) *Responsabilidad compartida*: La componen personas de 12 a 18 años, con supervisión de personas adultas. La franja horaria de responsabilidad compartida transcurrirá en el horario de las 18h00 a las 22h00. En esta franja se podrá difundir programación de clasificación "A" y "B": *Apta para todo público*, con vigilancia de una persona adulta; y,
- c) *Adultos*: Compuesta por personas mayores a 18 años. La franja horaria de personas adultas transcurrirá en el horario de las 22h00 a las 06h00. En esta franja se podrá difundir programación clasificada con "A", "B" y "C": *Apta solo para personas adultas*. (Ley No. T.6369-SNJ-13-543, 2019)

2.9. CORDICOM: Reglamento Franjas horarias

El Consejo de Regulación, Desarrollo y promoción de la información y comunicación (CORDICOM) es un organismo cuya función consiste regular e implementar normativas y mecanismos para promover y proteger los derechos a la comunicación e información.

La CORDICOM en “el Reglamento que Establece Parámetros técnicos para la definición de audiencias, franjas horarias, clasificación de programación, calificación de contenidos, incluido los publicitarios” *artículo 9, literal d, inciso 6* establece que un programa de entretenimiento debe constar de “Contenidos que prevengan la reproducción de prácticas discriminatorias, violentas, racistas, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa y política, y toda aquella que atente contra los derechos” (Ley N° 354, 2014).

En adición, la Ley Orgánica de Comunicación en su artículo 60 establece seis tipos de contenidos en los medios de comunicación:

- a. Informativos -I;
- b. De opinión -O;
- c. Formativos/educativos/culturales -F;
- d. Entretenimiento -E;



Universidad de Cuenca

- e. Deportivos -D; y,
- f. Publicitarios - P. (Ley No. T.6369-SNJ-13-543, 2019)

2.10. Importancia del Entretenimiento en la Radio

Diferentes programas que pertenecen a géneros radiales tales como dramáticos o musicales cumplen con el fin de entretener al público. El entretenimiento al ser una de las funciones principales de los medios de comunicación masiva, es también parte fundamental de la programación tanto de radio como de la televisión. A continuación, podemos entender al entretenimiento de la siguiente manera:

“El entretenimiento es una diversión con la intención de fijar la atención de una audiencia o sus participantes. La industria que proporciona entretenimiento es llamada industria del entretenimiento. Desde tiempos inmemoriales el ser humano ha tenido entre sus necesidades básicas encontrar una forma de evadirse de la realidad cotidiana, de las obligaciones”. (Quezada, 2008, p. 14)

Un estudio realizado por la CORDICOM durante el año 2018 a nivel nacional determina que los programas de entretenimiento ocupan el mayor lugar en las radios del país, tal como se refleja en la siguiente imagen.

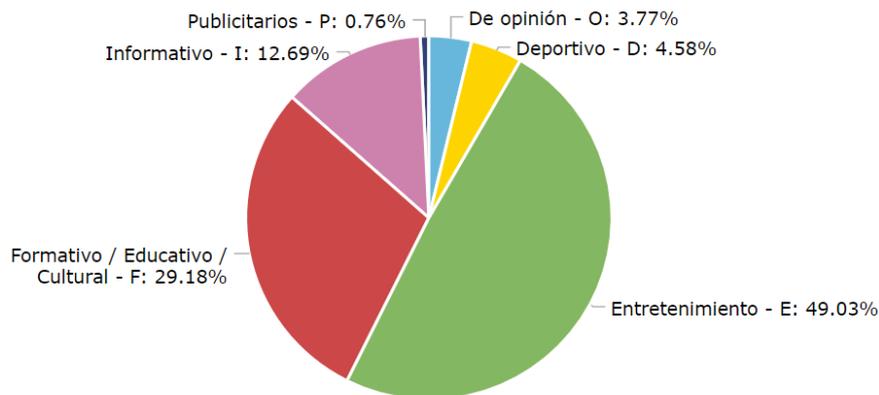


Figura 1 : Resultados de programación y contenidos 2018 – CORDICOM.

2.11. Resultados de estudio de preferencias de las radios en Cuenca

La siguiente imagen tomada de una última encuesta realizada por la empresa Mercados y Proyectos muestran la preferencia del público hacia las diferentes radios de la ciudad. Radio la Mega se encuentra en sexto puesto del ranking general de preferencias de la audiencia.

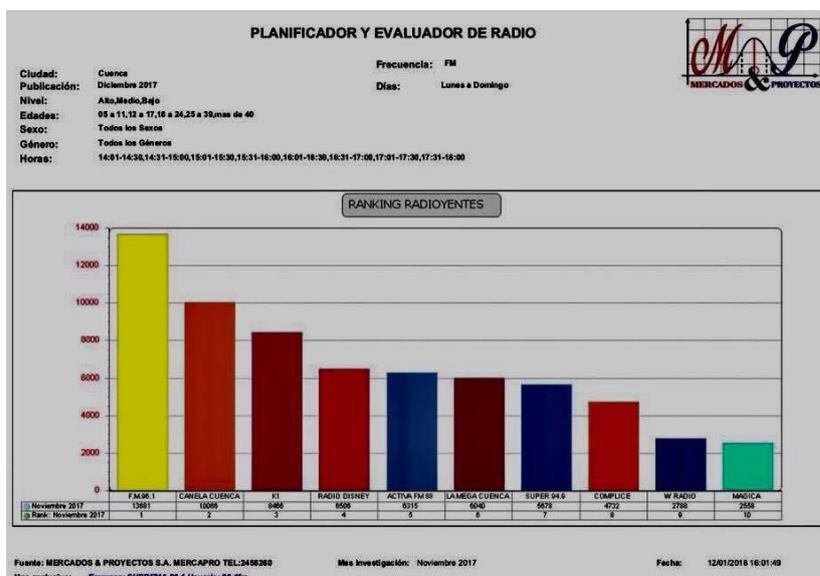


Figura 2: Estudio de Ranking de oyentes realizado por empresa Mercados y Proyectos 2017.

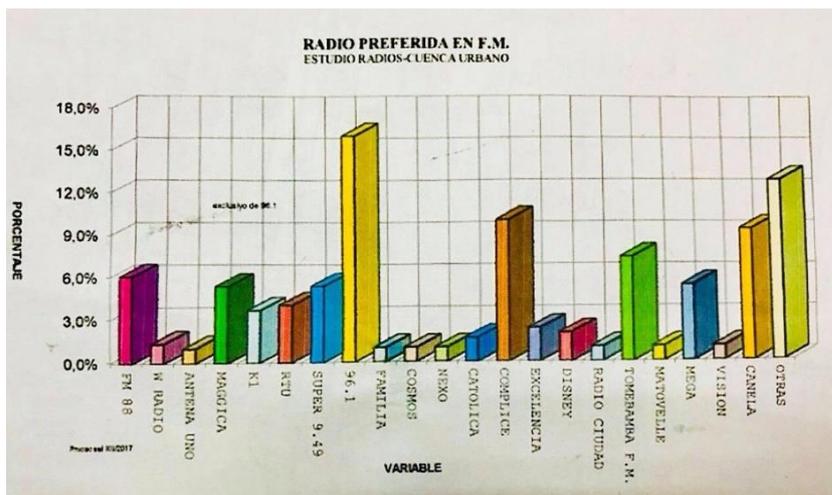


Figura 3: Estudio sobre preferencia de radios en Cuenca Empresa Mercados y Proyectos 2017.

CAPÍTULO III

ETNOGRAFÍA DEL HABLA:

ANÁLISIS DEL PROGRAMA TERAPIA INTENSIVA

La presente investigación comprende un estudio cualitativo, descriptivo e interpretativo del lenguaje radiofónico desarrollado en el programa de entretenimiento Terapia Intensiva. Para el análisis correspondiente se aplicó la etnografía del habla como campo teórico metodológico de este proyecto. Es importante hacer mención que las características de este estudio pertenecen a un trabajo de micro etnografía, el cual según Murillo & Martínez (2010) “consiste en focalizar el trabajo de campo a través de la observación e interpretación del fenómeno en una sola institución social, en una o varias situaciones sociales” (pág. 4).

La etnografía del habla, tiene su origen en la sociolingüística, disciplina y ciencia que intenta explicar la relación entre el lenguaje y el contexto social. De allí y en base a lo propuesto por el sociolingüista Dell Hymes, la etnografía del habla consiste en un enfoque teórico y metodológico que tiene como objetivo analizar la interacción entre las personas durante un evento comunicativo, centrándose en el habla como un aspecto cultural de la vida social. Dicho



análisis se produce dentro de lo que se conoce como comunidad de habla, de la cual son propios todos aquellos individuos que interactúan en el evento mencionado.

En síntesis, como lo menciona Leonardo Cerno (2008) este enfoque fundamenta su trabajo disciplinar empleando “la etnografía como método y el habla como objeto de estudio” (pág.32). Tomando como referencia la noción propuesta por Hymes, otros autores como Areiza, Cisneros & Tabares añaden que:

La Etnografía del habla estudia el uso que hace del lenguaje un grupo humano considerando las situaciones en que se produce ese uso, las diversas estructuras que se posibilitan en ese contexto, las funciones, las reglas que profesan los interlocutores y, las diferencias y variaciones que caracterizan a los grupos de hablantes. (2004, pág. 6)

Es decir que, para la comprensión de un acto de habla, expresión que explicaremos más adelante, es necesario ante todo conocer el contexto en el que dicho acto se produce. En otras palabras, no podemos calificar una expresión como mala o inapropiada sino tratar de comprender el contexto en el cual se comunica, lo que explicaría el uso de la misma. En el caso del programa Terapia intensiva existen diferentes percepciones por parte de la audiencia; hay quienes pueden catalogar a este programa como un espacio del cual disfrutan y sobre todo satisfacen su necesidad de divertirse mientras escuchan la radio, sin embargo, otros integrantes de esa misma audiencia pueden considerar a este como un programa en donde se utiliza un lenguaje vulgar y socialmente inapropiado. Para dar respaldo a estos dos criterios propuestos anteriormente, a través de la etnografía del habla se ha analizado parte el contexto comunicativo del programa en estudio.

El habla utilizada en el programa Terapia Intensiva es particularmente similar al habla coloquial que la mayoría de personas utilizan y comparten en su diario vivir como parte de la cultura en la ciudad de Cuenca. Por consiguiente, el interés de este estudio no se limita a describir lo que



se dice, sino que pretende interpretar por qué se utiliza ese modo de hablar en el programa radial y su relación con el contexto del mismo, por ello es importante identificar las categorías y unidades sobre las cuales se procederá al análisis.

3.1. Categorías y unidades de análisis de la Etnografía del habla

Una vez comprendida la Etnografía del habla como una disciplina metodológica para el estudio contextual del programa Terapia Intensiva, detallamos a continuación las categorías y unidades que serán objeto de este análisis. Empezamos por describir la situación comunicativa la misma que está compuesta por tres unidades: la comunidad de habla, el evento comunicativo y el acto de habla.

El proceso comunicativo se produce entre dos o más personas y se desarrolla en un tiempo y lugar determinado, en dicho proceso influyen factores propios del entorno o la cultura, a este contexto se conoce como situación comunicativa. En otras palabras, se trata de todo aquello que acontece en una interacción comunicativa. Según Hernández (2000) la situación del habla "es una actividad integral en la cual pueden ocurrir acontecimientos verbales y no verbales. Aunque por sí misma no es gobernada por reglas, provee el contexto dentro del que se desarrollan uno o varios eventos del habla" (pág. 152). Es así que la situación de habla en este caso corresponde a todos aquellos acontecimientos, expresiones verbales y no verbales, reacciones, interacciones, etc. suscitados en el programa radial de entretenimiento Terapia Intensiva.

Al describir la situación de habla se puede apreciar aspectos esenciales de la comunicación, que nos permiten conocer por qué se dice algo de cierta manera y no de otra. De hecho, Alessandro Duranti (2000) afirma que "siempre que en el análisis lingüístico formal aparecen dificultades o dudas sobre la interpretación o aceptabilidad de ciertas expresiones lingüísticas, se recurre al



contexto" (pág. 256) . Así, en la investigación en curso, para comprender el modo de hablar de los locutores y la aceptación social de la audiencia, recurrimos a analizar los aspectos más importantes que constituyen dicha situación de habla del programa seleccionado.

Según Carrera (2017) son tres los “elementos que conforman el contexto de investigación de la Etnografía del habla” (pág. 8): la comunidad de habla, el evento comunicativo y el acto de habla, es decir estos tres componentes constituyen las unidades de análisis de este trabajo, los mismos que se analizaron consecutivamente para interpretar el uso del lenguaje radiofónico en el programa.

Partimos entonces por la comunidad de habla, la cual se refiere a un conjunto de individuos que comparten una misma forma de hablar, y que, además, según Hymes (2000), "comparte reglas para el manejo y la interpretación del habla y reglas para la interpretación de al menos una variedad lingüística". (Citado en Hernández, pág. 172). De esta manera, la comunidad de habla del programa radial seleccionado la integran todos aquellos individuos que hacen parte de ese contexto comunicativo. Por una parte están los locutores del programa y por otra parte están cada uno de los oyentes que comparten el mensaje emitido a través de la emisora, pero que también participan en el programa de manera activa. A partir de esta conceptualización, cuando mencionemos a todos los que conforman el programa Terapia Intensiva nos referiremos como comunidad de habla.

Este análisis consiste entonces en interpretar el uso del lenguaje radiofónico compartido por la comunidad de habla del programa. Moreno (1998) añade que:

Los miembros de una comunidad de habla son capaces de reconocerse cuando comparten opinión sobre lo que es vulgar, lo que es familiar, lo que es incorrecto, lo que es arcaizante o anticuado. Por eso el cumplimiento de las normas sociolingüísticas al que obliga la pertenencia a una comunidad puede servir de marca diferenciadora, de



marca de grupo, y por eso los miembros de una comunidad suelen acomodar su discurso a las normas y valores compartidos (Moreno, 1998, pág. 20).

Al tener claro quiénes conforman la comunidad de hablantes del programa radial, lo siguiente es fijarnos en el evento comunicativo. Según Hymes este evento se refiere a "actividades, o aspectos de actividades, directamente gobernadas por reglas o normas para el uso del habla" (Hernández, 2000, pág. 172). Esto puede comprender una conversación, un discurso, una conferencia, entre otros que requieren del lenguaje verbal y que como anteriormente menciona el autor, están regidas por reglas o normas propias del evento comunicativo (Prieto, 1980). En este caso, un evento comunicativo corresponde a la conversación que se origina durante cada segmento del programa, debido a que en cada uno de ellos se hablan de temas diferentes.

Por lo tanto, se analizaron cinco eventos comunicativos con la característica que en todos ellos se mantiene una conversación permanente entre los locutores y en determinados tiempos se produce un dialogo con la audiencia. Para conocer más específicamente estos eventos comunicativos que integran el programa en análisis, se registró la estructura interna de dichos eventos así como una breve descripción de los mismos.

Tabla 1: Registro de los eventos comunicativos

Evento	Descripción	Percepciones
Caíste	En este espacio los locutores hacen una broma a una persona conocida que es parte de la comunidad de habla. Para este segmento los participantes cuentan con el respaldo de un cómplice (familiar o amigo de la persona a quien se le va a hacer la broma) para evitar repercusiones.	Este es uno de los segmentos de mayor aceptación por parte de los oyentes debido a las reacciones que este produce, tal es la acogida que este programa se retransmite en otro horario y también a través de su red social Facebook.
Pepe Le Pew	Los oyentes solicitan a los locutores llamar a su pareja para dejarle algún recado o para lograr reconciliación en su relación. Esto se	En este segmento los hablantes o locutores tienen un alto grado de interacción con su audiencia.



hace a través de llamadas telefónicas, en donde el locutor toma el rol de un reconocido personaje de dibujos animados perteneciente a la cadena Cartoon Network llamado “Pepe Le Pew”, así aplica un rol de mediador en las relaciones personales de la audiencia.

Metete al papel

Los participantes deben interpretar un papel improvisado sea por el oyente o por el locutor. El DJ también tiene un rol importante, él es quien debe estar muy atento a las participaciones, ya que los oyentes pueden decir palabras o frases que no son las adecuadas en el medio radial, las mismas que deben ser cubiertas por efectos de sonido, también el Dj es quien ambientaliza la atmosfera sonora para que la escena representada tenga credibilidad y cumpla con el fin de entretener a los demás oyentes.

La audiencia disfruta de este segmento por la oportunidad de convertirse en los protagonistas de este momento. El mismo provoca muchas risas tanto en la cabina donde se encuentran los hablantes y en los diferentes lugares de donde escuchan el evento comunicativo.

Jueves de Cachos y Caldos

Los locutores difunden chistes de manera consecutiva, aquí se pone en juego el papel de los efectos de sonido y la interacción entre locutores y DJ. Algunos de los chistes son subidos de tono, sin embargo, el lenguaje utilizado aun es permitido por el medio.

Los chistes presentados cumplen con la finalidad de diversión para la audiencia, sin embargo algunos de ellos pueden caracterizarse por un contenido discriminatorio o racista para otros miembros de otra comunidad de habla. Los efectos de sonido complementan la intención del evento comunicativo.

Los 30 del Despecho

La idea general del segmento consiste en programar canciones correspondientes a años anteriores, con el afán de complacer musicalmente a los oyentes que gustan de estos géneros musicales. El personaje principal que predomina en el programa es denominado “el abuelo”.

Aquí la aplicación del habla tienen más sentido todavía, debido a que incluso se usan palabras o términos del idioma Quichua, los cuales se han convertido en modismos naturales del habla coloquial de la mayor parte de cuencanos.



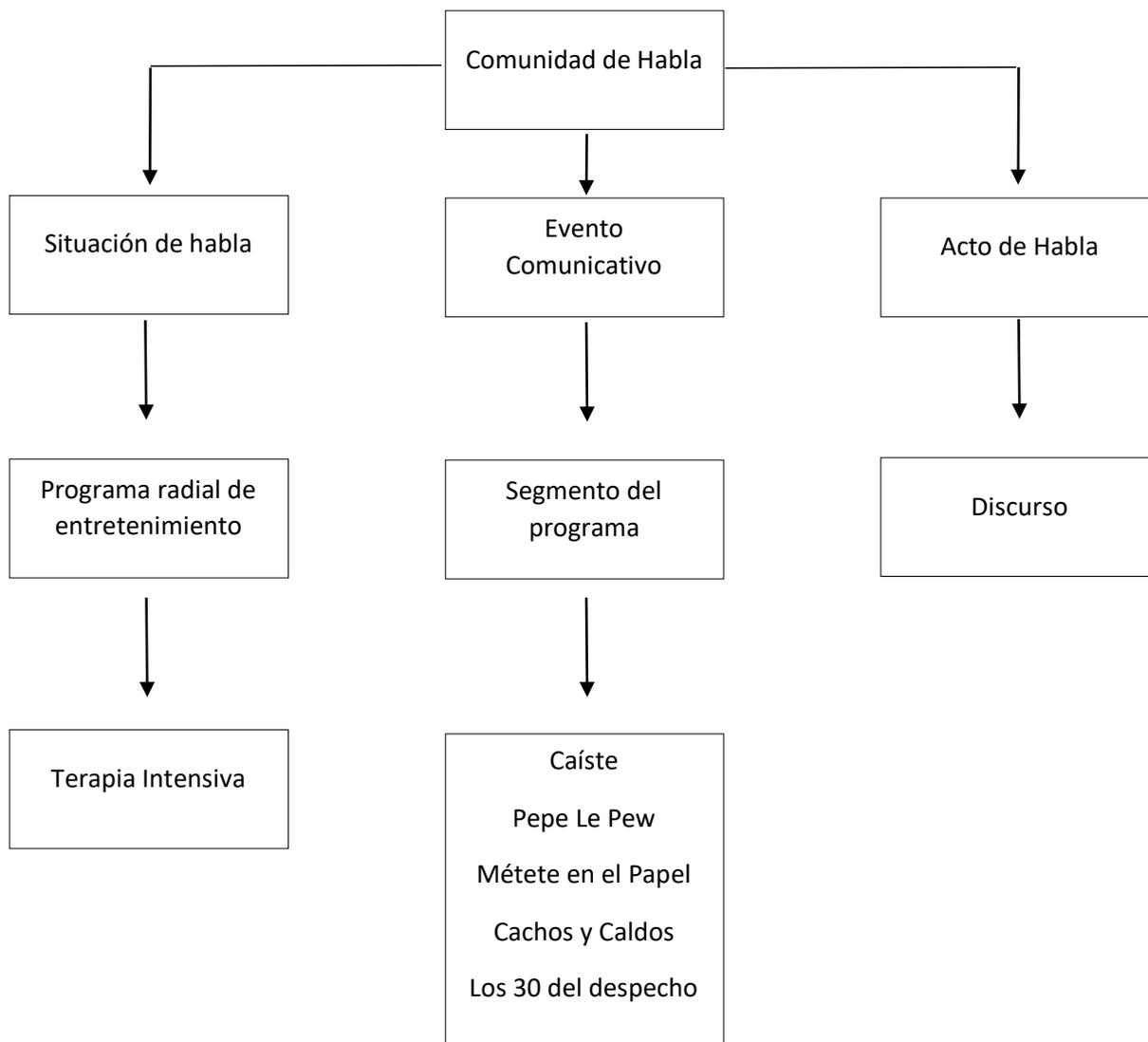
Universidad de Cuenca

Ahora bien, los eventos comunicativos deben ser analizados "...en segmentos de discursos más pequeños, los actos del habla" (Prieto, 1980, pág. 13). A su vez, Hymes describió al acto del habla como "la unidad mínima y constituye la producción verbal en sí" (Citado en Hernández, 2000,173). En otras palabras, la noción de acto de habla se refiere a la o las palabras dichas en un evento comunicativo específico por una determinada comunidad de habla. En nuestro caso se registraron todos los actos de habla emitidos en cada evento comunicativo seleccionado del programa, sin embargo debido a la gran extensión de estos se optó por seleccionar los que se repetían con mayor frecuencia.

Para una comprensión clara de las unidades de análisis mencionadas, podemos apreciar su interrelación en el siguiente diagrama:



3.1.2. Mapa de interrelación: unidades de análisis del programa Terapia Intensiva





Finalmente, es necesario mencionar que el análisis de las categorías y unidades mencionadas anteriormente se realizó a través del método Speaking, un modelo de estudio proveniente de la etnografía de habla.

3.2. El modelo Speaking

Como se puede evidenciar, hay varios aspectos y componentes que constituyen el contexto comunicativo del programa Terapia Intensiva, por ello, para abordar el estudio en su complejidad aplicamos el denominado método Speaking. Este modelo de análisis fue propuesto inicialmente por Hymes, y se trata de una especie de acróstico originalmente en Inglés de la palabra SPEAKING, que desglosando cada una de las consonantes corresponden individualmente a uno o varios componentes que intervienen en una situación comunicativa. En ese sentido, Schiffrin sostiene que “la grilla SPEAKING sirve para descubrir la taxonomía local, culturalmente significativa, de “unidades” de realización verbal: situaciones, eventos y actos de habla reconocibles y delimitados desde el punto de vista nativo” (Citado en Cerno, 2008, pág. 30). A continuación presentamos cada uno de los componentes del modelo Speaking, los mismos que fueron analizados en el presente trabajo.

3.3. Componentes del Modelo:

S	“Scene”	Escena: definición subjetiva de la situación.
	“Settings”	Escenario: circunstancias físicas (espacio/tiempo)
P	“Participants”	Participantes: hablante, emisor, receptor, oyente, audiencia, destinatario.
E	“Ends”	Fines: propósitos-metas y resultados.
A	“Act sequence”	Secuencia del acto: forma y contenido del mensaje.



K	“Key”	Clave: tono, “marco” metacomunicativo (cómico, serio, etc).
I	“Instrumentalities”	Instrumentos: canal (verbal, no verbal, físico); uso de recursos del repertorio (formas de hablar, estilos, etc.)
N	“Norms”	Normas de interacción e interpretación.
G	“Genre”	Géneros: clases de discursos (mito, canción, refrán, adivinanza, saludo, conversación, etc), (Citado en Cerno, 2008, pág.29, 30).

El primer componente es el *escenario*, el cual Según (Prieto, 1980) "está constituido por las circunstancias físicas que rodean a los eventos del habla, especialmente el tiempo y el lugar". Posteriormente se logrará describir la *escena*, la cual "designa las circunstancias psicológicas que envuelven al acto del habla, o la definición cultural de una ocasión como cierto tipo de escena". Otro componente del análisis son los *Participantes* a quienes (Prieto, 1980) considera "son las personas que interactúan lingüísticamente en un evento de habla" y a quienes Hymes los clasifica en cuatro: Hablante, oyente, destilador y destinatario. (Citado en Hernández, 2000, pág. 176). Consecutivamente el análisis se centra en la *forma del mensaje*, en donde cabe mencionar en palabras de Hymes que "es un trismo, pero que, sin embargo, se ignora a menudo en la investigación, que la forma como se dice algo es parte de lo que se dice" (citado en Prieto, 1980, pág.13)

Por otra parte, el *contenido* se refiere al "tópico del mensaje". La *clave* se refiere al "tono, manera o animo con que se desarrolla el acto". (Citado en Hernández, 2000, pág. 176). Dentro de los *instrumentos*, están los canales que se utilizan para el mensaje, pudiendo ser este verbal, no verbal o físico, y por otra parte el uso de recursos del repertorio que incluye las formas de hablar, el estilo, etc (Cerno, 2008, pág. 30). Otro componente importante son las normas de interacción e interpretación del habla, que como su nombre lo indica son normas que rigen en



los dos procesos mencionados. En primer lugar, las normas de interacción "se refieren a las expectativas asociadas a la conducta de los participantes en la interacción verbal". En segundo lugar, las normas de interpretación las cuales consisten en "las expectativas asociadas a la interpretación de lo dicho". (Prieto, 1980, pág.13). Están por otra parte, los *propósitos*, estos se dividen en resultados y objetivos del evento comunicativo, a su vez los objetivos pueden ser individuales y generales, es decir los objetivos del hablante y los objetivos de la audiencia. (Prieto, 1980). Finalmente, como último pero no menos importante se encuentra el *género* que corresponde a "categorías de discurso fácilmente identificables por el carácter típico de su estructura formal" (Prieto, 1980, pág.13).

En el presente análisis se tomarán en cuenta los aspectos que más se adecuen a las características de la situación comunicativa del programa, para abarcar un estudio más profundo del contexto en el que se desarrolla dicho programa de entretenimiento.

3.4. Otras categorías de análisis

El objeto de estudio de este trabajo está centrado en el uso del lenguaje por parte de los participantes del programa radial Terapia Intensiva, de allí que, es importante describir e interpretar elementos fundamentales que influyen sobre el mismo en un contexto sociocultural específico. Para ello, recurrimos a algunos aspectos teóricos propios de la sociolingüística, sobre los cuales se apoya este análisis.

3.4.1. El registro

El registro o estilo se refiere a la manera de expresarse y las palabras que se utilizan en un determinado evento comunicativo. Por lo tanto, el registro depende de la habilidad de los



interlocutores de adaptarse a una situación comunicativa, al utilizar un lenguaje adecuado para ese contexto específico. De allí que esta categoría de análisis es importante porque podría dar respuesta a algunas interrogantes planteadas en este trabajo, sobre el uso del lenguaje en el programa Terapia Intensiva, así lo sostienen Areiza, Cisneros y Tabares (2004) al afirmar que el registro “respondería a las interrogantes de por qué y acerca de qué se produce la interacción”.

En el texto *Principios de la Sociolingüística y Sociología del lenguaje*, se menciona la Teoría de la acomodación del habla propuesta por, Bourhis y Giles (1984), la cual “pretende explicar algunas de las motivaciones subyacentes a ciertas conductas y a ciertos cambios en los estilos de habla” (Moreno Fernandez, 1988, pág. 55). Además, uno de los principios de esta teoría se conoce como *convergencia*, la cual “es una estrategia comunicativa que los hablantes siguen para adaptarse a una situación y al habla de sus interlocutores”. Este principio tiene como objetivo “la aprobación social por parte de los oyentes, la mejora de la eficacia comunicativa y el mantenimiento de las identidades sociales positivas”. En el caso del programa en estudio, los hablantes adaptan su modo de habla al de los oyentes o interlocutores dando como resultado la interacción y una comunicación evidentemente eficaz.

Dentro del registro se identifican tres factores concretos que influyen directamente en el desarrollo del mismo. En primer lugar está la situación comunicativa o contexto en el que se desarrolla el acto del habla, a su vez también, el tema a tratar es lo que define la adaptación a un estilo específico por parte de los participantes, finalmente es importante el canal o medio por el cual se produce el evento comunicativo, es decir una comunicación oral o escrita. En adición a los tres factores mencionados anteriormente, la relación entre los participantes también es importante por el nivel de confianza o simpatía que existe entre los mismos (Moreno, 1998, pág. 94).

3.4.2. Niveles de la lengua



El nivel de la lengua es una característica inherente del hablante mientras que el registro es la adaptación que el hablante hace acorde a la situación y contexto comunicativo en que se encuentra. Incluso el nivel de habla está directamente relacionado con el nivel de instrucción del emisor, de allí que en una clasificación según el nivel sociocultural el registro se divide en: culto y vulgar.

Lo culto está relacionado con lo estándar, es decir una manera de expresión concebida como correcta o adecuada, este registro es utilizado en situaciones de carácter formal, y se desprende la noción de que este es propio de un nivel social alto. El nivel culto del lenguaje se rige a las normas gramaticales y no admite errores ni expresiones abstractas, así como el buen manejo de un lenguaje gestual. Por otra parte la lengua vulgar es el contraste de lo culto y contempla un lenguaje utilizado por personas de un bajo nivel de instrucción o con un vocabulario escaso. Se trata de expresiones consideradas como inadecuadas o incorrectas, además, en este nivel están presente el abuso de expresiones locales o regionales, las muletillas, el uso de oraciones cortas, palabras incorrectas o incompletas, el uso de obscenidades para describir la mayoría de las situaciones, uso de vulgarismos, barbarismos y la abundancia de errores: fonéticos, sintácticos y léxicos.

De igual modo, relacionado directamente con el nivel vulgar está el nivel coloquial que por su parte, se utiliza en ambientes de suma confianza para el hablante como en su entorno familiar o comunitario. En el lenguaje coloquial se relaja la fonética y se cuida menos la sintaxis. Sus principales características se reflejan en el uso común y regular en la cotidianidad de la mayoría de las personas, es espontáneo, está colmado de expresiones afectivas, sensitivas y expresivas, acepta el uso de diminutivos, aumentativos y despectivos, admite improvisaciones y es efímero.

3.5. Metodología



Luego de comprender las unidades de análisis sobre las cuales se asienta esta investigación, es importante dar a conocer la ruta metodológica aplicada en este trabajo. El programa *Terapia Intensiva* corresponde al género radial talk show, su horario de emisión es de 14:00 a 18:00 horas de lunes a viernes y su estructura consta de segmentos fijos para cada día de la semana. Para el propósito de este análisis, Seleccionamos cinco programas transmitidos de lunes a viernes durante la semana del 24 al 28 de Junio de 2019, sin embargo debido a la extensión de información obtenida, se optó por analizar un segmento por programa, es decir cinco segmentos en total. Cabe mencionar también, que la selección realizada del material que fue objeto de estudio se hizo bajo el criterio de mayor interacción existente según los locutores del programa. Para conocer la percepción de la audiencia, optamos por realizar una observación de su interacción a través de las redes sociales del medio. Así mismo tuvimos un dialogo explicativo con los locutores para una socialización del análisis y posteriormente procedimos a la recolección de la información correspondiente.

3.6. Recolección de Información

Debido a que la etnografía del habla propone estudiar diferentes componentes que participan en una situación comunicativa desde un contexto cultural, esta debe aplicar una metodología adecuada para interpretar hechos observables y no observables que se desarrollan en dicha situación (Cerno, 2008).

La etnografía se basa en el trabajo de campo, es decir el contacto directo con la comunidad de habla y el contexto comunicativo en el que esta se desenvuelve, de tal manera que a través de este método se puede percibir de manera directa el habla de los locutores y la imagen que sobre la misma tienen los oyentes. Según Cerno (2008), Para “hacer campo los etnógrafos se instalan en una comunidad humana, observan cuidadosamente sus actividades, participan gradualmente



de ellas, conversan con la gente y toman extensas notas en sus cuadernos”. (pág.36). En ese sentido, para el trabajo de campo de esta investigación recurrimos a las técnicas propias de la etnografía del habla para la recolección de datos. Así mismo, registramos las acciones observadas durante la transmisión del programa, tanto en la cabina de emisión por parte de los locutores, como en determinados lugares en donde los oyentes perciben el mensaje.

El trabajo de campo consistió en la aplicación principalmente de dos técnicas: la observación participante y la entrevista abierta. Con respecto a estos dos procedimientos, Cerno (2008) manifiesta:

Ambas se consideran hasta hoy las menos invasivas en el marco de la vida diaria, y permiten –si bien a lo largo de un proceso de intercambio entre investigador y población en estudio- el acceso tanto al orden de la cotidianeidad que el habla produce y reproduce como a la dimensión de los significados sociales, las representaciones y los valores con los cuales los grupos humanos dan sentido a sus acciones (Cerno, 2008, pág. 37).

En cuanto a la observación participante esta “se presenta como una técnica imprescindible para apropiarse de la lógica y el sentido implícito en las acciones de los sujetos observados”. (Cerno, 2008, pág.37). Es así que este estudio requiere de una percepción completa de diferentes aspectos que conforman la situación comunicativa del programa en análisis. Además, nos referimos a la observación no como el mero hecho de mirar algo, sino como un acto de percepción a través de diferentes sentidos, es decir poner en práctica todos los mecanismos necesarios para captar lo que ocurre durante la transmisión del programa Terapia Intensiva.

Además, el estudio se enfocó también en los oyentes del programa quienes son los perceptores del contenido y como lo menciona Leonardo Cerno (2008) “La práctica de la observación participante significa haberse introducido en las rutinas y la vida social del grupo investigado”.



Otra técnica aplicada en la recolección de información de este trabajo es la entrevista, si bien esta es considerada como el arte de preguntar, muchas veces las preguntas cerradas sobre determinadas temáticas pueden limitar la información por parte de los informantes, aunque puede existir casos en los que se requiere de aquello. Por lo tanto, la entrevista que se puso en práctica dentro de nuestra investigación, es propia de la metodología etnográfica, se trata de una entrevista abierta, que permite conocer de un modo más amplio y extenso, aspectos que se podrían dejar a un lado y que suelen ser importantes.

También se aplicó las transcripciones de las grabaciones que fueron necesarias para el registro de los actos de habla. Posteriormente se interpretó la información registrada y se dio a conocer los datos a través de narrativas etnográficas, sobre las cuales, Barthes (1974) afirma que: “La narrativa es una forma de relatar hechos, que encadenados logran una nueva significación” (Citado en Londoño, 2012, pág.146). Con esta matriz metodológica se procedió a desarrollar el trabajo de campo.

3.7. Instrumentos de investigación

Ya con el camino claro, detallamos los instrumentos que sirvieron como soportes para el registro del discurso emitido y demás actividades que se produjeron en el proceso comunicativo del programa. Los instrumentos utilizados en la investigación fueron principalmente la grabación digital de los programas y el cuaderno de campo en el proceso investigativo, dichos instrumentos según Cerno (2008):

... permiten el registro extenso de conversaciones y entrevistas o de diversas situaciones de interacción, en tanto el cuaderno de campo, que acompaña siempre la tarea del investigador en el terreno, permite apuntar elementos del contexto importantes para interpretar posteriormente las grabaciones (entradas y salidas de participantes,



gestualidad, proxémica, objetos del ambiente, etc.) y en muchos casos sustituir el trabajo del grabador registrando pequeñas frases o situaciones de intercambio cuando este no se había aún encendido (pág. 42).

Para la selección de los segmentos expuestos a análisis, optamos por grabar los programas completos, luego transcribir los eventos comunicativos y posteriormente registrar las expresiones verbales o actos del habla más representativos. Mientras tanto las notas de campo sirvieron para anotar las variables y otros elementos propios del lenguaje radiofónico y de interacción, mientras se produce el programa.

Luego del registro y percepciones de la situación comunicativa del programa radial Terapia Intensiva, consideramos importante realizar algunas interpretaciones con el fin de analizar minuciosamente el contexto comunicativo, esto fue a través del diario de campo, cuya función es "...acopiar o consignar la información que posteriormente será analizada y convertida en dato"(Citado en Cerno, 2008, pág.44). Por otra parte, "los diarios de campo se diferencian de las notas de campo en que éstas apuntan detalles situacionales inmediatamente a su ocurrencia, en tanto aquellos merecen una elaboración más minuciosa, concentrada y prolífica, fuera ya del teatro de los acontecimientos" (Cerno, 2008, pág. 44).

Con la aplicación de la ruta metodológica desarrollada en esta sección, se procedió a obtener los resultados y el cumplimiento de los objetivos propuestos antes de la elaboración de este proyecto, los mismos que están expuestos en el siguiente capítulo.



CAPÍTULO IV

Análisis del programa Terapia Intensiva

4.1. Aplicación del Método Speaking

La lengua es un componente cultural propio de una comunidad, la cual se expresa a través del habla que comparte un determinado grupo social. Por ello, el estudio de un mensaje, discurso o acto de habla no puede deslindarse de aspectos personales, sociales y culturales de una comunidad. Por lo tanto, el análisis efectuado del programa Terapia Intensiva se realizó con relación a su contexto, factor del cual dependen tanto la producción como la interpretación del mensaje y en base al cual se pudo comprender los actos de habla que se producen en el programa radial y por qué la audiencia podría aceptar y compartir el lenguaje utilizado en el mismo.

El objeto de estudio comprende cinco programas emitidos durante una semana de lunes a viernes desde el 24 al 29 de junio. Sin embargo, para el presente análisis se seleccionaron los cinco segmentos (uno de cada emisión), que bajo el criterio los locutores y la evidente interacción de los oyentes a través de llamadas telefónicas y mensajes en redes sociales son los más escuchados. Mediante la aplicación de la técnica grabación y transcripción se registraron los actos de habla producidos durante la difusión del mensaje; de estos actos se seleccionaron algunos siguiendo las directrices propuestas en la metodología de esta investigación.

Previo al estudio de los actos de habla consideramos pertinente describir los eventos comunicativos a los que hicimos referencia en capítulo metodológico y sobre los cuales se aplica este análisis.

4.2. Registro y descripción del Corpus



A través de las técnicas de recopilación de información se procedió a la grabación y posterior transcripción de los actos de habla de los cinco eventos comunicativos seleccionados: El caíste, Pepe Le Pew, Metete al papel, jueves de cachos y caldos, los 30 del despecho. La descripción de cada uno de estos eventos permitió observar todos los aspectos que formaron parte de la interacción comunicativa en el programa Terapia Intensiva.

En estos cinco eventos comunicativos están presentes dos locutores: Jorge Patricio Córdor y Patricio Ramírez, que para propósitos de esta investigación tomaremos en referencia el seudónimo con cual han sido reconocidos durante su trayectoria, Jc Patricio y Pato Ramírez respectivamente. Otro participante importante en la emisión del mensaje es el Sr. Esteban Tacuri ¹Disc jockey del programa, quien está a cargo de la producción y ambientación del programa.

Tabla 2: Segmento El Caíste

Informante: Sr. Esteban Tacuri (Dj. Del Programa)

Participante	Verbal	Paraverbal	Observaciones
Sr. Esteban Tacuri	Oiga está de topar hoy día, para ver que se hace ¿Tiene Chance?	Toma el teléfono decidido a hacer creíble la broma. Los otros hablantes guardan silencio mientras se produce el evento.	El habla es coloquial, pretende ser una conversación entre amigos.
“Chivo” (amigo)	A qué hora mijin?		
Sr. Esteban Tacuri	No pasa nada mijin, ahí sáquele solo para socializar un chances, póngase su ñaña si quiera estar conmigo y usted no quiera, más está ahí hecho el tapiñoso (risas)	Crea movimientos con las manos mientras conversa por teléfono. El tono de voz es creíble, mientras que en la cabina de radio se vive una atmósfera de suspenso.	Se utilizan palabras que pueden ser sustituidas por otras en un idioma más formal. Palabras como : mijin, chance, tapiñoso

¹ Disc Jockey. Dj: disyóquey. Adaptación gráfica propuesta para la expresión inglesa disc jockey, ‘persona que selecciona y pone discos en una fiesta, discoteca o programa de radio.



“Chivo”
(amigo) No, no, nada. Si se entera su
ñora, ¡ahí sí!

Sr. Estaban Tacuri Pero no pasa nada, ya yo sé cómo manejo mijín, ahí baje con su ñaña de una para irnos a Baños a darnos un curvo.

Los gestos en el rostro del hablante hacen que la conversación sea un dialogo normal entre amigos. Existen efectos de sonido durante la conversación que ambientalizan la escena y producen risas en la audiencia.

Se repiten algunas palabras durante la conversación como: mijin.

“Chivo”
(amigo) Genera silencio por contados segundos

Sr. Esteban Tacuri Me está haciendo cabrear yo le saco a su ñaña de la casa loco, después no estará ahí diciendo que soy cargoso loco.

Simula enojarse y se nota también la molestia en la voz del segundo participante de la conversa. La intensidad de la conversación es propia del segmento, previo a informarle al participante dos que está dentro de una broma del programa. Se usan efectos de sonido para ocultar auditivamente las palabras censuradas en el medio radial. Al final surgen risas en forma de efectos de sonido.

Algunas expresiones utilizadas en la conversación son consideradas no adecuadas por los mismos productores del programa, quienes sobreponen efectos de sonido cuando se pronuncian determinadas palabras.

Los participantes utilizan palabras propias del argot popular, términos coloquiales que la mayor parte de personas especialmente jóvenes utilizan en sus conversaciones informales diarias. Antes de realizar la llamada, Esteban Tacuri, prepara la broma que le realizará a su amigo a través de la llamada telefónica; mientras dicha llamada se produce, los otros hablantes



permanecen en silencio para que ningún ruido evidencie que se trata de una broma. El hablante empieza la conversación utilizando el término “tienes chance” expresión que refiere a una oportunidad u ocasión y que hace alusión a tener un momento para salir, hablar, entre otras actividades.

El oyente asume el rol de hablante a través de la llamada que está siendo escuchada al aire en la radio por los demás miembros de la comunidad (audiencia). “A qué hora mijin” responde el oyente y a partir de esa interacción se produce el diálogo entre los dos, esta palabra no consta en un diccionario, pero corresponde a una jerga juvenil y muestra la cercanía o afecto entre amigos, efectivamente el dialogo que se produce en el programa se trata de dos amigos que aparentemente tienen confianza y que están planeando una oportunidad para realizar alguna actividad.

Así la conversación continúa entre risas y la expectativa de la audiencia al conocer la reacción del segundo participante, quien recibió la llamada y que aparentemente desconoce la intención del hablante. “Más está ahí hecho el tapiñoso” otra de las expresiones que emplea Esteban Tacuri en su mensaje cuando se refiere a que el segundo participante nombrado como “el Chivo”, está indeciso o no acepta su propuesta para salir entre amigos, este es otro de los vocablos que no se encuentran en un diccionario, sino que es generado en una comunidad de habla que comprende y comparte el mensaje con tales términos.

La conversación está llena de palabras informales, en un tono más intenso y con la intención clara de generar conflicto en el diálogo para cumplir el objetivo del segmento, Esteban Tacuri dice “Me está haciendo *cabrear*, yo le saco a su ñaña de la casa loco, después no estará ahí diciendo que soy *cargoso* loco”. Estas expresiones son empleadas en un contexto coloquial y por su naturaleza, palabras como “cabrear” socialmente no son aceptadas en un medio de comunicación y además son consideradas como un lenguaje inadecuado, de manera que la sobre



Universidad de Cuenca

posición de efectos de sonido como risas y simulaciones de objetos sobre dichas expresiones toman un rol muy importante para que estas palabras no sean difundidas al aire. Sin embargo, este es precisamente el instante en el que se generan risas en la comunidad de habla, justamente por la utilización de dichos términos que suben la intensidad del conflicto, esto debido a la reacción del segundo participante, quien en respuesta al mensaje recibido evidencia enojo a través de su tono de voz.

La llamada finaliza avisándole al “Chivo” que todo se trata de una broma y que está siendo parte del segmento denominado “El caíste”. Este participante al final hace conocer su enojo con palabras que no pueden ser emitidas al aire y son atenuadas por efectos de sonido. Mientras tanto en la cabina de radio, el ambiente es de risas por parte de los hablantes. Por otra parte, La audiencia que percibió el mensaje satisface su necesidad de divertirse y hacen notar su gusto por el segmento, esto se percibe a través de llamadas, mensajes, o notas de voz que envían al contacto del medio para dar a conocer sus comentarios. La efectividad del segmento es tal que se transmite también por la red social Facebook de la radio, de donde se pudo constatar algunos de los comentarios de quienes conforman la audiencia del programa Terapia Intensiva.



Figura 4 : Captura de pantalla de la red social Facebook de Radio la Mega



Universidad de Cuenca



Figura 5 : Captura de pantalla de comentarios en la red social Facebook de Radio la Mega.

Tabla 3: Segmento Pepe Le Pew

Informantes: Jc. Patricio			
Participante	Verbal	Paraverbal	Observaciones
Pepe Le pew	Dice Paúl que hoy quiere hacer melcochas con usted	El locutor utiliza expresiones faciales que le permiten realizar una personificación adecuada. Así como la voz interpretativa del locutor es el elemento clave de este evento	El mensaje empieza con palabras que pretenden generar un doble sentido entre hablantes y oyentes.
Paola	bueno		
Pepe Le pew	Que él va llevando el maní Sí, para que usted. le estire el maní	Las señas entre los hablantes generan una conexión directa entre ellos, mientras se	



Paola	No gracias	produce la conversación con el oyente.
Pepe Le pew	Señora, entonces solo están resentidos nomas, como toda pareja tiene su resentimiento	La intención del hablante es persuadir con su mensaje en la oyente quien hasta el momento solo escucha atentamente.
Paola	Sí pero yo no quiero volver con él.	Se percibe el enojo en el tono de voz de la oyente quien aparentemente no está convencida por el mensaje.
Pepe Le pew	él quiere invitarle a que usted le coma a él	Durante el dialogo se utilizan términos pertenecientes a una jerga propia de un determinado grupo social.
Paola	no, no quiero	Se percibe el uso de un neologismo, es determinante y se evidencia la decisión de no querer abordar más el tema.
Pepe Le pew	Si quiere señora, sí quiere ¿Cierto?	decir un nuevo término que contiene un significado.
Paola	No yo no quiero ahoritas nada.	Mientras tanto el hablante insiste.
Pepe Le pew	El hombre anda enamorado de usted, anda muy shungado, que le dé una oportunidad dice	Algunos términos sr repiten durante la participación y son una manera de expresar una idea pero de una forma más sutil o menos directa.
Paola	A mí me gusta el paquete para mí solita, si me lo voy a comer, me lo como yo solita.	Las palabras dichas por la oyente generan risas para los locutores, pero durante la conversación estas no se expresan, hasta que la llamada se termina. De igual manera la oyente se ameniza con el mensaje y disfruta la conversación.
Pepe Le pew	Me parece bien señora, le felicito ya.	

Este evento comunicativo posee una particularidad y es que uno de los locutores interpreta un personaje para cumplir con un fin. En este contexto se trata del conocido personaje de caricatura Pepe Le pew, quien es un zorrillo enamorado, razón por los hablantes del programa lo relacionan directamente con el presente segmento.



En el programa existen mensajes con doble sentido. El doble sentido se trata de “...un acto de comunicación que matiza las palabras a través de asociaciones subjetivas determinadas por el contexto” (Fernandez, 2016), en palabras de Freud (1981), c(pg. 15).

Partiendo de esta conceptualización se pudo constatar que el doble sentido es un recurso de los hablantes en determinados actos de habla. De hecho, existe intención de tras de cada acto de habla expuesto en este segmento, dicha intención contiene significados connotativos relacionados en su mayoría con aspectos sexuales, palabras o términos que se aceptan como naturales dentro del registro lingüístico del programa. Sin embargo, es imprescindible enfatizar que este mismo mensaje puede generar rechazo por parte de otro grupo o comunidad de personas que consideren que en este programa se utiliza una manera de hablar inadecuado.

El locutor que interpreta al personaje Pepe Le Pew y quien intenta generar una reconciliación en la relación personal de la participante, utiliza la frase “él quiere invitarle a que usted le coma a él”, aludiendo no al acto de alimentarse sino al deseo de tener una relación sexual. Expresamente se constata que cuando esta frase la pronuncia el hablante genera rápidamente risas en la oyente, es decir que la participante comprende, acepta y comparte el contenido de dicho mensaje. El acto de habla no es necesariamente explícito pero la intención es comprendida claramente por los participantes. El doble sentido emitido a través de los actos de habla en este programa, están connotados en metáforas cuyo significado es de uso compartido por la comunidad de habla. El mensaje sigue esta misma intención a lo largo de la llamada, anteriormente el hablante había expresado una frase similar, “para que usted le estire el maní”; es evidente que los actos de habla de este tipo son los que mayoritariamente conforman este evento comunicativo.

Además, mientras los locutores generan el diálogo en este segmento, aparecen otras palabras que no están reconocidas como tales pero surgen de términos existentes y poseen un significado;



a dichas palabras se las conoce como neologismos. Durante la conversación hablante - oyente se emite el término “shungado”, palabra verbalizada, proveniente del Kichwa (el segundo idioma reconocido en el Ecuador) “shungo”, que significa corazón, con esta expresión el locutor se refiere a “estar enamorado”. En la comunidad de habla del programa Terapia Intensiva, términos como los mencionados anteriormente poseen un significado común y compartido por los integrantes de dicha comunidad.

Tabla 4: Segmento Metete al Papel

Informantes: Sr. Patricio Ramírez y Jorge Córdor.

Participante	Verbal	Paraverbal	Observaciones
Sr. Pato Ramírez	Oiga y a que debemos el honor de su llamada mi amigo Nebot	El oyente se convierte en hablante y durante su participación personifica a un individuo representativo en el contexto nacional.	Existe una conexión inmediata entre hablantes y oyentes.
Participante (Jaime Nebot)	Es para saludarle a ese tal JC Patricio, a ese loco, para decirle que bien que maneja	Los locutores reciben el mensaje mientras sus gestos faciales denotan sorpresa por la capacidad del participante de interpretar a mencionado personaje.	Se usan palabras propias de una jerga perteneciente a un grupo social.
Sr. Pato Ramírez	Ah, al JC quiere saludarle, ¿qué maneja bien?		
Participante (Jaime Nebot)	La palanca pues mijito.		
JC:	Híjole, oiga pero hay unos rumores de que usted tiene algo con Cinthya, ¿es verdad o no es verdad? Le han visto saliendo con ella de lugares medio...privados, medio oscuros, medio alejados de la ciudad. Medio muy íntimo, desolado.	El locutor utiliza movimientos corporales y gestos faciales mientras habla.	Este término corresponde a morfemas, es decir palabras diminutivas. Esta manera de expresarse es característica del contexto cultural en Cuenca.
Participante Jaime Nebot	Fui a mostrarle mi tigre	El hablante sonríe mientras pronuncia este mensaje.	



Sr. Pato Ramírez	Mi tigre (risas). Ah le mostré su tigre y qué tal? ¿Ruge o no ruge?	El ambiente se torna en un entorno de risas por parte de los locutores y el dj mientras escuchan lo que dice el participante. La capacidad de improvisación del participante genera un dialogo dinámico que divierte a la audiencia.	El acto de habla posee un doble sentido en el contexto que se desarrolla.
Participante Jaime Nebot	Ella me dijo: miau, eres un salvaje		

La situación comunicativa del programa genera una relación directa entre hablantes y oyentes, esto produce una comunicación efectiva y a la vez empática entre los participantes del evento. El segmento “Mete al papel” permite a los participantes cambiar de rol constantemente al generarse un dialogo entre los mismos. Se pone en evidencia la creatividad de los oyentes que se contactan por teléfono y proponen de inmediato una historia a la cual debe adaptarse uno de los locutores, (quienes respetan su turno de participación) y generar un mensaje fluido conforme al diálogo que se haya planteado.

En el evento tomado como ejemplo, uno de los oyentes simula ser el ex alcalde la ciudad de Guayaquil, Jaime Nebot, personaje conocido en el contexto social. La caracterización del personaje se hace a través de la voz, el único recurso con el que el oyente participa. Así mismo, esta conversación contiene un mensaje con una intención aparentemente oculta. En este sentido, el acto comunicativo “la palanca pues mijito” posee una connotación relacionada directamente con ideas de doble sentido, sobre las cuales la audiencia que percibe el mensaje y lo interpreta conforme a su escala de valores y otros aspectos característicos de esta comunidad de habla.

La conversación continúa, así como la interpretación del personaje, quien a través de sus expresiones como “Fui a mostrarle mi tigre” hace evidente la carga de mensaje sexual que contiene la mayor parte de actos comunicativos. Al tratarse de una conversación, el locutor quien es parte de la conversación también relaciona sus palabras con el mensaje, “¿Ah le mostré su tigre y qué tal? ¿Ruge o no ruge?”. Todo esto acontece mientras se utilizan los otros



elementos del lenguaje radiofónico bajo el mismo concepto, los efectos de risas, y aquellos que representan algunas palabras que se pronuncian, como por ejemplo, en el último acto comunicativo de la conversación el participante responde “Ella me dijo: miau, eres un salvaje” y suenan efectos de un gato, mientras el dj reproduce una canción que menciona a dicho animal. Es preciso mencionar que la concordancia de los elementos del lenguaje radiofónico, es decir la palabra, la música, los efectos y el silencio, enriquecen la intención comunicativa bajo la cual se conduce el programa Terapia Intensiva.

Tabla 5: Jueves de Cachos y Caldos

Informantes: Sr. Patricio Ramírez y Jorge Condor. (Locutores del Programa)

Participante	Verbal	Paraverbal	Observaciones
Sr. Pato Ramírez	PATO: Dice que llega un africano al cielo, uno que era medio shorin, le gustaba coger lo ajeno, y se encuentra con Jesús, y este le dice: Bienvenido hijo a paraíso, toma tus alas. Entonces el africano feliz de la vida le pregunta: Señor ¿Voy a ser un ángel, voy a ser un ángel? No, vas a ser murciélago	El locutor empieza a dar lectura el chiste, y mientras va leyendo va actuando el papel de cada personaje mencionado. El dj trabaja al ritmo del locutor, coloca un fondo musical adecuado y risas para que el chiste sea más divertido para el oyente.	El chiste es racista, puesto que habla de una persona africana a la cual se refieren como: “Shorin” palabra utilizada en jergas juveniles para referirse a quien roba. Mientras el locutor 1 cuenta el chiste, el locutor 2 va anexando el chiste con palabras como: ya, sí, ¿y qué dice?
Jorge Córdor	Un señor se encuentra con un amigo al que había venido a visitar, al que no lo había visto durante varios años, y luego de una larga conversación, le pregunta el amigo: Oye Juan ¿qué fue de tu viejo?.	El locutor crea movimientos con las manos mientras lee el chiste. El tono de voz varía al momento de interpretar a cada personaje que menciona, mientras que en la cabina de radio se vive una atmosfera divertida, llena de risas.	Es un chiste normal o chiste blanco (gozan de pura inocencia) que no se sale de los parámetros de agresión hacia ninguna persona.



Ha mi padre murió en un
accidente
Hay que lástima, no sabía
nada
Si hombre fue tremendo,
Pero sé que sus últimas
palabras me las dijo a mí
Enserio, no te creo, y ¿Cuáles
fueron?
No muevas la escalera...

Patricio
Ramírez

Dice que un día un viejito
pasa por un cerca y dice:
Vieja, ¿Te acuerdas cuando
te arrimé a esa cerca y te hice
el ñenguere, ñenguere por
primera vez?
Y ella le responde: si vieja, si
quieres volvemos a revivir
ese momento tan bueno que
fue
Y el viejo, le baja la falda y
le pega contra la cerca y le
empieza la faena, dale que
dale
Ese viejo le daba como ratón
en balde y la vieja gritaba,
aullaba, lloraba, saltaba
Y el viejo emocionado le
dice: vieja, hace 50 años no
te excitabas tanto
Oye viejo mal parido, hace
50 años la cerca no era
eléctrica dice.

La gesticulación del locutor
es pícaro pues se dispone a
contar un chiste colorado.
El fondo musical que coloca
el dj sube de ritmo a medida
que se va contando el chiste y
las risas entre ambos
locutores se nota en cada
frase leída del chiste.

Se cuenta un chiste
colorado (contienen
connotación sexual)
sin embargo, se
utilizan palabras que
para los oyentes ya
tienen un significado
propio, para sustituir
palabras no aptas para
el horario de
transmisión, palabras
como: el ñenguere-
ñenguere que
sustituyen el hablar
del acto sexual entre
una pareja.

(Serrano, 2016) sostiene que “un chiste es un texto breve, hablado o escrito, que es ocurrente o gracioso por algún juego verbal o conceptual, y que pretende hacer reír” (pág. 2). Los locutores empiezan a contar los chistes a su audiencia, se meten en el papel de cada personaje y empiezan a interpretarlos con gestos y diferentes tonos de voz. Según la entrevista realizada a los locutores del programa, afirman que su lista está conformada por chistes blancos y chistes



colorados; según la distinción que hace Sigmund Freud es: inocentes y tendenciosos (1981, pág. 77).

Los locutores lanzan los chistes de manera intercalada e interactúan entre los dos mientras cuentan los chistes, lo cual ayuda a que el ambiente sea más divertido y lleno de risas tanto reales como en efectos colocados por el dj. Las actuaciones o interpretaciones de voz le dan un toque más creativo a la lista de chistes que se emiten.

Durante la lectura de los chistes, los locutores utilizan expresiones lingüísticas que a pesar de no ser establecidas en un diccionario o en el idioma, los oyentes de la emisora reconocen o se familiarizan con los términos, ya que estos son de uso diario en la radio (103.3 fm), los mismos que son usados para reemplazar términos fuertes, tal como es el caso del: “*ñenguere-ñenguere*” el cual reemplaza el hablar del acto sexual entre dos personas mediante una personificación o prosopopeya, a esta terminología también la acompaña una serie de efectos de sonido como: risas, simulaciones, entre otros, que incitan al oyente a imaginarse el significado de esas palabras.

Entre los chistes que se emiten en el segmento *Cachos y Caldos* del jueves 27 de junio de 2019, se evidencian un contenido racista, uno de ellos que sirve de ejemplificación menciona a una persona *africana*, que se interpreta como una persona de tez negra y la relaciona con el hurto. Aquí también los locutores utilizan la terminología “*Chorin*” o “*Choro*” para reemplazar la palabra ladrón o vulgar. También se mencionan chistes tendenciosos que hacen alusión al sexo, en donde también utilizan el término ya antes mencionado “*Ñenguere-ñenguere*”.

Para terminar la ronda de chistes entre risas y buen humor, uno de los locutores siempre grita: Páreme la mano, hoy con el segmento que se llama: Cachos y caldos.

Tabla 6: Segmento Los 30 del Despecho



Ramírez y Jorge Córdor. (Locutores del Programa)

Participante	Verbal	Paraverbal	Observaciones
Sr. Pato Ramírez	PATO: Hay una fanática suya, es Anita Guanga en ICE Hampton, mándele un saludo para Anita Guanga, en ice Hampton.	Al momento de empezar el segmento, el Dj, crea un ambiente con efectos de sonido, como si alguien estuviera tocando un timbre y posteriormente golpeando la puerta, los locutores se hacen los sorprendidos para recibir al Abuelito, personaje que es interpretado por el mismo Jorge Córdor, locutor del programa.	Dentro del segmento se desenvuelve una conversación normal entre el personaje y el locutor quien le lee saludos al Abuelito para que este responda. El personaje del Abuelo utiliza entonaciones y palabras de antaño, como si se tratara de un viejito de campo.
Jorge Córdor	ABUELITO: Anita Guanga, ya pues, ahora que me voy a ir a los estados unidos con mis nietitos, invítame a tu casa, para ver si es que hacemos tilingo. PATO: Huy habla serio abuelo, ella es casada ABUELITO: Pero que estoy diciendo de malo PATO: Tilingo, ¿qué es tilingo? ABUELITO: No sabrás lo que es tilingo PATO: No, ¿qué es tilingo? ABUELITO: Para mí, mí cultura, tilingo quiere decir: asar PATO: ¿Asar? ABUELITO: Sí, tilinguear. PATO: A ya. ABUELITO: Sí, entonces quiero yo, tilinguear con ella.	Jorge Córdor, habla tanto como locutor y también como el Abuelito.	
Sr. Pato Ramírez	PATO: Hay también la suegra entrometida. ABUELITO: Suegra metida PATO: Sí, sí. Se mete en todo, adora elogiar al ex de tu novia, siempre está sacando en cara no, que tu ex era así, que era un lindo, que era un guapo, mira este uzhco, así. Abuelito: Ash sí.	El locutor quien interpreta al personaje fuerza su voz para hablar como un abuelito y sus gestos y movimientos lo acompañan en una caracterización unificada.	Se usan expresiones en kichwa por ejemplo: <i>taita Diosito</i> y <i>uzhco</i> . Para darle más énfasis a la forma de hablar del abuelito. Y también quedan frases a medias como: Hijo de... para expresar algún descontento de manera graciosa.
Jorge Córdor	PATO: Vence por cansancio y acostumbra a ir a vivir con la hija. ABUELITO: Hay taita Diosito PATO: Y se mete a dormir en medio de los dos ABUELITO: Madre santa PATO: Hijo de...	El dj, está atento a cada una de las frases del personaje para enseguida colocar los efectos de sonido necesarios para complementar los chistes o las frases que diga el abuelito.	



ABUELITO: Taita Diosito,
hay un sin número de suegras
mijo.
PATO: Claro, hay bastantes
suegras.

En el segmento se desenvuelve una conversación entre el personaje nombrado como el Abuelito y el locutor Patricio Ramírez, quien a pesar de saber que es solo un personaje interpretado por su compañero JC Patricio, le trata como un anciano de verdad, razón por la cual este segmento se vuelve muy real y a la vez divertido. En el ambiente el *disc jockey* adquiere un rol fundamental, dado que es él, quien a través de efectos de sonido, crea una atmósfera para que el oyente se sienta parte del segmento. En esta ocasión la interacción con la audiencia se da solamente a través de mensajes de texto.

En el transcurso de la conversación que mantienen los dos hablantes se pronuncian términos muy particulares como “Tilingo y tilinguear”, expresiones que contienen una intención comunicativa por parte de quienes pronuncian tales términos, dicha intención se evidencia en la manera en como se dice el mensaje, los gestos en el rostro de los hablantes, las risas y los efectos de sonido que se producen en el momento denotan que existe una intención de doble sentido, sin embargo los hablantes pretenden hacer que el mensaje sea implícito, dejando así a la interpretación de los oyentes. Buscado el verdadero significado de este término *tilingo*, tiene otro muy diferente al que el personaje hace referencia, según el diccionario de la RAE, *Tilingo* significa: Insustancial, que dice tonterías y suele comportarse con afectación.

Dado que el segmento promociona canciones antiguas, el personaje utiliza palabras y expresiones en desuso o empleadas en el argot popular como por ejemplo: *Taita Diosito* o palabras en kichwa como *Uzhcu* según el glosario del Patrimonio Inmaterial del Azuay, para



referirse a alguien feo, todo con el propósito de crear un ambiente contemporánea a años de nuestros abuelitos. En una entrevista personal (2019) realizada a los locutores del programa *Terapia Intensiva*, ellos manifiestan que: “El lenguaje que ellos utilizan es parte de algo autóctono del Austro y que con fomentar su uso, ellos pretenden educar a los jóvenes oyentes de la radio en educación y tradición cultural”.

4.3. Aplicación método Speaking

Este método Speaking permitió analizar cada uno de los componentes que hacen parte del contexto comunicativo del programa *Terapia Intensiva* permitiendo conocer determinados aspectos culturales y sociales que influyen directamente sobre el habla de los integrantes de este programa. Se trata de un proceso a través del cual se describió cada uno de los detalles observados en la presente investigación, tanto aspectos verbales como paraverbales de los hablantes y la interacción de los oyentes quienes se adaptan a ese registro de habla. A continuación adaptamos cada uno de los elementos del método Speaking al análisis del lenguaje Radiofónico del programa *Terapia Intensiva*.

4.3.1. Escena y Escenario

En la transmisión del programa se percibe un ambiente distendido, generalmente ligado con emociones de alegría, estos aspectos emocionales son evidentes en los participantes del programa. Los locutores utilizan una comunicación persuasiva, con la intención de transmitir sensaciones en toda la comunidad de habla, ellos no solo dicen algo, sino que interpretan lo que dicen, utilizando un lenguaje verbal, no verbal, y paraverbal, esto hace que los participantes de esa comunidad satisfagan su necesidad de entretenerse al escuchar el programa radial. Por ejemplo: en uno de los eventos comunicativos seleccionados denominado “Cachos y caldos”, la intención comunicativa es que la audiencia se divierta y olvide algunos aspectos negativos relacionados con su cotidianidad, para ello se cuentan chistes y lo complementan con la



utilización de efectos que transmiten esa jocosidad del acto, logrando así que los oyentes disfruten de ese momento.

El programa Terapia Intensiva se desarrolla un escenario que corresponde a un cuarto adecuado sonoramente para una cabina de radio, es decir, computadoras, parlantes, micrófonos entre otros instrumentos que constituyen el estudio radial. Desde este espacio los hablantes o locutores transmiten dicho programa y es el escenario donde se perciben tanto las expresiones verbales como aspectos paraverbales que utilizan para crear una atmosfera significativa que cumpla con los fines de entretener a los oyentes.

Mientras del mensaje se produce en un escenario descrito anteriormente, los oyentes perciben dicho mensaje desde diversos lugares dependiendo de las actividades cotidianas que realice cada integrante de la comunidad de habla, por lo general se ha podido constatar que existen escenarios distintos como locales comerciales, buses, taxis, mercados, domicilios e incluso oficinas, entre otros.

4.3.2. Participantes

Hymes propone cuatro componentes que corresponden a los participantes, sin embargo adaptamos al presente estudio, dos de ellos: los hablantes y los oyentes. Debido a la naturaleza o contexto comunicativo del programa radial, los participantes son locutores del programa y los oyentes quienes reciben el mensaje. Cabe resaltar también que el rol intercambia constantemente durante la transmisión radial, debido a que en determinados momentos los hablantes, se convierten en oyentes y viceversa. Con lo referido anteriormente, se pone en evidencia la constante interacción que existe entre los participantes del programa radial Terapia Intensiva. En cuanto a la cantidad, no se ha podido determinar un número exacto de oyentes, sin embargo, se puede corroborar dicha interacción a través de las llamadas telefónicas, mensajes de texto, notas de voz durante el programa y comunicación en su red social Facebook.



De hecho, la eficacia del programa radica en esa interacción hablante – oyente. Por puntualizar un segmento en específico, referimos el denominado “metete al papel” debido a que en este, el oyente se siente protagonista al crear una escena literalmente real en donde el hablante improvisa en dicha escena creada por él. A su vez, este espacio se transforma en un dialogo comunicativo creado a través de un canal, en este caso una llamada telefónica, mediante la cual, ni hablante ni oyente pueden verse físicamente, no obstante, la comunicación se produce por medio del habla compartida entre ambos.

4.3.3. Fines: propósitos-metas y resultados.

El propósito de este programa está orientado en dos direcciones interrelacionadas, es decir a partir de una intención de los hablantes o locutores de divertir a la audiencia o desde los interlocutores u oyentes de satisfacer distintas necesidades personales vinculadas con el entretenimiento. Estas dos alternativas se cumplen en el desarrollo del programa, este contiene una intención comunicativa explícita en su clasificación, la misma que se escucha antes de empezar cada emisión. Según la Ley de comunicación este es un contenido de entretenimiento, de allí que se desprenden gratificaciones derivadas para los interlocutores del mismo como, distracción, acompañamiento o utilidad social.

Aunque el fin es entretener, existen también otros propósitos dependiendo del segmento o espacio, por ejemplo, en el evento comunicativo del personaje “Pepe Le we”, el cual es un segmento romántico, en donde la persona que se comunica con el medio envía un mensaje relacionado con temáticas de relaciones interpersonales; por su parte, los locutores tienen el objetivo de reforzar la eficacia de esa comunicación con el perceptor del mensaje a través del personaje mencionado. Este evento según los mismos hablantes o locutores tiene la finalidad de reconciliar parejas que han tenido algún tipo de conflicto en su relación, y con humor conseguir ese resultado.



La comunicación eficaz del programa se mide por su interacción, lo cual también es uno de sus objetivos, hacer que los oyentes participen de manera activa, y sobre esto vale la pena mencionar que Moreno (1998) respalda este presupuesto al afirmar que “...una interacción es adecuada cuando el resultado es acorde con las intenciones de los interlocutores, pero para ello los interlocutores deben tener un acceso, al menos parcial, y recíproco a sus conocimientos, sus deseos y sus propósitos.” (pág. 163)

4.3.4. Forma del mensaje

Antes de emprender esta investigación se ha planteado la pregunta como hipótesis, de por qué existe aceptación social por parte de los oyentes hacia el programa de entretenimiento radial Terapia Intensiva, y qué motiva la interacción de los participantes durante el evento comunicativo. De la misma manera, observamos que la forma del mensaje tiene importancia superior a la del contenido del mismo; al tratarse de una comunicación no directa, la manera en como se dice algo es más relevante. Por ello, creemos pertinente analizar el o los registros existentes en el programa en estudio.

Como se sabe el registro o estilo es la forma de expresarse en situaciones concretas, es decir, en el programa analizado, los locutores adecuan su manera de hablar a la situación comunicativa y a la intención del programa como tal, es decir, el entretenimiento. Los hablantes tienen el propósito de divertir a su audiencia, por lo tanto, su manera de hablar es espontánea y bajo el mismo criterio de los locutores; no existen determinados parámetros o guion que marquen la conversación. A continuación, tomaremos en consideración varios actos del habla producidos en uno de los segmentos del programa para identificar el o los tipos de registro a los que se adaptan los participantes de la comunidad de habla.

Tabla 7: Fragmento de actos de habla registrados en el segmento Caíte



Segmento: El Caíste

Participante	Verbal	Características
Pato Ramírez	Oiga está de <i>topar</i> hoy día, para ver que se hace ¿Tiene <i>Chance</i> ?	Uso de palabras concretas y simples
El Chivo	A qué hora <i>mijin</i> ?	Expresiones jergales
Pato Ramírez	No pasa nada mijin, ahí sáquele solo para socializar un <i>chances</i> , póngase su <i>ñaña</i> si quiera estar conmigo y usted no quiera, más está ahí hecho el <i>tapiñoso</i> No, no, nada. Si se entera su <i>ñora</i> , ¡ahí sí!	Uso de vulgarismos Uso del lenguaje jergal
El Chivo	Me está haciendo cabrear (censurado) yo le saco a su <i>ñaña</i> de la casa loco, después no estará ahí diciendo que soy cargoso loco.	Uso de palabrotas

El término “chance” consta en el diccionario de la Real Academia y su significado se refiere a una oportunidad, sin embargo, se ha constatado que el uso de este término es propio de un registro de habla informal. Por otra parte, sobre la expresión “topar” también se encuentra su significado en el diccionario de la Real Academia Española, pero este término es particularmente utilizado con mayor frecuencia en una comunidad de habla juvenil. Ambos términos están alejados de un registro culto, a diferencia de otros medios de comunicación o



programas radiales en donde los locutores pretenden acercarse a lo estándar o reconocido socialmente como un lenguaje adecuado.

También existen palabras que se derivan de otras, y que en otro registro podrían ser pronunciadas de diferente forma, como por ejemplo el término “ñaño”, que según Villavicencio (2008) “proviene del kichwa ñaña, que literalmente significa “hermana” de ella’. En el Diccionario académico está desde 1927, pero desde mucho antes ya constaba en el léxico ecuatoriano.” En un contexto local, es decir en la ciudad de Cuenca, particularmente esta palabra se ha naturalizado de manera que más allá de aspectos culturales, la mayor cantidad de personas podrían adaptarse a este tipo de registro al utilizar el término mencionado.

En este acto de habla, está presente también el lenguaje jergal, específicamente en el uso de la palabra “mijin”, término que en un contexto al menos local es propio de grupos juveniles, por otra parte, a decir de estas expresiones, son naturalizadas y utilizadas también por grupos de personas de edades diferentes, dejando en evidencia que la variable edad no presenta un límite para un uso compartido de la lengua en determinados casos. Por lo tanto, el uso de estas palabras en el contexto del programa corresponde a un registro informal.

El uso de vulgarismos es también propio de un registro informal, en el desarrollo del acto comunicativo se evidencia la palabra “chances” en contraste con lo correcto que es chance. Aquí tenemos un ejemplo de variación morfosintáctica, que aumenta una “s” al final de la palabra.

En un nivel mucho más alejado a lo que se considera como formal, están las denominadas palabrotas, las cuales son excluidas en un registro formal pero dichas con regularidad en un contexto informal. Claro ejemplo del uso de estas palabrotas dentro de esta conversación es el término “cabrear”, cuyo término que aunque consta en el diccionario y cuyo significado es causar enojo, está fuera de lo formal y más aún en un medio de comunicación, tal es el caso que



cuando se pronuncia estas palabras, el uso de los efectos de sonido toman un rol importante para de alguna manera evitar la comprensión clara de los mismos ante la audiencia.

Es notorio en los actos del habla registrados, que los participantes, tanto hablantes como oyentes, no tienen interés por un uso estándar de las palabras, su participación es natural, surge en ese momento, y los participantes se adecuan fácilmente a un registro de habla coloquial, que posiblemente lo utilizan a diario en sus diferentes actividades cotidianas.

De tal manera que se ha destacado la presencia de un registro coloquial durante todo el evento comunicativo, los locutores conocen su audiencia y tienen identificado determinadas características y rasgos de sus oyentes, por lo cual el modo de habla del programa es constante durante toda su duración.

Es importante señalar que los oyentes del programa, saben lo que quieren y lo que van a escuchar en el mismo; de antemano existe un deseo de gratificación y el deseo de interacción. No existe resentimiento por parte de quienes integran la comunidad de habla, porque según las observaciones realizadas en este estudio, todos se adecuan al mismo registro, no obstante, otros miembros de otras de comunidades de habla pueden sentirse aludidos por las expresiones emitidas. De allí que el programa es aceptado por la comunidad de habla se adapta al mismo registro y se siente identificada con la forma del mensaje.

El registro o estilo de habla en el programa Terapia Intensiva es completamente informal, no existe una preocupación por utilizar una norma de habla formal o estándar, en esa determinada comunidad; tanto los hablantes como oyentes se sienten libres de hablar como ellos consideran natural. Este estilo particular del programa es lo que marca una cercanía con su audiencia, la cual se adapta a este uso de la lengua. Dentro de una entrevista realizada a los locutores, estos sostienen que, el contenido del mensaje tiene efectividad si este es espontáneo, como si de una



conversación cotidiana se tratase. Incluso, los hablantes evitan el uso de guiones literarios para hablar en vivo, porque según ellos no se trata de leer algo sino de contarlo.

4.3.5. Contenido del mensaje

Las temáticas aplicadas en el programa terapia intensiva son diversas, se incluyen desde situaciones cotidianas que socialmente se producen a diario, situaciones familiares, emocionales, relaciones interpersonales e incluso aspectos que sugieren indicios de racismo y discriminación. Además, muchos de los temas nacen de la improvisación de los locutores. Cabe destacar que todos estos tópicos son tratados de una manera jocosa para cumplir el fin del programa, es decir entretener a la comunidad de habla que comparte el mensaje. En este marco es importante mirar los tópicos tratados dentro de los cinco segmentos seleccionados del programa, que se presentan a continuación.

Tabla 8: Tópicos del programa Terapia Intensiva según su segmentación

Segmento	Tópico del segmento	Descripción
Caíste	Situaciones sociales conflictivas como infidelidades, pleitos o discordias. La intención del mensaje es convencer al oyente que se trata de una situación veraz pero al final se le anuncia que se todo es una broma.	La comunicación se da a través de una llamada telefónica. Este es uno de los segmentos que genera novedad en la audiencia, de tal manera que la grabación de este espacio se comparte en las redes sociales para que los oyentes vuelvan a escuchar este segmento. El hablante no hace notar que se trata de una broma planeada sino hasta el final de la llamada.
Pepe le pew	Principalmente el tópico son las relaciones personales entre parejas, sean novios o esposos.	Los oyentes aprovechan este espacio para enviar saludos a su pareja o en la mayor parte de casos para pedir perdón a la misma. Lo que característica a este segmento es el acento que utiliza el locutor JC. Ya que él imita el acento francés de la caricatura animada: <i>Pepe Le Pew</i> . Este personaje toma un rol de intermediario para enviar los mensajes encomendados.
Metete al Papel	Relaciones Interpersonales y temáticas generales de la cotidianidad.	Los participantes interpretan una situación improvisada sea por iniciativa del oyente o por el locutor. El DJ, está muy atento a las



		participaciones, debido a que los oyentes pueden utilizar palabras o frases restringidas en el medio radial, las mismas que deben ser cubiertas por efectos de sonido. El canal de comunicación es a través de llamadas telefónicas.
Cachos y Caldos	Chistes que involucran diferentes temáticas, incluso algunos relacionados con discriminación o racismo, o doble sentido.	Los hablantes relatan chistes de diferente intensidad, en este espacio los efectos de sonido y las risas de los propios locutores tienen lugar importante en la comunicación, debido a que la forma en como cuentan dichos chistes sobresale resalta al mismo.
Los 30 del Despecho	Diferentes temáticas principalmente basadas en relatos de hábitos y costumbres antiguas de los antepasados.	Personificación de un hombre de la tercera edad. El locutor JC genera la voz de un abuelito genera un dialogo junto con el locutor Pato Ramírez

4.3.6. Clave

Existen aspectos importantes en el desarrollo del programa que complementan el mismo, uno de ellos es el tono de voz con el que los locutores transmiten el mensaje. JC Patricio utiliza un tono grave por las características propias de su voz y una expresión muy eufórica en la situación comunicativa. Además, el hablante simula voces al interpretar diferentes personajes para cada evento comunicativo, de allí tenemos, el personaje de “Pepe Le Pew”, “el abuelo”, o cuando se realiza un personaje distinto en el segmento “caíste”. Por otra parte, las características de la voz del locutor Pato Ramírez es una tonalidad aguda que en el medio radial representa emociones de alegría y diversión. Los dos hablantes mantienen una dinámica en la locución que realizan y por ende logran conectarse con la audiencia y contagia esa energía a través de los micrófonos.

4.3.7. Canal e instrumentos

Al tratarse de una comunicación oral no directa existen varios instrumentos y canales de comunicación a través de los cuales se produce la interacción durante el programa. El principal canal es el teléfono, en todos los segmentos seleccionados se ha podido constatar el uso de este canal con las constantes llamadas de los oyentes quienes una vez abierta la línea de contacto su



voz se escucha al aire y estos se vuelven parte de la conversación, es más, los oyentes toman el rol de hablantes y así se desarrolla una comunicación circular entre los participantes.

Además, las redes sociales son otro canal de interacción entre los locutores del programa radial y su audiencia, que luego de utilizar el canal telefónico, revisan en su computadora los mensajes de audio que ingresan durante el evento comunicativo, estas notas de voz son receptadas a través del whatsapp, una aplicación relacionada con el número de celular del medio de comunicación, como característica fundamental de este canal es que el mensaje no se produce en tiempo real, porque son mensajes de comunicación oral, los cuales se reproducen luego de ser recibidos, sin embargo la respuesta de esos mensajes a la audiencia es posterior. En estas notas de voz, los oyentes dan su opinión sobre los temas que se tratan, envían saludos o simplemente piden su canción preferida, cualquiera de estos propósitos hacen que se produzca esa simpatía y satisfacción con los locutores al ser escuchados.

Y por último, están los mensajes de texto, lo cual pertenece evidentemente a una comunicación escrita, estos se receptan de igual forma a través de la línea de celular o directamente al whatsapp, de igual manera estos mensajes son receptados y compartidos al aire con otros oyentes.

La parte gestual es importante también durante la locución de los dos hablantes, sonrían mientras hablan, algunas veces alzan su voz y otras veces hasta simulan enojo, es todo un vaivén de emociones que se ponen en juego en el programa y que la gente, aunque no puede verlos puede sentir lo que ellos transmiten a través de su voz.

Un tercer personaje y muy importante es Esteban Tacuri, el Dj del programa, quien no utiliza su voz pero es el encargado de generar la atmósfera del evento comunicativo; es quien maneja la música y los efectos sonoros, el encargado de que cada sonido suene en el momento preciso para lograr un ambiente de comunicación eficaz. Es importante destacar el papel que los efectos



de sonido toman en el desarrollo del programa; si estos no existieran la expresión de cada acto de habla que se emite no tendría mucho sentido, es por ello que este es un elemento calve del lenguaje radiofónico aplicado constantemente en este programa.

En cuanto a los recursos que complementan el mensaje del programa se encuentra la música que sin duda es la característica primordial del programa, porque se trata de un programa musical. La estructura bien organizada hace que el Dj, programe la música según la clasificación que tienen para cada día, pero este recurso también está presente en los eventos comunicativos en estudio, por ejemplo, en el segmento de “cachos y caldos” está presente de fondo una pista musical que ambientaliza el escenario, así también durante otros eventos como el “caíste” que en contraste con lo anterior, se utiliza una pista musical de suspenso, así queda en evidencia lo establecido por diferentes autores en el marco teórico de este análisis,

Finalmente, el silencio aunque a veces imperceptible, es parte también de la situación comunicativa del programa, y está presente en los eventos antes mencionados, este elemento puede ser interpretado de diferentes maneras y transmitir diferentes mensajes bien sea por parte de los hablantes o por parte de los oyentes.

4.3.8. Normativa social y legal

Existe un modelo socialmente aceptado como adecuado y correcto al momento de hablar, una guía regida por una norma estándar que define si determinadas expresiones están bien dichas o no. Por ello, es importante hacer constar en el presente análisis dichas normas. La manera socialmente aceptable de hablar en un medio de comunicación está alejada de lo coloquial o popular, más bien está relacionada con la lengua estándar, un modelo que deberían aplicar los medios. Sin embargo, la peculiaridad de este programa de radio se encuentra justamente en la ruptura de lo estándar y por ende de lo normativo.



En el marco legal y a nivel nacional existe la Ley Orgánica de comunicación a la cual este y todos los medios convencionales deben regirse para producir y emitir sus contenidos, por ello en el desarrollo de este estudio se ha citado puntualmente aquellos artículos que especifican lo que los medios de comunicación no pueden difundir. Entre estos contenidos restringidos se encuentran aquellos que tengan una connotación que incite prácticas sexuales o de violencia en cualquiera de sus sentidos, sobre todo en un horario familiar. Con respecto a aquello, se ha percibido que el Programa Terapia Intensiva vulnera lo establecido por la ley al momento de utilizar expresiones que claramente demuestran lo contrario.

Existe un contenido con alto índice de expresiones que guardan connotaciones que según la normativa no deberían reproducirse en un medio de comunicación convencional, ejemplo de aquello es la frase “*quiere invitarle a que usted le coma a él*” dicha en el espacio del personaje “Pepe Le Pew” y que hace alusión a una práctica de carácter sexual entre pareja y en donde los participantes comprender claramente a la idea implícita a la que se están refiriendo. Otro acto de habla que tiene la misma intención que la anterior es el término “ñenguere”, esta palabra está relacionada también con prácticas sexuales. Mientras estas expresiones se difunden en el programa, los oyentes que aceptan el mensaje cumplen su propósito de divertirse.

Los estereotipos también hacen parte de la línea del programa y estos se resaltan sobre todo en el segmento de “cachos y caldos”, actos del habla tales como “...llega un africano al cielo, uno que era medio shorin” deja en evidencia el contenido racista y discriminatorio que la ley prohíbe en los medios pero que en el programa de análisis se difunden. Cabe mencionar, que este programa como lo dimos a conocer anteriormente, ha sido sancionado por la Supercom por este tipo de contenidos, sin embargo los hablantes persisten en usar estos términos sin restricción.

4.3.9. Normas de interacción



Se trata de una conversación a través de los canales e instrumentos antes mencionados, un diálogo en tiempo real entre los hablantes y los oyentes, y en donde este rol es constantemente cambiante mientras se produce el evento comunicativo. Al tratarse de una conversación, esta tiene las directrices normales como un diálogo entre dos personas que se comunican de manera directa, es decir, se respeta los elementos generales como los turnos de habla, en donde se va generando la interacción entre los participantes.

En la siguiente tabla se evidencia un fragmento de una conversación producida al aire a través de la línea telefónica, se trata de una supuesta interpretación e improvisación de un personaje reconocido nacionalmente, en donde los participantes es decir la persona que llamó se convierte en el protagonista y junto con el locutor llevan un diálogo fluido entre risas y chistes que entretienen a los demás miembros de la comunidad de habla.

Tabla 9: Actos de habla del Segmento Metete al papel

Informantes: Sr. Patricio Ramírez y Jorge Córdor. (Locutores del Programa) y participante.

Participante	Verbal
Sr. Pato Ramírez	Oiga y a que debemos el honor de su llamada mi amigo Nebot
Participante	Es para saludarle a ese tal JC Patricio, a ese loco, para decirle que bien que maneja
Sr. Pato Ramírez	Ah, al JC quiere saludarle, ¿qué maneja bien?
Participante	La palanca pues mijito.
Sr. Pato Ramírez	Híjole, oiga pero hay unos rumores de que usted tiene algo con Cinthya, ¿es verdad o no es verdad? Le han visto saliendo con ella de lugares medio...privados, medio oscuros, medio alejados de la ciudad. Medio muy íntimo, desolado.
Participante	Fui a mostrarle mi tigre



Sr. Pato	Mi tigre (risas). Ah le mostró su tigre y qué tal? ¿Ruge o no ruge?
Ramírez	
Participante	Ella me dijo: miau, eres un salvaje

Dentro de las normas de interacción se evidencia que cada participante respeta su turno de habla obedeciendo el orden general de la conversación. Por otra parte, existe una preparación previa en donde los hablantes invitan a los oyentes a interactuar y ser parte de la comunicación, después de aquello, surge la apertura mediante el saludo y la información general del oyente como su nombre y el lugar desde donde escucha el programa, en cuanto a la orientación el oyente tiene claro la guía de esa conversación, mientras que el objeto de la conversación anterior es que el oyente hable de manera fluida sin equivocarse e intérprete de la mejor manera el personaje, así mismo se concluye entre risas y finalmente la fase de terminación se produce con un agradecimiento por la participación entre hablante y oyente. Al cumplir estas fases, se define entonces como una conversación natural basada en normas igual a una conversación directa.

4.3.10. Género

El género principal es la conversación y el diálogo, al ser dos los locutores que están al frente del programa, cada una de las temáticas que se tratan lo hacen en modo de plática coloquial, es decir en donde el lenguaje informal tiene lugar, y eso es, lo que caracteriza el programa Terapia Intensiva. Están presentes géneros como chistes, interpretaciones o actuaciones y cada uno de estos géneros produce la interacción de los participantes. Dicha interacción es justamente lo que resalta el género de la conversación, existe empatía entre los hablantes y oyentes, así la audiencia no es pasiva sino al contrario está constantemente activa, y esto se refleja en la retroalimentación que se produce durante el programa.



Universidad de Cuenca

Anteriormente ya describimos que se utiliza un estilo informal y un registro popular o coloquial, es decir es una conversación simple, de la forma más natural posible, en donde no se señalan errores ni equivocaciones, por lo tanto es amena para los participantes.



CONCLUSIONES

El análisis de un programa radial, como el que ha sido objeto de esta investigación, implica un proceso complejo, que debe incluir diversos puntos de vista para abarcar todos sus componentes. Como sabemos, el lenguaje radial tiene cuatro elementos básicos: la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio; sin embargo, el análisis de estos aspectos es insuficiente para caracterizar y comprender de manera integral la situación comunicativa del programa Terapia Intensiva. Al enfrentar este reto, nuestra investigación apeló a fuentes teórico-metodológicas provenientes de la comunicación y la etnografía del habla, a través del método Speaking, para identificar los factores internos y externos que inciden en la forma particular de emisión del programa radial aludido, así como de la recepción favorable que tiene en su audiencia.

Empezamos con una gran interrogante que surgió en la medida en que íbamos desarrollando el análisis del programa: ¿por qué tiene acogida y aceptación social un programa que transgrede códigos lingüísticos y sociales de una comunidad? Esta pregunta la pudimos responder a través de la aplicación del método Speaking, que nos permitió visualizar globalmente la situación comunicativa, como describimos a continuación:

En primer lugar, el programa Terapia Intensiva tiene características similares a los talk shows producidos en otros medios radiales y televisivos, que cuentan, así mismo, con gran audiencia. El principal objetivo de este formato de programa es entretener al público, y esto es evidente en el programa seleccionado, en donde los oyentes satisfacen su necesidad de entretenimiento a la hora de escuchar el programa. Por otra parte, las gratificaciones que reciben los oyentes también son utilizadas como recompensas al momento de participar en determinados eventos comunicativos del programa. Además, se evidenció que existe un acuerdo previo en algunos



segmentos, como por ejemplo en el denominado “Caíste”, en el que la familia del implicado conoce de antemano lo que va a ocurrir, aceptando una especie de complicidad para crear un episodio sorpresivo para uno de sus miembros. Este es un patrón particular que se repite en este tipo de programas, tanto radiales como televisivos que gozan de gran audiencia.

Otro aspecto importante lo constituyen los locutores del programa, quienes utilizan diferentes matices y tonos de voz para identificar cada mensaje o episodio, además de que incorporan personajes ficticios como Pepe le we o el Abuelito, personificados a través de voces creadas por estos mismos hablantes, con la finalidad de complejizar el evento comunicativo. De esta manera intentan volverlo más atractivo para el público, dando como resultado una especie de puesta en escena o acto performático creado intencionalmente para causar impacto en la audiencia. Como resultado, se diversifican las voces y actores con sus propias características lingüísticas y sociales, que enriquecen la situación comunicativa. Además de ello, los elementos del lenguaje radiofónico complementan el mensaje, principalmente con efectos sonoros y música que ambientan la escena presentada en determinados eventos comunicativos durante el programa.

La forma del mensaje tiene un valor significativo en la emisión del programa radial Terapia Intensiva, en donde los integrantes de la comunidad de habla comparten un mismo lenguaje, evidenciándose que, tanto hablantes como oyentes se adaptan a un registro de habla informal y en ocasiones vulgar, haciendo uso de expresiones coloquiales que corresponden a un argot popular. También se constató que la comunidad de radioescuchas de este programa se identifica con el mismo porque el lenguaje expresado es parte de su forma cotidiana de comunicarse en su entorno social.

Del mismo modo se pudo evidenciar un importante nivel de interacción entre los participantes, debido a que la audiencia toma un rol activo a través de llamadas telefónicas, mensajes de texto y notas de voz. La audiencia es un sector protagonista en el evento comunicativo, pues



interactúa permanentemente a través de diálogos con los locutores y personajes cómicos, muchas veces haciendo alusión a sus propias experiencias, produciéndose una retroalimentación efectiva entre los participantes. Este recurso genera una fuerte empatía entre los participantes del programa radial analizado, lo que es reforzado por el uso de temas cotidianos, problemas sentimentales, políticos, pero todo en clave humorística, sarcástica y burlona, lo cual produce interés en los oyentes, quienes se sienten identificados dentro de la comunidad de habla.

Por otra parte, es común el uso del doble sentido, las formas indirectas para sugerir sentidos figurados relacionados con temas sexuales, racismo, xenofobia, machismo y otras formas discriminatorias, lo cual dentro de esa comunidad de habla es un aspecto que esta normalizado. Esta característica también coincide con otros programas locales y nacionales en los que se hace burla del público participante.

En cuanto a la metodología utilizada, la adaptación del método Speaking, proveniente de la Etnografía del Habla, permitió un análisis integral del programa radial, abarcando cada uno de los aspectos implicados en la situación comunicativa, no solo los relacionados con el lenguaje radiofónico, sino también los factores socioculturales que componen el contexto de su producción y consumo, y que se resumen en los siguientes: los escenarios en donde se desarrolla el programa, el ambiente en el que se produce, los participantes que intervienen, los propósitos que se cumplen, así como el contenido y la forma en que se difunde el mensaje, además de otros aspectos importantes como el canal e instrumentos utilizados para su emisión.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

Abad, C. A. (2004). *La radio que convence*. Ariel.

Abad, C. A. (2014). *La radio que convence*.



- Anolli, L. (2012). *Iniciación a la psicología de la comunicación. Significado y función de los procesos de comunicación.* . España: Ediciones de la Universidad de Barcelona.
- Balsebre, A. (2004). *El Lenguaje Radiofonico.* Espana: Ediciones Catedra S.A.
- Camargo, J. G. (1998). *El Mundo de la Radio.* Quito:Ecuador: Quipus-Publicaciones CIESPAL.
- Cardoso, M. (2009). *Historias de Radio.* Quito: Quipus: CIESPAL.
- Carrera, J. E. (2017). *ETNOGRAFÍA DEL HABLA. PERSPECTIVA DE UNA DIMENSIÓN SEMIÓTICA DE LA ANTROPOLOGÍA.* Chile: Universidad Católica de Temuco.
- Cerno, L. (2008). *Para hacer etnografía del habla. Materiales para el estudio del lenguaje en su contexto etnográfico.* Argentina: CONICET. Recuperado el Octubre de 2019, de https://www.academia.edu/36651894/PARA_HACER_ETNOGRAF%C3%8DA_DE_L_HABLA_Materiales_para_el_estudio_del_lenguaje_en_su_contexto_etnogr%C3%A1fico
- Delgado López, H., & Romero, Y. (2014). *85 años de la radiodifusión en Ecuador.* Quito: Quipus: CIESPAL.
- Dominguez, E. (2012). *Medios de Comunicación Masiva.* Estado de México: RED TERCER MILENIO S.C.
- Duranti, A. (2000). *Antropología Lingüística- hacia una lingüística de la praxis.* Reino Unido: Cambridge University Press. Recuperado el Mayo de 2019
- Escalante, M. V. (1986). *El reportero radiofónico.* . Quito:Belén: CIESPAL.
- Fernandez, N. (2016). El doble sentido de las palabras. *FINSI*, 1.
- Freire, A. V. (2016). *"ESTUDIO DE LA PROGRAMACIÓN DE RADIO CÓMPLICE 99.7 FM EN CUENCA EN LOS PRIMEROS TRES MESES DEL 2015; Y PROPUESTAS DE NUEVOS MODELOS Y CONTENIDOS PARA MEJORAMIENTO DE SU PROGRAMACIÓN"* . Cuenca.
- García, D. V. (2012). *Fundamentos de la Comunicación.* México: Red tercer milenio.
- García, D. V. (2012). *Fundamentos de la Comunicación.* Red Tercer Milenio S. C.
- Guamán, B. (11 de Junio de 2018). *LaMegaFacebook.* Obtenido de Nosotros: <https://www.facebook.com/pg/lamegasepega/about/>
- Gutiérrez, C. A. (2004). *Importancia de la radiodifusión en México.* México: Grupo Noriega Editores.
- Hernandez, D. M. (2017). Gk. *Baúl Político*, 1-2.
- Hernández, M. (2000). *Comer gente: Un análisis de la Etnografía del habla.* Costa Rica: Revista de Filología y lingüística. Recuperado el 2019, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2452800>



- Kaplun, M. (1978). Produccion de Programas de Radio. En M. Kaplun, *Produccion de Programas de Radio* (pág. 81). CIESPAL.
- Kaplún, M. (2002). *Una Pedagogia de la Comunicacion* . La Habana : Caminos .
- Kaplun, M. (2002). *Una pedagogía de la comunicación*. La Habana: Caminos.
- Ley N° T.6369-SNJ-13-543. Ley Orgánica de Comunicación, Quito, Ecuador, 21 de junio de 2013.
- Ley N° 354. Reglamento que establece parámetros técnicos para la definición de audiencias, franjas horarias, clasificación de programación, incluidos los publicitarios, que se difunden en los medios de comunicación social, Quito, Ecuador, 15 de octubre de 2014.
- Londoño, O. L. (2012). *La etnografía desde las narrativas digitales*. . Colombia. I: tinerario Educativo.
- Lozano, J. C. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Pearson Education.
- McQuail, D. (1994). *Introducción a la comunicación de masas*. Paidos Comunicación.
- Molon, S. I. (1995). *A questão da subjetividade e da constituição do sujeito nas reflexões de Vygotsky. Dissertação (Mestrado em Psicologia)* - . Sao Paulo: Pontificia Universidade Católica de São Paulo.
- Moreno Fernandez, F. (1988). *Principios de la sociolingüística y sociología del lenguaje*. Barcelona-España: Ariel S.A.
- Moreno, F. (1998). *Principios de sociolingüística y sociología del lenguaje*. Barcelona: Ariel S.A.
- Murillo, J., & Martinez, & C. (2010). *Investigación Etnográfica*. Madrid: UAM.
- Niño, V. M. (2003). *Competencias en la comunicación- hacia las prácticas en el discurso*. Bogotá: ECOE.
- Paoli, A. (1983). *Comunicación e información: perspectivas teóricas*. Trullas México: Tercera edición.
- Pascual, R. M. (2006). *Fundamentos de la Comunicación*. Madrid España: Club universitario.
- Prieto Castillo, D. (1985). *Diagnóstico de la Comunicación*. CIESPAL.
- Prieto Castillo, D. (1990). *Diagnóstico de la comunicación*. Quipus.
- Prieto, L. (1980). *La etnografía del habla- lenguas modernas* (Vol. 7). Chile: Universidad de Chile. Recuperado el 2019, de <https://lenguasmodernas.uchile.cl/index.php/LM/article/view/45926/47948>
- Quiroga S. M. 2010, *Un breve análisis sociolingüístico de la jerga*, Universidad libre facultad de Ciencias de la Educación



- Quezada, J. (2008). *Características de los programas radiales el Estartazo y a Todo Dar* (tesis de pregrado). Universidad de san Carlos, Guatemala.
- Sánchez, C. C. (2009). DEL PRESS AGENT A LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA. CÓMO HACER. *Razón y Palabra: primera revista en Latinoamérica especializada en comunicación*, 2-4.
- Santos, Z. L. (2015). Teorías de la Comunicación. En Z. L. Santos, *Teorías de la Comunicación* (pág. 5). Uruguay.
- Serrano. (2016). El Uso de la lengua en los chistes, ejemplificación de la teoría de Freud. *Dialnet*, 12-15.
- Serrano, J. S. (2016). EL USO DE LA LENGUA EN LOS CHISTES. EJEMPLIFICACIÓN DE LA TEORÍA DE FREUD. *Dialnet*, 2.
- Tabares-Idárraga, L. E., Areiza-Londoño, R., & Cisneros-Estupiñán, M. (2004). *Sociolingüística: Enfoques pragmático y variacionista*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Troike, M. S. (2005). *Etnografía de la comunicación*. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Ugalde, M. d. (1989). *El lenguaje: caracterización de sus formas fundamentales*. Letras 20-21.
- Villavicencio Bellolio, P. (19 de Agosto de 2008). *FENDEU BBVA*. Obtenido de fendeu.es/noticia/origen-de-guión-palabra-nano-4645/
- West , R., & Turner, L. (2005). *Teoría de la comunicación, análisis y aplicación*. Madrid, España: MC Graw Hill Interamericana.

ANEXOS:

Anexos 1: Transcripción de la programación para el muestreo del análisis

Tabla 10: Transcripción completa del segmento: Caíste

Pato	Se viene señoras y señores el Caíste, no sé quién es nuestro cómplice, el sr. Esteban
Ramírez	Tacuri es nuestro encargado.
JC	El señor esteban Tacuri, hizo el caíste y sabe ¿Cuál es la víctima?
Patricio	
Pato	¿Cuál es la víctima?
Ramírez	



JC El chivo
Patricio
Pato Hijo de... eso va a estar interesante, señoras y señores, Esteban Tacuri le hace el
Ramírez caíste al Chivo, preguntando por la ñaña, esto más, ya es el colmo ya.
JC Ya no hay sangre en la cara con esto
Patricio
Pato: Tremendo sinvergüenza
JC: ¡Madre mía!
Pato: Vamos a escuchar al Esteban Tacuri llamando al Chivo Paguay
JC: Dale, dale maestro
Pato: Adelante
Chivo: Aló
Pato Aló
Ramírez
Chivo ¿Cómo está?, dígame Don Vallenato
Pato Y don chivin, donde anda vea
Ramírez
Chivo Por aquí dándome unas vueltas
Pato Por ¿dónde está pero?
Ramírez
Chivo Por aquí por el centro
Pato ¿Qué anda haciendo vea?
Ramírez
Chivo Nada aquí, dándome unas vueltas
Pato Oiga está de topar hoy día, para ver que se hace ¿Tiene Chance?
Ramírez
Chivo A qué hora mijin?
Pato Oiga a las 2:30 topemos ya, ¿qué dice?
Ramírez
Chivo Ya pues, pero que hay que hacer pero
Pato Ya pues para que se ponga un par de bielitas ahí
Ramírez
Chivo Solo tomando, ya deje ese feo vicio ya
Pato Hable serio, como que solo tomando, a los tiempos más bien unas bielitas para
Ramírez conversar loco
Chivo Ya, si el fin de semana borrachote estaba andando
Pato ¿Dónde pues maricón mentiroso? ¿Estaría pues andando conmigo?
Ramírez
Chivo Por allá por baños dicen
Pato Habla huevadas maricón (censura la palabra con efecto) Oiga mijin
Ramírez
Chivo: Dígame
Pato Oiga ¿va a bajar o no pero?
Ramírez
Chivo Ya ya, para ver que se hace
Pato Simon, oiga pero sáquele a la ñaña pues
Ramírez
Chivo ¿Cómo así?



- Pato Para ver que se hace pues
- Ramírez
- Chivo He? Hable serio mijin
- Pato Claro pues
- Ramírez
- Chivo No ha de querer
- Pato Mueva dígame rápido ahí, de una
- Ramírez
- Chivo (risa) no, no ha de querer mijin
- Pato Sáquele, solo así tapiñándole a la ñaña, ¿Por qué le tapiña?
- Ramírez
- Chivo No es eso mijin
- Pato ¿Entonces?
- Ramírez
- Chivo No, no, es que, voy a decirle la plena mijín, lo que pasa que: usted ya es casado, imagínese tiene cuatro hijos. Que voy a estar ahí sacándole a mi ñaña, hable serio
- Pato Pero no pasa nada don chivo, ahí en corto nomas, somos buenos panas ahí en chico
- Ramírez nomas para andar con la ñaña ahí de una
- Chivo No, por más panas que seamos no, eso no vale, imagínese. Enterándose doña Silvia, a de querer golpearle y yo he de quedar en mal veré
- Pato Por qué le va a golpear, acaso ella se va a enterar qué?
- Ramírez
- Chivo Ella es bravísima como ud dice,
- Pato No pasa nada mijin, ahí sáquele solo para socializar un chances, póngase su ñaña si
- Ramírez quiera estar conmigo y ud no quiera, más está ahí hecho el tapiñoso
- Chivo: No, No, no mijín. Nada de eso, tapiño, igual ella tiene su novio
- Pato No ha de haber nada, pero nomás ha de ser de ud. para que no le joda a su ñaña, ahí
- Ramírez está amagando
- Chivo: No, no mijin, la plena no, ya déjese de cosas
- Pato ¿Y cómo dijo la otra vez que va a alcolitar?
- Ramírez
- Chivo ¿Mande?
- Pato ¿Y cómo la otra vez dijo que va a alcolitar?
- Ramírez
- Chivo Pero no con esto, jodiendo nomás, ya hablando la plena no voy a sacarle nada
- Pato He, hable serio, alcole mueva, para ponerle una java de bielas y pasarle un chance
- Ramírez de música ya
- Chivo: No, no ud. cree que por las bielas y una música voy a darle a mi ñaña, no pues hable serio
- Pato Eh, pero yo no estoy diciendo que me dé, acaso ella va a decir sí, sí coge de una,
- Ramírez hay que ir paso por paso, por proceso. Un día una cosa, otro día otra cosa hasta que (gollog)
- Chivo: No, no mijin, hable serio, esas cosas no me gustan, hablando la plena no me está gustando esta huevada, nosotros somos panas pero ya la ñaña es aparte, ya dejese de cosas
- Pato No pasa nada Chivo, yo sé cómo manejo la situación loco, ya soy un profesional en
- Ramírez esto
- Chivo: ¡Eh!, no, no nada que ver, mi ñaña es aparte, si quiere la amistad bacan pero la ñaña es aparte, hable serio ya no me está gustando, ya me está cabreando más claro ya.



Pato Oiga pero mijin póngase que sea mi destino estar con su ñaña
Ramírez
Chivo: No, nada que ver, que va a ser nada. Usted ya tiene su mujer sus hijos ya
Pato Pero ya me separo pues mijin y voy con su ñaña ahí de una, para arreglar la familia
Ramírez
Chivo: Na, que va a arreglar nada, más bien va a dañar ud la familia
Pato Para alcolitarle un turno aquí en la radio vea, para hablar con el J para que haga la
Ramírez mega mezcla
Chivo: No, no
Pato Al pelo ve, cuñado y yo pues ahí camellandole, ahí su ñaña nos viene a dejar aquí
Ramírez los almuerzos en la radio mijin
Chivo: Nada de eso, no, no, ud como un buen amigo debe alcolitar, no por un interés de la
ñaña, eso no vale, hable serio
Pato Mueva chivin, no sea así tapiñoso, maricón (censura) tantas veces que dijo ya le voy
Ramírez a sacar a mi ñaña, ya le voy a sacar a mi ñaña, puta (censura) yo ahorita estoy al
pelo
Chivo: No, no mijin, nada, más claro ya hablamos otro día, me hace cabrear (censura)
Pato Mueva rápido, no está ahí con su ñaña entonces, para decirle yo mismo
Ramírez (Corta la llamada el Chivo.
Vamos a llamarle de nuevo al Chivo, todo sea por el rating y la ñaña
Aló,
Chivo: ¿Qué pasó?
Pato Porque no contesta maricón (censura)
Ramírez
Chivo Chivo: No pues, es que ya le digo que no y usted sigue insistiendo ahí, hable serio
Pato Ya más rápido le voy a decir la plena, yo estoy saliendo con su ñaña, ya bájele de
Ramírez una, ella quería que yo mismo le diga para decirle que nos alcolite para andar así en
corto nomas
Chivo Chivo: No, no, déjese de cosas, eso es mentira suya más claro
Pato No, no, la plena, la plena, por eso estoy diciendo que le baje mijin, ahí de una que
Ramírez alcolite en corto no más, para que se entere por otras bocas, mejor que se entere por
la mía
Chivo No, no, nada. Si se entera su ñora, ¡ahí sí!
Pato Pero no pasa nada, ya yo sé cómo manejo mijín, ahí baje con su ñaña de una para
Ramírez irnos a Baños a darnos un curvo
Chivo No, no, no. Ya dije que no y no insista no.
Pato Mueva rápido
Ramírez
Chivo Y usted sigue así, le voy a avisar a su mujer verá
Pato Que pasa, avísele pues, yo acaso tengo miedo que, ya me voy con su ñaña de una
Ramírez pues
Chivo No, Serio ¿no le tiene miedo?
Pato Obvio, más me hace un favor ahí para irme yo con su ñaña pues
Ramírez
Chivo No, no, no. Serio, serio yo le voy a avisar verá, ya deje se notas, solo así, solo así
ud.
Pato Si usted le avisa, verá yo me desquito con su ñaña loco, le doy hasta abajo
Ramírez



- Chivo: No, ya le voy a decir a mi ñaña también que se aleje de ud. más claro. Ya voy a conversar con ella para ver cómo mismo son las cosas
- Pato Hable serio, pero si su mami también si está de acuerdo
- Ramírez
- Chivo: No, no nada de eso. Usted solo ñaña, ñaña ya, si en la radio pasa solo molestando, todo el mundo me camella y eso no me gusta, hable serio
- Pato Tanto también, ya le estoy diciéndole que estoy yo con su hermana, ya solo le estoy diciendo para que baje con su ñaña para que ya se entere de una vez ud. nada más.
- Ramírez Solo usted va a saber, su ñaña y yo.
- Chivo No, no, no. Usted ya me hizo cabrear (censura) yo no quiero enojarme
- Pato Mueva rápido, verá yo le voy a dar el turno también para que haga la chicha de
- Ramírez mañana sino para que haga al mega mezcla de una mijin, igual estamos queriendo dj.
- Chivo Naaa ud. solo por interés, eso no vale, eso no es de amigos
- Pato Yo por el agradecimiento que me presentó a su ñaña, le estoy yendo a dar el turno,
- Ramírez ya con eso hizo bastante,
- Chivo Usted está queriendo cambiar el turno por mi ñaña, eso no vale, hable serio pues, déjese de cosas
- Pato No es así, mijin, no es así, ya estoy diciendo que es por agradecimiento de que yo
- Ramírez porque le conocí a usted le conocí a su ñaña, usted mismo me presentó, entonces ahí voy a agradecerle con ese turnito en la radio mijin, ahí usted que se quede fijo
- Chivo No, no le creo eso, usted es solo labia nada más, hasta cogerle a mi ñaña nada más, y de ahí ni me ha de dar nada, ya sé cómo es usted de mentiroso.
- Pato ¿Cómo? Cogerle a mi ñaña, en que sentido pues, si eso ya hace fuuu mijin
- Ramírez
- Chivo: No, nda que ver, mi ñaña no es puerca tampoco, hable serio
- Pato Pregunte, si quiere pregunte la man sabe decir, yo le veo las huevas a mi novio y a
- Ramírez mis hermanos, ellos no me dicen nada, yo si quiero estar con usted, estoy y punto, sabe decir
- Chivo: Pero usted sale con huevadas (censura) ahí con mi ñaña
- Pato Hable serio mijin, vamos respetando, chivo, yo como pana le estoy avisando y usted
- Ramírez encama huevadas (censura)
- Chivo: No, no ya déjese de huevadas (censura) usted está mintiendo, ya déjese de huevadas (censura) eso es mentira
- Pato Yo porqué le voy a mentir loco, si quiere le mando unas fotos que esta con ella ahí
- Ramírez yendo a comer todo ahí,
- Chivo: no, no eso es mentira, eso es mentira, encame de usted nada más
- Pato Si quiere pregúntele a su ñaña, más claro yo no tengo nada que decirle, si quiere
- Ramírez creerme créame y si quiere bajar a la radio baje ahí de una para ya deciele al J que ya va a venir a camellar desde el día, desde el miércoles
- Chivo: No no mijin, no enserio no me gusta nada, ya le dije que no, yo no cambio a mi ñaña por nada. Más claro ya no quiero conversar con usted, ya ahí nos vemos
- Pato Mueva mijin, mueva. OIGA
- Ramírez (Corte de llamada)
- Chivo: Ya vuelta usted, oiga que pasó?
- Pato Oiga va a bajar o no? Porqué me asienta? Deje de ser así mal educado loco (uta
- Ramírez censura) déjese de cosas
- Chivo: no pues usted está hablando huevadas (censura) y eso no me gusta ya le dije



- Pato Que huevadas estoy hablando, déjese de cosas, mijin estoy diciendo la plena, usted
Ramírez está cuidando pa que venga otro y coma, mejor a su pana debe darle ahí de una
Chivo: Usted es casado y tiene 4 hijos, qué va a estar en eso, hable serio
Pato No pasa nada mijin, eso es, como hombre de experiencia mejor su ñaña ha de quedar
Ramírez al pelo conmigo, ha de querer estar cada rato conmigo
Chivo: Nada de experiencia, usted solo ha de querer coger un rato y se ha de ir
- Pato No, no, ya estoy diciendo mijin, ya estoy diciendo, de una ahí alcole
Ramírez
Chivo: No, no, déjese de cosas. Hable serio
- Pato Oiga, como para que se coma el gusano, mejor que se coma el Tacuri pues
Ramírez
Chivo: Hable serio,
Pato Mueva, mueva rápido
Ramírez
Chivo: Ya déjese de notas, más claro, no siga molestando
Pato Ya loco mueva rápido, me está haciendo cabrear (censurado) mueva rápido, mueva
Ramírez
Chivo: no me está haciendo cabrear que es pues, solo molestando con la ñaña
Pato Me está haciendo cabrear yo le saco a su ñaña de la casa loco, después no estará ahí
Ramírez diciendo que soy cargoso loco
Chivo: Me está haciendo cabrear yo le saco a su ñaña de la casa loco, después no estará ahí
diciendo que soy cargoso loco
- Pato Nada, nada que va a hacer eso, puede sacarle un rato pero no pues, para siempre
Ramírez
Chivo: Ya ve, si quiere dar, que quiere que le saque un rato ya ve
Chivo: no, ya digo, usted quiere sacarle, pero ya digo solo un rato, más claro yo no quiero
hablar con usted ya le estoy diciendo ya.
- Pato Mueva para arreglar la familia ahí de una
Ramírez
Chivo No, ya dije que ud, va a poner dañando, más claro me va a meter en problemas
usted.
- Pato No pasa nada, mejor venga para tomarnos unas bielas aquí loco, venga, venga aquí
Ramírez estoy
Chivo No, no, solo así, solo así. Bielas, bielas.
Pato Habla serio maricón (censurado) quiero ponerte una bielas para hacerte como
Ramírez cuñado ahí en voz baja
Chivo No, no ya dije que no, no me siga molestando verá.
Pato Oiga oiga mijin, mijin, mijin
Ramírez
Chivo No me moleste
Pato Oiga mijín
Ramírez
Chivo ¿Qué quiere? Más claro ya
Pato Sabe ¿dónde está usted?
Ramírez
Chivo Puta (censurado) hable serio, pensé que era mi amigo, sale con huevadas
(censurado) váyase a la verga (censurado) más claro



Jc que bestia mi hermano, ese Esteban Tacuri se pasa, al chivo
Patricio
y Pato
Ramírez
Pato Todavía quiere arreglar la familia (risas)
Ramírez
Jc Mi ñaña no es puerca dice (risas y efectos) oye que bestia, el sr. Esteban, no, no, me
Patricio sorprende.
Jc Amigos amigas, así estuvimos este lunes de, CAIIIIIIIIIIIIIIISTE...Vamos a la
Patricio pausa y volvemos, pausa comercial.

Tabla 11: Transcripción completa del Segmento: Pepe Le we

Pato Ramírez	Eso es sras. Y srs. Estamos con unas baladitas ahí y si suena este tipo de música, Ud. se preguntará ¿Qué pasa ahí en la mega? ¿Qué pasa? es porque ya se aproxima, ya se viene el olorsito que viene por acá, ya se aproxima don Pepe lew pe en esta tarde, viene a unir corazones en esta tarde.
Pepe Le pew.	¿Cómo le va sr. Pato Ramírez, sr. Esteban Tacuri, sr. JC Patricio. Hoy estamos listos para hacer las llamadas del amor.
Pato Ramírez	Ese don pepe Lew, muy bien ah
Pepe Le pew.	Así es
Pato Ramírez	viene a romperla con todo hoy
JC Patricio.	Buenas tardes pato Ramírez señor Esteban Tacuri señor JP Patricio listos para hacer las llamadas del amor.
Pato Ramírez	vea ese Don Pepe le pew muy bien así que viene romperla con todo
JC Patricio.	Bien hoy hemos venido más enamorados que nunca. Quiero mandar un saludo de entrada para la gente de lubricadora Jhons que están escuchando a todo parlante y disfrutando de este personaje del pepe lew, osea yo, que están escuchando en la radio les gusta el segmento del amor. Vamos a llamar entonces para hacer la reconciliación y para decir lo mucho que se aman todas las parejas.
Pato Ramírez	el flaquito pide que le envíe un saludo, le encanta su voz
Pepe Le pew.	Flaquito como estás, me escribís por interno porque quiero que me hagas una carrera
Pato Ramírez	quiere que le lleve a la casa
Pepe Le pew.	No, no, me estoy cambiando de casa y quiero que me ayude a llevar los muebles y la cómoda en el taxi
Pato Ramírez	hable hablé serio pues los muebles no entran en el taxi
Pepe Le pew	Él me dijo la otra vez que si hay como, porque al final el solo paga la semana
Pato Ramírez	Oye flaco, habla serio pues
Pepe Le pew	por cierto Por cierto pato Ramírez usted es el propietario de ese taxi cierto?



JC Patricio buen servicio de chofer que me mandaste a la madrugada
Pato Ramírez ¿Chofer?. pero si solo el flaco maneja
JC Patricio NO, tiene dos choferes a la madrugada
Pato Ramírez Contratando choferes
JC Patricio Sí es que él tiene que ganar, para poder sacar su mensual
Pato Ramírez Verás flaco, Vamos a hablar seriamente. Ese flaco se pasa JC, buen servicio tiene me dio un número de teléfono y todo Del chofer del flaco, pato, pato no vamos a llamar
JC Patricio Zorrilla mía crees en el amor a primera vista o quieres que vuelva a pasar dentro de tus ojos. No sabrá usted eso
Pato Ramírez vea ese, ahí, ese pepe lew pe ha venido a romperla hoy día
JC Patricio vamos a llamar
Pato Ramírez saludos para Paolita que nos está escuchando y a mi pana Esteban Fernando Qué nos está escuchando en la radio
JC Patricio para quién vamos a llamarle?
Pato Ramírez A Paolita,
JC Patricio Aló buenas tardes, tenga la bondad, hablo con paolita?
Paola: si Con la misma
JC Patricio Hola como ésta le saluda pepe le we de radio La Mega Soy el Zorrillo enamorado
Paola: A qué tal cómo está
JC Patricio tengo un recado de parte de Paúl su esposo ¿es su esposo Paúl?
Paola: Si es mi esposo
JC Patricio Paul con Pao han fusionado para quadarse toda en la vida
Paola si (risas)
JC Patricio Dice Paul que anda muy enamorado y sobre todo Paul con Pao, se han unido para hacer pao, pau, pao, pau, todo los días
Paola: ah, si (risas)
JC Patricio El hombre anda muy enamorado, quiere decirle lo mucho que le ama, que le adora, imagínese que hizo la llamada acá a radio la mega para que nosotros le llamemos en vivo y le digamos todo esto señorita
Paola: Ya muchas gracias
JC Patricio ¿ quiere decirle algo a su pau?
Paola: Que muchas gracias
JC Patricio ¿Llora él bebe? ¿Qué pasa?
Paola: es mi hija, tenemos dos hijos
JC Patricio Con paulito, Qué quiere decir le a paulito Qué nos está escuchando
Paola Que lo amo mucho y que muchas gracias por el detalle
JC Patricio Dice Paúl que hoy quiere hacer melcochas con usted
Paola: (risas) bueno
JC Patricio que el va llevando el maní
Paola (risas)
JC Patricio ¿algo más que quiera decirle?
Paola: no que muchas gracias, que le amo mucho y que es un excelente esposo y que es un buen padre y que viva el amor
JC Patricio y que viva el amor
Paola: Gracias
JC Patricio hasta luego, gracias
Pato Ramírez Eso, vamos a hacer otra llamada, al convencional 0744029 Para Elizabeth, de parte de Mauricio, llevan 5 años de casados y están peleados



- JC Patricio Haber pásame el número de teléfono. Hola Buenas tardes, hablo con Carol
- Carol: Si
- JC Patricio Habla Pepe Le Pew de radio la mega, le tengo un recado de Luís su ex
- Carol: Sí dígame
- JC Patricio que era Luis para ud? ¿su pareja?
- Carol Si era mi pareja
- JC Patricio ¿Están separados ya tiempos?
- Carol No recién
- JC Patricio ¿Tiene una bebe?
- Carol Dos
- JC Patricio Y ¿Porqué no tienen pensado reconciliarse?
- Carol No porque no, no quiero
- JC Patricio No quiere ud. o no quiere él.
- Carol No quiero yo
- JC Patricio Bueno le cuento yo que él anda muy triste, melancólico, porque quiere regresar con usted. El se ha dado cuenta que el amor y el único amor de su vida es usted. Y por eso ha tenido el coraje de llamar acá a radio la mega para que le hablemos en vivo y en directo para demostrar que él anda enamorado de usted señora, ¿sí?
- Carol Sí, sí pero yo no quiero volver con él
- JC Patricio ¿Qué tiempo están separados? ¿Un mes?
- Carol No menos, solo días
- JC Patricio ¿Cuánto tiempo más o menos?
- Carol Desde el sábado
- JC Patricio Señora, entonces solo están resentidos nomas, como toda pareja tiene su resentimiento
- Carol Sí pero yo no quiero volver con él.
- JC Patricio El quiere invitarle a comer
- Carol No no, yo no quiero nada con el
- JC Patricio él quiere invitarle a que usted le coma a él
- Carol no, no quiero
- JC Patricio Si quiere señora, sí quiere ¿Cierto?
- Carol no yo no quiero ahoritas nada.
- JC Patricio ¿Por qué mejor no se hacen una ensalada de frutas los dos?
- Carol jajaja
- JC Patricio Cuando hay amor, todo hay perdón ¿sí?
- Carol Pero no, yo no quiero ahoritas nada con él
- JC Patricio No quiere, no le gusta, no le extraña sus besitos en la madrugada, (besos) en la nuca, en en ¿tocino?
- Carol No, no le extraño
- JC Patricio Imagínese, no le gustaría ¿irse al sauna para que le saque todas las guaguas? (risas)
- Carol no, no quiero nada con él
- JC Patricio Sí quiere señora, si quiere ya ve, señora ¿Por qué mejor señora no se pegan un esterazo? ¿Ha? Le invita al marido para que duerma en la estera y luego usted a escondidas en la madrugada se vota a la estera y se pegan un esterazo ¿Sí?
- Carol no no, yo no quiero nada con él
- JC Patricio Sí quiere señora, si quiere, está medio resentida usted pero usted de ama a él, porque tienen dos bebes ¿Sí?
- Carol Sí pero no (risas)
- JC Patricio Le cuento que él todo esto está escuchando en este momento, ¿quiere decirle algo a él?



- Carol No, que simplemente se tome su tiempo y yo haré lo mismo
- JC Patricio Pero bueno, a lo mejor si puede haber una reconciliación en el futuro ¿verdad?
- Carol Ya quizá con el tiempo podamos volver, pero por el momento no
- JC Patricio señora, señora y ¿por qué no quiere volver con él?
- Carol Porque no, por todo lo que pasamos, por el momento no quiero volver con él
- JC Patricio Osea usted no extraña sus besitos
- Carol No (risas)
- JC Patricio Pero ¿qué pasa si a la madrugada de hoy día para amanecer mañana, ahora que está haciendo frío en las madrugadas, él le coge por la espalda, le da un besito en la oreja y le hace (sonido con la boca)
- Carol No, no, no y no (risas)
- JC Patricio Ya ve señora que si le gusta, si quiere usted si quiere, señora, corazón
- Carol No, yo no quiero nada con él ahorita
- JC Patricio señora, esperamos que recapacite porque el hombre está triste, extraña a sus bebes, le extraña a usted, a la final ¿Cuántos años estuvieron juntos?
- Carol Cinco años íbamos a ajustar
- JC Patricio Imagíñese señora, cinco años de estar oliéndole las pezuñas a su marido
- Carol No, pero ya que el tiempo cure las heridas, que así nos sanamos los dos, yo ahorita no quiero nada con él
- JC Patricio Señora, que Dios le bendiga y ojalá recapacite ¿Sí?
- Carol Ya, muchas gracias
- JC Patricio Hasta luego, gracias que pena, no quiere volver, ya le insistí y ella no quiere volver
- Pato Ramírez El marido tiene que seguir insistiendo
- JC Patricio Eso sí. Vamos una última llamada, porque ya me voy
- Pato Ramírez hola por favor deme llamando a Silvia 099 28 5 de parte de Iban
- JC Patricio Está sonando el teléfono, esto es en vivo y en directo por radio la mega
- Aló, hola con Silvia,
- JC Patricio Le habla Pepe le pew de Radio la Mega, le habla el zorrillo enamorado. le tengo un recado de su pareja Ibán
- Silvia Dígame
- JC Patricio Le conoce al señor ibán?
- Silvia Sí
- JC Patricio El hombre anda enamorado de usted, anda muy shungado, que le dé una oportunidad dice
- Silvia No, él es casado
- JC Patricio Eh? Y ¿usted es casada?
- Silvia No, de ese mal no sufro.
- JC Patricio el hombre dice que anda esperanzado en usted
- Silvia No, no creo
- JC Patricio Sí anda bien
- Silvia El es casado y tiene sus concubinas, yo no le entro a eso
- JC Patricio ¿qué es concubina señora, explíqueme?
- Silvia Es como el vasito de agua, él no se niega para nadie
- JC Patricio Me parece bien, dice que le quiere dar un juego de dormitorio con una potrona ahí para usted.
- Silvia Dígame que muchas gracias, que acepto el regalito, pero no el combo con maridito, ahí si me quieren jugar a mí, van a perder enserio.
- JC Patricio Osea a usted ¿no le gusta, no le encanta, no le atrae el señor?
- Silvia No me gusta andar con hombres casados, fuera solterito o viudo ahí le hecho los perros
- JC Patricio pero, si le atre
- Silvia No porque es casado



- JC Patricio pero le gusta o no le gusta, imagínese, cierre los ojos y Como amigo sí, muy lindo, leal y todo sí
- Silvia Ya le dije que no quiero
- JC Patricio pero eso le digo señora, mire, escuche bien, escuche: cierre los ojos y ponga en su mente la cara de don Ibán. ¿Si?. imagínese ese Brath Pitt a lado suyo
- Silvia No ya le digo, ese hueso no me gusta
- JC Patricio ahora la pregunta del millón, es ¿un hueso pequeño o es un hueso de brontosaurio?
- Silvia Chuta, saben decir que es de fijarse en el zapato, no le he visto
- JC Patricio pero el zapato de él, son zapatos prestados le contaré
- Silvia Chuta pero ahí ya debe ver él, que ya no pida prestado sino comprárselo
- JC Patricio Le cuento que él le está escuchando todo esto que le dice usted.
- Silvia No importa que me escuche, yo sé
- JC Patricio Pero dígame, Ibán no insistas
- Silvia Iban cuando te vea te voy a dar... tus nalgadas por hacerme esto
- JC Patricio Nalgadas señora, eso quiere decir que si le gustaría que don Iban, le... (sonidos con la boca)
- Silvia No gracias. Yo de ese mal no sufro, ya le dije
- JC Patricio bueno señora, que viva el amor y felicidades por no ser una señora, que no le hace a los hombre prohibidos
- Silvia A mí me gusta el paquete para mí solita, si me lo voy a comer, me lo como yo solita.
- JC Patricio Me parece bien señora, le felicito ya.
- Silvia Cuidado, saben decir aunque sea casado no importa, a mí no me gusta destruir, no el corazón de él, él se lo puede destruir solo,
- JC Patricio felicidades señora, donde hay más de usted para ir a ver
- Silvia No ha de haber, somos 14 ñañas y todas leales.
- JC Patricio me parece bien, cuñada cuando me presenta una, yo soy soltero
- Silvia Chuta ahí si, la única soltera soy yo. (risas)
- JC Patricio y yo soy soltero, soy el zorrillo soltero
- Silvia ¿Enserio?
- JC Patricio sí
- Silvia ¿Te bañas o no te bañas? Con eso de que eres zorrillo ¿apestas o noapestas?
- JC Patricio apesto mucho sí.
- Silvia Para regalarle un baño
- JC Patricio Oiga le estamos viendo en su foto de WhatsApp, se ha sabido delinear bien usted
- Silvia Claro la belleza cuesta, yo soy modelo de una empresa que se llama soy tú, y el iban sabe muy bien.
- JC Patricio Qué le va a parar bola usted a ese hombre feo.
- Silvia No hay hombre feo, solo hay que verle con paciencia
- JC Patricio (Risas) Gracias amiga, nos vamos a una pausa comercial y volvemos.
-



Tabla 12: Transcripción completa del segmento: Metete en el Personaje

Jc Patricio	Aló, le cogiste o no le cogiste
Participante	No, no, no! A mí no me confundas ñaño, yo soy el ñengoso
Jc Patricio	¿Qué pasó, vendiste esa nota o no?
Participante	Me devolvieron tus zapatos pesuñentos.
Jc Patricio	Pero no pues...
Participante	Ese de dólar que ha sido.
Jc Patricio	no, loco verás, yo te dije que primero le cojas y le botes un poco de cloro, en deja era que le pongas siquiera unos dos días y de ahí, le saques a la venta, loco habla serio.
Participante	le metí café, le metí café ñaño
Jc Patricio	café dice, ¿y nada?
Participante	Nada, todo pesuñento. Oye
Jc Patricio	Dime
Participante	Quería mandar un saludito
Jc Patricio	A quién?
Participante	A esa belleza del JC. No, no tú eres feo, tú eres feo, para esa belleza del Pato, ese man me saludó así a lo bien, ha sido chévere, me dio la mano, me quedo gustando
Jc Patricio	huy ¿te quedó gustando? Habla serio ñengoso, él es varón
Participante	Y ese dj que tienen, den dando un sheteg en el hocico, que no me complace
Jc Patricio	¿Quiere darle un sheteg en el hocico? ¿Por qué?
Participante	no me complace en las músicas
Jc Patricio	Ya le vamos a decir que se ponga las pilas ya.
Participante	ya y para usted, que pase bien
Jc Patricio	Esa nota, oye ñengoso, pero era que metas los zapatos en agua de cangrejo para que se vaya ese olor pues
Participante	ya boté esa nota, ni \$5 no me dieron
Pato Ramírez	¿Ni \$5?
Participante	No me dieron
Jc Patricio	Que pena
Participante	Te acuerdas que esos zapatos tú dejaste en mi casa
Jc Patricio	Ajá
Participante	y cuando te mandé esa donas rellenas
Jc Patricio	Ya ñengosito, gracias ñengoso por tu llamada OK.
Participante	Ya JC.
Jc Patricio	¿Oye ñengoso?
Participante	Mande
Jc Patricio	Estábamos en el segmento, métete al papel ñengoso, eres bien ñengoso vos, Listo. Cuídate. Ay, que bestia, no tiene nada que ver con lo que nos llamó
Pato Ramírez	No dice que los zapatos no podio vender



- Jc Patricio Pero bueno, OK Chevere ñengoso, muchas gracias por estar siempre en sintonía de esta tu radio, la mega. La mega no juega, la mega se pega. Vamos a recibir otra llamada
- Pato Ramírez Vamos por la parrillada. Hola buenas tardes
- Participante 2 Buenas tardes inicuo
- Pato Ramírez vé, que es este ¿Nebot?
- Participante 2 Ese mismo pues hijito
- Pato Ramírez Ese Nebot, y ¿cómo así?
- Participante 2 Les llamo yo desde Guayaquil, de Guayaquil te estoy llamando, acá en Guayaquil escuchan a full, full sintonía de radio la mega 103.3 mijito
- Pato Ramírez Oiga y a que debemos el honor de su llamada mi amigo Nebot
- Participante 2 Es para saludarle a ese tal JC Patricio, a ese loco, para decirle que bien que maneja
- Pato Ramírez Ah, al JC quiere saludarle, ¿qué maneja bien?
- Participante 2 La palanca pues mijito.
- Jc Patricio Mi ilustre Nebot, una pregunta para usted: ¿Por qué esta vez ya no mismo con la alcaldía?
- Participante 2 Oiga hijito, ahí le dejé pues a mi compañera, yo me voy a botar de presidente, para destronar a ese patojo y que se quite porque me voy para allá
- Jc Patricio Híjole, oiga pero hay unos rumores de que usted tiene algo con Cinthya, ¿es verdad o no es verdad?
- Participante 2 Es solo mi amiga, nada más
- Pato Ramírez ¿Amiga?
- Participante 2 Son falsos Comentarios, aunque yo sé que de ella late el corazón por mí
- Jc Patricio Le han visto saliendo con ella de lugares medio...privados, medio oscuros, medio alejados de la ciudad. Medio muy íntimo, desolado.
- Participante 2 Fui a mostrarle mi tigre
- Pato Ramírez Mi tigre (risas)
- Jc Patricio Ah le mostró su tigre y qué tal? ¿Ruge o no ruge?
- Participante 2 Ella me dijo: miau, eres un salvaje
- Pato Ramírez Es un salvaje, ahí está ve. Oiga y usted qué opina de la selección ecuatoriana, estuvo súper mal en la copa América y en todo lo demás
- Participante 2 Yo solo puedo decir 3 cosas de la selección
- Pato Ramírez A ver
- Participante 2 no valen para nada, para nada y para nada hijitos.
- Pato Ramírez Oiga y al bolillo no le puede decir usted que venga
- Participante 2 ¿Al Bolillo?
- Pato Ramírez Sí
- Participante 2 Que coja sus tres atados de... y se vaya a la casa de la...
- Jc Patricio no, no, no... (interrupción de la de llamada)
- Participante 2 De Colombia, de Colombia estoy diciendo
- Jc Patricio Ah ya... listo
- Pato Ramírez Chévere don Nebot, excelente su participación, deme su nombre y su apellido, así mismo como Nebot pero
- Participante 2 Mi nombre es Ober Tinoco.
- Pato Ramírez chévere muchas gracias.
- Participante 2 Oiga créame que su sintonía está disparada aquí, la mega 103.3
- Pato Ramírez Para mí que ya quiere la parrillada, hermano. Chévere Don Nebot muchas gracias.
- Jc Patricio Buena onda, estamos en el semento que dice: métete al papel



- Pato Ramírez Vamos por esa parrillada, por esas alitas bbq. Las costillas que bestia. Recibimos otra llamada, hola
- Participante 3 Aló
- Jc Patricio ¿Qué te dijo?
- Participante 3 Y a ti ¿qué te dijo?
- Jc Patricio Nada loco. Lo que pasa es que hoy se ha ido hacer la prueba de embarazo y ha salido positivo loco lo de tu ñaña, yo no tenía la culpa loco, yo estaba mal, y quiero que me entiendas yo estaba borracho, loco tú eres mi mejor amigo, no quiero que estés mal, no quiero que estés bravo, no quiero que nuestra amistad se destruya por eso. Yo me voy hacer responsable hermano.
- Participante 3 Oye loco, estás mal pero...
- Jc Patricio ¿Por qué?
- Participante 3 Porque el papá es otro, vos estás de cojudo nomas.
- Jc Patricio No, no, no, dice que el papá es otro que le ha hecho el favorcito, pero no, yo soy el papá del guagua que está esperando tu ñaña. Y ahora ¿qué podemos hacer contra eso?
- Participante 3 Tienes que hacerte responsable pues.
- Jc Patricio Por eso mismo, pero es que no quiero que nuestra amistad se destruya, pero es que vos no entiendes, vos no sabes nada de lo que yo siento por ella. Te puedo decir
- Participante 3 Nosé loco, es que no sé.
- Jc Patricio Lo que pasa es que te voy a decir la verdad, ya, yo no quería que ella esté embarazada porque, yo estoy enamorado de vos.
- Pato Ramírez Híjole, haya yai.
- Participante 3 Yo tengo hijos, soy casado
- Pato Ramírez Yo tengo hijos dice, soy casado.
- Jc Patricio No importa nadie se va a enterar de esto
- Participante 3 Pero lo que más me sorprende es que cómo le has dejado embarazada a mi hermana
- Jc Patricio Sí, es que nosé, cada vez que daba una muchita me acordaba de ti.
- Pato Ramírez Y ahora con el matrimonio igualitario.
- Jc Patricio Claro ahora con el matrimonio igualitario, como ya aprobaron esa ley, yo creo que nosotros dos podemos ser felices ante los ojos del mundo.
- Participante 3 no lo creo
- Jc Patricio No te rías por favor, no te rías ya.
- Pato Ramírez No le gusta el arroz con chanco preguntale
- Participante 3 no
- Pato Ramírez Y ¿las alverjas?
- Jc Patricio Y ¿el chicharrón te gusta?
- Participante 3 La menestra más
- Jc Patricio hay ya somos dos, juntos café para dos, gracias, mañana te voy a ver como veo en pretexto de tu hermana ya. Pero lo nuestro queda en secreto. ¿sí?
- Participante 3 en el km 14 pero.
- Pato Ramírez Qué bestia este man
- Jc Patricio eres un sucio. Dame tu nombre y apellido por favor.
- Participante 3 Juan Pesantez.
- Jc Patricio Muy amable, gracias. Para la mano señor. Pato Ramírez a quién le damos el premio, de una vez a quienes participaron. Por cuestión de tiempo, dale
- Pato Ramírez Acá el jurado calificador el sr. Esteban Tacuri dice que lo hizo bien el señor Ober Tinoco. A él vamos a darle la parrillada
- Esteban Tacuri sí patito, esa estaba buena



Pato Ramírez listo entonces, a él le damos la parrillada.

Tabla 13: Transcripción completa del segmento: Cachos y Caldos

Jc Patricio	<p>Un señor se encuentra con un amigo al que había venido a visitar, al que no lo había visto durante varios años, y luego de una larga conversación, le pregunta el amigo: Oye Juan ¿qué fue de tu viejo?. Ha mi padre murió en un accidente Hay que lástima, no sabía nada Si hombre fue tremendo, Pero sé que sus últimas palabras me las dijo a mí Enserio, no te creo, y ¿Cuáles fueron? No muevas la escalera...</p>
Pato Ramírez	<p>Dice que llega un africano al cielo, uno que era medio shorin, le gustaba coger lo ajeno, y se encuentra con Jesús, y este le dice: Bienvenido hijo a paraíso, toma tus alas. Entonces el africano feliz de la vida le pregunta: Señor ¿Voy a ser un ángel, voy a ser un ángel? No, vas a ser murciélago</p>
Jc Patricio	<p>Tres amigos estaban en un funeral de un compañero de trabajo, y uno de ellos mirando al difunto le dice a los otros: Ay, yo quisiera que cuando muera, la gente me mire y me recuerde por algo grande que haya logrado en la vida, y otro le responde: Sí es verdad yo también quisiera que me recuerden por algo grande que lograra en la vida y que la gente diga, fue un buen hombre y mi mejor amigo. Y el tercero no sabía que decirles pues no, y el tercero escuchaba atentamente a sus amigos, sin hacer comentarios. Lo que ocasionó la pregunta de los amigos: oye y a ti, ¿Qué te gustaría que te dijeran? Nada, a mí me gustaría que me dijeran, huy mira, parece que se está moviendo.</p>
Pato Ramírez	<p>Dice que un día un campesino decidió comprar un perico, un lorito y era algo vulgar ese loro, bien mal hablado, y entonces el dueño decide llevarlo a la misa, cuando de pronto el padre dice: Recemos en nombre del padre obispo Y responde el perico: voltéate las nalgas y te las pellizco Y dice una monjita: amén Y el perico dice: sí, si quieres a ti también</p>
Jc Patricio	<p>Una esposa pasa fuera de casa toda la noche, en la mañana siguiente, le explicó al marido que había dormido en la casa de la mejor amiga, y el marido medio dudoso, llamó por teléfono a 10 de las mejores amigas, ninguna de ellas confirmó la historia, no. El marido pasó fuera toda la noche dos semanas después. Y en la mañana siguiente, le explicó a su esposa que había dormido en la casa de su mejor amigo, y entonces la mujer dudosa también agarró el teléfono y llamó a los 10 mejores amigos del marido, 7 de ellos confirmaron la historia, no. Y los tres restantes además de confirmarla decían que todavía estaba durmiendo en la casa de ellos.</p>



- Pato Ramírez Dice que había una pareja joven con un niño de más o menos unos 5 años, y esa pareja estaba ya cansada de que el pequeño les interrumpiera en sus momentos más íntimos, inoportuno interrumpiéndoles mientras hacían el ñenguere, ñenguere. Al fin al padre se le ocurre una solución y le dice:
Mira pepito, tu mamá y yo vamos a hablar de nuestras cosas aquí a lado en nuestra habitación. Tú como niño bueno, mira por la ventana y cuéntanos lo que ves, si por favor. Y el niño comienza pues:
Hay una señora paseando a su perro
Un autobús rojo está pasando.
Los vecinos del frente están teniendo sexo otra vez.
Y el papá le dice: y ¿cómo sabes tú eso?
Es que el hijo de los vecinos también está asomado a la ventana, haciéndose el pendejo así como yo.
- Jc Patricio Dos amigos se encuentran también a los tiempos, no. Dos amigos de la infancia. Y el uno le dice:
Y ¿Qué cuentas loco? ¿Cuánto tiempo ha pasado?
Si no fuera por el bigote, serías igualito a mi mujer.
Y el amigo le responde, oye pero si yo no tengo bigote.
Tú no, pero mi mujer si le dice.
- Pato Ramírez Dice que dos pastusos están conversando y el uno le dice al otro:
Oye Manolo, ¿si vez el bosque?
No lo veo oye Alberto, no vez que me tapan los árboles
- Jc Patricio Dos amigos se encuentran en la plaza del pueblo no. Le ven al uno que estaba medio corriendo, iba por un lado, iba por el otro, emocionado no. Y algo llevaba bajo el brazo. Y le dicen:
Oye Marcelino que llevas bajo el brazo
Es un zorrillo, me encontré un zorrillo y le tengo aquí bajo el brazo
Y el amigo le responde, oye pero ¿y el olor?
Ya nada, ahí que se aguante el zorrillo.
- Pato Ramírez Dice que un día un viejito pasa por un cerca y dice:
Vieja, ¿Te acuerdas cuando te arrimé a esa cerca y te hice el ñenguere, ñenguere por primera vez?
Y ella le responde: si vieja, si quieres volvemos a revivir ese momento tan bueno que fue
Y el viejo, le baja la falda y le pega contra la cerca y le empieza la faena, dale que dale
Ese viejo le daba como ratón en balde y la vieja gritaba, aullaba, lloraba, saltaba
Y el viejo emocionado le dice: vieja, hace 50 años no te excitabas tanto
Oye viejo mal parido, hace 50 años la cerca no era eléctrica dice.
- Jc Patricio Un hombre casado le dice a un hombre soltero:
Ay me casé con mi mujer hace 20 años, al principio la besaba, la abrazaba tanto, que ella temía que la asfixiara.
Y ahora le dice el otro, ahora después de 20 años
Ahora creo que eso es lo que voy hacer, asfixiar a la desgraciada



Para la mano, hoy con el segmento que se llama: Cachos y caldos, vamos a la pausa. Regresamos enseguida.

Tabla 14: Transcripción completa del segmento: Los 30 del Despecho

Pato Ramírez	Hoy se viene nada más y nada menos que el Abuelito.
Jc Patricio	Crees hijito que las 53 gradas no cuestan
Pato Ramírez	Vea esa cosa hasta a contado
Jc Patricio	una por una, patito
Pato Ramírez	Buena, abuelito, buena. Cuéntenos que hay para hoy día
Jc Patricio	Hoy día tenemos muchas cosas mijo
Pato Ramírez	¿Qué hay de menú en el plato?
Jc Patricio	nada mijo, ya se vienen los 30 del despecho
Pato Ramírez	¿Qué más tenemos?
Jc Patricio	La música en blanco y negro
Pato Ramírez	Muy bien, ¿qué promete para las féminas?
Jc Patricio	Hoy día muchas pelotas mijo
Pato Ramírez	Hable serio, déjese de cosas. Ya empieza usted con sus ofensas.
Jc Patricio	no pues, hoy día empieza el mundialito, pues hijo.
Pato Ramírez	¡A cierto! El mundialito.
Jc Patricio	Claro pues eso estoy diciendo
Pato Ramírez	A ya, muy bien.
Jc Patricio	- Patito, Jotita buenas tardes, un gusto
Abuelito	
Jc Patricio	Buenas tardes abuelito, un gusto, buenas tardes, siga nomás, Tranquilo, siga nomás. Siempre que llega él, se olvidan de mí, cuando viene este señor.
Pato Ramírez	Que mande un saludo dice, abuelito para los carpinteros de estados unidos. A Víctor dice
Jc Patricio	Carajo, saludos entonces para los que están clavando durísimo allá mijo.
Pato Ramírez	Hay una fanática suya, es Anita Guanga en ICE Hampton, mándele un saludo para Anita Guanga, en ice Hampton
Jc Patricio	- Anita Guanga, ya pues, ahora que me voy a ir a los estados unidos con mis nietitos, invítame
abuelito	a tu casa, para ver si es que hacemos tilingo.
Pato Ramírez	Huy habla serio abuelo, ella es casada
Jc Patricio	Pero que estoy diciendo de malo
Pato Ramírez	Tilingo, ¿qué es tilingo?
Jc Patricio	No sabrás lo que es tilingo
Pato Ramírez	No, ¿qué es tilingo?
Jc Patricio	Para mí, mí cultura, tilingo quiere decir: asar
Pato Ramírez	¿Asar?
Jc Patricio	Sí, tilinguear.
Pato Ramírez	A ya.
Jc Patricio	Sí, entonces quiero yo, tilinguear con ella
Pato Ramírez	A quiere asar,



- Jc Patricio Asar, sí mijito
Pato Ramírez Veá, le manda otro saludo, Mercy. Patito deme saludando a ese viejo, está bien bueno, dice: Mercy.
- Jc Patricio Ella también quiere tilinguear. (risas) Oyte Patito Ramírez, hoy he venido con una nueva.
Pato Ramírez ¿Una nueva?
Jc Patricio Sí, Sí
Pato Ramírez ¿Una nueva vieja o qué?
Jc Patricio No, no ya la vieja es la misa, no quiere irse la vieja. Ya me hice al dolor mejor mijito.
Pato Ramírez ¿Qué viene con nuevo, de qué?
Jc Patricio Oyte. Hoy día vengo hablar sobre las suegras.
Pato Ramírez Las suegras
Jc Patricio Sí Patito. Hay diferentes tipos de suegras mijito
Pato Ramírez Ha ya, ya
Jc Patricio Vos también si sabes.
Pato Ramírez claro de ley
Jc Patricio Hay todo tipo de suegras mijito
Pato Ramírez claro de ley
Jc Patricio Más o menos tengo una buena para vos mijito. ¿Quieres escuchar?
Pato Ramírez A ver
Jc Patricio Verás, verás, verás. Hay para todos los gustos, ciertamente el espectro de todas las suegras es bastante amplio, hoy sin duda el abuelito va a dar a conocer algunos tipos de suegras
Pato Ramírez Ya
Jc Patricio Verás, suegra tranquila, nombre científico: suegronis pacificus, es una persona bien llevada, deja a la hija para el noviazgo sin hacer preguntas. Y encima te sirve cafecito con galletas cuando recién te conoce. Emigra varias veces al año si tiene la visa, se va en agosto a la Yonny. Y te trae zapatos nike, los últimos. Y si le caíste bien, te trae unos Cost. Esa es la suegra más conocida como la tranquila. Y ¿vos patito?
- Pato Ramírez Sabe que por acá me mandan: ¿cómo se dice suegra en chino?
Jc Patricio ¿Suegra en chino? No mijito
Pato Ramírez Chimocha. ¿En ruso?
Jc Patricio ¿En ruso?
Pato Ramírez Estorba ¿en árabe?: Aléjela y ¿en francés? Metiche
Jc Patricio Buena mijito
Pato Ramírez Muy bien, muy bien
Jc Patricio Oite Patito, hay otra suegra que se llama también: suegra culebra: nombre científico: suegronis ponsoñosus. Esta suegra es un peligro. Su lengua es peligrosa, acaba con todas las tentativas de noviazgo de la hija, por desgracia es el tiempo más común hoy en día, suegronis ponsoñosus
- Pato Ramírez Hay también la suegra entrometida
Jc Patricio Suegra metida
- Pato Ramírez Sí, sí. Se mete en todo, adora elogiar al ex de tu novia, siempre está sacando en cara no, que tu ex era así, que era un lindo, que era un guapo, mira este uzhco, así
- Jc Patricio Ash sí.
Pato Ramírez Vence por cansancio y acostumbra a ir a vivir con la hija
Jc Patricio Hay taita Diosito
Pato Ramírez Y se mete a dormir en medio de los dos
Jc Patricio Madre santa
Pato Ramírez Hijo de...



Universidad de Cuenca

Jc Patricio Taita Diosito, hay un sin número de suegras mijo
Pato Ramírez Claro, hay bastantes suegras
Jc Patricio Hay la suegra que se llama la sobre protectora. Más conocida como la mijitis o mamitis, te da las más comunes de su especie: este tipo de suegra es la que nunca pierde el vínculo con su hija y vive pendiente de lo que hace o no hace, hace o no hace el ñenguere ñenguere
Pato Ramírez Vea lo que dice Anita Guanga
Jc Patricio ¿Qué dice?
Pato Ramírez Dígale que cuando el quiera, que le atiende nomas al abuelo
Jc Patricio Osea si quiere tilinguear
Pato Ramírez Si quiere.
Jc Patricio Ya vez mijo, yo que te digo ya vez, tilingo es hacer carnes asadas, en mi barrio dicen tilinguiar a eso
Pato Ramírez A ya
Jc Patricio Ya tengo a una que me tilinguee
Pato Ramírez Hay la suegra dos caras: el nombre científico es; suegrus hipócritus, aparentemente le caes bien pero en verdad te está serruchando el piso, te trata bien solo delante de la hija, por detrás, te basurea hermano. Hasta con el vecino le hace planes a la hija
Jc Patricio Taita Dios
Pato Ramírez Sí, sí- esta es la suegra dos caras



Anexos 2: Guiones técnicos de los programas.

Guion Técnico programa Terapia Intensiva – Lunes

Fecha: Lunes 24 de junio de 2019		
Segmento: Caíste		
Horario de Programación: 14h00 a 18h00		
Tiempo	Segmentos	Descripción
14h00	Espacio Publicitario	
14h05	Inicio del Programa	Siempre se inicia Terapia Intensiva con publicidad.
14h05	Música	Programación con música clásica
14h30	Loc: Presentación, bienvenida y saludo de los locutores: JC Patricio, Pato Ramírez y su Dj, Esteban Tacuri hacia la audiencia	Saludos intensos, muchos efectos de sonidos, los locutores son muy extrovertidos y hacen énfasis en el segmento en el que se van a enfocar: El caíste de todos los lunes. Los saludos hacia la audiencia se hacen a través de lectura de mensajes de WhatsApp.
14h36	Música	Se coloca 1 canción luego del saludo inicial y antes de la publicidad.
14h38	Espacio Publicitario	
14h40	Música	Canciones clásicas
14h45	Loc: Publicidad en vivo y énfasis en el segmento.	Colocar canciones clásicas de los 70, 80, 90 y 2000 que han marcado la historia musical.
	Espacio Publicitario	
15h02	Locutores: Publicidad en vivo y lectura de saludos.	Anuncios de personas y saludos nacionales e internacionales
15h05	Música	Salsa Clásica
	Espacio Publicitario	
15h25	Locutores: Publicidad nacional e internacional en vivo Saludos	Sorteo de premios para la audiencia, gracias a OroTec multiservicios.
15H30	Interacción con la audiencia a través llamadas en vivo 2880020	Los premios se sortean entre los participantes que se inscriben a través de llamadas y con una frase sobre reparación de un carro, Ejemplo: <i>Yo quiero</i>



		<i>ganarme el premio de OroTec, porque quiero repararle los inyectores a mi marido</i>
15h38	Espacio Publicitario	
15h45	Música	Clásicos de la década de los 80 y 90
15h55	Locutores: Saludos nacionales e internacionales Publicidad en vivo	Se trata de leer todos los mensajes de las redes sociales para saludar a todos los oyentes.
16h00	Segmento: Caíste	Hacen una broma a una persona conocida. Para este segmento los participantes cuentan con el respaldo de un cómplices (familiar o amigo de la persona a quien se le va a hacer la broma) para evitar repercusiones.
16h30	Espacio Publicitario	
16h35	Música	Clásicos Retro
16h50	Locutores: Saludos nacionales e internacionales Publicidad en vivo Interacción con audiencia a través de llamadas	Sorteo de los premios
16h58	Espacio Publicitario	
17h05	Música	Clásicos en Inglés
17h25	Locutores: Saludos nacionales e internacionales Publicidad en vivo	Algunos oyentes mandan chistes a través de mensajes para que los locutores den lectura.
17h38	Espacio Publicitario	
17h42	Música	Clásicos de los 90
17h50	Locutores: Publicidad en vivo Saludos nacionales e internacionales	Las comunicaciones en vivo son para ganarse, parrilladas, carne asada premios auspiciados por el Carboncito.
17h28	Segmento: Caíste	Continúan con lecturas de mensajes que comentan sobre el segmento Caíste que se lleva acabo cada lunes.
17h38	Espacio Publicitario	
17h42	Música	Merengue Clásico
17h50	Locutores: Publicidad en vivo Saludos nacionales e internacionales	Despedida del programa



	Menciones	
18h00	Espacio Publicitario	

Guion Técnico programa Terapia Intensiva – Martes

Fecha: Martes 25 de junio de 2019		
Segmentos: Complete la frase, Pepe Le Pew y martes de: ¿Ya para qué?		
Horario de Programación: 14h00 a 18h00		
Tiempo	Segmentos	Descripción
14h00	Espacio Publicitario	
14h05	Inicio del Programa	Siempre se inicia Terapia Intensiva con publicidad.
14h05	Música	Música Urbana
14h30	Loc: Presentación y Saludo de los locutores: JC Patricio, Pato Ramírez y su Dj, Esteban Tacuri, hacia la audiencia Publicidad en vivo Menciones	Saludos intensos, muchos efectos de sonidos, los locutores son muy extrovertidos y animados. La comunicación se hace a través de palabras y frases mixtas entre castellano y quechua. Algunas palabras pertenecen también a distintas jergas. Ejemplo: Chicoteando la lengua, habla serio mijin, entre otras.
14h37	Música	Se coloca 1 canción después del saludo inicia y antes del espacio publicitario.
14h39	Espacio Publicitario	
14h49	Música	Canciones Varias (bachata y salsa romántica)
15h 00	Segmento: COMPLETE LA FRASE Locución: Publicidad en vivo La frase del día: Te van a criticar por todo... Llamadas en vivo. 2880020	La pregunta del día consiste en completar la frase de manera creativa y divertida. Esta participación sirve para la inscripción de la audiencia para participar por un par de zapatos y un cambio de aceite gracias a sus auspiciantes.
15h09	Música	Colocan 1 canción antes del espacio publicitario.
15h11	Espacio Publicitario	
15h20	Música	Música variada
15:30	Locutores: Publicidad en vivo Lectura de saludos nacionales e internacionales	La interacción con la audiencia se hace a través de llamadas en vivo y el sorteo de boletos para un concierto.



15:40	Espacio Publicitario	
15h50	Música	Música Vallentos
16h00	Locutores: los locutores utilizan un acento colombiano para comunicarse con la gente y complacer los vallenatos a través de audios de WhatsApp	La interacción de la gente a través de los audios es también muy animada ya que la audiencia también hace uso de un acento <i>colombiano</i> para solicitar sus canciones.
16h05	Música	Las canciones suenan 2 minutos y son interrumpidas por las peticiones de audios de la audiencia.
16h08	Segmentos: Complete la Frase	<i>El: te van a criticar por todo...</i> la participación de la audiencia es a través de llamadas en vivo y mensajes de WhatsApp. El papel del Dj es eficiente ya que los audios y llamadas se complementan con los efectos de sonido
	Locutores: Publicidad en vivo	
16h18	Espacio Publicitario	
16h25	Música	Música Urbana
16h35	Locutores: Publicidad en vivo Saludos nacionales e internacionales	La locución es muy animada. Los locutores hacen chistes sobre compañeros y sus esposas. Para los saludos, leen los mensajes que les llegan a las redes sociales
16h40	Segmento: Martes de: ya para Qué	Se completa la frase: ya para qué... de una manera muy creativa y graciosa, juega mucho la interacción Dj-locutores
16h45	Espacio Publicitario	
16h50	Música	Baladas
16h55	Segmento: Pepe Le Pew Locución: Inicio del segmento de enamorados. Este segmento se realiza a través de llamadas de la radio hacia la audiencia. Publicidad en vivo	El segmento consiste en llamar a parejas enamoradas o para lograr reconciliaciones entre parejas, lo que característica a este segmento es el acento que utiliza el locutor JC. Ya que él imita el acento francés de la caricatura animada: <i>Pepe Le Pew</i>
17h17	Espacio Publicitario	
17h27	Música	Baladas
17h30	Segmento: Pepe Le Pew Locutores: Publicidad en vivo	El segmento consiste en llamar a parejas enamoradas o para



		lograr reconciliaciones entre parejas
17h38	Espacio Publicitario	
17h43	Música	Música variada: Urbano-Tropical
	Segmento: Completa la Frase	Se realiza el sorteo del par de zapatos y se agradece la sintonía y a las marcas auspiciantes.
17h55	Locutores: Sorteo del par de zapatos Publicidad en vivo Cierre del programa	
18h05	Espacio Publicitario	

Guion Técnico programa Terapia Intensiva – Miércoles

Fecha: Miércoles 26 de junio de 2019		
Segmentos: Métete en el papel y Ya queremos pastel		
Horario de Programación: 14h00 a 18h00		
Tiempo	Segmentos	Descripción
14h00	Espacio Publicitario	
	Inicio del Programa	se inicia Terapia Intensiva con publicidad.
14h05	Música	Programación con música urbana
	Segmento: Música vieja pero buena	
14h30	Loc: Presentación y Saludo de los locutores: JC Patricio, Pato Ramírez y su Dj, Esteban Tacuri, hacia la audiencia Publicidad en vivo El saludo se repite a diario (empieza JC y él presenta al Pato Ramírez)	Saludos intensos, muchos efectos de sonidos, música muy prendida, los locutores son muy extrovertidos y espontáneos. La publicidad es muy característica con su lenguaje mixto entre castellano y quechua, lleno de efectos de sonidos y música. Presentación del segmento: Las tortas de Cumpleaños
14h40	Música	Se coloca 1 canción luego del saludo inicial y antes de la publicidad.
14h43	Espacio Publicitario	
15h00	Música	Música movida Urbana y Tropical
15h10	Segmento: Ya queremos pastel	La interacción con la audiencia se hace a través de llamadas en vivo para inscripciones en el segmento <i>Ya queremos pastel</i> , las personas llaman para
	Locución: Publicidad en vivo Llamadas en vivo de parte de la emisora a una oyente que está de cumpleaños 2880020	



	Y también inscripciones son por WhatsApp	participar por una torta de auspiciante: Apetito Pastelería y Panadería. Participan todas las personas que cumplen años durante la semana.
15h20	Espacio Publicitario	
15h28	Música	Bachata
	Segmento: Tan pero tan	Anuncios de personas y saludos nacionales e internacionales El segmento consiste en crear chiste con la frase <i>Tan pero tan</i> Ejemplo: Un hombre tan feo pero tan feo, que asustaba a los pobre ciegos. Los efectos de sonido (risas, y música animada)
15h38	Locutores: Publicidad en vivo Lectura de saludos.	
15h50	Espacio Publicitario	
16h00	Música	Música Mixta, clásica, urbana, tropical
	Segmento: Metete al papel	Las comunicaciones en vivo son para ganarse, parrilladas, carne asada premios auspiciados por el Carboncito. Los participantes deben interpretar un papel improvisado sea por el participante o por el locutor. El DJ, debe estar muy atento a las participaciones, ya que los oyentes puede decir palabras o frases que no se deben decir en radio, las mismas que deben ser cubiertas por efectos de sonido.
16h10	Locutores: Publicidad nacional e internacional en vivo 880020 Saludos	
16h22	Espacio Publicitario	
16h 32	Música	Urbana
	Segmento: Queremos pastel	Se inscriben para más tortas vía telefonía convencional. Se trata de leer todos los mensajes de las redes sociales para saludar a todos los oyentes.
16h40	Locutores: Publicidad en vivo Saludos nacionales e internacionales	
16h52	Espacio Publicitario	
17h00	Segmento: Mega WhatsApp	Los oyentes participan en la radio solicitando sus músicas a través de audios de WhatsApp. Solo bloque musical de reggaetón.
17h05	Locución: los locutores solo mencionan lo que los oyentes deben hacer y la línea telefónica.	
17h10	Locución: Publicidad en vivo Saludos internacionales	
	Segmento: Métete al papel	Las comunicaciones en vivo son para ganarse, parrilladas, carne
17h15	Locución: Publicidad en vivo	



	Saludos internacionales Saludos nacionales	asada premios auspiciados por el Carboncito. Los participantes deben interpretar un papel improvisado sea por el participante o por el locutor. Se realizan sorteos inmediatos con los participantes.
17H25	Espacio Publicitario	
17h35	Música	Música tecno
	Segmento: Luces, cámara, acción	Se mencionan algunos segmentos que se presentarán el siguiente programa. En el segmento se concursará por boletos para un concierto. Las llamadas se improvisan con diferentes tonalidades. Por ejemplo: Sexy, riéndose, tristes.
17h45	Locutores: Saludos nacionales e internacionales Publicidad en vivo	
17h55	Espacio Publicitario	
18h00	Música	Música Urbana
18h05	Locutores: Publicidad en vivo Saludos nacionales e internacionales	Cierre del programa.
18h10	Espacio Publicitario	

Guion Técnico programa Terapia Intensiva – Jueves

Fecha: Jueves 27 de junio de 2019		
Segmento: Cachos y Caldos, y Viejas pero Buenas		
Horario de Programación: 14h00 a 18h00		
Tiempo	Segmentos	Descripción
14h00	Espacio Publicitario	
14h05	Inicio del Programa	Siempre se inicia Terapia Intensiva con publicidad.
14h05	Música	Programación con música clásica
	Segmento: Música vieja pero buena	
14h30	Loc: Presentación y Saludo de los locutores: JC Patricio, Pato Ramírez y su Dj, El Gordo Vichi, hacia la audiencia	Saludos intensos, muchos efectos de sonidos, los locutores son muy extrovertidos y hacen énfasis en los dos segmentos en los que se van a enfocar: Cachos



		y caldos, y Viejas pero buenas. Los saludos hacia la audiencia se hacen a través de lectura de mensajes de WhatsApp.
14h36	Música	Se coloca 1 canción luego del saludo inicial y antes de la publicidad.
14h38	Espacio Publicitario	
14h40	Música	Canciones clásicas
14h45	Segmento: Viejas pero Buenas	Colocar canciones clásicas de los 70, 80, 90 y 2000 que han marcado la historia musical.
	Loc: Publicidad en vivo y énfasis en el segmento.	
	Espacio Publicitario	
15h02	Locutores: Publicidad en vivo y lectura de saludos.	Anuncios de personas y saludos nacionales e internacionales
15h05	Segmento: Cachos y Caldos	Los locutores cuentan chistes de manera consecutiva, aquí juega mucho el papel de los efectos de sonido y la interacción entre locutores y DJ. Algunos de los chistes son subidos de tono, sin embargo, los chistes se apegan a la línea de medio y son con vocabulario pertinente para salir en un medio radial.
	Espacio Publicitario	
15h10	Música	Salsa Clásica
15h25	Locutores: Énfasis en las músicas viejas pero buenas. Publicidad nacional e internacional en vivo Saludos	Sorteo de premios para la audiencia, gracias a OroTec multiservicios.
15H30	Interacción con la audiencia a través llamadas en vivo 2880020	Los premios se sortean entre los participantes que se inscriben a través de llamadas y con una una frase sobre reparación de un carro, Ejemplo: <i>Yo quiero ganarme el premio de OroTec, porque quiero repararle los inyectores a mi marido</i>
15h38	Espacio Publicitario	
15h45	Música	Clásicos de la década de los 80 y 90
15h55	Locutores: Saludos nacionales e internacionales	Se trata de leer todos los mensajes de las redes sociales para saludar a todos los oyentes.



	Publicidad en vivo	
16h00	Segmento: Cachos y Caldos	Se cuentan chistes de manera consecutiva. Interacción entre locutores y DJ para los efectos de sonido y ambientación. (chistes rojos)
16h05	Espacio Publicitario	
16h15	Música	Clásicos Retro
16h25	Locutores: Saludos nacionales e internacionales Publicidad en vivo Interacción con audiencia a través de llamadas	Regresan al segmento musical de viejas pero buenas. Sorteo de los premios
16h40	Espacio Publicitario	
16h50	Música	Clásicos en Inglés
16h58	Locutores: Saludos nacionales e internacionales Publicidad en vivo	Algunos oyentes mandan chistes a través de mensajes para que los locutores den lectura.
	Segmento: Cachos y Caldos	Se cuentan chistes de manera consecutiva. Interacción entre locutores y DJ para los efectos de sonido y ambientación. (chistes rojos)
17h05	Espacio Publicitario	
17h10	Música	Clásicos de los 90
17h25	Locutores: Publicidad en vivo Saludos nacionales e internacionales	Repetición del segmento caíste, transmitido el lunes 24 de junio de 2019.
17h28	Segmento: Caíste	Hacen una broma a una persona conocida. Para este segmento los participantes cuentan con el respaldo de un cómplices (familiar o amigo de la persona a quien se le va a hacer la broma) para evitar repercusiones.
17h38	Espacio Publicitario	
17h42	Música	Merengue Clásico
17h50	Locutores: Publicidad en vivo Saludos nacionales e internacionales Menciones	Despedida del programa
18h00	Espacio Publicitario	



Guion Técnico programa Terapia Intensiva – Viernes

Fecha: Viernes 28 de junio de 2019		
Segmento: Los 30 del Despecho		
Horario de Programación: 14h00 a 18h00		
Tiempo	Segmentos	Descripción
14h00	Espacio Publicitario	
14h05	Inicio del Programa	Siempre se inicia Terapia Intensiva con publicidad.
14h05	Música	Programación con música clásica
14h30	Loc: Presentación, bienvenida y saludo de los locutores: JC Patricio, Pato Ramírez y su Dj, Esteban Tacuri hacia la audiencia	Saludos intensos, muchos efectos de sonidos, los locutores son muy extrovertidos y hacen énfasis en el segmento en el que se van a enfocar: El caíste de todos los lunes. Los saludos hacia la audiencia se hacen a través de lectura de mensajes de WhatsApp.
14h36	Música	Se coloca 1 canción luego del saludo inicial y antes de la publicidad.
14h38	Espacio Publicitario	
14h40	Música	Canciones Urbanas
14h45	Loc: Publicidad en vivo y énfasis en el segmento.	Se reproducen música del genero urbano, especialmente son temas musicales antiguos, los cuales hacen referencia al programa.
Espacio Publicitario		
15h02	Locutores: Publicidad en vivo y lectura de saludos.	Anuncios de personas y saludos nacionales e internacionales
15h05	Música	Salsa Clásica
Espacio Publicitario		
15h25	Locutores: Publicidad nacional e internacional en vivo Saludos	Sorteo de premios para la audiencia, gracias a OroTec multiservicios.
15H30	Interacción con la audiencia a través llamadas en vivo 2880020	Los premios se sortean entre los participantes que se inscriben a través de llamadas y con una frase sobre reparación de un carro, Ejemplo: <i>Yo quiero ganarme el premio de OroTec,</i>



		<i>porque quiero repararle los inyectores a mi marido</i>
15h38	Espacio Publicitario	
15h45	Música	Clásicos de la década de los 80 y 90
15h55	Locutores: Saludos nacionales e internacionales Publicidad en vivo	Se trata de leer todos los mensajes de las redes sociales para saludar a todos los oyentes.
16h00	Segmento: Caíste	Hacen una broma a una persona conocida. Para este segmento los participantes cuentan con el respaldo de un cómplices (familiar o amigo de la persona a quien se le va a hacer la broma) para evitar repercusiones.
16h30	Espacio Publicitario	
16h35	Música	Clásicos Retro
16h50	Locutores: Saludos nacionales e internacionales Publicidad en vivo Interacción con audiencia a través de llamadas	Sorteo de los premios
16h58	Espacio Publicitario	
17h05	Música	Clásicos en Inglés
17h25	Locutores: Saludos nacionales e internacionales Publicidad en vivo	Algunos oyentes mandan chistes a través de mensajes para que los locutores den lectura.
17h38	Espacio Publicitario	
17h42	Música	Clásicos de los 90
17h50	Locutores: Publicidad en vivo Saludos nacionales e internacionales	Las comunicaciones en vivo son para ganarse, parrilladas, carne asada premios auspiciados por el Carboncito.
17h28	Segmento: Los 30 del Despecho	El personaje del Abuelito es quien conduce este segmento recordando costumbres antiguas con la audiencia y reproduciendo temas musicales referentes a épocas anteriores.
17h38	Espacio Publicitario	
17h42	Música	Merengue Clásico
17h50	Locutores: Publicidad en vivo Saludos nacionales e internacionales	Despedida del programa



Universidad de Cuenca

	Menciones	
18h00	Espacio Publicitario	