



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

“LOS FORMATOS RADIOFÓNICOS Y EL ENTRETENIMIENTO EN LA AUDIENCIA DE RADIO BONITA FM 93.7 EN LA PARROQUIA MATRIZ DE LA CIUDAD DE AMBATO”

Trabajo de Graduación previa a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social.

AUTORA:

Marisol Carolina Núñez Valencia

TUTOR:

Lcdo. Alejandro Martínez Moya

Ambato – Ecuador

2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad de Tutor del Trabajo de investigación sobre el tema: “LOS FORMATOS RADIOFÓNICOS Y EL ENTRETENIMIENTO EN LA AUDIENCIA DE RADIO BONITA FM 93.7 EN LA PARROQUIA MATRIZ DE LA CIUDAD DE AMBATO”, desarrollado por la Srta. Marisol Carolina Núñez Valencia, Egresada de la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho trabajo de Graduación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a Evaluación del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, 19 de noviembre de 2013

.....
Lcdo. Alejandro Martínez Moya

TUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los Miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema: “LOS FORMATOS RADIOFÓNICOS Y EL ENTRETENIMIENTO EN LA AUDIENCIA DE RADIO BONITA FM 93.7 EN LA PARROQUIA MATRIZ DE LA CIUDAD DE AMBATO”, presentado por la Srta. Marisol Carolina Núñez Valencia, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título de Tercer Nivel de la UTA.

Ambato,

Para constancia firma:

.....
Presidente

.....
Miembro

.....
Miembro

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación titulado: “LOS FORMATOS RADIOFÓNICOS Y EL ENTRETENIMIENTO EN LA AUDIENCIA DE RADIO BONITA FM 93.7 EN LA PARROQUIA MATRIZ DE LA CIUDAD DE AMBATO”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de responsabilidad de la autora.

Ambato, 19 de noviembre de 2013

LA AUTORA

.....
Marisol Carolina Núñez Valencia
C.C. 180451282-8

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de ésta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la institución.

Cedo los Derechos en líneas patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública además apruebo la reproducción de esta tesis dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando ésta de producción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, 19 de noviembre de 2013

Autora

.....
Marisol Carolina Núñez Valencia
C.C. 180451282-8

DEDICATORIA

La superación intelectual me ha dado fortaleza, para culminar la etapa universitaria. Mi trabajo de investigación lo dedico a mi Familia que con la fortaleza brindada, he alcanzado un nivel más en mi vida con respecto a mi perfil profesional y personal, a mis tías y abuelita (Teresita, Giovanna y Elvirita) mujeres de ejemplo y superación constante con el trabajo en el diario vivir, a mis hermanas en especial a Cristina que se une a las mujeres laboriosas de mi hogar, siempre atenta y comprensiva, a María José, Gabriela, a mis hermanos Miguel y Sebastián porque la distancia no ha impedido que por ellas (os) me esfuerce día a día y a mis primos Santiago y Daniel que me han brindado la motivación para salir adelante y terminar con esta investigación.

Carolina Núñez Valencia

AGRADECIMIENTO

A Dios que me ha permitido cumplir con mi propósito, a la Universidad que me brindó la oportunidad de superación, a los docentes por los conocimientos compartidos.

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

TÍTULO O PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iii
AUTORÍA.....	iv
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE DE CUADROS Y TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
RESÚMEN EJECUTIVO	xiii
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
ANÁLISIS CRÍTICO	7
ÁRBOL DE PROBLEMAS	8
PRONOGSIS	9
UNIDADES DE OBSERVACIÓN	9
DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	10
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	10
INTERROGANTES PREGUNTAS DIRECTRICES	10
JUSTIFICACIÓN	11
OBJETIVOS	12
OBJETIVO GENERAL.....	12
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	12

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	13
FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	13
FUNDAMENTACIÓN ONTOLÓGICA.....	14
FUNDAMENTACIÓN AXIOLÓGICA.....	14
FUNDAMENTACIÓN SOCIOLÓGICA.....	14
FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	15
CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	20
CONSTELACIÓN DE IDEAS	21
HIPÓTESIS.....	43
SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES	43

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	44
MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	44
NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN	45
POBLACIÓN Y MUESTRA.....	46
OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	48
PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	50

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	52
VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	74

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES	79
RECOMENDACIONES	79

CAPÍTULO VI. PROPUESTA

DATOS INFORMATIVOS	81
ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA	82
JUSTIFICACIÓN	82
OBJETIVOS	83
ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD	83
FUNDAMENTACIÓN TÉCNICA.....	85
MODELO OPERATIVO	104
SÍNTESIS DE LA PROPUESTA	108
GUIÓN TÉCNICO Y FORMATO	110
PLAN DE ACCIÓN (Implementación).....	114
ADMINISTRACIÓN.....	115
PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN.....	115
BIBLIOGRAFÍA	117
ANEXOS	119

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°.1 Población Muestra.....	46
Cuadro N°.2 Operalización de Variables	48
Cuadro N°.3 Plan de Recolección de la Información	50
Cuadro N°.4 Resumen de la encuesta al personal interno.....	69
Cuadro N°.5 Resumen de Resultados a los moradores del sector	70
Cuadro N°.6 Resumen de entrevista a la gerente	72

ÍNDICE DE TABLAS

FORMULARIO DE ENCUESTA PARA EL PERSONAL INTERNO

Tabla N°. 1 Pregunta 1	53
Tabla N°. 2 Pregunta 2	54
Tabla N°. 3 Pregunta 3	55
Tabla N°. 4 Pregunta 4	56
Tabla N°. 5 Pregunta 5	57
Tabla N°. 6 Pregunta 6	58
Tabla N°. 7 Pregunta 7	59
Tabla N°. 8 Pregunta 8	60

FORMULARIO DE ENCUESTA PARA EL PERSONAL EXTERNO

Tabla N°.9 Pregunta 1	61
Tabla N.10 Pregunta 2	62
Tabla N°.11 Pregunta 3	63
Tabla N°.12 Pregunta 4	64
Tabla N°.13 Pregunta 5	65
Tabla N°.14 Pregunta 6	66
Tabla N°.15 Pregunta 7	67
Tabla N°.16 Pregunta 8 dirigida a los clientes externos.....	68

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°.1 Árbol de Problema	8
Gráfico N°.2 Red de Inclusiones Conceptuales	20
Gráfico N°.3 Constelación de Ideas Variable Independiente	21
Gráfico N°.4 Constelación de ideas Variable Dependiente	22
Gráfico N°.5 Pregunta 1 Encuesta personal interno	53
Gráfico N°.6 Pregunta 2 Encuesta personal interno	54
Gráfico N°.7 Pregunta 3 Encuesta personal interno	55
Gráfico N°.8 Pregunta 4 Encuesta personal interno	56
Gráfico N°.9 Pregunta 5 Encuesta personal interno	57
Gráfico N°.10 Pregunta 6 Encuesta personal interno	58
Gráfico N°.11 Pregunta 7 Encuesta personal interno	59
Gráfico N°.12 Pregunta 8 Encuesta personal interno	60
Gráfico N°.13 Pregunta 1 dirigida clientes externos	61
Gráfico N°.14 Pregunta 2 dirigida clientes externos	62
Gráfico N°.15 Pregunta 3 dirigida a clientes externos	63
Gráfico N°.16 Pregunta 4 dirigida a clientes externos	64
Gráfico N°.17 Pregunta 5 dirigida a clientes externos	65
Gráfico N°.18 Pregunta 6 dirigida a clientes externos	66
Gráfico N°.19 Pregunta 7 dirigida a clientes externos	67
Gráfico N°.20 Pregunta 8 dirigida a clientes externos	68

RESÚMEN EJECUTIVO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

“LOS FORMATOS RADIOFÓNICOS Y EL ENTRETENIMIENTO EN LA AUDIENCIA DE RADIO BONITA FM 93.7 EN LA PARROQUIA MATRIZ DE LA CIUDAD DE AMBATO”.

Autora: Marisol Carolina Núñez Valencia

Tutora: Lic. Alejandro Martínez

Fecha: Ambato, 19 Noviembre de 2013

El presente proyecto se ha desarrollado con el propósito de determinar los formatos radiofónicos y el entretenimiento en la audiencia de Radio Bonita FM 93.7 en la parroquia matriz de la ciudad de Ambato, mediante una modalidad de campo y bibliográfica documental se pudo determinar el problema y desarrollar el marco teórico mediante técnica de encuesta aplicada a los clientes internos y externos de la estación radial, de la misma manera se utilizó una entrevista a la gerente, se tabuló y se graficó los resultados obtenidos para analizarlos e interpretarlos, los mismos que llevaron a determinar conclusiones y recomendaciones, por lo que se propuso el diseño de una guía de formatos radiofónicos para generar el entretenimiento en la audiencia de Radio Bonita FM 93.7 con el fin de proporcionar una programación innovadora al radio escucha.

Descriptor: Comunicación, radiodifusión, formatos radiofónicos, programación, programa, entretenimiento, audiencia, guión y lenguaje radiofónico, sintonía radial, producción radiofónica.

INTRODUCCIÓN

En el marco de la comunicación radiofónica, la producción está estrechamente ligada al concepto de programa, en tanto que, si no se emplea a cabalidad los conceptos básicos de programación, afecta a todo el mecanismo que debe ponerse en marcha para la emisión de cualquier espacio, por pequeño que sea. No obstante, en función de la amplitud del programa que se pretenda emitir, el proceso de producción es más complejo. De hecho, no es lo mismo producir un informativo de actualidad de 60 minutos de duración, que una cuña publicitaria de 20 segundos.

Esta investigación tiene el propósito de analizar y describir los formatos radiofónicos actualmente utilizados en radio Bonita, de esta manera localizar la principal causa por la que presenta una baja audiencia, con la finalidad de mejorar la calidad de programación y por ende el entretenimiento, y así incrementar el nivel de audiencia.

Esta tesis, luego de la investigación apropiada pretende dar solución, en base a la propuesta, aplicando conocimientos de comunicación, mediante el desarrollo del diseño de una guía de formatos radiofónicos y el empleo adecuado de los mismos.

El trabajo que se pone a consideración, está estructurado por los siguientes capítulos:

Capítulo I. El Problema; Tema, planteamiento del problema, contextualización, análisis crítico, prognosis, formulación del problema, interrogantes (subproblemas), delimitación del objeto de investigación, justificación, objetivo general y específicos.

Capítulo II. Marco Teórico contiene; antecedentes investigativos, fundamentación filosófica, fundamentación legal, categorías fundamentales, hipótesis, señalamiento de las variables, las mismas que ayudan en el desarrollo del tema planteado.

Capítulo III. Metodología, contiene; modalidad básica de la investigación, nivel o tipo de investigación, población y muestra, operacionalización de las variables, plan de recolección de información, plan de procesamiento de la información obtenido en el lugar donde se realizó la investigación.

Capítulo IV. Análisis e Interpretación de Resultados contiene; análisis de resultados, interpretación de datos, verificación de hipótesis.

Capítulo V. Conclusiones y Recomendaciones.

Capítulo VI. Propuesta contiene; datos informativos, antecedentes de la propuesta, justificación, objetivos, análisis de factibilidad, fundamentación, metodología, modelo operativo (Diseño de una guía de formatos radiofónicos), administración, previsión de la evaluación; materiales de referencia, anexos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

GARCIA CAMARGO, Jimmy. (1998), “ El espíritu investigativo, la paciencia y el afán perseverante por lograr una meta, han sido los ingredientes que le han dado a la humanidad los grandes inventos y descubrimientos ”

En todo campo de la ciencia, son incontables las personas que han puesto su ‘granito de arena’ para el logro de los mayores éxitos. Así fue el caso de la radio, a cuyo descubrimiento, desarrollo y técnica se han ligado diferentes nombres; y todos, en una forma u otra, ya sea por la casualidad resultante de la investigación, por el azar, por el estudio en si, o por la necesidad surgida de las circunstancias, la hicieron una realidad, con todos sus beneficios y aplicaciones.

En 1888, Enrique Hertz, gracias a un principio aparentemente circunstancial, descubre que una descarga eléctrica produce un arco metálico conductor aun metro de distancia, entre dos esferas, dentro de una misma habitación. Profundizando en sus estudios, demuestra que la energía eléctrica puede propagarse por el espacio; y nace con ello lo que hoy se llama teoría de “Las ondas hertzianas”.

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

Hasta ese momento el descubrimiento de Marconi tenía como fundamental aplicación la radiotelegrafía y, aunque estaba en ciernes lo que sería más tarde la radio, aun estaba por descubrirse.

Sobre los aportes de Hertz y Marconi, Jhohn Fleming (ingles) y Lee de Forest (americano), ponen las bases de la radiodifusión con el descubrimiento de las válvulas de electrodos (diodo y triodo). A estas válvulas también les ha llamado ‘ tubos de vacío’’ o ‘ válvulas amplificadoras’’

Entre los años 1930 y 1935, las Universidades estimulan estos adelantos de la radio y más de treinta Universidades americanas disponen de emisoras. En Europa toma fuerza la información radial y salen al aire programas noticiosos como: ‘La palabra’’ difundido por Radio Barcelona y Radio Madrid de España. En Francia el ‘Journal Parle’’. Se vislumbra un periodismo de profundidad con el programa ‘March of the time’’, realizado por la C.B.S.

La competencia beligerante entre la radio y la prensa, hizo que esta llevara a muchos periodistas de renombre a su servicio, dándole más fuerza a la ‘noticia oral’’ con el dinamismo y la oportunidad propios de este medio.

De la competencia nace la calidad. La radio comienza a preocuparse no solo por la calidad de sus equipos de emisión y recepción sino que se dedica a mejorar sus estudios; ósea, la fuente primaria del sonido. Se estimula la producción de aparatos más completos como ‘consoletas’’ de varios servicios, efectos de sonidos, usos del disco y aumento de personal más especializado como locutores, libretistas, periodistas y directores de programas.

Logrados los objetivos de distancia, potencia y alcance, se concentran los esfuerzos en la producción de programas, llegando a la radio nombres de reconocido prestigio como Bertolt Brech, Henrich Ball, premio Nobel de Literatura. Se contrataban solistas instrumentales y vocales; se logra un archivo

grabado con un magnífico repertorio musical; se transmiten recitales, conciertos, operas, reemplazando así al solitario piano, que era lo único con que se contaba antes.

Con los adelantos técnicos y la necesidad creada por la misma radio, los oyentes reclaman cada vez más y mejores servicios informativos y obligan a las emisoras a tener sus propios sistemas de información y sus fuentes especializadas.

En Latinoamérica ha tenido un terreno abandonado para su próspero crecimiento no solo un alto índice de analfabetismo, el poder adquisitivo de nuestra gentes, sino que, la competencia de otros medios como la televisión, no le ha restado su importancia: más bien le han dado fuerza por ser la radio una forma práctica, sencilla y efectiva de brindar información, diversión y cultura.

ALVES, Walter Ouro (2007). “La radio acompaña la vida cotidiana de la gente en todos los países, en todas las ciudades y pequeños pueblos, cuenta con las decisiones que se toman en el poder político, en el ámbito económico, cultural, cuenta lo que pasa en la vida de todas las personas, sus relatos pintan cada época, narran los hechos y sucesos que la historia, se describe hábitos y costumbres, la moda y los valores que predominan en cada momento”.

En el Ecuador fueron pocas las familias las que poseían este importante artefacto, ya que además de tener un costo significativo para la época, era escasa la potencia que tenían las primeras radiodifusoras, tanto para emitir, como para recibir los mensajes.

Según Manuel Mantilla Mata, que es uno de los pioneros en la radiodifusión quiteña cuenta que “las transmisiones a control remoto tenían el mismo empirismo del resto, y aún cuando ya se usaba el teléfono, su técnica y empleo eran rudimentarios y las transmisiones fuera de la emisora era toda una odisea, cuando se transmitía desde las calles y carreteras las líneas se tomaban

directamente de las redes telefónicas, con las consiguientes peripecias de técnicos y locutores”.

La Radio en Ecuador tiene una historia bastante larga, desde fines de la segunda guerra mundial ha tenido un crecimiento constante y sistematizado con los acontecimientos sociales del país.

En 1929 el ingeniero Carlos Cordovez Borja, formado en la universidad norteamericana de YALE fue el encargado de construir, los equipos necesarios con los que el 13 de junio de 1929 empieza a funcionar desde una antigua bodega de una fábrica textil la primera emisora ecuatoriana.

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

Pocos años después en 1935, en la ciudad de Guayaquil, el profesional alemán Juan Behr promueve que Diario El Telégrafo ponga al aire una emisora que llevaría el mismo nombre de la versión impresa Radio El Telégrafo en 1935. Las primeras emisiones de radio en Cuenca fueron emitidas en 1938 desde un transmisor de 50 vatios de potencia instalado en la casona la señora Hortensia Mata.

En el año de 1940 aparece en la capital de los ecuatorianos Radio Quito radioemisora perteneciente a los propietarios de Diario El Comercio.

El 12 de febrero de 1949 se pone al aire la versión radiofónica de “La guerra de los mundos” de Orson Wells a través de la señal de Radio Quito. Esto provocó el pánico entre los quiteños, quienes una vez anunciado el mensaje, que se trataba de una obra de ficción, reaccionaron indignados contra la radioemisora.

<http://enlacecomunicacional.herobo.com/wordpress/?tag=la-radio-en-ecuador-resena-historica>. (Tomado en Diciembre 2012).

Según Carmen Gamboa Gerente encargada, menciona que Don Luis Gamboa Tello en la Ciudad de Ambato, funda Radio Bonita FM 93.7 e inicia su emisión radial en Diciembre de 1993, contando con 8 colaboradores, distribuidos en dos aéreas, 3 en noticieros y 5 en cabinas. Designado Francisco Carrión como productor, realiza la primera programación informativa.

Sus primeras herramientas de trabajo utilizadas fueron: una consola, una computadora de marca IBM, un micrófono y una cabina de locución adecuada con todo lo necesario. Como primera actividad para la ciudadanía fue apoyar el servicio comunitario en lo cultural, artístico así como de formación colectiva.

Análisis Crítico

El Bajo nivel de sintonía de Radio Bonita tiene como causas y efectos los siguientes:

El Desconocimiento de aplicación de formatos radiofónicos; ha ocasionado que haya poco entretenimiento en la audiencia de radio escuchas debido a que son importantes para realizar una programación novedosa y de interés; otra de las causas de la estación ha sido la falta de comunicación entre departamentos pues esto ha ocasionado un bajo clima organizacional entre el personal que labora en la empresa, de esta manera no se ha llegado a un acuerdo mutuo, teniendo como tercera causa la inexistencia de áreas de investigación y formación dedicadas al sondeo de audiencia, escenario, análisis de fuentes y formatos radiofónicos; esto ha traído como consecuencia un desempeño laboral ineficiente, y como ultima causa se tiene ausencia de programación informativa con formatos radiofónicos de opinión y entretenimiento; esto ha ocasionado la poca participación y opinión de la audiencia frente a temas planteados.

ÁRBOL DE PROBLEMAS

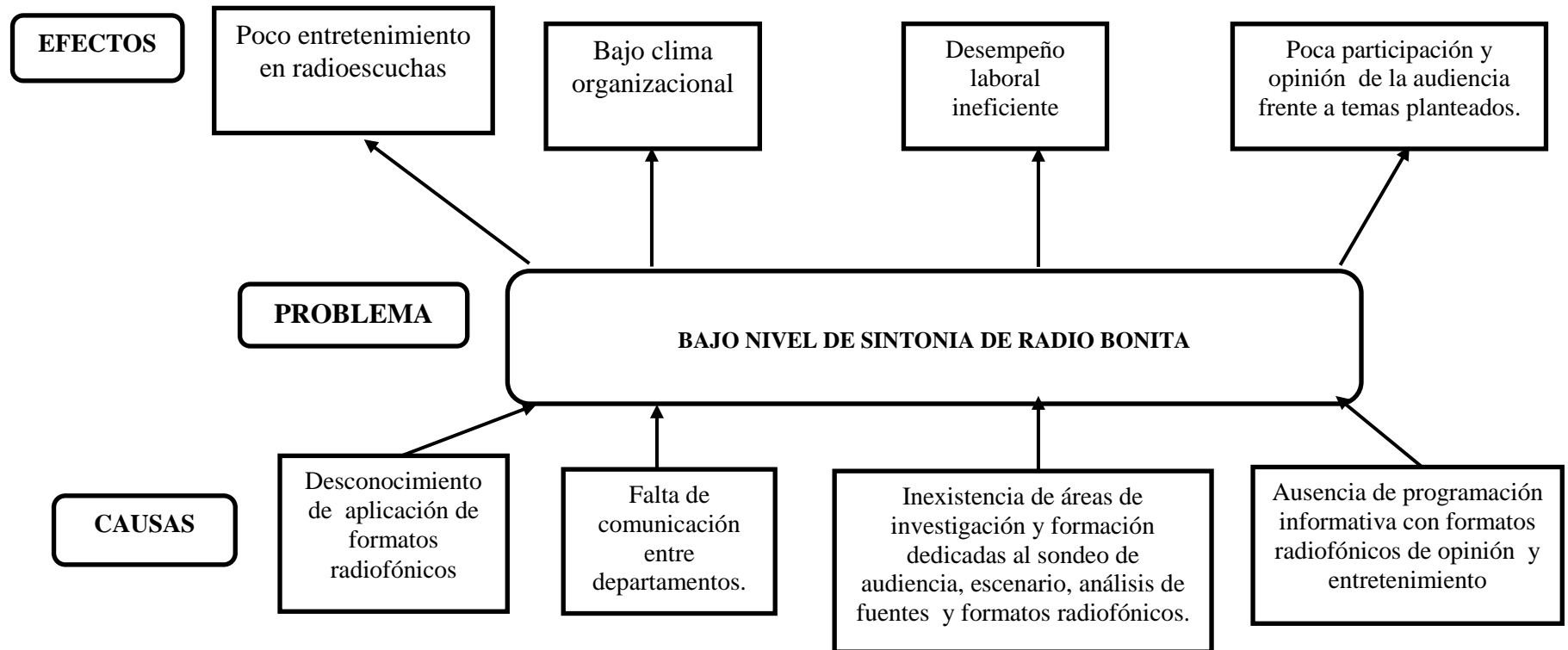


Gráfico N°.1

Elaborado por: Investigadora.

Fuente: Investigadora.

Prognosis

En la actualidad la estación radial tiene una programación monótona, en el sentido clásico, debido al conformismo del personal interno de la radio. El desinterés de competencia e innovación ha provocado un bajo nivel de sintonía por desconocimiento de las ventajas de utilizar formatos radiofónicos.

De no realizarse lo requerido el tema “ Los Formatos Radiofónicos y la audiencia en Radio Bonita FM 93.7, quedara inadvertido y la radio no propiciara un entretenimiento adecuado para el público, siendo de esta manera una emisora convencional y de poco interés para el radioescucha.

Es importante identificar la necesidad de emplear formatos radiofónicos en la emisora, todo esto con el afán de captar más radioescuchas, que permanezcan entretenidos y satisfechos de escuchar su radio favorita.

Una programación variada y entretenida da un toque sustancial a la radio, prepondera así las funciones básicas de todo medio de comunicación que son Informar, educar, entretener y organizar para guiar a la ciudadanía

Unidades de Observación

Las unidades de observación del actual trabajo investigativo fueron los siguientes:

Usuarios internos: Un Gerente y diez locutores de la Radio Bonita FM 93.7 de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua.

Clientes externos: Oyentes del sector de la Parroquia Matriz de la Ciudad de Ambato.

Delimitación del Problema

La investigación se encuentra enmarcada en la siguiente delimitación que contiene:

Campo: Comunicación social

Área: Producción Radiofónica

Aspecto: Formatos Radiofónicos

Delimitación Espacial: La presente investigación se llevó a cabo en Radio Bonita FM 93.7, en la parroquia Matriz de la ciudad de Ambato.

Delimitación Temporal: Para el estudio se consideró el último trimestre del año 2011.

Formulación del Problema

¿De qué manera los formatos radiofónicos afectaron en el entretenimiento de la audiencia de Radio Bonita FM 93.7, en la parroquia Matriz de la Ciudad de Ambato durante el último trimestre del año 2011?

Interrogantes Preguntas Directrices

- ¿Cuál es el formato radiofónico más adecuado para entretener a la audiencia Radio Bonita FM 93.7?
- ¿Cuál es la situación actual de Radio Bonita FM 93.7, en torno al entretenimiento que transmite a la audiencia de la ciudad de Ambato?
- ¿Existen alternativas para solucionar el problema detectado?

Justificación

Este trabajo tiene como importancia, identificar los formatos e introducción de mensajes transmitidos por la radio, a partir del reconocimiento de sus estructuras (tecnológica o material programática e ideológica), funciones y elementos, enfatizando su impacto en la comunicación interpersonal, grupal, social y en la cultura del país, con la finalidad de que adquiera habilidades lógico metodológicas que le permitan al Comunicador asumir una postura crítica frente al papel que cumple en la sociedad.

La originalidad de los mensajes en el seguimiento de formatos radiofónicos, estará apoyado en métodos, técnicas y estrategias, tomando como marco de referencia las representaciones ideológicas y el impacto social, todo ello con el propósito de que se ubique al emisor y clarifique su papel de perceptor ante el medio. Este trabajo proporcionó al comunicador de Radio Bonita FM 93.7 los elementos contextuales de la radiodifusión, (ya que se identificó en los programas de radio actuales que no se utiliza técnicas).

La investigación fue factible, por cuanto existió el apoyo de la gerente de Radio Bonita y de sus colaboradores tanto en el área operativa como administrativa, y por cuanto existieron recursos económicos suficientes para realizar la propuesta del diseño de una guía de formatos radiofónicos para generar el entretenimiento en la audiencia de Radio Bonita FM 93.7, en la parroquia Matriz de la ciudad de Ambato.

Los beneficiarios fueron: los propietarios de Radio Bonita FM 93.7 y población de la ciudad de Ambato

Objetivos:

Objetivo General:

Estudiar los formatos radiofónicos y su incidencia en el entretenimiento, en la audiencia de Radio Bonita FM 93.7, de la parroquia Matriz de la ciudad de Ambato.

Objetivos Específicos:

- Establecer los formatos radiofónicos más adecuados para el entretenimiento de la audiencia de Radio Bonita FM 93.7.
- Determinar el nivel de entretenimiento de la audiencia de radio Bonita FM 93.7.
- Proponer una alternativa de solución al problema planteado.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes Investigativos

Realizado un recorrido por las principales bibliotecas de las universidades que ofertan la Carrera de Comunicación Social de la ciudad de Ambato, se encuentra que; en la Biblioteca de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato no se halla en mención ninguna tesis relacionada a la presente, por la importancia que tiene el manejo de los formatos radiofónicos para generar el entretenimiento en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, esta investigación es significativa porque se conoce su nivel de aceptación en Radio Bonita FM 93.7 para potencializar más la sintonía de los oyentes.

Fundamentación Filosófica

La investigación se apoyo en la orientación del paradigma Crítico Propositivo, cuyo aporte es de todos, sin escatimar esfuerzos, para crear una capacidad inmediata en cada ser humano, el de ser gestores de sus propios descubrimientos y aprendizajes; que les permite adoptar una seguridad en sus procedimientos y avanzar cada día en su camino, al conocimiento nuevo con autonomía y suficiencia en la base de apoyos teóricos e investigativos, considerando una interacción transformadora , comprometida de valores

Se trata de hacer un mundo con total libertad, admirando el avance individual cognitivo, de otros seres humanos; que el camino sea apasionante y que sea una verdadera práctica de descubrimientos de aquellos que comparten dentro

de un contexto específico y en todo aspecto. Se trata de una nuevo círculo de convivencias y adaptación a un planeta complejo y día a día mayormente globalizado; realizando estudios de la realidad, analizando su situación y finalmente poner en marcha una propuesta factible, capaz de resolver los problemas encontrados; apoyándose en las teorías comunicacionales, rompiendo el sometimiento del sistema y en su lugar evaluando cualitativamente cada paso para avanzar más allá.

Fundamentación Ontológica

La vinculación entre el ser humano y la tecnología permite proporcionar un producto de calidad al oyente, esto se logró mediante la explotación adecuada de los equipos existentes y el talento humano.

Fundamentación Axiológica

La presente investigación busca fomentar los valores de formación y desarrollo continuo, así como del compromiso profesional que deben tener los comunicadores en cuanto a las programaciones de entretenimiento, para que desde ese panorama se visualice una proyección positiva a la comunidad de la ciudad de Ambato.

Fundamentación Sociológica

La visión es la transformación social y el desarrollo del comunicador profesional para que sea una persona reflexiva-creativa integral y que pueda tomar decisiones adecuadas y competitivas, ante la sociedad donde los derechos sean una realidad sentida y visible en sus condiciones de vida, en ese lineamiento debe continuar el compromiso con el afán de llegar a resultados de trabajo colectivo, todo lo que tenga que ver con la radio implica siempre el esfuerzo de muchas personas.

Fundamentación Legal

El aspecto legal se basa en el:

Reglamento General a la Ley de Radiodifusión y Televisión (Decreto No. 3398) que

Sixto A. Durán-Ballén C.

Presidente Constitucional de la República emitió

Considerando:

Que es necesario reglamentar los diferentes aspectos contemplados en la Ley de Radiodifusión y Televisión, expedida el 2 de abril de 1975 publicada en el Registro Oficial No. 785 del 18 de abril de 1975 y la Ley Reformatoria a Ley de Radiodifusión y Televisión expedida el 20 de abril de 1995 y publicada en el Registro Oficial No. 691 de 9 de mayo de 1995,

Que es facultad del Presidente de la República del Ecuador, reglamentar las leyes, conforme la atribución contemplada en el artículo 79 letra c) (353) de la Constitución Política de la República,

En ejercicio de las atribuciones que le confieren la Constitución y la Ley,
Decreta:

EL SIGUIENTE REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE
RADIODIFUSIÓN Y TELEVISIÓN

Capítulo I

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- Los medios, sistemas o servicios de radiodifusión y televisión se registrarán por las disposiciones de la Ley de Radiodifusión y Televisión, el Convenio Internacional de Telecomunicaciones vigente, el presente Reglamento, los demás Reglamentos y las Normas Técnicas y Administrativas que expida el Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión sobre la materia, los que tendrán el carácter de obligatorios.

Nota:

Mediante D.E. 8 (R.O. 10, 24-VIII-2009), el CONATEL se fusiona con el CONARTEL, y asume las competencias y atribuciones del último; mientras que los derechos y obligaciones del CONARTEL serán asumidos por la SENATEL.

Art. 2.- El control técnico y administrativo de las estaciones de radiodifusión y televisión están a cargo de la Superintendencia de Telecomunicaciones y tienen por objeto determinar el correcto funcionamiento de dichas estaciones y cumplimiento de las características autorizadas en la concesión. El CONARTEL podrá solicitar informes sobre estos controles.

Nota:

Mediante D.E. 8 (R.O. 10, 24-VIII-2009), el CONATEL se fusiona con el CONARTEL, y asume las competencias y atribuciones del último; mientras que los derechos y obligaciones del CONARTEL serán asumidos por la SENATEL.

DEFINICIONES

Art. 4.- A más de las definiciones establecidas en la Ley de Radiodifusión y Televisión, para la aplicación del presente Reglamento, se utilizarán las siguientes definiciones:

- 1) Radiodifusión: son todos los medios, sistemas o servicios de radiodifusión y televisión;

- 2) Radiodifusión Sonora, que en la Ley de Radiodifusión y Televisión se denomina Radiodifusión: es el servicio de radiocomunicaciones cuyas emisiones sonoras se destinan a ser recibidas directamente por el público en general;
- 3) Radiodifusión de televisión, que en la Ley de Radiodifusión y Televisión se denomina Televisión: es el servicio de radiocomunicación cuyas emisiones de imágenes y sonidos se destinan a ser recibidas por el público en general;
- 4) Estación de radiodifusión o televisión: es un transmisor con su antena e instalaciones accesorias, necesarias para asegurar un servicio de radiodifusión o televisión en una área de operación autorizada;
- 5) Sistema de radiodifusión o televisión: es el conjunto de una estación matriz y sus repetidoras que emiten la misma y simultánea programación con carácter permanente;

Capítulo III

DE LA CLASIFICACIÓN DE LAS ESTACIONES POR EL DESTINO DE LAS EMISIONES

Art. 5.- (Reformado por el Art. 1 del D.E. 1041, R.O. 330, 6-V-2008).- Las estaciones de radiodifusión o televisión se clasifican en las siguientes:

a) Estaciones públicas; y,

b) Estaciones comerciales privadas.

a) Estaciones Públicas.- Son las destinadas al servicio colectivo, sin fines de lucro y no pueden cursar publicidad comercial de ninguna naturaleza. Estas estaciones

transmitirán programación cultural, educativa y asuntos de interés general, tales como conferencias de índole pedagógico, agrícola, industrial, económico, de desarrollo social, de servicio a la comunidad, de orientación al hogar, es decir que tales programas propicien su desarrollo socioeconómico y cultural, el sano esparcimiento y los valores esenciales de nacionalidad, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana. Dentro de esta definición se encuentran las estaciones de radiodifusión de servicio comunal. Pueden ser estación pública, las de televisión codificada, de televisión por cable, por satélite y de circuito cerrado, de audio, video y datos.

No se entenderá por publicidad comercial las transmisiones contratadas por instituciones públicas destinadas a la información de sus acciones, ni las contratadas por fundaciones, corporaciones, organismos internacionales, y organismos no gubernamentales sin fines de lucro, tendientes a promocionar sus acciones, programas y/o proyectos.

Capítulo X

DE LA POTENCIA

Art. 40.- El rango de potencia en el que puedan operar las estaciones de Radiodifusión y Televisión será determinado por el Consejo sobre la base de estudios técnicos de interferencia y calidad de servicio en el área de cobertura de la estación que para el efecto realizará la Superintendencia de Telecomunicaciones.

Capítulo XIV

DE LA PRODUCCIÓN Y SU PROPIEDAD

Art. 54.- El CONARTEL, a pedido del concesionario, protegerá la exclusividad de la transmisión o retransmisión del programa, acto, evento u obra que se origine o que se produzca en exclusividad, con el objeto de evitar su indebida utilización.

Nota:

Mediante D.E. 8 (R.O. 10, 24-VIII-2009), el CONATEL se fusiona con el CONARTEL, y asume las competencias y atribuciones del último; mientras que los derechos y obligaciones del CONARTEL serán asumidos por la SENATEL.

Capítulo XV

DE LAS PROHIBICIONES

Art. 58.- La Superintendencia de Telecomunicaciones, controlará el cumplimiento por parte de los concesionarios de las radiodifusoras y televisoras del artículo 58 de la Ley de Radiodifusión y Televisión y de ser el caso, solicitará dentro de un plazo determinado grabaciones y más pruebas a los concesionarios sobre las posibles infracciones cometidas, a fin de que juzgue si procede o no imponer a la estación la sanción correspondiente.

DISPOSICIÓN FINAL

ÚNICA.- De conformidad con los incisos segundo y tercero del artículo 42 de la Ley Reformatoria a la Ley Especial de Telecomunicaciones y de acuerdo con las reformas a la Ley de Radiodifusión y Televisión, el presente Reglamento prevalecerá sobre cualquier otro reglamento que versare sobre los medios, sistemas o servicios de radiodifusión y televisión regulados exclusivamente en el presente Reglamento.

Art. 89.- El presente Reglamento entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.

Dado en el Palacio Nacional en Quito, a 15 de enero de 1996.

CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

Red de inclusiones Conceptuales

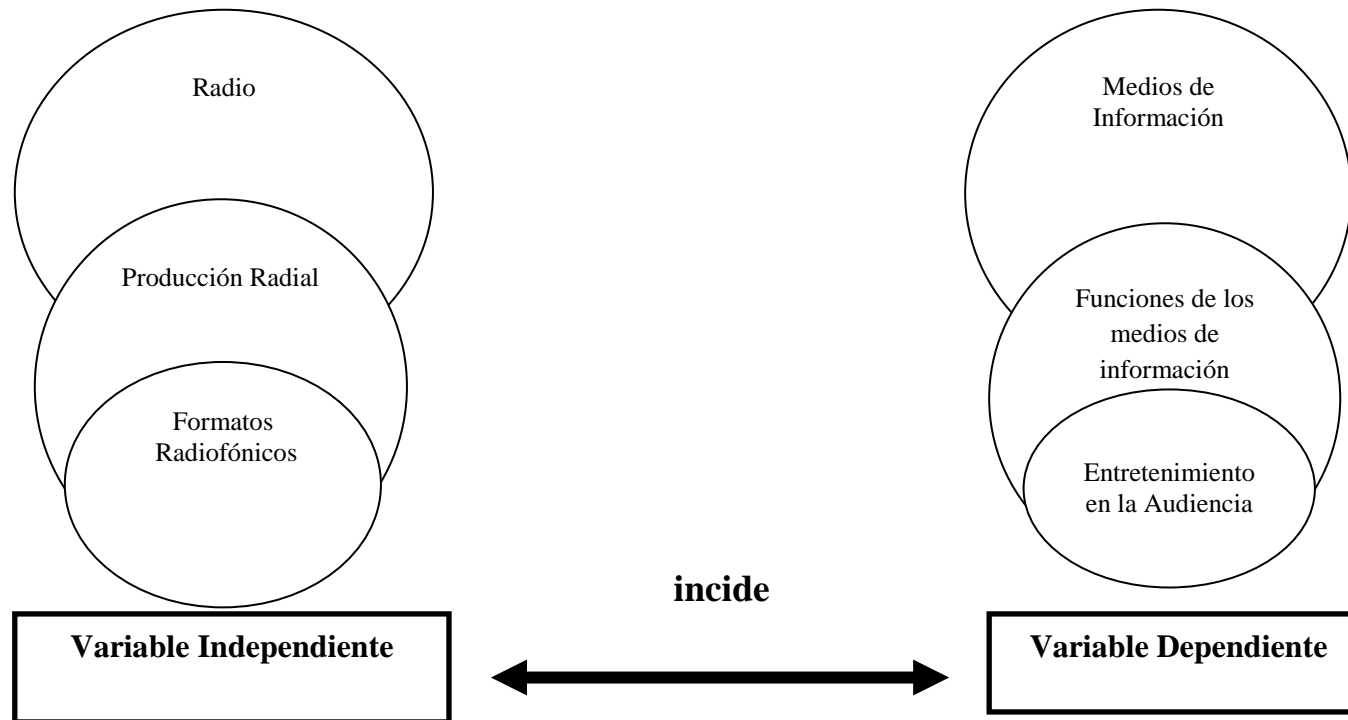


Grafico. Nº.2.

Fuente: Investigadora

Realizado por: Investigadora

CONSTELACIÓN DE IDEAS

VARIABLE INDEPENDIENTE

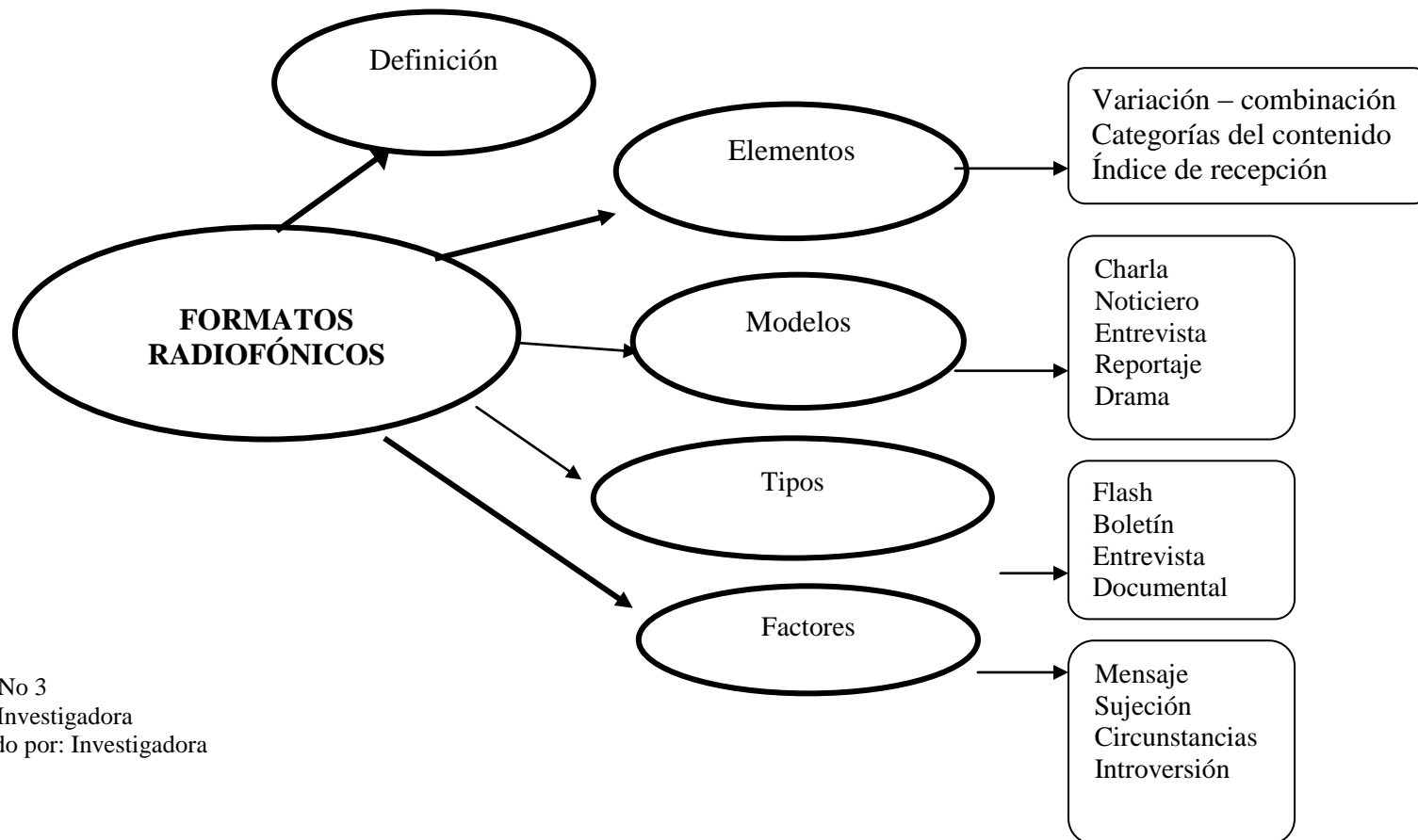


Gráfico No 3
Fuente: Investigadora
Elaborado por: Investigadora

VARIABLE DEPENDIENTE

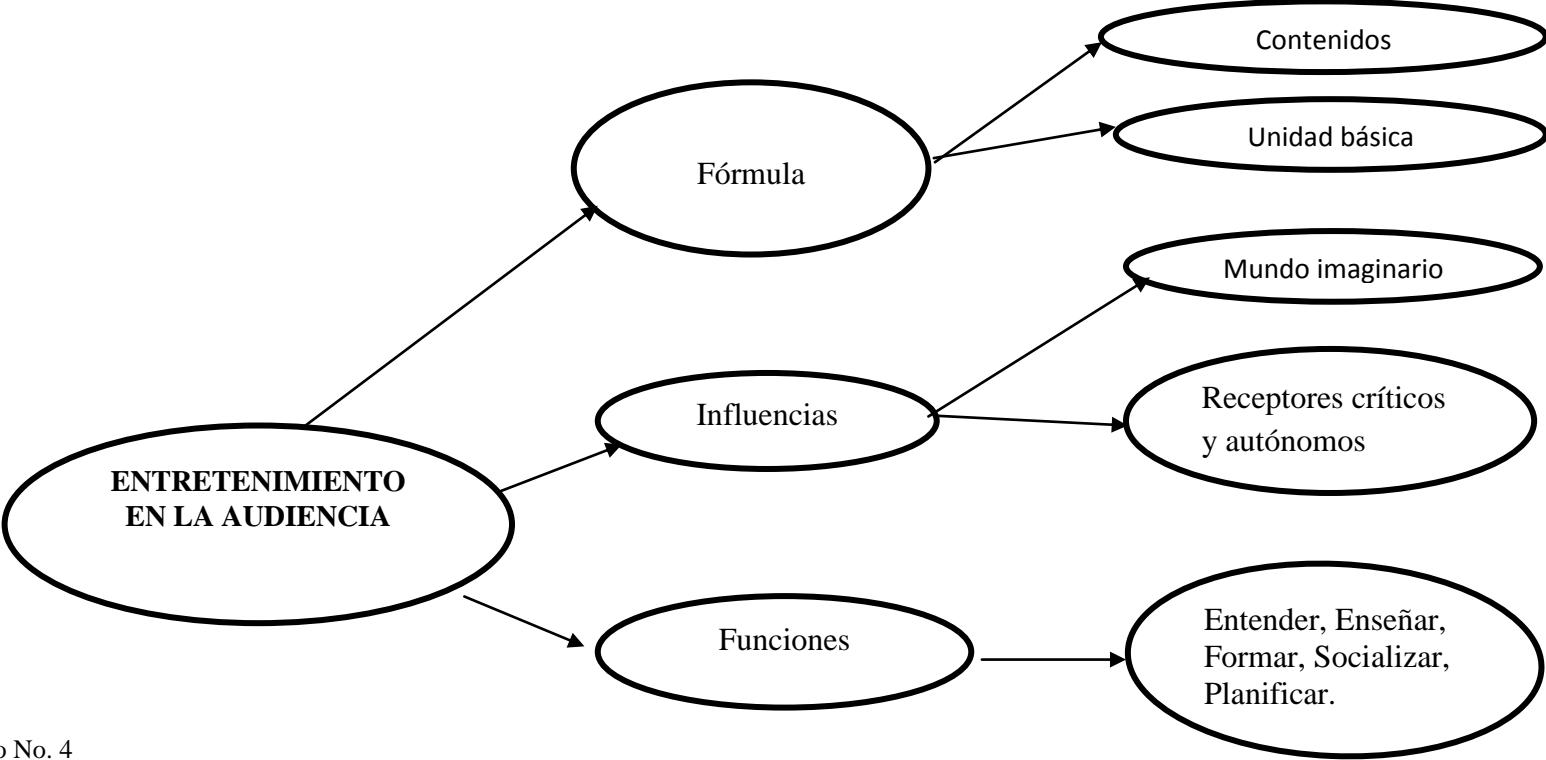


Grafico No. 4
Fuente: Investigadora
Elaborado por: Investigadora

Categorías fundamentales de las variables

Formatos Radiofónicos

MERKIN, Martha (1920-1959) “El formato es un sistema conceptual y operacional que trata de individualizar un segmento de mercado y de formular una programación que le adapte”

KAPLUN, Mario (2005) “En el ámbito de los formatos radiofónicos podemos mencionar a los de mayor difusión; musicales y hablados, estos últimos son considerados los más importantes, ya que nos permite expresar ideas, sentimientos e inquietudes transmitiendo mensajes; pero sin dejar de lado el apoyo de la música como un complemento infalible” Por ejemplo, para escribir programas radiofónicos podemos hacerlo:

- a) En forma de monólogo
- b) En forma de diálogo, y
- c) En forma de drama

En Forma de Monólogo, Este formato es frecuentemente realizado a través de la charla radiofónica individual (unilateral). La desventaja en algunos casos es que puede resultar monótona.

En forma de Diálogo, Para hacer amena una plática es indispensable la participación de dos personas como mínimo (pueden ser cuatro, seis, ocho o diez) En este tipo de programas, están incluidos algunos géneros entre ellos; La entrevista, la mesa redonda, el radio-periódico, el reportaje y otros, como hace mención el investigador en comunicación Mario Kaplún.

En forma de drama, Es una variante dentro la forma dialogada, debido a la necesidad de utilizar varias voces, fundamentalmente se desarrolla una historia,

una anécdota, una situación concreta con personajes dramáticos, con el nombre de actores y actrices.

Géneros Radiofónicos

Los distintos formatos y géneros radiofónicos, que de una u otra manera nos permiten ubicarnos dentro del fascinante mundo de la radiodifusión, doce modelos más clásicos citados en su obra “Producción de Programas de Radio” KAPLUN, Mario(2005).

“La Charla

- De exposición
- De creatividad, y
- Testimonial.

El Noticiero

La Nota o Crónica

El Comentario

El diálogo

- Dialogo Didáctico, y
- Radio consultorio

La Entrevista Informativa

La Entrevista Indagatoria

El Radio-periódico

Radio-revista o Miscelánea

La mesa Redonda

- Mesa redonda propiamente dicha
- El debate o discusión

El Radio-reportaje

- Sobre la base de documentos vivos
- Relato con montaje (reconstrucciones)

La Dramatización

- Unitaria
- Seriada, y
- Novelada”.

De los formatos y géneros anteriormente mencionados, en nuestro medio no todos son explotados de manera adecuada, a pesar de que muchos medios cuentan con una excelente tecnología para hacerlo, pero que lamentablemente no aprovechan o simplemente se dan a la tarea fácil de lo comercial y consumista del momento.

Algunas definiciones:

“La Charla

Particularidad de ser un discurso breve o monólogo, cuyo tiempo de duración está entre los cuatro y cinco minutos. La charla tiene tres características:

- a) **Charla Expositiva**, El propósito es divulgar conocimientos, aconsejar, orientar, educar, etc. Se puede utilizar voces femeninas o masculinas que posibiliten romper la monotonía de la emisión, se trata de un monólogo leído a una o más voces.
- b) **Charla Creativa**, La característica es vivencial, entablando con los radioescuchas una comunicación más humana que motive a una respuesta

personal, no es información, sino que motiva al oyente a participar de manera más responsable.

- c) **Charla Testimonial**, Es una forma de expresar la propia experiencia vivida de manera directa, se manifiesta espontáneamente a manera de reflexión.

El Noticiero

Conocido también como informativo, es una actividad que realizan las emisoras de manera permanente o continuada y/o en determinados horarios: El punto central del informativo es la noticia, es en realidad una información escueta que se expone generalmente en menos de un minuto. Por ejemplo, Un accidente aéreo, un movimiento sísmico de alta intensidad, la caída de un gobierno, algún hecho de sangre masivo, que no sucede a diario.

La Nota Crónica

Consiste en dar la información de un hecho de manera detallada y ampliada, generalmente no excede de los 4 minutos, carece de comentarios y opiniones personales. Por ejemplo, la caída de una aeronave, se empezará por citar el lugar geográfico y a continuación se detallarán los pormenores del siniestro, bandera de la línea a la que pertenece, nacionalidad y otros detalles.

El Comentario

Es producto de un análisis y opinión que posteriormente se comenta respecto a un hecho, el propósito es dar la información al radioescucha para influir a favorablemente o en contra de ciertas interpretaciones del hecho. El comentario elogia un hecho, aprueba o rechaza.

El Diálogo

Es una actividad en la que participan por lo menos dos personas, comúnmente mencionada, pero muy poco explotado o mal conducido, tiene dos particularidades:

a) Diálogo Didáctico

Este puede ser aplicado sin mayores detalles técnicos, se caracteriza por ser claro, concreto, didáctico y eficaz: Por ejemplo, un médico tiene que explicar los peligros que ocasiona el consumo exagerado de un determinado medicamento, debe utilizar términos sencillos.

b) Diálogo Consultorio

Programa realizado con base en consultas de los radioescuchas vía telefónica, correo electrónico, página Web, carta u otro. Por ejemplo, las consultas sobre el cólera, el sida u otros males de interés general, medio ambiente, ecología, etc. Este tiene la dificultad de no poder profundizar debido al tiempo corto en radio.

La Entrevista

Es un diálogo fundamentado en preguntas y respuestas (persona (s) entrevistada (s) y entrevistador) Él o la entrevistado/ a tiene la particularidad de aportar con opiniones o testimonio que aparentemente le interesa al radioescucha, la entrevista puede ser también de carácter colectivo (a varios entrevistados(as)) Las entrevistas, muchas veces, se las graba antes de difundirlas, es decir, se las edita; pero cuando son primiciales, se las difunde en directo. Esta entrevista grabada, sirve también para cualquier otro género radiofónico.

La Entrevista Indagatoria

Indaga hechos, denuncias, acusaciones a través de invitación a una persona de orden público o privado, nacional o extranjero, y éste(a) es sometido(a) a un estado de preguntas exhaustivas respecto de un tema de actualidad. Para este tipo de entrevistas, es necesario disponer de tiempo y conocimiento del tema, por cuanto las preguntas y respuestas pueden ser polémicas, precisamente porque no es parte de un programa estrictamente planificado, sino viene a ser parte del programa.

El Radio periódico

Al igual que un medio de prensa escrito, brinda la oportunidad de desarrollar temas políticos, sociales, culturales, económicos, religiosos, etc. El radio-periódico, ofrece crónicas, opiniones, comentarios, análisis o editorial. Su difusión es diaria, en horario determinado para ello, la duración aproximada es una hora, debiendo mantener en todo momento el interés de los públicos.

Radio-revista o Miscelánea

Tiene una gran diversidad de temas y sectores, casi nunca bien definidos. En este programa participan uno o dos conductores para hacer amena la emisión. En la miscelánea se incluyen las notas respecto de las recetas, moda, deporte, repostería especializada y otros. La miscelánea también puede incluir en su contenido la información de carácter educativo, recomendable por su dinámica, lamentablemente poco explotado.

La Mesa Redonda

Participan dos o más invitados para analizar algún tema de interés común. Los invitados deben conocer el tema, en tanto que los públicos pueden ser

también parte del programa vía telefónica. En esta clase de programas un moderador o conductor, debe estar atento al desarrollo del mismo que no tome otro rumbo regulando las intervenciones para luego resumir los aportes de los participantes y finalmente exponer conclusiones.

Elementos

Los elementos fundamentales de la radio de formato cerrado son los contenidos que conforman la fórmula –su definición – y la identidad con la que se idea y realiza este relato radiofónico, en especial, la estructura que adopta la programación. Una vez determinada la duración y el índice de repetición de la fórmula, deben considerarse los siguientes aspectos estructurales con el propósito de minutar y organizar el contenido en el conjunto de la programación así como el diseño –espacios y estructura interna– de cada “sonido de la hora”:

- a) La variación y la combinación, en la fórmula, del contenido complementario con respecto del fundamental de acuerdo al segmento horario de emisión;
- b) El índice de repetición, por tanto, la pauta de rotación del contenido fundamental y complementario de la fórmula organizado y clasificado en diferentes categorías;
- c) La renovación de las categorías del contenido. La definición de estos aspectos determina el contenido, la estructura y el ritmo general de la programación así como el contenido, la estructura y el ritmo particular de cada variante horaria.

La radio de formato cerrado ha desarrollado tres variantes principales de acuerdo a la forma principal de comunicación que ofrece al oyente: musical, todo noticias y Música y noticias.

Los formatos son los “moldes concretos” de realización, podemos decir que el mejor formato será:

El que comunica más.- Las ventajas o desventajas, las bondades o maldades de un programa de radio, no se miden por la obediencia a unas determinadas reglas de producción, sino por la mejor o peor aceptación por parte del público. Es el receptor o la receptora quien valida un formato, aunque éste viole normas técnicas o experiencias profesionales acumuladas. Muchas veces, un programa loco, repleto de errores, tiene una gran pegada en la audiencia. La calidad del formato la decide la audiencia, no los manuales. En radio, como en la tienda, la clientela siempre tiene la razón

El más adecuado.- El mejor formato será también el que mejor responda a la intención de la persona que lo produce. No todo molde sirve para comunicar cualquier mensaje. Para comprender una crisis económica ayudará una mesa de debate y para enfrentar el prejuicio machista de que el varón se afemina si lava la ropa y los platos, resultará más útil una serie de cuñas humorísticas. Para opinar sobre la privatización del seguro social buscaré a un buen o buena comentarista. Y para investigar sobre la corrupción del concejal, a una buena o buen reportero. En cada caso, hay que evaluar la mayor o menor oportunidad de un formato en función de los objetivos planteados en el programa. El formato es para el tema, no el tema para el formato. Nadie se rebana un pie si no le calza el zapato.

El que se rompe.- El radialista conoce primero la forma, la practica, y luego prescinde de ella. Saber de formatos es muy distinto a saber aplicar estos formatos. Sin embargo, tan peligroso puede resultar la impaciencia por ser originales como el temor a serlo.

La radio es arte. Aun los artistas más sublimes saben que el mayor porcentaje del éxito conseguido correspondió a la transpiración antes que a la inspiración. Una vez hecho el aprendizaje, una vez apoyado el ingenio sobre la

experiencia, productores y productoras deben soltarse, desinhibirse, arriesgarse a inventar. Por eso, dicen que el mejor formato es el que se rompe. Y que la única pauta segura para un radialista es la creatividad.

www.monografias.com (tomado en Noviembre 2012)

Como Herramienta

AL-GHASSANI, Anwar (2007) “La comunicación se convierte en una herramienta más de gestión orientada a la consecución de los objetivos estratégicos de la empresa”. Se realiza la pregunta ¿Por qué es necesaria la gestión y el manejo de formatos de la comunicación en la empresa?, algunas de las razones se encuentran en la necesidad de que haya coherencia entre la comunicación interna y externa, que la imagen no resulte arbitraria y sobre todo el imperativo de crear valor en la empresa y darlo a conocer, para que haya comunicación, primero debe haber información, lo cual se considera el primer estadio de la comunicación, partiendo de la información más general he podido definir la comunicación como un proceso que se da entre dos o más personas.

Tipos

Los contenidos periodísticos se ordenan en la radio de acuerdo con ciertos esquemas o formatos radiofónicos. La radio utiliza para sus contenidos periodísticos los siguientes tipos de formatos:

- 1) **Flash:** es una noticia imprevista y urgente. Informa brevemente sobre un hecho importante y se emite en cuanto se dispone de la información. Es como un título y su copete que anticipan la noticia. El flash siempre debe ser ampliado en boletín inmediato.
- 2) **Noticia Suelta:** información independiente que carece de la importancia y la urgencia del flash. Suele incluirse en las tandas publicitarias.

- 3) **Boletín:** conjunto de noticias, entre cinco y diez, que se emiten en un horario fijo. Duran entre dos y cuatro minutos. Generalmente, las emisoras difunden boletines cada media hora. En el boletín, las noticias se ordenan según su importancia: primero la más importante responde al esquema:
 - a. Cortina y presentación
 - b. Datos del Tiempo
 - c. Noticias
 - d. Datos del Tiempo
 - e. Cortina y Cierre
- 4) **Panorama:** Son noticieros extensos, entre diez minutos y una hora. Suele emitirse uno en cada franja horaria: madrugada, media mañana, mediodía, atardecer, medianoche. Cada panorama reúne la información producida desde el panorama que le antecede y actualiza la que sigue vigente. El contenido se agrupa en bloques. Algunos panoramas arman bloques temáticos: política, económica, deportes, etc. Los bloques se separan con avisos y cortinas musicales.
- 5) **Comentario:** Es la reflexión sobre un hecho con la interpretación del periodista es imprescindible que el discurso argumentativo que caracteriza a los géneros de opinión se adapte el lenguaje radiofónico para que cumpla su objetivo. Esquema de exposición:
 - a- Motivación o "gancho"
 - b- Mención al hecho que se va a comentar
 - c- Sucesión ordenada de argumentos
 - d- Conclusión o remate
- 6) **Entrevista:** En nuestro país también se lo llama "reportaje". El periodismo europeo y norteamericano distingue entre reportaje y entrevista. Para ellos, reportaje es la crónica o el informe. La entrevista radiofónica es muy utilizada. El entrevistado es una fuente de información que el periodista debe obtener mediante el interrogatorio. Sólo pregunta. La información la tiene el entrevistado, que siempre es el protagonista y ocupa el primer plano.

- 7) **Documental:** es un informe que articula crónica, testimonios y pruebas de archivo. El periodista cuenta con su propia información sobre el hecho, obtiene declaraciones de testigos e indaga sobre los sucesos relacionándolos con otros antecedentes. Con ese material elabora un documento radiofónico. tallerusfq2010.blogspot.com/2010/09/tipos-de-formatos-radiales.htm
((tomado en Diciembre 2012)

Factores

“Los numerosos y complejos factores de carácter psicológico que ofrece la radio son:

1. Debido a sus características físicas emite solamente sonidos (voces, música, efectos sonoros), en consecuencia sólo tiene acceso a un sentido, el oído, las restricciones de la radio consisten en la carencia de imagen visual por lo que:.
2. La radio provoca la sugestión del auditorio pues cuando se emite un mensaje, el oyente echa a volar su imaginación, en la cual influyen,
3. Obviamente, sus circunstancias, su formación, medio ambiente, etc., por este motivo le da una interpretación propia formándolo de acuerdo con su fantasía.
4. Un mensaje radiofónico está en el terreno de lo abstracto; esto propicia que el auditorio capte los conceptos desde el punto de vista intelectual.
5. La radio produce introversión, esto significa que un programa es dirigido a un individuo de manera personal, al menos es lo que el radioescucha siente, medita y piensa, la imagen visual, a diferencia del mensaje radiofónico, produce extroversión, la cual disipa la atención. La radio puede propiciar el aislamiento con la consecuente individualidad; de ahí que este medio invite a la soledad”.

PRODUCCIÓN RADIAL

En las emisoras de radio, las programaciones cuentan con el respaldo de un cuerpo de productores/as. Ellos/as son las personas que se encargan, por ejemplo, de concertar entrevistas, de contactar con los tertulianos, de buscar toda la documentación necesaria para la emisión de un reportaje, de preparar los temas musicales que formarán parte del espacio para el que trabajan, de seleccionar efectos sonoros, etc. Este cuerpo de profesionales pasa muchas veces inadvertido, pero sin su dedicación sería prácticamente imposible la emisión de muchos de los productos que conforman la oferta de las distintas emisoras.

RADIO

ROMO, Gil (1987) “La radio es un medio de comunicación masivo que permite una interacción entre los encargados de la transmisión y la sociedad, de manera que se puede lograr una dinámica informativa entre los radioescuchas, se requiere de una planeación para que se logre una radiodifusión; ésta se define como un conjunto de técnicas de emisión de ondas que permiten la transmisión de la palabra y de los sonidos.

La Radio

ANDA GUTIÉRREZ (2004) , “Aunque es difícil comprender de manera correcta el término de radio o radiodifusión son conceptos bastantes complejos que podemos describir como un conjunto de dispositivos para transmitir a distancia la voz y música, haciéndolas así accesibles a las personas. Para realizar esto se requiere de un proceso que consiste en una serie de transformaciones de ondas de señales de radio originales en otro tipo de oscilaciones para que pueda enviarse la señal a distancia.

Al respecto, AVILES, Alejandro considera que a la radio se le considera un elemento a la que se le ha dado por llamar “comunicación social”, debido a que tiene la posibilidad de poner en relación a grupos sociales grandes, distingue entre las acepciones “comunicación masiva” y “comunicación colectiva o social” en el sentido de que esta última lleva implícitos conceptos concientizadores y personalizantes)

Características de la Radio Moderna

Según MCQUAIL, Dennis (1999) Resume en siete las características de la radio y son las siguientes:

- a. Necesidad de una organización formal compleja.
- b. Dirigida a públicos amplios.
- c. Contenidos públicos, abiertos a todos.
- d. Públicos heterogéneos.
- e. Alcance simultáneo “a una gran cantidad de personas que están distantes de la fuente y que, a la vez, se hallan lejos una de otras”.
- f. La relación entre emisor y público es impersonal.
- g. El público es un conglomerado de individuos a los que une un foco común de interés, pero no se conocen entre sí.

Funciones de Radio

Según LOZOYA, Jorge, en su artículo indica como medio de comunicación la radio juega un papel importante dentro de la sociedad. Es por ello que consideramos fundamental describir las funciones que lleva ésta dentro de nuestra vida social. “

El estatuto de la radio y la televisión” incluye un orden de prioridades con respecto a la función de los medios masivos de comunicación establecido por la UNESCO en 1970.

- Información:
Siendo ésta la libertad de emitirla y recibirla
- Educación Y Cultura:
- Considerando que todo informe educa y cultiva.
- Desarrollo:
Con la labor de los medios en las tareas de modernización.
- Movilización Política y Social:
Labor de construcción nacional.
- Entretenimiento y Recreación
- Publicidad y Anuncios”

Importancia de la Radio

ROMO, Gil (1987) “Es importante recalcar que el uso de la radio como medio de comunicación masiva ya sea de difusión, social o tecnificada siempre estará determinado por los criterios de cada uno de los responsables de su funcionamiento, la adecuación de su contenido del tipo de auditorio, del destinatario”.

ENTRETENIMIENTO EN LA AUDIENCIA

LARA, Ángel (2011). “ La mayoría de los espacios que se emiten en nuestras emisoras de radio convencional no desarrollan una línea programática específica y válida para un público joven, su programación, de rasgos generalistas, no cuenta con programas creativos, de entretenimiento, atractivos para este perfil de audiencia, del mismo modo, también se han abandonado ciertos formatos radiofónicos, como el radioteatro, que bien podrían ser rescatados del olvido y sumergidos en diseños y contenidos actuales, interesantes para los jóvenes, como ya han demostrado serlo las distintas series televisivas que tanto han llamado su atención

Es decir hay poco entretenimiento en la audiencia de Radio Bonita FM 93.7, todos los actores o protagonistas de este medio de comunicación deben buscar estrategias y elaborar formatos radiofónicos para generar una audiencia enfocada a la era del nuevo milenio para llenar los vacíos o dudas de los niños y jóvenes en general.

Autores como FAUS, Cebrián Herreros o MCLEISH consideran que la finalidad del mensaje radiofónico es el informativo. Cebrián Herreros también subraya el carácter informativo de la radio: “la radio nació precisamente para acercar en directo esa realidad informativa al hombre”. Por su parte, McLeish, cree que “casi todas las emisoras de radio se mantienen o fracasan según la calidad de su servicio de noticias e información”. No obstante, PEREZ, Merayo destaca el carácter del medio hacia el entretenimiento y espectáculo. Este autor matiza que la ineludible vocación espectacular de la radio y su relevante función de entretenimiento no significa necesariamente que los mensajes suministrados resulten intrascendentes y vacíos de verdadero interés.

Fórmula

La fórmula es el conjunto de contenidos informativos, musicales, de entretenimiento y de divulgación, y la manera en la que se realiza la combinación de estos para crear la unidad de programación del formato. La fórmula es la **unidad básica** de programación, en contenido y duración.

La audiencia no necesita de un entrenamiento especial para recibir el mensaje, pues ni siquiera se necesita saber leer y escribir, lo cual permite el acceso a todos, por lo que no existe la reacción colectiva frente a un aparato receptor aun cuando sean millones los oyentes de una misma transmisión, pero hay que tomar en cuenta que las características de la radio se pueden modificar, dependiendo de la actitud del oyente frente a la radio.

Influencias

Según, KAPUSCINSKI, Ryszard. (2006) “Desde esta perspectiva, la radio ha evolucionado a la merced y a la influencia, sobre todo técnica, de otros elementos ajenos a ella, desde luego, la radio surgió como un medio de comunicación bidireccional, ya que su función era establecer un vínculo entre dos sujetos alejados físicamente que necesitaban estar constantemente en comunicación, por ello, emisión y recepción operaban desde entonces en ambos sentidos”

Según, SCOTT, Sussman (2007) “Los medios de información son esenciales en el ser humano, no es una capacidad exclusiva del ser humano, pero el lenguaje nos diferencia de los animales y nos coloca en el mundo como seres superiores; nosotros vamos a aprender algunas de las formas que tienen de expresarse las personas; las ventajas de su buen uso y los inconvenientes de su mal empleo”.

El objetivo de la audiencia es aprender a ser receptores críticos y autónomos, en concreto, saber leer un periódico, ver bien la televisión y descubrir el mensaje último de la publicidad, diferenciando los productos mediáticos buenos de los malos en relación con otros medios de comunicación.

Según, GARCÍA CAMARGO, Jimmy. (2007) “La radio es todo eso porque, en aquel que la escucha, genera constantemente imágenes mentales que, a diferencia de esas otras imágenes que ofrecen el cine, la televisión, la prensa, la fotografía o los videojuegos, por citar algunos ejemplos, no están limitadas por espacios, ni por pantallas, ni por colores, ni por sonidos, y tampoco están limitadas, ni mucho menos, por el lenguaje radiofónico; un lenguaje con una gran riqueza expresiva y unas extraordinarias posibilidades de explotación, la capacidad de generar imágenes mentales en los oyentes es, sin duda, la principal especificidad de la radio como medio de comunicación.

Aunque tradicionalmente también se le han atribuido otras propiedades a las que necesariamente tenemos que referirnos: su inmediatez, la heterogeneidad de su audiencia, su accesibilidad o la credibilidad de sus mensajes, además, la radio, en comparación con la prensa o la televisión, es barata y técnicamente sencilla, no hace falta disponer de grandes infraestructuras para emitir, ni trasladar cámaras, ni equipos de iluminación, ni poner en marcha impresionantes rotativas. La radio ha inspirado tradicionalmente una gran confianza entre sus seguidores, posiblemente porque la mayoría de los locutores se dirigen a ellos, les despiertan por la mañana, les acompañan durante la noche, conversan con ellos, les hablan, y casi siempre con un halo de naturalidad y amistad que difícilmente se aprecia en otros medios audiovisuales.

CHION, Michel “ Pocos ponen en duda, la veracidad de la información radiofónica. Pero se logra percibir que no todo son ventajas, la radio tiene otras características que conviene no perder de vista, ya que influyen poderosamente sobre el trabajo diario de sus profesionales y condicionan gran parte de las tareas productivas más cotidianas, como la redacción de los textos y la locución, la radio” es un medio exclusivamente sonoro y, por tanto, en la percepción de sus mensajes sólo participa uno de los cinco sentidos: el oído.

FUNCIONES DE LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN

PÉREZ H, Mario Alberto. (2007) “La función más obvia de los medios de comunicación es comunicar o informar, sin embargo existen muchas otras que no solemos tener en cuenta:

- **Entretener:** proporcionar un espacio de diversión.
- **Enseñar:** así la población conoce mejor la realidad y aprende.
- **Formar:** opinión o influir en ella: concienciar, manipular, sensibilizar o movilizar.

- **Socializar:** formar consenso, que la población esté de acuerdo en diversos aspectos y compartir información común que integre y nos una.
- **Planificación:** la publicidad o la misma información publicada predispone a la población a la demanda (o no) de un producto o un servicio”.

MEDIOS DE INFORMACIÓN

Según DEL CAÑO, Amelia. (2007) ”En primer lugar es probable confundir medios de comunicación con medios de difusión masiva y medios de información y expresión. Un medio de difusión es un centro emisor a través del cual se transmiten señales mediante un código.

Los medios de comunicación son un poder innegable en la sociedad mundial de hoy, así que afirmar que alguna de las aseveraciones anteriores es falsa o verdadera sería apresurado, pues todas son sumamente relativas, dependiendo su falsedad o veracidad del contexto específico desde el cual se observen, pues todas estas afirmaciones hacen alusión a los diversos papeles que los medios cumplen hoy en día.

Sin embargo, es preciso definir a los medios de comunicación desde su condición más esencial; es decir, desde el origen de su naturaleza, pues es por intermedio de esta delimitación que es posible comprender el significado y la manera en que entendemos a los medios de comunicación.

Estructura física

ORTIZ, Miguel Angel (2007) “Los medios de comunicación se dividen, por su estructura física, en:

Medios audiovisuales: los medios audiovisuales son los que se oyen y se ven; es decir, son los medios que se basan en imágenes y sonidos para expresar la

información. Hacen parte de ese grupo la televisión y el cine, aunque, cuando se habla de medios de comunicación informativos, éste último es poco tenido en cuenta puesto que se lo considera más como un medio de entretenimiento cultural; en cuanto a la televisión, es en la actualidad el medio más masivo por su rapidez, por la cantidad de recursos que utiliza (imágenes, sonido, personas) y, sobre todo, por la posibilidad que le ofrece al público de ver los hechos y a sus protagonistas sin necesidad de estar presente.

Medios radiofónicos: La radio es el medio que constituye este grupo. Su importancia radica en que quizá es el medio que con más prontitud consigue la información, pues, además de los pocos requerimientos que implican su producción, no necesita de imágenes para comunicar, tan sólo estar en el lugar de los hechos, o en una cabina de sonido, y emitir.

Medios impresos: Éstos son las revistas, los periódicos, los magazines, los folletos y, en general, todas las publicaciones impresas en papel que tengan como objetivo informar.

Algunos medios, como los periódicos, son altamente influyentes en la sociedad, pues además de contar con una información más completa y elaborada por su proceso de producción, contienen análisis elaborados por personajes influyentes y conocidos que gustan de las letras para expresarse por considerarlas más fieles y transparentes.

Medios digitales: También llamados "nuevos medios" o "nuevas tecnologías". Son los medios más usados actualmente por los jóvenes y, en general, por las personas amantes de la tecnología. Habitualmente se accede a ellos a través de internet, lo que hace que todavía no sean un medio extremadamente masivo, pues es mayor el número de personas que posee un televisor o un radio que el que posee un computador. Pese a lo anterior, la rapidez y la creatividad que utilizan para comunicar, hacen de estos medios una

herramienta muy atractiva y llena de recursos, lo que hace que cada día tengan más acogida.

Estructura según su carácter

Los medios de comunicación, según su carácter, se dividen en:

Informativos: su objetivo es, como su nombre lo indica, informar sobre cualquier acontecimiento que esté sucediendo y que sea de interés general.

Los medios informativos más sobresalientes son los noticieros, las emisoras que emiten noticias durante casi todo el día, las revistas de análisis e información y, por supuesto, los periódicos o diarios informativos. Todos estos medios, en su gran mayoría, son diarios o semanales.

De entretenimiento: Hacen parte de este grupo los medios de comunicación que buscan divertir, distensionar o recrear a las personas valiéndose de recursos como el humor, la información sobre farándula, cine o televisión, los concursos, la emisión de música, los dibujos, los deportes, etc. Son, actualmente, una de las formas más utilizadas y de mayor éxito en la comunicación, pues incluso en los medios informativos se le ha dado un espacio especial e importante al entretenimiento.

De análisis: son medios que fundamentan su acción en los acontecimientos y las noticias del momento, sin por ello dejar de lado los hechos históricos. Su finalidad esencial es examinar, investigar, explicar y entender lo que está pasando para darle mayor dimensión a una noticia, pero, sobre todo, para que el público entienda las causas y consecuencias de dicha noticia.

El medio que más utiliza el análisis es, sin lugar a dudas, el impreso, ya que cuenta con el tiempo y el espacio para ello; sin embargo, esto no quiere decir

que otros no lo hagan, pues los medios audiovisuales, a través de documentales y crónicas, buscan internarse en el análisis serio de lo que acontece.

Especializados: Dentro de este tipo de medios entran lo cultural, lo científico y, en general, todos los temas que le interesan a un sector determinado del público. No son temas comunes ni muy conocidos en muchos casos, pero su trascendencia reside en que son ampliamente investigados y estrictamente tratados. Un ejemplo son los documentales audiovisuales y las revistas científicas, deportivas o musicales

www.slideshare.net/rivas-santos/medios-de-comunicacion-9168269 (tomado en Diciembre 2012)

Hipótesis

Los Formatos Radiofónicos si afectan al entretenimiento de la audiencia de Radio Bonita FM 93.7 en la parroquia Matriz de la Ciudad de Ambato.

Los Formatos Radiofónicos si afectan al entretenimiento de la audiencia de Radio Bonita FM 93.7 en la parroquia Matriz de la Ciudad de Ambato .

Señalamiento de Variables

- **Variable independiente:** Formatos Radiofónicos
- **Variable dependiente:** Entretenimiento en la audiencia

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Enfoque de la Investigación

El trabajo investigativo se sustentó en el Paradigma Critico-Propositivo con el enfoque cuanti-cualitativo.

Cuantitativo porque se recopiló información numérica y estadística; y cualitativa porque estos resultados estadísticos fueron sometidos a análisis e interpretaciones de carácter crítico.

Modalidad Básica de la Investigación

El presente estudio enfatizo una investigación de campo y bibliográfica, destinada a solucionar la demanda que exigen los formatos radiofónicos y el entretenimiento en la audiencia de radio bonita FM 93.7 en la Parroquia Matriz de la ciudad de Ambato, durante el último trimestre del año 2011.

Se utilizaron las siguientes modalidades de investigación:

- **De Campo:**

Se asistió al lugar en el cual se desarrolló la investigación del problema detectado. Esto permitió tomar contacto directo con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos planteados en la investigación

Bibliográfica.-

El trabajo de investigación tiene información secundaria sobre el tema de investigación obtenidos a través de libros, textos, módulos, ensayos, periódicos, revistas, internet, válidos y confiables.

Nivel o tipo de la investigación

El nivel de investigación que se utilizó para llevar a cabo el trabajo fue: El nivel exploratorio, para buscar datos, contextualizar el problema, estudiar las variables. Mediante el nivel exploratorio se pudo realizar una metodología más flexible la cual sirvió para desarrollar nuevos métodos, reconocer variables de interés investigativo y la exanimación de un problema poco investigado en un contexto particular.

Exploratorio

La investigación se basa en el nivel exploratorio, porque reconoce las variables que competen este estudio, y como su nombre lo indica explora la situación, sondeando un problema poco investigado en un contexto particular, para generar hipótesis y poner en curso una propuesta factible a lo detectado, siguiendo una metodología flexible y de mayor amplitud y dispersión.

Es así que; la investigación exploratoria, permite indagar el problema, formular la hipótesis y seleccionar la metodología de trabajo.

Correlacional.

Es el estudio en el que se manifiesta la variable independiente, para observar los cambios que esta produce en la variable dependiente, con el propósito de precisar la relación causa – efecto, permitiendo medirlas analizarlas y compararlas, para facilitar interpretar y valorar las variaciones de comportamiento

de las mismas, determinando tendencias de comportamiento en un contexto determinado y presentando predicciones estructuradas

Población y Muestra

La población de este estudio de investigación se relaciona a los siguientes estratos:

ESTRATOS	UNIDADES DE ANALISIS	POBLACIÓN	MUESTRA
Clientes Internos	Gerente y personal de la Radio Bonita FM 93.7 de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.(1 entrevista al Gerente y diez encuestas al personal)	11	11
Clientes Externos	Usuarios (radio escuchas) de Radio Bonita FM 93.7-encuestas)	145	105
TOTAL		156	116

Cuadro #.1 Población

Fuente: Investigadora

Realizado por: Investigadora

Se puso a consideración según datos obtenidos por el INEC; una población de 145 moradores de la parroquia la Matriz de la ciudad de Ambato, posteriormente se realizó un cálculo estadístico (debido a que con la población pasa de 100 personas) y se procedió a utilizar una muestra con la que se pueda trabajar apropiadamente.

MUESTRA

Por tratarse de un número considerablemente grande el de los clientes externos de 145, se procederá a aplicar la fórmula del muestreo para obtener una muestra que permita indagar con mayor precisión y confianza a la población objeto de estudio.

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

n = Tamaño de la muestra

e = Error de muestreo 0,05 (5%)

Z = Nivel de confiabilidad 95% /100 = 0,95/2 Z = 1,96

P = Probabilidad de ocurrencia 0,5

Q = Probabilidad de no ocurrencia 1 – 0,5 = 0,5

N = Población 145

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 145}{1.96^2 * 0.5 * 0.5 - 145 * 0.05^2}$$

$$n = \frac{139.25}{0.9604 - 0.3625}$$

$$n = \frac{139.25}{1.3229}$$

$$n = 105.26 \approx 105$$

Por lo tanto, serán encuestados 105 clientes externos, más 11 clientes internos, dando lugar a un total 116 encuestados.

Operacionalización de Variables

Variable independiente: Formatos radiofónicos

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA INSTRUMENTO	
Es la estructura que tienen los diversos programas para la producción radial, no existe una clasificación única. Los formatos atienden a tipos de predominio de uno de los elementos del lenguaje radiofónico, a llevarse en una radio actualizada, por ejemplo, la interpretación, la locución, duración, intención del emisor, contenido y otros.	Tipos	Informativo	<p>¿Considera que los formatos radiofónicos son una táctica para contribuir a potencializar el entretenimiento de la población ambateña? ¿Por qué?</p> <p>¿Considera que el comunicador o locutor debe utilizar herramientas acordes a la nueva era de comunicación para el cumplimiento eficiente de su desempeño laboral?</p> <p>¿Qué es lo que debería conocer un locutor para proporcionar audiencia motivadora y entretenida?¿</p>	Cuestionario	
		Musical			Cuestionario
		Dramático			
	Producción Radial	Grabación, y edición de audios para su difusión.			
		Las palabras			
		La música			
lenguaje radiofónico	El silencio				
	Efectos sonoros				

Cuadro # 2

Fuente: Investigadora

Realizado por: Investigadora

Operalización de variables

Variable dependiente: Entretenimiento en la audiencia

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA INSTRUMENTO
<p>El entretenimiento en una programación radial tiene que desarrollarse como tal, para que de esta manera la audiencia se sienta parte de un medio completo e interesante.</p>	<p>Entretenimiento</p> <p>Programación Radial</p> <p>Audiencia</p>	<p>Infantil</p> <p>Adulto</p> <p>Formatos Radiofónicos</p> <p>Abierta</p>	<p>Marque puntos a cerca del entretenimiento que usted proporciona en la audiencia radial y a traído mayores beneficios para el posicionamiento auditivo en la población ambateña,</p> <p>¿Considera que se diseñe una guía de formatos radiofónicos para promover el entretenimiento en los procesos de audición en Radio Bonita FM 93.7 de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua? (Sí la Respuesta es SÍ, describa, si la Respuesta es NO, concrete)</p> <p>¿Cuál es el promedio que pasa frente a la audiencia de Radio Bonita FM 93.7?</p>	<p>Cuestionario</p> <p>Cuestionario</p> <p>Cuestionario</p>

Fuente: Investigadora

Investigadora: Investigadora.

Técnicas e Instrumentos

Encuesta.- Dirigida a clientes internos y externos de Radio Bonita FM 93.7 cuyo instrumento es el cuestionario, elaborada con preguntas cerradas que permitieron recabar información sobre las variables de estudio.

Entrevista.- Dirigida a la Gerente de Radio Bonita FM 93.7 al departamento de Higiene de la Municipalidad de Ambato, cuyo instrumento es una guía de entrevista, que permitió encaminar el diálogo.

Plan para la recolección de información

PREGUNTAS	EXPLICACIÓN
¿Qué?	Para alcanzar objetivos de la investigación.
¿Para qué?	Para contribuir a la solución del problema.
¿A quiénes?	A la audiencia de Radio Bonita FM 93.7
¿Cómo?	Mediante aplicación de instrumentos
¿Con que?	Con la aplicación de encuestas y entrevista
¿Cuándo?	Durante el último trimestre 2011
¿Cuántas veces?	Las que se requieran
¿Dónde?	En Radio Bonita FM 93.7 de la ciudad de Ambato.
¿Quién?	Investigadora
¿En qué situación?	En un ambiente de total colaboración por parte de la Gerente y personal.

Cuadro # 3

Fuente: Investigadora

Realizado por: Investigadora

Plan de Procesamiento de Recolección

- Revisión crítica de la información recogida; es decir limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
- Realizar la tabulación de los resultados.
- Representación gráfica de resultados obtenidos

Análisis e interpretación de resultados

- Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis.
- Interpretación de los resultados, con apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente.
- Comprobación de hipótesis para la verificación estadística conviene seguir la asesoría de un especialista.
- Establecimiento de conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Análisis de los Resultados

En el presente capítulo, se presenta los resultados alcanzados y su interpretación correspondiente, para esto, se ejecuta dos encuestas estructuradas con cuestionarios una a los 105 moradores del sector, donde se encuentra ubicada Radio Bonita 93.7 FM, (clientes externos), enfocado a conocer Formatos Radiofónicos, y otra a los 11 clientes internos, Entretenimiento en la Audiencia, dando lugar a un total de 116 personas a ser encuestadas, ya que al gerente de la empresa, se formaliza una entrevista.

A continuación, el análisis del primer cuestionario dirigido a los clientes internos que laboran en Radio Bonita FM 93.7 de la ciudad de Ambato.

Objetivo: Identificar los formatos radiofónicos, que genere entretenimiento en la audiencia de Radio Bonita FM 93.7, en la parroquia Matriz de la ciudad de Ambato, durante el último Trimestre del Año 2012.

**FORMULARIO DE ENCUESTA PARA EL PERSONAL DE RADIO
BONITA FM 93.7 DEL CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE
TUNGURAHUA.**

1. ¿Ha manejado formatos radiofónicos en su programa radial?

Formatos Radiofónicos

Tabla #. 1

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	3	27%
	NO	8	27%
	Total	11	100%

Fuente: Investigadora

Elaborado por: La Investigadora

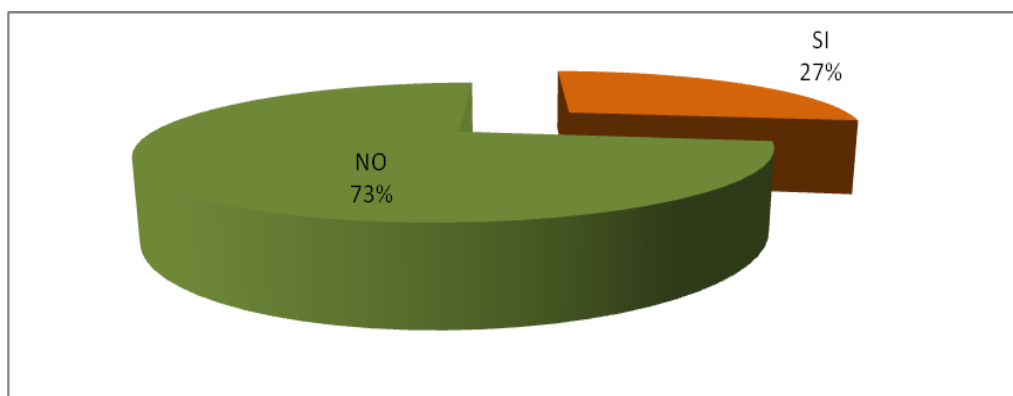


Gráfico #. 5

Elaborado por: La Investigadora

Análisis: De los encuestados el 73% no han manejado formatos radiofónicos en su programa radial, mientras que el 27% si ha manejado.

Interpretación: El 73% de los encuestados manifestaron que desconocen el manejo de formatos radiofónicos y no saben cómo aplicarlos, por lo que los formatos radiofónicos serian de gran aporte para que Radio Bonita FM 93.7 cuente con un nivel de sintonía considerable.

2. ¿Cuál es el promedio que pasa frente a la audiencia de Radio Bonita FM 93.7?

Promedio que pasa frente a la audiencia

Tabla #. 2

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	1 -3 horas	2	18%
	4 - 6 horas	6	55%
	7 - 9 horas	3	27%
	Total	11	100%

Fuente: Investigadora

Elaborado por: La Investigadora

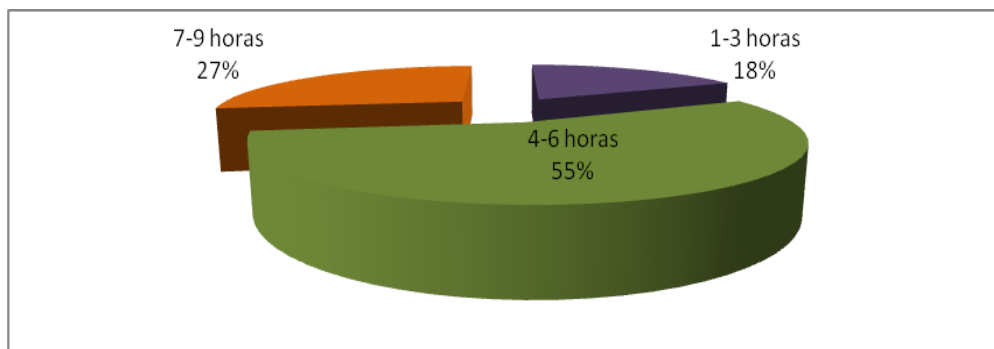


Gráfico #. 6

Fuente: La investigadora

Elaborado por: La Investigadora

Análisis: El 55% de los encuestados consideraron que el promedio que pasan frente a la audiencia de Radio Bonita FM 93.7 es de 4 -6 horas y el 27% considero que de 7-9 horas y el 18% de 1 - 3 horas.

Interpretación: El mayor porcentaje de encuestados que fueron el 55% prepondero en el resultado de la pregunta respectiva y es significativo este resultado pues pasan frente a la audiencia de Radio Bonita FM 93.7 de 4 – 6 horas por lo que es considerable se apliquen formatos radiofónicos.

3. ¿Radio Bonita FM 93.7 exige a sus locutores utilizar formatos radiofónicos en los diferentes programas?

Locutores que utilizan radio formatos

Tabla #. 3

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	4	36%
	NO	7	64%
Total		11	100%

Fuente: Investigadora

Elaborado por: La Investigadora

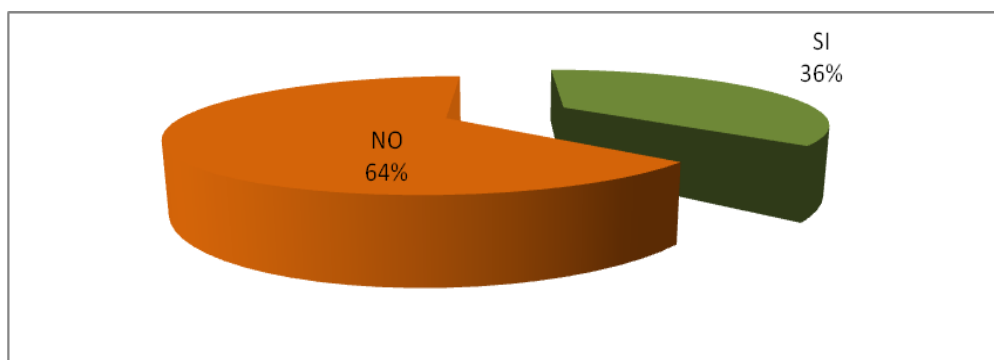


Gráfico #.7

Fuente: Investigadora.

Elaborado por: La Investigadora

Análisis: El 64% de los encuestados consideraron que Radio Bonita FM 93.7 no exige a sus locutores utilizar formatos radiofónicos en los diferentes programas, mientras que el 36% consideraron que si exige.

Interpretación: El 64%, de los involucrados en la investigación indicaron que si es necesario que se prepare al personal sobre formatos radiofónicos para que sean utilizados en los diferentes programas

4. Marque que tipo de entretenimiento usted proporciona en la audiencia radial y a traído mayores beneficios para el posicionamiento auditivo en la población ambateña.

Posicionamiento Auditivo

Tabla #. 4

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Charla (expositiva, creativa, testimonial)	1	9%
	Noticiero (formato noticia)	1	9%
	Nota o crónica	2	18,%
	Comentario	2	18%
	Entrevista informativa	4	37%
	Diálogo (diálogo didáctico, radio-consultorio)	1	9%
	Total	11	100%

Fuente: Fuente: Investigadora

Elaborado por: La Investigadora

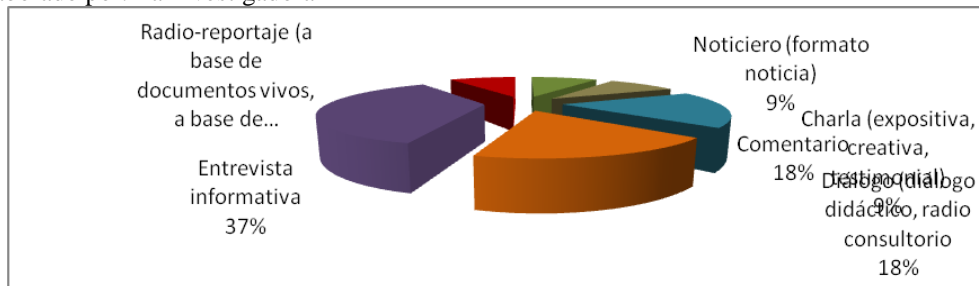


Gráfico #. 8

Fuente: Investigadora

Elaborado por: La Investigadora

Análisis: El 37% de los encuestados manifestaron que la entrevista informativa es el entretenimiento que proporciona en la audiencia radial y a traído mayores beneficios para el posicionamiento auditivo en la población ambateña, mientras que el 9% manifestó que es por comentario y por diálogo (diálogo didáctico, radio-consultorio); el 9% por Charla (expositiva, creativa, testimonial); Noticiero (formato noticia) y por comentario.

Interpretación: Todos los encuestados consideraron que la entrevista informática es el entretenimiento que proporciona en la audiencia radial y a traído mayores beneficios para el posicionamiento auditivo en la población ambateña en base a eso se sigue con la postura de mejorar el escenario de la estación y proporcionar entretenimiento.

5. ¿Considera que la implementación de formatos radiofónicos podría apoyar su entretenimiento en la audiencia radial?

Implementar Formatos Radiofónicos

Tabla #. 5

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	8	73%
	NO	3	27%
	Total	11	100%

Fuente: Investigadora

Elaborado por: La Investigadora

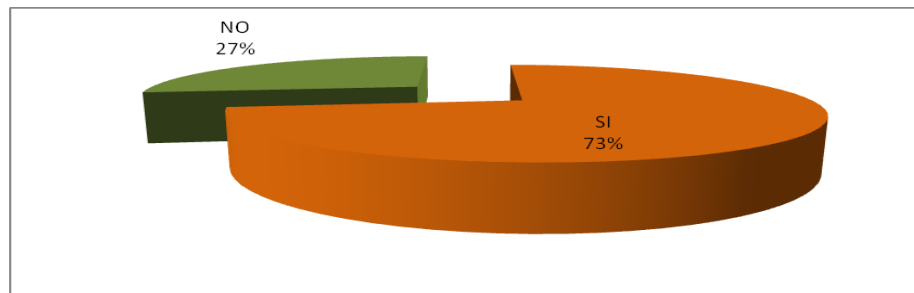


Gráfico #. 9

Elaborado por: La Investigadora

Análisis:

De los encuestados el 73% considera que la implementación de formatos radiofónicos si podría apoyar su entretenimiento en la audiencia radial, mientras que el 27% consideraron que no podría.

Interpretación:

El 73% de los encuestados consideran que la implementación de formatos radiofónicos podría apoyar su entretenimiento en la audiencia radial.

6. Qué es lo que deberían conocer más los comunicadores a más de los formatos radiofónicos?

Los comunicadores deben conocer

Tabla #. 6

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nuevos Estilos de Audiencia	3	27%
	Manejo de Técnicas Radiales	6	55%
	Otros	2	18%
	Total	11	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Investigadora

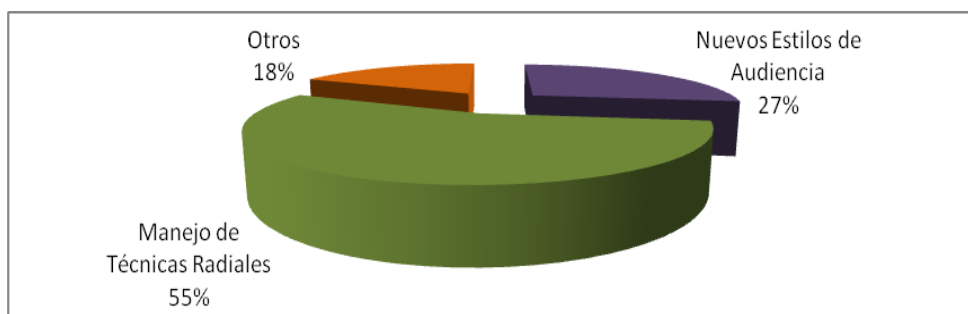


Gráfico #. 10

Elaborado por: La Investigadora

Análisis:

El 55% de los encuestados expresaron que el manejo de técnicas radiales es lo que debería conocer más los comunicadores a más de los formatos radiofónicos, mientras que el 27% manifestaron que serían los nuevos estilos de audiencia y el 18% manifestaron que otros.

Interpretación:

El 55% de los comunicadores consideran que se debe manejar técnicas radiales y conocer más formatos radiofónicos para el entretenimiento de la población ambateña.

7. ¿Considera que los formatos radiofónicos es una táctica para contribuir a potencializar en la audiencia el entretenimiento de la población ambateña?

Formatos Radiofónicos potencializa la audiencia

Tabla #. 7

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	8	73%
	NO	3	27%
	Total	11	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Investigadora

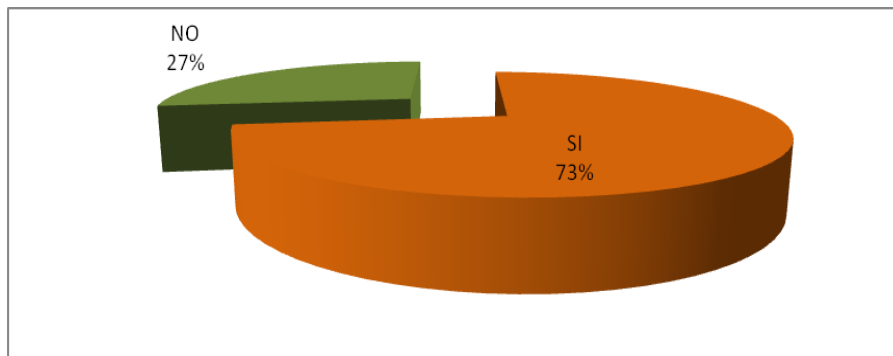


Gráfico #. 11

Elaborado por: La Investigadora

Análisis:

El 73% de los encuestados consideraron que los formatos radiofónicos si son una táctica para contribuir a potencializar en la audiencia el entretenimiento de la población ambateña, mientras que el 27% consideraron que no es una táctica.

Interpretación:

El 73% manifiestan que los formatos radiofónicos si son una táctica para contribuir a potencializar en la audiencia el entretenimiento de tal manera que sea su preferencia radial.

8. ¿Considera que es necesario se diseñe una guía de formatos radiofónicos para promover el entretenimiento en los procesos de audición en la Radio Bonita FM 93.7 de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua?

Guía de Formatos

Tabla #. 8

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	10	91%
	NO	1	9%
	Total	11	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Investigadora

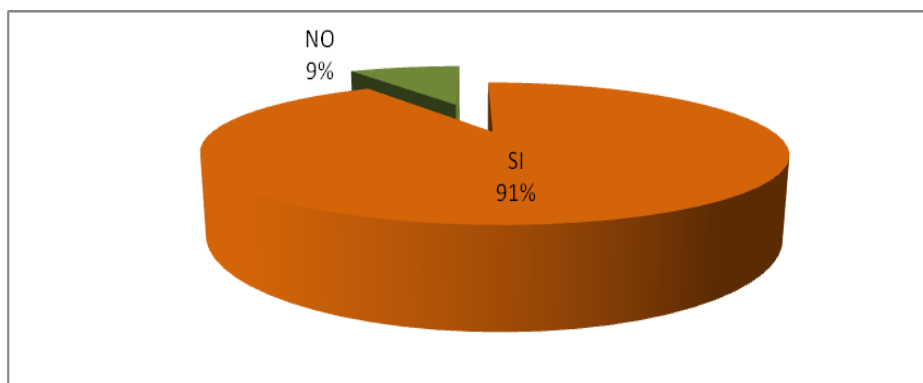


Gráfico #. 12

Elaborado por: La Investigadora

Análisis:

El 91% de los encuestados consideraron que si es necesario se diseñe una guía de formatos radiofónicos para promover el entretenimiento en los procesos de audición en la Radio Bonita FM 93.7 de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, mientras que el 9% manifestaron que no se diseñe.

Interpretación:

El 91% de los encuestados consideran que se diseñe una guía de formatos radiofónicos para promover el entretenimiento en los procesos de audición en la Radio Bonita FM 93.7 de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua por lo que la sintonía de la estación alcanzaría un nivel estimado.

FORMULARIO DE ENCUESTA PARA LOS MORADORES DEL LA PARROQUIA MATRIZ DE LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA.

1. ¿Considera que los locutores deben estar preparados para estar al frente de la audiencia radial?

Locutores preparados.

Tabla #-9

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	95	90%
	NO	10	10%
	Total	105	100%

Fuente: Investigadora

Elaborado por: La Investigadora

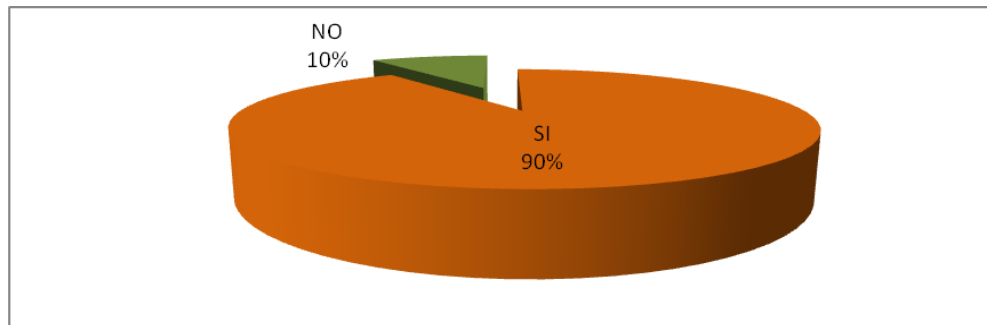


Gráfico #. 13

Elaborado por: La Investigadora

Análisis:

De los encuestados el 90% consideraron que los locutores si deben estar preparados para estar al frente de la audiencia radial, mientras que el 10% consideran que no.

Interpretación:

El 90 % de los encuestados indican que los locutores deben estar preparados para estar al frente de una audiencia radial y de esta manera proporcionar programas bien estructurados.

2. ¿Cuál es el promedio que pasa su hijo frente a la audiencia de Radio Bonita FM 93.7?

Promedio que pasa su hijo frente a la Audiencia

Tabla #. 10

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	1 -3 horas	30	29%
	4 - 6 horas	55	52%
	7 - 9 horas	15	14%
	10 en adelante	5	5%
	Total	105	100%

Fuente: Investigadora

Elaborado por: La Investigadora

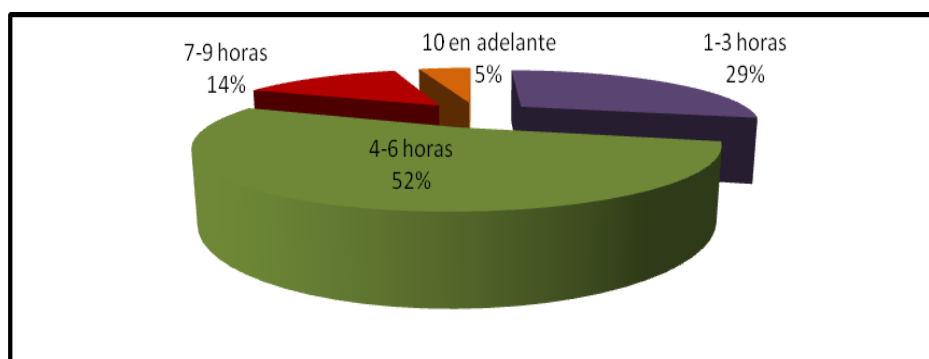


Gráfico #. 14

Elaborado por: La Investigadora

Análisis:

De los encuestados el 52% consideraron que el promedio que pasa su hijo frente a la audiencia de la Radio Bonita FM 93.7, es de 4-6 horas; mientras que el 29% considero que es de 1-3 horas, el 14% de 7-9horas y el 5% de 10 en adelante.

Interpretación:

De los encuestados el 52% indicaron que sus hijos pasan frente a la audiencia de Radio Bonita FM 93.7 de 4 - 6 horas, por eso es necesario que se diseñe una guía de formatos para todo público ya que no debe haber excepciones.

3. ¿Radio Bonita deben capacitar al personal a que utilicen técnicas y estilos modernos de locución en sus programaciones?

Capacitar al Personal

Tabla #. 11

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	97	92%
	NO	8	8%
Total		105	100%

Fuente: La Investigadora

Elaborado por: La Investigadora

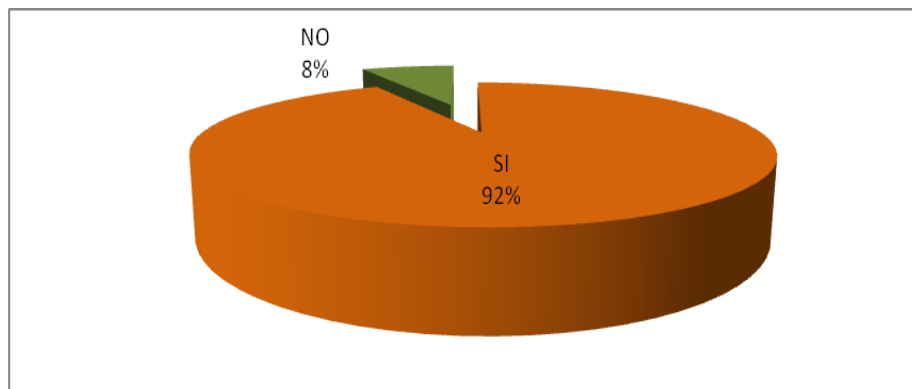


Gráfico #. 15

Elaborado por: La Investigadora

Análisis:

El 92% de los encuestados manifestaron Radio Bonita si debe preocuparse en capacitar al personal a que utilicen técnicas y estilos modernos de locución en sus programaciones, mientras que el 8% creen que no.

Interpretación:

El 92 % de encuestados manifestaron que Radio Bonita debe preocuparse en capacitar al personal en técnicas y estilos modernos de locución para que utilicen en su programa.

4. ¿Considera que el comunicador o locutor debe utilizar herramientas acordes a la nueva era de comunicación para el cumplimiento eficiente?

Comunicador utilizar herramientas a la nueva era

Tabla #. 12

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	105	100%
	NO	0	0%

Fuente: Investigadora

Elaborado por: La Investigadora

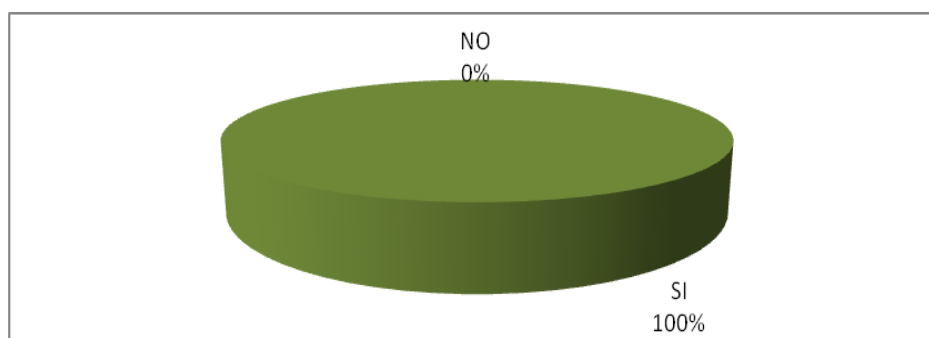


Gráfico #-16

Elaborado por: La Investigadora

Análisis:

De los encuestados el 100% consideraron que el comunicador o locutor si debe utilizar herramientas acordes a la nueva era de comunicación para el cumplimiento eficiente.

Interpretación:

De los encuestados el 100% consideran que el comunicador o locutor debe utilizar herramientas acordes a la nueva era de comunicación para el cumplimiento eficiente para de esta manera ser reconocida por su manejo de formatos radiofónicos.

5. ¿Qué es lo que debería conocer un locutor para proporcionar audiencia motivadora para el entretenimiento radial?

Audiencia Motivadora

Tabla #. 13

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nuevos Estilos de Audiencia	30	28%
	Manejo de Técnicas Radiales	70	67%
	Otros	5	5%
	Total	105	100%

Fuente: Investigadora

Elaborado por: La Investigadora

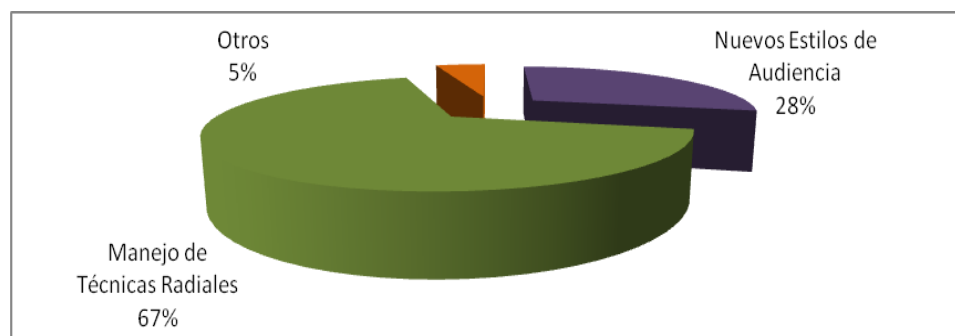


Gráfico #. 17

Elaborado por: La Investigadora

Análisis:

De los encuestados el 67% manifestaron que el manejo de técnicas radiales es lo que debería conocer un locutor para proporcionar audiencia motivadora para el entretenimiento radial, mientras que el 28% manifestaron que nuevos estilos de audiencia y el 5% expresaron que otros.

Interpretación:

El 67% manifiestan que un locutor para proporcionar audiencia motivadora para el entretenimiento radial debería estar preparado en manejo de técnicas por lo que es importante total disposición para trabajar con un fin común.

6. ¿Cuáles son las causas encontradas para no escuchar Radio Bonita?

Dificultades para no escuchar la Audiencia de la Radio

Tabla #. 14

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	El espacio no es motivador	20	19%
	Desconocimiento operacional y profesional sobre estilos de audiencia radial incompetente	25	24%
	No tienen una guía para el manejo de técnicas y estilos radiales, poseen varias deficiencias.	60	57%
	Total	105	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Investigadora

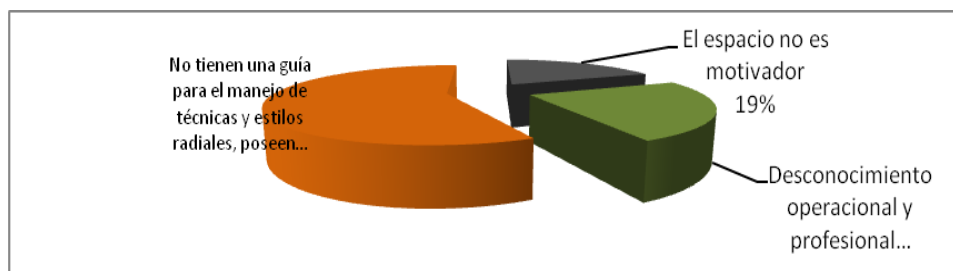


Gráfico #. 18

Elaborado por: La Investigadora

Análisis:

El 57% expresaron que la principal causa encontrada para no escuchar las audiencias radiales de Bonita FM 93.7 es porque no tienen una guía para el manejo de técnicas y estilos radiales, poseen varias deficiencias; mientras que el 24% manifestaron que es por el desconocimiento operacional y profesional sobre estilos de audiencia radial incompetente y el 19% porque el espacio no es motivador.

Interpretación:

El 57%, de los encuestados manifiestan que no tienen una guía para el manejo de técnicas y estilos radiales, más bien poseen varias deficiencias.

7. **¿Considera que los formatos radiofónicos son una táctica para contribuir a potencializar la audiencia en el entretenimiento de la población ambateña?**

Formatos Radiofónicos

Tabla # 15

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	100	95%
	NO	5	5%
	Total	105	100%

Fuente: Investigadora

Elaborado por: La Investigadora

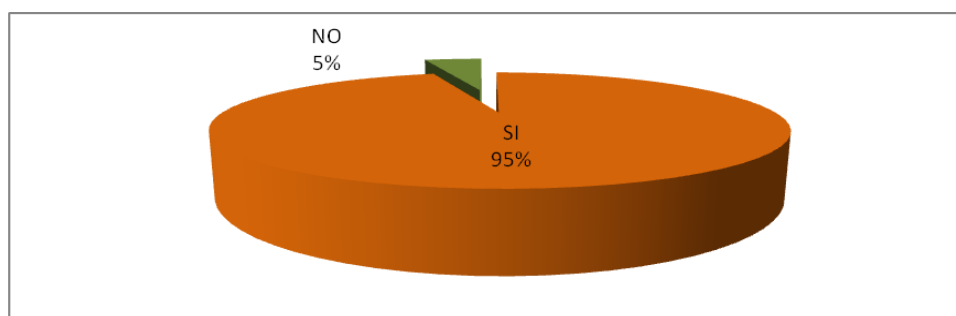


Gráfico #.19

Elaborado por: La Investigadora

Análisis:

De los encuestados el 95% consideraron que los formatos radiofónicos si son una táctica para contribuir a potencializar la audiencia en el entretenimiento de la población ambateña, mientras que el 5% expresaron que no es una técnica.

Interpretación:

El 95%, manifiestan que los formatos radiofónicos son una táctica para contribuir a potencializar la audiencia en el entretenimiento de la población ambateña.

8. ¿Considera que sea necesario se diseñe una guía de formatos radiofónicos al personal de la radio para promover los procesos de audiencia en la Radio Bonita FM 93,7 de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua?

Procesos de Audiencia

Tabla # 16

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	105	100%
	NO	0	0%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La Investigadora

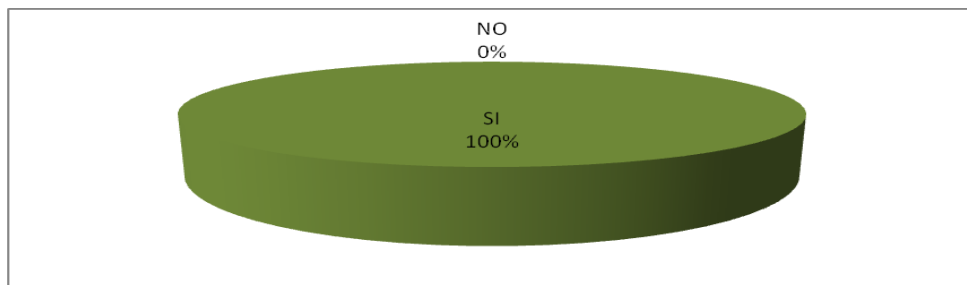


Gráfico #. 20

Elaborado por: La Investigadora

Análisis:

El 100% de los encuestados consideraron que si se diseñe una guía al personal de la radio para promover los procesos de audiencia en Radio Bonita FM 93,7 de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua

Interpretación:

El 100% de los encuestados considero que se diseñe una guía al personal de la radio para promover los procesos de audiencia en Radio Bonita FM 93,7 de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua.

Interpretación de Datos

La interpretación de datos se muestra a continuación en las siguientes tablas, ya que en ellas se especifica el por qué se formulo cada pregunta y a su vez el resultado que tuvo el porcentaje más alto en relación al punto de vista de cada encuestado.

Resumen de resultados de la encuesta aplicada al personal (clientes internos) que laboran Radio Bonita FM 93,7 de la ciudad de Ambato.

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN	PORCENTAJE
1. ¿Ha manejado formatos radiofónicos en su programa radial?	1.Desconocimiento de formatos radiofónicos	NO 73%
2. ¿Cuál es el promedio que pasa frente a la audiencia de Radio Bonita FM 93.7	2. Verificación de tiempo	HORAS DE 4 – 6 55%
3. ¿El gerente de Radio Bonita FM 93.7 exige a sus locutores utilizar formatos radiofónicos en los diferentes programas?	3. Utilización de formatos radiofónicos	No 64%
4. Marque puntos a cerca del entretenimiento que usted proporciona en la audiencia radial y a traído mayores beneficios para el posicionamiento auditivo en la población ambateña	4. Manejo del entretenimiento	Entrevista Informativa 36%
5. ¿Considera que la implementación de formatos radiofónicos podría apoyar su entretenimiento en la audiencia radial?	5. Medios de comunicación	SI 73%
6. ¿Qué es lo que debería conocer más los comunicadores a más de los formatos radiofónicos?	6. Verificación del potencial de crecimiento en la comunicación	MANEJO DE TECNICAS RADIALES 55%
7. ¿Considera que los formatos radiofónicos es una táctica para contribuir a potencializar en la audiencia el entretenimiento de la población	7. Perfil profesional en marketing	SI73 %

ambateña?		
¿Considera que se diseñe una guía de formatos radiofónicos para promover el entretenimiento en los procesos de audición en la Radio Bonita FM 93.7 de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua?	8. Guía de formatos radiofónicos	SI 91%

Cuadro #.4

Elaborado: Carolina Núñez

Resumen de Resultados a los Moradores del Sector, donde se encuentra ubicada (Clientes Externos) Radio Bonita FM 93,7 de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN	PORCENTAJE
1. ¿Considera que los locutores deben estar preparados para estar al frente de la audiencia radial?	1. Preparación para la audiencia radial	SÍ 90 %
2. ¿Cuál es el promedio que pasa su hijo frente a la audiencia de la Radio Bonita FM 93.7	3. Verificación de tiempo	HORAS DE 4 – 6 52%
3. Cree que el gerente debe preocuparse en capacitar al personal a que utilicen técnicas y estilos modernos de locución en sus programaciones?	4. Utilización de técnicas t estilos modernos de locución	SÍ 92 %
4. ¿Considera que el comunicador o locutor debe utilizar herramientas acordes a la nueva era de	5. Manejo de herramientas	SÍ 100%

comunicación para el cumplimiento eficiente?		
5. ¿Qué es lo que debería conocer un locutor para proporcionar audiencia motivadora para el entretenimiento radial?	6. Audiencia motivadora	Manejo de técnicas 67%
6. ¿Principales dificultades encontradas para no escuchar las audiencias radiales de Bonita FM 93.7?	6. Dificultades encontradas	Desconocimiento operacional y profesional sobre estilos de audiencia radial incompetente. 24%
7. ¿Considera que se diseñe una guía al personal de la radio para promover los procesos de audiencia en la Radio Bonita FM 93,7 de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua?	7. Diseño de una guía	SI 95%
8. ¿Considera que los estilos radiofónicos es una táctica para contribuir a potencializar la audiencia en el entretenimiento de la población ambateña?	8. Perfil profesional con conocimientos	SI 100,%

Cuadro #.5

Elaborado por: Carolina Núñez

Resumen de Entrevista para Gerente de radio Bonita FM 93,7 de la ciudad de Ambato.

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
<p>1. Platíquenos un poco sobre su experiencia en cuanto a la utilización de los formatos radiofónicos:</p>	<p>La radio es un medio de amplias posibilidades, y ello nos permite hacer nuestro mensaje de diferente manera, algunas muy informativas y otras un tanto más artísticas,</p>
<p>2. ¿Los locutores están preparados para salir al espacio radial con la aplicación de formatos radiales? ¿Considera que la implementación del uso de este tipo de herramientas de comunicación podría apoyar a su programación radial?</p>	<p>Los locutores no están preparados, desconocen técnicas, para esto los locutores deben tomar en cuenta a quien va dirigido el espacio radial, que público específico, con gustos e inclinaciones muy concretas</p>
<p>3. En ocasiones pensamos que no hay necesidad de prepararse para salir al espacio y solo utilizar tecnología, el problema de la comunicación está resuelto, pero aún más allá del simple uso de la tecnología qué componentes hacen que la audiencia radial sea realmente entretenida y efectiva:</p>	<p>El Formato de un programa de radio específico nos indica las particularidades de las cuales se vale el productor radial para conquistar al oyente. Como ejemplo, en mi programa “Aquí se habla Español”, el formato es Popular Hispano, por lo que las estrategias a seguir tienen que ver con un público joven – adulto, entre 20 y 45 años</p>
<p>4. ¿Qué es lo que debería conocer un locutor acerca de los formatos radiofónicos?</p>	<p>Técnicas</p>
<p>5. ¿Los profesionales de hoy crecieron al aprender un método de constante interacción, cuál es el reto de la comunicación ante esta situación?</p>	<p>Las nuevas tecnologías</p>
<p>¿Qué impacto cree usted que se tuviera, si se utiliza dentro de la audiencia una guía de formatos radiofónicos?</p>	<p>Se potencializaría el medio de comunicación, en otras palabras se capta más al público</p>

<p>6. ¿Cuál considera usted que es el reto más grande para los locutores frente a estas nuevas formas de comunicación?</p>	<p>Un cambio de estrategias, mayor público, mayor entretenimiento</p>
<p>7. ¿Considera que se diseñe una guía de formatos radiofónicos para promover el entretenimiento en los procesos de audición en Radio Bonita FM 93.7 de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua? (Sí la Respuesta es SÍ, describa, si la Respuesta es NO, concrete).</p>	<p>Hay que buscar diferentes procesos para ser competentes y ganar al público. SÍ.</p>

Cuadro #.6

Elaborado por: Carolina Núñez

Verificación de Hipótesis

La prueba estadística del chi-cuadrado se utiliza para la verificación de la hipótesis porque es un estadígrafo no perimétrico o de distribución libre que permite establecer correspondencia entre valores observados y esperados, llegando hasta la comparación de distribuciones enteras, es una prueba que permite la comprobación global del grupo de frecuencias esperadas calculadas que a partir de la hipótesis que se quiere verificar

Para establecer la correspondencia de las variables se eligió dos preguntas correspondientes a las encuestas para los Clientes Externos de la Radio Bonita de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua,, lo que permitió efectuar el proceso de combinación.

Formulación de la hipótesis

H_0 = Los formatos radiofónicos NO afectan en el entretenimiento de la audiencia de Radio Bonita FM 93.7 en la parroquia Matriz de la ciudad de Ambato.

H_1 = Los formatos radiofónicos SI afectan en el entretenimiento de la audiencia de Radio Bonita FM 93.7 en la parroquia Matriz de la ciudad de Ambato.

Definición del nivel de significación

La presente investigación tendrá un nivel de significación del 5%.

Combinación de Frecuencias

Para establecer la correspondencia de las variables se eligió dos preguntas correspondientes a las encuestas para los Clientes Externos de la Radio Bonita de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua,, lo que permitió efectuar el proceso de combinación.

PREGUNTA 5

¿Qué es lo que debería conocer un locutor para proporcionar audiencia motivadora para el entretenimiento radial?

PREGUNTA 7

¿Considera que los estilos radiofónicos es una táctica para contribuir a potencializar la audiencia en el entretenimiento de la población ambateña?

Frecuencias Observadas.

PREGUNTA 5

Tabla # 17

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nuevos Estilos de Audiencia	30	28%
	Manejo de Técnicas Radiales	70	67%
	Otros	5	5%
	Total	105	100%

PREGUNTA 7

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	100	95	95	95
	NO	5	5	5	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

Pregunta7- Encuesta dirigida a los Clientes Externos

Para poder obtener el cuadro de las frecuencias observadas se toma como modelo los resultados de dos preguntas formuladas en las encuestas para los Clientes Externos de la Radio Bonita de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, donde se realizó el cálculo correspondiente a la correlación en el cual se multiplica el valor de la Frecuencia del (Nuevos Estilos de Audiencia) de la pregunta#5 (30) por el SI de la pregunta#7 (100), para posteriormente dividirlo para el TOTAL de la muestra (105), dando lugar al primer valor (fila*columna/105=28,6) de la tabla de las frecuencias observadas, el segundo

valor será $(30 \cdot 5 / 105 = 1,4)$ y así sucesivamente para los demás valores, que da lugar al correspondiente cuadro de frecuencias observadas.

7. ¿Considera que los estilos radiofónicos es una táctica para contribuir a potencializar la audiencia en el entretenimiento de la población ambateña?			
5. ¿Qué es lo que debería conocer un locutor para proporcionar audiencia motivadora para el entretenimiento radial?	SI	NO	TOTAL
Nuevos Estilos de Audiencia	28,6	1,4	30
Manejo de Técnicas Radiales	66,7	3,3	70
Otros	4,8	0,2	5
TOTAL	100	5	105

Frecuencias Esperadas..

El valores de las frecuencia esperadas se obtiene en un valor de 21 de acuerdo a la teoría de las probabilidades, toda vez que este valor es obtenido al multiplicar el valor de la muestra total por el 20%, donde este porcentaje es dado al dividir el porcentaje total para el numero de alternativas posibles se obtienen 5 alternativas posibles, el cual resulta de combinar las dos opciones de respuesta de las dos preguntas.

$$105 * 0,2 = 21$$

Modelo Lógico

H₀= Los formatos radiofónicos si afectan al entretenimiento en la audiencia de Radio Bonita FM 93.7 en la parroquia Matriz de la ciudad de Ambato, durante el último Trimestre del Año 2011

H₁= Los formatos radiofónicos no afectan al entretenimiento en la audiencia de Radio Bonita FM 93.7 en la parroquia Matriz de la ciudad de Ambato, durante el último Trimestre del Año 2011

Nivel de Significación

El nivel de significación con el que se trabaja es del 5%.

Grados de Libertad

Para determinar los grados de libertad se utiliza la siguiente fórmula:

$$GL = (f-1)(c-1)$$

$$GL = (3-1)(2-1)$$

$$GL = 2 * 1$$

$$GL = 2$$

Chi-cuadrado de Tablas

En el presente cuadro se observa la tabla de verificación de chi-cuadrado.

Grados de libertad	Probabilidad de un valor superior				
	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
1	2,71	3,84	5,02	6,63	7,88
2	4,61	5,99	7,38	9,21	10,60
3	6,25	7,81	9,35	11,34	12,84
4	7,78	9,49	11,14	13,28	14,86

Tomando en cuenta el nivel de significación que es del 5% y analizando el grado de libertad es 2, se toma el valor de 5,99 como valor de referencia para la regla de decisión.

Chi-cuadrado Calculado

A continuación se describen las fórmulas utilizadas para el cálculo del chi-cuadrado.

$$X^2 = \sum \left[\frac{(O - E)^2}{E} \right]$$

En donde:

X^2 = Chi-cuadrado

\sum = Sumatoria

O= Frecuencia Observada

E= Frecuencia Esperada o Teórica

Grado de significación $\alpha = 0.05$

O-E= Frecuencia observada – frecuencias esperadas

O-E²= Resultado de las frecuencias observadas y esperadas al cuadrado.

O-E²/ E= Resultado de las frecuencias observadas y esperadas al cuadrado dividido para las frecuencias esperadas.

O	E	O-E	(O-E) ²	(O-E) ² /E
28,6	21,0	7,6	57,33	2,73
1,4	21,0	-19,6	383,04	18,24
66,7	21,0	45,7	2085,44	99,31
3,3	21,0	-17,7	312,11	14,86
4,8	21,0	-16,2	263,68	12,56
0,2	21,0	-20,8	431,06	20,53
TOTAL				168,22

Regla de Decisión

Si $X^2_c > X^2_t$ se acepta la hipótesis de investigación.

Como $X^2_c=168,22 > X^2_t=5,99$ se rechaza la H_0 y se acepta la hipótesis de investigación que dice “Los formatos radiofónicos afectan en el entretenimiento de la audiencia de Radio Bonita FM 93.7 en la parroquia Matriz de la ciudad de Ambato, durante el último Trimestre del Año 2011”.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego haber realizado la investigación, se pudo sugerir las siguientes conclusiones y recomendaciones:

CONCLUSIONES:

- Existe bajo nivel de sintonía debido a que no se aplican formatos radiofónicos para realizar una programación entretenida para la audiencia.
- Radio Bonita FM 93.7 no tiene una programación entretenida para la audiencia, presenta un escenario monótono de conformismo en cuanto al manejo de su programación diaria, por lo que la estación es repetitiva y tiende a ser convencional y aburrida.
- Debido al desconocimiento respecto al tema no se aplica ningún formato radiofónico de entretenimiento en la programación.

RECOMENDACIONES:

- Radio Bonita debe capacitar permanentemente a su personal para de esa manera emplear en su área laboral formatos radiofónico.
- La radio debe innovar su programación diaria con formatos de entretenimiento, de esa manera podrá tener mayor aceptación de la audiencia.
- Diseñar una guía de formatos radiofónicos para generar el entretenimiento en la audiencia de Radio Bonita FM 93.7, en la parroquia Matriz de la ciudad de Ambato.

CAPÍTULO VI

Diseño de una guía de formatos radiofónicos para generar el entretenimiento en la audiencia de radio bonita FM 93.7, en la parroquia matriz de la ciudad de Ambato.



“Llegara un día en que un hombre te hablara a miles de Kilómetros de distancia, y tu tranquilamente le podrás escuchar donde estés, mas no le podrás ver por estar tan lejos”

Quintana Profecía Maya

PROPUESTA

Datos Informativos:

Título:

Diseño de una guía de formatos radiofónicos para generar el entretenimiento en la audiencia de radio bonita FM 93.7, en la parroquia matriz de la ciudad de Ambato.

Institución Ejecutora:

Radio Bonita FM 93.7 de la ciudad de Ambato

Beneficiarios:

Audiencia de la Parroquia Matriz de la Ciudad de Ambato Provincia Tungurahua.

Personal de Radio Bonita FM 93.7.

Ubicación:

Ciudad de Ambato-Parroquia La Matriz

Tiempo estimado para la ejecución: Cuatro meses

Fecha Inicial: Febrero 2012

Fecha Final: Mayo 2013

ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

El diagnóstico actual de la institución se lo ha realizado de acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación, misma que concluye de la siguiente manera:

- ✓ Radio Bonita FM 93.7, no cuenta con formatos radiofónicos para generar entretenimiento en la audiencia.
- ✓ La forma de programación de radio Bonita FM 93.7 no satisface las exigencias del radio escucha actual.
- ✓ Radio Bonita no cuenta con una guía de formatos para mejorar su forma de programación con el objetivo de llegar mejor a los radioescuchas.

JUSTIFICACIÓN

La presente propuesta tiene la finalidad de aportar a la solución del problema, en los formatos radiofónicos y su incidencia en el entretenimiento de la audiencia. De acuerdo a la realidad la presente investigación realizada en Radio Bonita en la parroquia Matriz.

Esto se lo realizó a través de encuestas, observaciones, mediante las cuales se demuestra de manera real y objetiva que existe un gran desinterés por brindar entretenimiento a la audiencia lo cual limita a la radio obtener mayor sintonía.

Se realizó esta propuesta porque propone la aplicación de una guía de formatos radiofónicos que se puede aplicar en su programación diaria para proporcionar entretenimiento.

De acuerdo a todo lo mencionado el trabajo investigativo es aplicable en Radio Bonita FM 93.7, de la ciudad de Ambato.

OBJETIVOS

General

Diseño de una guía de formatos radiofónicos para generar entretenimiento en la audiencia de Radio Bonita FM 93.7, en la parroquia Matriz de la ciudad de Ambato

Específicos

- Identificar la guía de Formatos Radiofónicos, que permitan generar entretenimiento en la audiencia de Radio Bonita F.M 93.7 de la ciudad de Ambato.
- Utilizar el guión radiofónico para aplicar los formatos radiofónicos adecuados para generar entretenimiento en la audiencia de Radio Bonita 93.7.
- Socializar la propuesta en Radio Bonita 93.7 FM, al personal para que se apoyen en la ejecución de la guía de formatos radiofónicos diseñada y puedan generar el entretenimiento en la audiencia.
- Aplicar la guía de formatos radiofónicos para generar el entretenimiento en la audiencia de Radio Bonita FM 93.7, en la parroquia Matriz de la ciudad de Ambato

ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

Política

Es factible la ejecución de la propuesta, su realización se refiere a un área para incentivar a la audiencia y fortalecer el desempeño laboral de los comunicadores sociales, para ello es necesaria la utilización de Formatos

Radiofónicos, que sean motivadores para lograr el entretenimiento en la audiencia de Radio Bonita con un trabajo dinámico y perseverante.

Sociocultural

El trabajo de compensar las peticiones comunicacionales de la humanidad, es un pilar fundamental para efectuar esta propuesta, que además de cumplir con este objetivo, apremia en ayudar y conservar nuestra identidad cultural propia de la sociedad en nuestro país

Tecnológica

Se debe contar con la mejor tecnología existente en el mercado para la utilización de Formatos Radiofónicos, los medios de comunicación se han valido desde un principio de la tecnología para hacer valer su sentido informativo.

Organizacional

Existe la apertura de la institución ya que se cuenta con la autorización pertinente para efectuar un cambio el cual los ayude a mantener un mejor conocimiento de los formatos radiofónicos.

Equidad de género.-existe la equidad de género con la cual se dará la elaboración al tema planteado

Factibilidad ambiental.- La investigación realizada no afecta el medio ambiente por lo que es factible realizar la propuesta

Económico – financiero.- Para la elaboración del proyecto se cuenta con el recurso económico necesario para el diseño de una guía de formatos radiofónicos con el fin de mejorar el escenario actual de Radio Bonita 93.7.

FUNDAMENTACIÓN TÉCNICA

Dentro de la fundamentación técnica se indicaran los elementos que serán utilizados en la propuesta.

Guión Radiofónico.-Este instrumento sirve para planificar cualquier programa radiofónico y, especialmente, para prever todo el material sonoro que será necesario para su producción, en el guión se detallarán, todos los pasos a seguir y, en función del programa al que vayamos a plantear en Radio Bonita, será más o menos exhaustivo, además, el guión es la pieza clave para que locutores y técnicos de sonido se entiendan y conozcan que, es lo que configura un espacio en cada momento.

Los distintos tipos de guión.-En Radio Bonita se puede establecer una tipología de guiones en función de tres variables:

- 1) La información que contienen.
- 2) Las posibilidades de realizar modificaciones sobre ellos y
- 3) La forma en que se nos presentan.

Según la información que contiene se habla de guiones literarios, guiones técnicos y guiones técnico-literarios, siendo éstos últimos los más completos.

Los guiones literarios: Dan una importancia fundamental al texto que deberá leer el locutor o los locutores, excluyen las anotaciones técnicas relativas a planificación, figuras de montaje, y entre otras, y en él solo se señalan, generalmente en mayúscula, los lugares en los que aparecen músicas y efectos sonoros, por otra parte, en el guión consta indicaciones para los radiofonistas, semejantes a éstas:

- Locutora 1 (melancólica): "El estaba allí, sentado junto a mí"
- Locutora 2 (riendo): "No digas eso. Jamás estuvo contigo"

Guiones técnicos: A diferencia del anterior, en este tipo de guiones imperan las indicaciones técnicas, mientras que el texto verbal sólo aparece a medias y, en algunos casos, ni siquiera eso, de hecho, lo que van a decir los locutores se expresa en forma de ítems, como si se tratase de una simple pauta, este tipo de guión es el más usado en la radio actual, sobre todo en programas informativos y magazines.

- Locutor 1: entrada noticia;
- Locutor 2: cuerpo noticia,
- Locutor 1: despedida, y entre otras,

Guiones técnico-literarios: Son los que contienen toda la información posible, en ellos aparece el texto verbal completo, así como el conjunto de las indicaciones técnicas.

Según la posibilidad de realizar modificaciones, se habla de guiones abiertos y de guiones cerrados, los primeros están concebidos para que puedan ser modificados en el transcurso del programa, por lo que presentan una marcada flexibilidad, los segundos, en cambio, no admiten modificación alguna, trabajar con uno u otro dependerá de la complejidad de la producción y, sobre todo, de las características del espacio.

recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque5/pag7.html. (Tomado en Febrero 2001)

Formatos Radiofónicos

Para hacer un programa, es necesario escoger la forma más adecuada y la más efectiva, según el autor:

KAPLÚN, Mario (1978).

“La charla.- Es un discurso o monólogo, generalmente breve. Dentro de este formato podemos distinguir tres variantes:

- a) Expositiva.- Alguien habla por radio con el fin de explicar algo, difundir conocimientos. Es la forma más sencilla y económica de usar la radio, pero también la menos radiofónica y la menos pedagógica.
- b) Creativa.- Rebase a la expositiva, pues busca la manera de llamar la atención, de inquietar y agradar.
- c) Testimonial.- Alguien cuenta su propia experiencia y en primera persona, es vivencial y por lo tanto, llega.

El noticiero (formato noticia).- Es un conjunto o sucesión de noticias, expuestas de manera escueta y poco detallada.

Nota o crónica.- Ofrece información amplia de un hecho, no incluye juicios personales, pero si antecedentes y opiniones de otros para que quien escucha se pueda formar un juicio al respecto.

El comentario.- Involucra un análisis y una opinión acerca del hecho comentado, orienta al oyente.

El diálogo.- Incluye dos formas:

- a) Diálogo didáctico.- Un entrevistador cuestiona a un especialista en determinado tema, es como una charla expositiva, pero dinamizada por el entrevistador.
- b) Radio-consultorio.- En lugar de contar con un entrevistador, se responden preguntas que hace el público.

La entrevista informativa.- Diálogo basado en preguntas y respuestas, el entrevistado es alguien ajeno al medio y aporta información u opiniones respecto a las preguntas que le hace el entrevistador.

La entrevista indagatoria.- Consiste en un interrogatorio exhaustivo con alguna personalidad directamente relacionada con el hecho de interés.

El radio periódico.- Contiene al igual que un periódico escrito, diversas secciones, política, economía, deportes, etc. Brinda noticias, crónicas, comentarios, etc.

La radio-revista (programas misceláneos).- Su característica es la variedad de secciones que incluyen, y la presencia de un conductor le da carácter y unidad al programa.

La mesa redonda.- Maneja la entrevista, pero con dos o más invitados, el entrevistador se le llama moderado y se encarga de llevar el hilo conductor del programa.

- a) Mesa redonda propiamente dicha.- Puede o no haber opiniones diversas entre los invitados, pero no se busca la confrontación.
- b) Debate o discusión.- Aquí se buscan posiciones antagónicas y la confrontación de ideas.

El radio-reportaje.- Es uno de los formatos más relevantes de la radio. Es una monografía sobre un tema dado. Es una presentación relativamente completa del tema. Puede ser de larga duración y se debe recurrir a una amplia gama de recursos y formatos, que cumplen la función de los dibujos y fotografías en el papel.

La dramatización.- En este formato se recrea la vida, por ello está considerado el más activo de todos. Más adelante se abundará ampliamente sobre él.

**LA REDACCIÓN DE NOTICIAS PARA EL FORMATO INFORMATIVO
RADIOFÓNICO (BOLETÍN Y FLASH) RADIO BONITA**

- La hoja (originalmente se usaban tamaño oficio, para tener más espacio para las noticias; si no tienen hojas oficio y no quieren comprar resma o sueltas, usar A4) la configuramos con un interlineado doble o de 1,5. Esto facilita la lectura y, además, permite correcciones o agregados prolijos de último momento (a la hora de leer al aire).
- Configurar los márgenes laterales en 4 cm.
- Nunca hay que dejar que una noticia se corte y continúe en otra página. Si esto ocurre, hay que pasar todo el texto a la hoja que sigue.
- Las hojas deben estar numeradas, para que el Coordinador pueda indicar fácil y rápidamente a los Locutores que pasen a tal noticia de la página x, en caso de que necesite acortar tiempos.
- Títulos en mayúscula, siempre con verbo. Si así se lo desea, se los puede poner en negrita y/o subrayar.
- Las bajadas (párrafos) se escriben como siempre: inicial en mayúscula y el resto en minúscula.
- El título es breve (aprox. 5 palabras o un poquito más) y sirve para meter en tema al oyente. Luego no hay que cometer el error de repetir textualmente lo escrito en el encabezado.
- Este tipo de redacción se diferencia claramente de la redacción para gráfica en que no se utiliza el esquema de pirámide invertida (de lo más importante a lo menos importante), ya que se incluye sólo lo importante. Y, por lo tanto, no necesariamente se responde a las 5 W (qué, quién, cuándo, dónde, cómo), si no a aquellas que son fundamentales para la noticia.
- Economizar la cantidad de palabras y usar el mínimo necesario.
- Las oraciones siguen la tradicional estructura de sujeto, verbo y predicado, lo que le facilita al oyente la comprensión de la información.
- Signos de puntuación que se utilizan: sólo punto y aparte y coma, nada más. ¡Nada más!
- Cada bajada, entonces, debe contener una sola oración.
- Cada bajada debe tener, aproximadamente, 30 palabras (o un poco más) o hasta tres

líneas y media (margen especificado anteriormente).

- En los boletines, las noticias con una extensión promedio de 3 bajadas. Las menos importantes (o carentes de información), podrán ser de 1 ó 2 bajadas; las más importantes, entre 3 y 4 bajadas, excepcionalmente se podrá redactar 5 párrafos.
- Hay que evitar los números. Cuando no queda otra, no hay que permitir que se junten varias cifras, ya que el oyente está escuchando, no leyendo, y le cuesta visualizarlas mentalmente. Y siempre intentamos redondear.
- Facilitar la lectura de cifras: en lugar de escribir 10.000.000, se pone 10 millones; en vez de 10.500.000, 10 millones, 500 mil.
- Siempre es mejor recurrir a la comparación (el doble, la mitad, el triple, una superficie equivalente al de la ciudad de Ambato, y entre otro.).
- No hay que abreviar palabras ni usar códigos aunque sean conocidos (por ejemplo q' en lugar de "que").
- Se deben evitar los negativos, tales como decir "no habló" en lugar de "calló", y las expresiones complejas que pueden ser simplificadas.
- Descomponer palabras de difícil lectura (también se las puede poner en negrita y/o mayúscula): otorrino-laringología. Esto advertirá visualmente al locutor para que preste más atención y, además, facilita la lectura.
- Escribir en fonética las palabras o nombres de pronunciación compleja.
- Evitar la cacofonía (repetición de un mismo sonido: "la sanción de la constitución"; "de boliche en boliche, me gusta la noche, me gusta el bochinche").
- No se debe repetir palabras, por lo que hay que agotar todos los sinónimos posibles y mulatillos (sin ser rebuscados, ¡por favor!) y luego, sí, repetir la palabra inicial.
- No usar pronombres (él, ella, éste, aquella, y entre otro)

Fuente: www.taller-de-radio.com.ar/.../REDACCION-DE-NOTICIAS-PARA-FO (Tomado en Febrero 2013)

El Lenguaje Radiofónico

BALSEBRE, Armand (2008) El lenguaje radiofónico:” 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 los factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioyentes”

Las Palabras: Que se usan a diario hay que emplearlo en los mensajes radiofónicos, y es indispensable si hablamos de lenguaje radiofónico, la creatividad expresiva en la Radio Bonita no tiene que pasar necesariamente por la música y los efectos: la palabra radiofónica no es solamente la palabra a través de la radio, esta excluye la visualización del oyente, la palabra radiofónica a utilizarse será la palabra imaginada, ‘que ayude a crear, en la mente de quien escucha, imágenes o escenas relacionadas con el mensaje que se recibe.

La Música: Marcará el estilo de la propuesta, con la música la radio consigue el apoyo sonoro fundamental para la ambientación de los mensajes radiofónicos, es decir, gracias a la música se enriquecerá el lenguaje radiofónico.

Los fondos musicales para ambientar un relato o una sección, ráfagas musicales para recalcar un determinado momento de la emisión radiofónica, como puede ser un mensaje publicitario, o unos informativos, golpes musicales para llamar la atención, o decorar unas palabras o canciones para escuchar y descansar del mensaje radiofónico.

En enriquecer el significado del mensaje radiofónico, la combinación palabra y música con esencia del mensaje radiofónico, está claro que si leemos un relato en nuestro programa, y éste es por ejemplo, de misterio, hacer quien lo escuche se sumerja en el relato será más sencillo con unos fondos musicales coherentes, de igual forma si se emite un reportaje de un grupo musical y nos acompañen sus temas musicales esto hará que el programa se enriquezca de contenidos.

Se deduce la palabra y la música, marcarán el ritmo del programa, construyendo una emisión viva, dinámica, divertida.

- **Efectos Sonoros:** Darán sentido en las producciones radiofónicas de Radio Bonita, recordando que la música y la palabra son sonidos, y en consecuencia efectos sonoros, pero, por su importancia en el lenguaje radiofónico, merecen una atención especial , sin embargo se puede englobar el resto de efectos sonoros en un solo grupo llamado: efectos de sonido o efectos especiales.

Este grupo es de igual importante que el resto de elementos que conformarán el lenguaje radiofónico ya que gracias la resto de sonidos, Radio Bonita creará una fiel imagen de la realidad, en la que se puede hablar de dos funciones con los locutores de las radios con el propósito de emitir efectos sonoros: una descriptiva que acerca la realidad y otra expresiva, que ayude a interpretar fielmente esa realidad, dejándole libertad para recrearla en la mente de quien los oye.

- **Los Silencios:** Pequeñas pausas para que descanse el oído del oyente, el sonido y el silencio son dos elementos imprescindibles del lenguaje radiofónico, hay quien opina que el silencio en radio no representa un momento de pausa sino de tensión llevado hasta el extremo, la prolongación del silencio provoca atención e incertidumbre en la audiencia, pero el silencio, en determinadas ocasiones, también es informativo, ya que incita a la reflexión.

Existen silencios rápidos, de menos de dos segundos, que se relacionan con las pausas necesarias a la hora de leer un párrafo o un texto, y existen otros silencios más lentos, que nos ayudan a asimilar el mensaje e incluso dan pie a la reflexión de éste. También existen los llamados silencios interactivos, que son los que buscan una intencionalidad o una relación afectiva entre el sonido anterior y el siguiente. Por ejemplo, la locutora, de repente, lanza una pregunta al aire a todo la audiencia, aparece ese breve silencio de más de dos segundos, y comienza a sonar un tema musical. Programas nocturnos que intentan hacer compañía y basan

su contenido principal en escuchar testimonios y confesiones utilizan mucho el silencio interactivo como lenguaje radiofónico.

Género Informativo y sus diferentes formatos.

El Género Informativo indica la forma como se da a conocer la Información. Es la forma como se presenta: un hecho, un suceso, una novedad.

Recuerden como vimos en periodismo gráfico, que este género se nutre de noticias (es la información básica que queremos transmitir, teniendo en cuenta: ¿Qué pasó? ¿Cómo pasó? ¿Dónde pasó? ¿A quién le pasó? ¿Por qué pasó?

Los formatos informativos indican las formas como se puede trabajar el Género Informativo, se explica a continuación:

- a) **Flash y Boletín:** Es el adelanto breve de una noticia. Y se lo presentará en el marco de un Boletín informativo.
- b) **Boletín Informativo:** Será la recopilación de Noticias, se suele hacer en las horas en punto, dura de dos a cinco minutos. Es el resumen de las noticias sobresalientes, informando las 2 ó 3 noticias que van variando cada hora. Sirve para mantener a la audiencia informada durante todo el día.
- c) **Avance:** Es una mini noticia, un titular ampliado. Dura un minuto o menos, con el Avance se invita a escuchar
- d) **Noticiero:** Es el más usado en la emisora, es el espacio para tratar las noticias importantes dentro de su contexto, con un comentario más largo. Los hay a la mañana temprano, al mediodía, a media tarde y a la noche.
- e) **Edición Especial:** Se realiza cuando hay algún acontecimiento especial o en fines de semana, para recoger los hechos más importantes ocurridos durante la semana.

wwwgeocities.com (tomado en febrero 2013)

Ejemplos de tipos de programas en función del modo de producción:

- Un programa de música jazz con agenda cultural, actuaciones en directo y entrevistas a artistas
- Un programa informativo con noticias de actualidad y última hora
- Un programa de contenidos de entretenimiento para jóvenes y adolescentes del nuevo milenio.
- Un programa de ámbito local con vocación de servicio público.

METODOLOGÍA Y MODELO OPERATIVO

FASE I

PROCESO DE LOS TIPOS DE PROGRAMAS EN FUNCIÓN DEL MODO DE PRODUCCIÓN

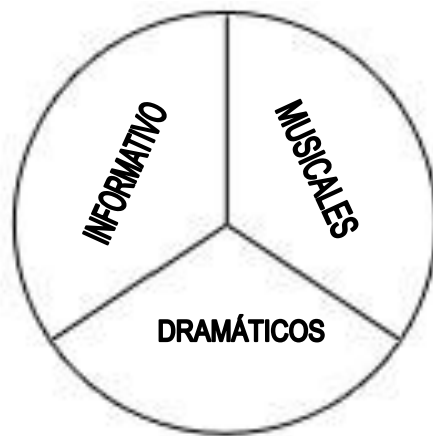


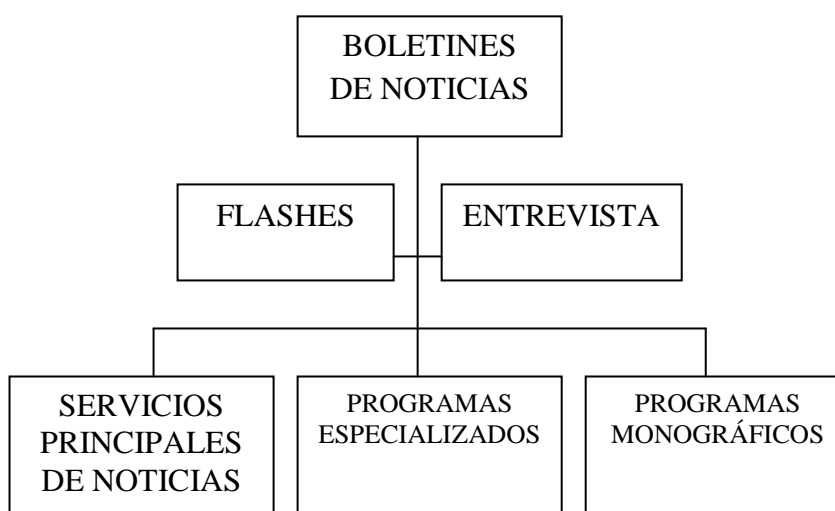
Grafico N°. 21

Elaborado por: Investigadora

Conceptualización.-

INFORMATIVO	MUSICALES	DRAMÁTICOS
<p>"En este tipo de programa la regla de oro de la información en este medio reside en la instantaneidad: El hecho en el mismo momento en que se producen. En este sentido las posibilidades de inmediatez se traducen en transmisiones o narraciones sonoras en directo de los acontecimientos noticiosos... " (Muñoz José y Gil Cesar, 1988: 109)</p>	<p>"Son aquellos en los que el contenido fundamentalmente es la música, procurando que esta llegue al oyente con la máxima calidad técnica posible" (Martí, José. 1990:49).</p>	<p>"Son conocidos también como radio - dramas y son los programas que narran una acción por medio de personajes, creando ambiente y escenarios sonoros apropiados para su desarrollo..." (Muñoz, José y Gil Cesar. 1988: 201).</p>

FORMATOS EN MODO DE PRODUCCIÓN INFORMATIVO



BOLETINES DE NOTICIAS

Se utilizará contenidos de actualidad que les haga pertenecer a la familia de informativos, con una corta duración entre tres (3) y cinco (5) minutos y sobre todo que estén integrados principalmente por noticias

FLASHES

Los Flashes se utilizan interrumpiendo la emisión de cualquier programa dada la prioridad que tiene el hecho del que se trate, rigurosamente novedoso

ENTREVISTA

La entrevista de noticia o informativa se realizan de una manera directa y confiable de comunicar las sensibilidades y vivencia del entrevistado, y llegar a despertar un sentido muy particular de confianza pues no es el reportero sino el entrevistado quien hace las veces de actor y permite que el público pueda sentirse protagonista

SERVICIOS PRINCIPALES DE NOTICIAS

Los servicios principales de noticias, radio diarios y radios hablados son las denominaciones que reciben el mismo subgéneros de programas informativos; su duración oscilará entre treinta (30) minutos y una (1) Hora, el tratamiento de la información (profundización y contextualización de las noticias emitidas en períodos horarios), la variedad de géneros informativos utilizados (crónica, entrevistas, reportajes) y las rutinas de emisión, generalmente cuatro ediciones que, con la misma estructura se recibe nombres distintos y que coinciden con la mañana, mediodía, atardecer y noche madrugada, estos programas están clasificados por criterios temáticos (nacional, internacional, socio economía,

cultura, deporte, etc.), de actualidad (los temas, más novedosos o por importancia de las noticias)

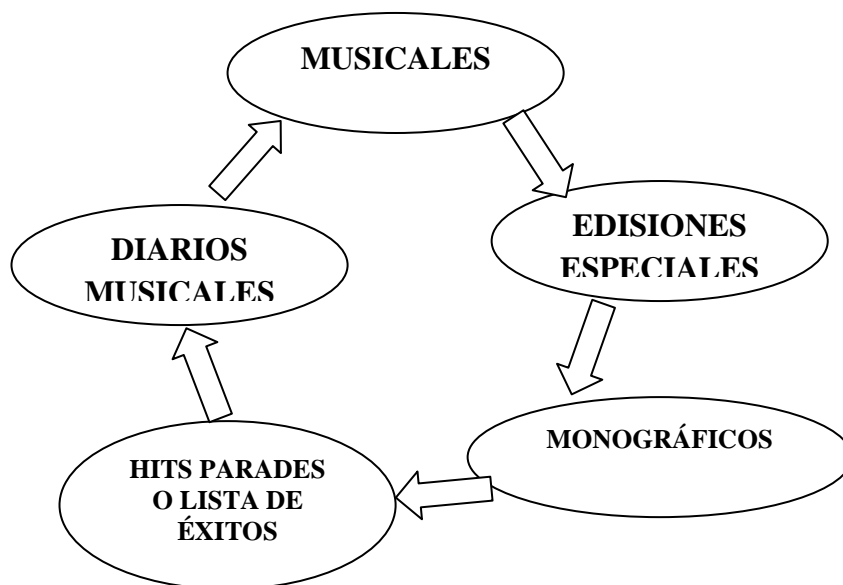
PROGRAMA ESPECIALIZADOS

Estos programas añaden a su condición monotemática su emisión regular; tradicionalmente la radio dedicará espacios específicos de su oferta a audiencias sectoriales con demandas específicas: religión, folklore, profesionales, cultura y deportivos.

PROGRAMAS MONOGRAFICOS

Se caracterizan por la especificidad de sus contenidos; en realidad se ofrece por motivos de circunstancias especiales y está dedicado a hechos y temas de actualidad, una variante sería la denominada Edición Especial.

FORMATO EN EL MODO DE PRODUCCIÓN MUSICAL



EDICIONES ESPECIALES

Las ediciones especiales será el patrimonio casi exclusivo de la emisora musical, deben cubrir los grandes eventos regulares del programa o dedicar parte de su programación a hechos, estilos o cantantes concretos.

MONOGRAFICOS

Los monográficos constituyen una salida a la monotonía de los formatos tipo música de listas y una ocasión para que los aficionados puedan recuperar discografía ya perdida por los años 70-80, música clásica, jazz.

HITS PARADES

Los Hits Parades o listas de éxitos se basan esencialmente en las clasificaciones de las canciones de éxito. En la actualidad está oferta se halla atemperada en la radio aunque continúa siendo un espacio obligado en la emisora o cadena que no disponen de una programación alternativa musical de su propiedad.

DIARIOS MUSICALES

Se manejará noticias del ámbito musical, las entrevistas, las novedades discográficas, las actuaciones de grupos y cantantes, los concursos etc.

FORMATO EN FUNCIÓN DE MODO DE PRODUCCIÓN: DRÁMATICOS



PROGRAMAS DRAMÁTICOS

Crean ambiente y escenarios sonoros apropiados para su desarrollo, no cabe duda de que es el espacio con más posibilidad creativa para la radio y el que puede emplear más adecuadamente todo los elementos que forman del sonido radiofónico: palabra, música, ruido, efectos y silencio.

RADIO TEATRO

En este aspecto, el formato Radio teatro se convierte en un excelente instrumento para la difusión de los valores culturales de la zona de Ambato, así mismo para la transmisión de cualquier actividad comunitaria desde la Calle, celebraciones especiales, actos conmemorativos, y cualquier acontecimiento de la misma. Por lo que de alguna forma u otra, se contribuye a la promoción de la identidad cultural de la Misión de la ciudad de Ambato-Tungurahua.

PERFIL DE LA PROGRAMACIÓN DE RADIO BONITA

El perfil de la programación de Radio Bonita 83.7FM, ubicada en la ciudad de Ambato-Tungurahua, será:

INFORMATIVA

De acuerdo a los resultados emitidos por el instrumento de recolección de datos, la población ambateña, con más del 90% que los locutores deben estar preparados para estar al frente de la audiencia radial, a su vez el 95% manifiestan que es necesario que se diseñe una guía al personal de la radio para promover los procesos de audiencia en Radio Bonita, por identificarse como una emisora de tipo informativo, que los mantenga al tanto de los principales acontecimientos que suceden en la región y sus alrededores

ENTRETENIMIENTO

Los resultados emitidos por la encuesta utilizada determinaron que el 40% de los habitantes de Ambato, eligen una emisora de tipo entretenida que le ofrezca diversión y al mismo tiempo los acompañe en sus labores cotidianas.

EDUCATIVA

Los resultados determinaron con más del 30% una emisora con perfil educativa que contribuya con la educación de sus habitantes.

CULTURAL

Que realce, resguarde y difunda los valores y costumbres de sus habitantes. Tomando el tercer lugar de preferencia de los encuestados con más del 40%.

PARTICIPATIVA

Que investigue el mayor y más directo contacto con la audiencia, pidiendo su opinión e incluso, su sanción sobre determinados temas o personajes. Este estilo ocupa el cuarto lugar de preferencia de los encuestados con casi un 45%.

DISTRIBUCIÓN HORARIA DE LOS PROGRAMAS RADIO BONITA

La programación de esta emisora será distribuida por bloques de horario, pero con públicos definidos y específicos dirigido a la población ambateña. Cabe destacar que los bloques más comunes, se arman a partir de franjas horarias, es decir, el primer bloque es informativo, ya que más del 30% de la población de Ambato, le gusta mantenerse informado sobre el acontecer diario en los diferentes ámbitos. Seguidamente la revista matinal, es dedicada a las mujeres, debido a que este público acapara estos espacios con más de un 40%; las tardes, son destinadas para los jóvenes, ya que los resultados emitidos por la encuesta arrojaron que esta población se convierta en el público prioritario del horario

vespertino, con un 36%, y finalmente la noche, dedicada a conversadores y noctámbulos representada por un público adulto que según los resultados emitidos, ocupan un 40% aproximadamente.

GÉNEROS MUSICALES PREFERIBLES PARA RADIO BONITA 93.7FM

En cuanto al tipo de música que emitirá Radio Bonita 93.7FM, será de un corte variado, pero dando prioridad a cuatro (4) géneros musicales tales como: La música ecuatoriana la cual obtuvo más del 18% de preferencia entre los radioescuchas de Ambato, seguido por la salsa y el Merengue, ambos con el mismo porcentaje de gustos y, finalmente música de los 70 y 80 que llega a ocupar el cuarto lugar de preferencia por los radio receptores de la zona ambateña, con más de 14% de audiencia. Cabe destacar, que estos géneros serán alternados con otros tipos de música tales como: jazz, boleros, rancheras, modernas, clásicas entre otros estilos con el fin de satisfacer todos los gustos en cuanto a música se refiere.

ESTILO DE CONDUCCIÓN LOCUCIÓN

Para cumplir con los principales objetivos de un medio de comunicación, como lo es educar, informar y entretener, establecidos en las leyes y reglamentos, se hace necesario una conducción que contribuya al cumplimiento de los mismos y de esta manera aprovechando la gran ventaja que ofrece Radio Bonita 93.7FM como lo es la inmediatez y su gran poder de penetración, para ellos es necesario que dicho locutor cumpla con las siguientes características:

- Debe poseer un lenguaje claro, sencillo y atractivo.
- Debe expresarse según el estilo del programa que conduzca.
- Debe poseer un tono de voz adecuado.
- Debe existir una mezcla de voces que haga armonía en el oído, es decir que los conductores deben ser tanto hombres como mujeres.
- No demostrar miedo ante un micrófono.

- Demostrar liderazgo.
- Saber hablar con propiedad y dicción.
- Hablar con naturalidad.
- Propiciar una voz amigable y espontánea.

LÍNEAS O EJES TEMÁTICOS DE LA PROGRAMACIÓN

Tomando en cuenta el entorno y la realidad de la comunidad ambateña, es conveniente incluir en los ejes temáticos o transversales de la programación, contenidos que contribuyan al bienestar de dicha comunidad. En este sentido, se hace necesaria la producción de temas sobre **sexualidad, juventud, familia, educación, turismo, comercio** ya que ésta es una de las principales actividades económicas de la zona; así mismo este tipo de ejes, contribuiría al conocimiento más avanzado y más adecuado para su comercialización y mercadeo, utilizando estrategias más óptimas que garanticen excelentes resultados comerciales.

Por otra parte, no se pueden descartar temas y programas **ecológicos** que promuevan y orienten el cuidado y protección de la flora y la fauna; contribuir a su vez a la toma de conciencia de los continuos daños que se les ocasionan a los ríos, suelos o mejor dicho a todo el medio ambiente. Dichas acciones mantienen en constante peligro al frágil ecosistema de la Sierra. Por lo que se convierte en una necesidad primordial incluir **formatos ecológicos, como entrevistas, micros, reportajes** entre otros, que orienten a la importantísima y urgente conservación de la madre naturaleza. Otra temática a tratar, son los incendios forestales, ya que problemas como la tala o la quema provocan la pérdida del entorno y tienden a desaparecer las diferentes especies tanto animales como vegetales, y es por ello que se hace necesario temas que se logre la integración con la naturaleza, y de esa manera cultivar una cultura ambientalista hasta llegar al punto de defenderla, además de recibir la orientación de la Coordinación Zonal N°. 3 del Medio Ambiente de Tungurahua establecido en la zona de la ciudad de

Ambato. Esto de alguna forma u otra, garantizaría un mejor futuro para los asentamientos indígenas que habitan en la Sierra de Tungurahua.

Por otro lado, es conveniente presentar formatos concernientes al tema de salud, ya que la mayoría de los poblados indígenas padecen de enfermedades tan comunes como tuberculosis, hepatitis, fiebre, vómito y diarrea, por nombrar algunas de ella, añadiendo la importante orientación en medidas salúbricas e higiénicas, para la prevención de las mismas y recordando mantener el uso de la medicina natural. En otro ámbito, **la cultura oral** pasa hacer otro eje transversal importante, reseñando a través de formatos, como mitos, cuentos, leyendas, e historia de la zona entre otros aspectos, por lo que de esta forma se difunden sus propios valores culturales por ser la ciudad cuna de cultura de los Tres Juanes Ambateños. A este carácter se añade, ejes temáticos concernientes al ámbito político, por cuanto es recomendable incluir temas como **los derechos ciudadanos**, en efecto es pertinente la transmisión de dichos ejes para la defensa de la soberanía nacional.

Otro aspecto importante a incluir, es el enfoque **religioso**, para recuperar los valores de la población joven ambateña. Por último, también es preciso incluir temas **comunitarios** que contribuya a la organización y participación ciudadana para el bienestar y desarrollo de la zona ambateña, en cuanto a la participación se refiere.

ENTE PARTICIPANTES

La propuesta de una programación cultural para el proyecto Radio Bonita contó con la participación en su FASE INICIAL N^a.1. PROCESO DE LOS TIPOS DE PROGRAMAS EN FUNCIÓN DEL MODO DE PRODUCCIÓN y seguidamente del asesoramiento de la autora para la guía radiofónica y la ejecución de la misma en Radio Bonita.

MODELO OPERATIVO

RADIO BONITA 93.7 FM PROGRAMAS DE LUNES A VIERNES

BLOQUE DE HORARIO	TIPO DE PROGRAMA	CONTENIDOS	FORMATOS RADIOFÓNICOS	GENERO MUSICAL	PUBLICO
5:00 A 8:00am	<ul style="list-style-type: none"> • Informativo • Musicales 	Acontecimientos de la realidad local, regional y nacional.	<ul style="list-style-type: none"> • Flashes • Comentario • Cuñas educativas • Entrevistas 	<ul style="list-style-type: none"> • Ecuador fundamentalmente. 	Todo público
8:00 A 12:00am	<ul style="list-style-type: none"> • Revista Radial • Musicales • Informativos 	<ul style="list-style-type: none"> • La Migración • Salud • Sexualidad • Planificación familiar • Derechos Humanos • Consejos prácticos • Farándula • Política • Comunidad • Promoción de eventos especiales 	<ul style="list-style-type: none"> • Flashes • Spot • Concursos • Diarios musicales • Especiales musicales • Entrevista 	Variada predominando música del 70 y 80, salsa, merengue.	Todo público
12:00 A 1:00pm	Informativo	Noticias	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista 	Ninguno	Todo público

2:00 A 6:00pm	<ul style="list-style-type: none"> • Revista radial 	<ul style="list-style-type: none"> • Deportivo • Cultura • Ecología 	<ul style="list-style-type: none"> • Hits Parades o lista de éxito. • Concursos • Ediciones especiales • Boletines de noticias. • Cuñas educativas 	<ul style="list-style-type: none"> • Música 70 y 80 • Jazz • Merengue • Salsa • Vallenato • Moderna • Rancheras 	Jóvenes
6:00 A 11:00pm	<ul style="list-style-type: none"> • Formativos • Musicales 	<ul style="list-style-type: none"> • Variedades • Cultura 	<ul style="list-style-type: none"> • Flashes • Monográficos 	<ul style="list-style-type: none"> • Música del Recuerdo • Boleros • Autóctona • Clásica 	Todo público

RADIO BONITA 93.7 FM
PROGRAMACIÓN SABATINA

BLOQUE DE HORARIO	TIPO DE PROGRAMA	CONTENIDO	FORMATOS RADIOFÓNICOS	GÉNEROS MUSICALES	PÚBLICO
5:00 A 8:00 am	<ul style="list-style-type: none"> • Informativo • Musicales 	Acontecimiento de la realidad local, regional y nacional	<ul style="list-style-type: none"> • Flashes • Comentarios • Cuñas educativas • Entrevistas 	Ecuador fundamentalmente	Todo Público
8:00 a 12:00 m	<ul style="list-style-type: none"> • Entretenimiento • Programas Especializados • Musicales 	<ul style="list-style-type: none"> • Infantiles • Deportivos • Vida comunitaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Concursos • Ediciones especiales • Transmisiones de Calle. • Entrevistas • Flashes 	<ul style="list-style-type: none"> • Variado • Canciones tropicales y latinas 	Todo público
12:00 a 1:00pm	Informativo	Noticias	Entrevistas	Ninguno	Todo Público
1:00 a 6:00 pm	<ul style="list-style-type: none"> • Musicales • Entretenimiento • Programas especializados 	<ul style="list-style-type: none"> • Ecológico • Cultural 	<ul style="list-style-type: none"> • Ediciones especiales • Hits paredes • Concursos 	Variada	Juvenil
6:00 a 11:00pm	<ul style="list-style-type: none"> • Musicales • Programas especializado 	<ul style="list-style-type: none"> • Música 		<ul style="list-style-type: none"> • Salsa • Merengue • Vallenato • Moderna • Balada 	Adultos

RADIO BONITA 93.7 FM
PROGRAMACIÓN DOMINICAL

BLOQUE DE HORARIO	TIPO DE PROGRAMA	CONTENIDOS	FORMATO RADIOFÓNICO	GÉNERO MUSICAL	PÚBLICO
5:00 a 8:00 am	Musicales			<ul style="list-style-type: none"> • Ecuador • Autóctona 	Todo Público
8:00 a 6:00 pm	Radio Revista <ul style="list-style-type: none"> • Musical • Programas especializados • Entretenimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • La Juventud • La Sexualidad • Ecológico. • Infantiles • Cultural 	<ul style="list-style-type: none"> • Charlas radiofónicas • Comentarios • Micros • Radio teatro • Concursos • Festivales musicales • Entrevistas 	<ul style="list-style-type: none"> • Música del Recuerdo • Del año 70 y 80 moderna • Clásica, jazz, merengue, salsa • Ranchera 	<ul style="list-style-type: none"> • Todo Público • Infantil • Juvenil
6:00 a 11:00pm	<ul style="list-style-type: none"> • Revista radial musical 	<ul style="list-style-type: none"> • Música 	<ul style="list-style-type: none"> • Rosario 	<ul style="list-style-type: none"> • Música latinoamericana • Canción mensaje • Autóctona. 	Público Adulto mayor

SÍNTESIS DE LA PROPUESTA

La propuesta de la Programación para la emisora Radio Bonita 93.7 FM de la ciudad de Ambato; esta dividida por bloques de horario:

PROGRAMAS DE LUNES A VIERNES

Programas informativos y musicales

De 5:00 a 8:00 de la mañana: se propone colocar programas informativos y musicales, ya que al realizar un sondeo a la zona ambateña, se pudo conocer que los habitantes, quieren escuchar a tempranas horas un noticiero que les permita conocer, los acontecimientos de la realidad local, regional y nacional. En cuanto a los musicales estos deben contener básicamente música del año 70 y 80 moderna, fundamentalmente, dirigido a todo público.

Programas informativos, musicales y consejos prácticos

Seguidamente el Bloque **de 8:00 a 12:00 del mediodía** integrado por **UNA REVISTA RADIAL**, programas informativos y musicales, cuyo contenido es reflejado por temas como salud, sexualidad, planificación familiar, derechos humanos, comunidad, consejos prácticos entre otros aspectos, de las cuales son de gran interés para el público femenino; amenizados con música variada predominando la clásica, el merengue, música ecuatoriana y salsa, ya que es el estilo preferido por esta audiencia.

(Informativo)

Posteriormente a ello un bloque **de 12:00 a 1:00 de la tarde** con contenido netamente informativo, conteniendo noticias nacionales, locales y regionales, destinado a todo público.

Programas informativos, musicales, revista radial

El siguiente Bloque lo integra **el horario de 1:00 a 6:00 de la tarde**, para la audiencia juvenil, pues, de acuerdo a los resultados emitidos por la encuesta este público prefiere y escucha mayormente este horario, por lo que sus gustos se definen por programas con mucha variedad, **POR LO QUE SE INCLUYE UNA REVISTA RADIAL** con temas para la juventud, culturales, ecológicos y musicales, descritos en concursos, ediciones especiales, Hits parades o listas de éxitos, siendo alternados con música del año 70 y 80, merengue, salsa, vallenato, modernas y rancheras, destacando su inclinación en los porcentajes obtenidos.

(Programas Educativos, Musicales)

Por último en el bloque de **6:00 a 11:00 de la noche**, se inicia con programas educativos, específicamente con temas culturales deleitándose con música más suave como boleros, autóctona y clásica para un público más relajado.

PROGRAMACIÓN SABATINA

La programación para el fin de semana en Radio Bonita será más relajante o menos saturada, pero a la vez más **FIESTERA BONITA RUMBERA**

Programas Informativos y Musicales

El Bloque **de 5:00 a 8:00 de la mañana** es igualmente iniciado por programas informativos y musicales, distribuidos con flashes, comentarios de cualquier índole, entrevistas a personajes importantes de la zona ambateña; sin dejar al lado la música ecuatoriana que los despierte en la mañana.

Programas musicales, entretenimiento y especializados

En el próximo bloque de **8:00 a 12:00 del mediodía**, particularmente lo cubren PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO, especializados y musicales, incluyendo contenidos infantiles, deportivos y comunitarios, ya que en la zona de ambateña, organizan actos culturales, paseos, fiestas y encuentros deportivos, por lo que amerita la transmisión de dichos contenidos de manera alegre y entretenida (concursos, transmisiones de calle o de eventos entre otros). En cuanto a la música se sugiere variada, canciones del año 70 y 80 del recuerdo, tropicales y latinas que atraen a todo público.

En el Bloque **de 1:00 a 6:00 de la tarde**, se interponen programas de entretenimientos, musicales y especializados, debido a que su mayor audiencia son los jóvenes, cuyos gustos se inclinan por concurso, Hist Parades y ediciones especiales, a su vez con ejes temáticos culturales y ecológicos, con música variada acorde al exigente público juvenil.

Programa Musicales

Por último, el horario de **6:00 a 11:00 de la noche**, pasa a un bloque más fiestero, siendo exclusivo para puros programas musicales reinando la salsa, merengue, vallenatos, modernas y baladas del recuerdo, pues son los géneros que más prefiere el público adulto.

PROGRAMACIÓN DOMINICAL

Programa musical

Esta programación dominical es propiciada para el descanso, pues desde la **5:00 hasta las 8:00 de la mañana** se abren las ventanas con la música típica del país, destinado a todo público.

Programas radio revista, musicales, entretenimiento, especializados

Otro Bloque **de 8:00 a 6:00 de la tarde**, se ofrece una revista radial, programas especializados y de entretenimiento, cuyo contenido se distribuye en temas culturales, así mismo se incluyen temas ecológicos, infantiles, recreativos y culturales, que mantiene al público infantil, juvenil y adulto en continuo entretenimiento a través de radio teatros, festivales, musicales, cuentos, comentario y entrevistas, prevaleciendo la música del recuerdo, ecuatoriana, música del año 70 y 80, clásica, merengues, moderna, rancheras, y tropical de interés para todo el público


Programas radio revista y musicales

Y para el cierre, **el bloque de 6:00 a 11:00 de la noche** se concluye con el rosario comunitario y una revista radial con temas autóctonos y suaves durante la noche.

DISEÑO DE GUIÓN TÉCNICO Y FORMATO

RADIO BONITA 93.7 FM

OBJETIVO: Compartir en familia de espacios de información y relajación

001 Control	<p>PRESENTACION PREGRABADA</p> <p>ENTRA MUSICA FOLCLORICA , S</p> <p>SEGUNDOS Y BAJA</p>		<p>93.7 Fm Tungurahua Cotopaxi Chimborazo Bolívar</p> <p>102.3 Fm Pastaza</p>	Y 10
002 Control	DESCRIPCION DEL TEMA Y CONTENIDO DEL PROGRAMA . (AUDIO PREGRABADO)			
003 Locutor	<p>Presentación de Datos importantes de artista musical (Roció Durcal)</p> <p>Canción de Roció DurcalLa gata bajo.</p> <p>Mención de publicidad de Cooperativa San Antonio S.A</p>			
004 Control	Presentación Pregrabada de tema y contenido sobre problema social “ La Migración”			
005 Locutor	<p>Introducción, causas y efectos....</p> <p>Presentación Pregrabada, participación de personas por medio de llamadas tema (opinión personal)</p>			
006 Locutor	<p>Preguntadas seleccionadas al público para regalar obsequios....</p>			
007 Control	FONDO MUSICAL (CANCION COLOR ESPERANZA DE DIEGO TORRES)			
008 Locutor	Breve Reflexión sobre la migración y comentario			
009 Control	Espacio Musical de 30 minutos con cortes de curiosidades y entretenimiento			

**RADIO REVISTA
ONDA BONITA**



001 Control	ENTRADA MUSICAL “ Género Pop”
002 Locutor	<p>Presentación géneros musicales que se abordaran el programa</p> <p>Historia de la música.</p> <p>Mención de artistas reconocidos en el mundo de la música clásica.....</p> <p>Biografía de Ana Gabriel y canción</p>
003 Control	CANCION A PESAR DE TODO “ ANA GABRIEL”
004 Control	PUBLICIDAD DE LA CULTURA MEDIATICA (GRABACION PREGRABADA)
005 Control	<p>Audio pregrabado “ jovenes del colegio las catilnarias organizan un encuentro de danza y folclor con el fin de resaltar nuestras raíces.</p>
006 Locutor	El género folclórico
007 Locutor	<p>Breve reseña histórica</p> <p>Concursos, llamadas en vivo para que puedan llevarse una hermosa vestimenta autóctona de la sierra.</p>

PLAN DE ACCIÓN

FASES	ETAPAS	METAS	ACTIVIDADES	RECURSOS	PRESUPUESTO	RESPON-SABLE	TIEMPO
<u>INICIAL:</u> PROCESO DE LOS TIPOS DE PROGRAMAS EN FUNCION DEL MODO DE PRODUCCIÓN	SENSIBILIZACIÓN	Socializar la propuesta al gerente y propietario de Radio Bonita 93.7FM, para la aplicación de la guía formato radiofónico Revista	Reunión de trabajo con gerencia para la entrega de la propuesta e indicaciones de los lineamientos a llevarse en el desarrollo de la programación	Tecnología necesaria para la ejecución	\$160,00	Carolina Núñez	Un día
<u>PLANIFICACIÓN</u> SINTESIS DE LA PROPUESTA	ADMINISTRATIVA	Ejecutar una reunión de trabajo con el personal de Radio Bonita FM 93.7, para presentar la propuesta	Capacitar al personal de Radio Bonita para administrar la guía de formato radiofónico de radio Revista	Documento de la propuesta Audiovisual	\$150,00	Carolina Núñez	Dos semanas
<u>IMPLEMENTACIÓN</u> GUIÓN LITERARIO, TÉCNICO Y FORMARO	OPERATIVA	Emplear la guía de formato radiofónico Radio Revista para el publico adulto y joven con diferentes temas.	Asesoramiento y utilización de la Guía de Formatos Radiofónicos en radio Bonita FM 93.7.	Documento de la propuesta	\$70,0	Carolina Núñez	Una semana
<u>FINAL</u> PREVISIÓN	EVALUACIÓN	Seguimiento y monitoreo en el desarrollo de la programación Radial	Verificar la utilización de la guía de Formatos Radiofónicos en Radio Bonita FM 93.7	Guía de Formatos Radiofónicos	\$70,00	Srta. Carolina Núñez	Una vez por mes en el primer semestre del año 2013-2014 (durante la implementación)

Administración

La administración de la propuesta estará bajo compromiso, misma que llevará un estricto control en cada uno de los programas radiales, a fin de involucrar en la audiencia el entretenimiento con la aplicación de una guía de Formato Radio revista en el clima organizacional de Radio Bonita FM 93.7, seis meses después de aplicada, para esto es necesario que se siga el orden del plan de acción mencionado para el cumplimiento de actividades, el mismo que accederá el logro de los objetivos y metas planteadas.

Previsión de la Evaluación

Con la intención de garantizar y aseverar la realización de la propuesta de conformidad con lo proyectado para el acatamiento de los objetivos esbozados, se deberá ejecutar el monitoreo de las acciones estratégicas aplicadas en el plan de acción que permita establecer las acciones para la aplicación de la guía de formatos radiofónicos en Radio Bonita FM 93.7 de la ciudad de Ambato.

Plan de Monitoreo y Evaluación de la Propuesta

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1.- ¿Quiénes solicitan evaluar?	Gerente de Radio Bonita F.M. 93.7 de la ciudad de Ambato. Moradores de la parroquia matriz
2. ¿Porqué evaluar?	Porque es necesario conocer cómo marcha la implementación de la propuesta, con el fin de conocer cuáles han sido resultados en cuanto a la aplicación de formatos radiofónicos.
3. ¿Para qué evaluar?	Para alcanzar los objetivos planteados de la

	propuesta
4.- ¿Qué Evaluar?	La aplicación el diseño de la guía de formatos radiofónicos dado en la propuesta.
5.- ¿Quién evaluar?	Investigadora, involucrados, la institución.
6.- ¿Cuándo evaluar?	Seis meses después de ejecutada la propuesta.
7.-¿Cómo evaluar?	Observación sobre el manejo de formatos radiofónicos, encuestas, entrevista
8.-¿Con qué evaluar?	Cuestionarios, guía de entrevista , guía de observación

BIBLIOGRAFÍA

- AL-GHASSANI, Anwar. (2007.Pág.214). *Los géneros de la comunicación periódica y masiva – aspectos teóricos*. (ms).
- ALVES, Walter Ouro. 2007. Pág 98). *Radio: la mayor pantalla del mundo*. Quito, Ecuador. CIESPAL.
- ARAYA RIVERA, Carlos. (2008.Pág. 191-200). “Cómo planear un programa de radio”. En: *Revista Educación*, Universidad de Costa Rica, Vol. 28, N°1
- ARAYA RIVERA, Carlos. (2007.Pág.450). *Manual de Producción Radiofónica Estudiantil*. San José, Costa Rica. Universidad de Costa Rica, Posgrado en Comunicación. Inédito.
- ARENS, William F. (2007). *Publicidad*. Sétima edición. México D.F., México. Editorial McGraw-Hill.
- BALSEBRE, Armand. El lenguaje radiofónico. Ediciones Cátedra. Cuarta edición, 2007.
- DEL CAÑO, Amelia. (2007.Pág.220). *Los géneros orales informativos*. En: Alcoba, Santiago y otros. (1999). *La oralización*. Barcelona, España. Editorial Ariel, S.A.
- DOSES (2004.Pág.178) Periodismo de Investigación. NORAD, Agencia Noruega para el Desarrollo INTERIANO, Carlos. ABC del Periodismo. Edición: Asociación para el desarrollo de las comunicaciones sociales. 1era. Edición.
- GARCÍA CAMARGO, Jimmy. (2007.Pág.420). *El mundo de la radio*. Quito, Ecuador. CIESPAL.
- GARCÍA JIMÉNEZ, Jesús. (2007. Pág.372). *Información Audiovisual. Los géneros*. (Tomos I y II). Madrid, España. Paraninfo.
- GARGUREVICH, Juan. (2000.Pág.292). *Géneros periodísticos*. Quito, Ecuador. CIESPAL.

- HAYE, Ricardo M. (2007.Pág.224). *Hacia una nueva radio*. Buenos Aires, Argentina. Editorial Paidós..
- KAPLÚN, Mario. (2000.Pág.544). *Producción de programas de radio. El guión – La realización*. Segunda Edición. Quito, Ecuador. CIESPAL..
- KAPUSCINSKI, Ryszard. Los cinco sentidos del periodista. Fondo de Cultura Económica. Fundación para un nuevo periodismo iberoamericano, Fundación Proa. 2006.
- MAZA PEREZ, MAXIMILIANO. Guión para medios audiovisuales. Editorial Pearson, México (2007).
- ORTIZ, Miguel Ángel y Volpini, Federico. (2008.Pág. 226). *Diseño de programas en radio. Guiones, géneros y fórmulas*. Barcelona, España. Ediciones Paidós.
- PÉREZ H., Mario Alberto. (2007.Pág.224). *Prácticas radiofónicas. Manual del productor*. México, D.F., México. Editorial Porrúa, S.A..
- SCOTT, Sussman. Así se crean programas de radio. Editorial Rosal Jai. 1era. Edición, septiembre 2007. Impreso en España.
- STANTON, William J., Etzel, Michael J. y Walker, Bruce J. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Undécima edición. México D.F., México. Editorial McGraw-Hill.
- TORRES V., Marco Polo. (2007.Pág.168). *Locución Radiofónica*. Quito, Ecuador. CIESPAL.
- VILAR, Josefina y otros. (2007.Pág.220). *El sonido de la radio. Ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica*. México, D.F., México. Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, Instituto Mexicano de la Radio, Plaza y Valdés.

Linkografía:

- www.geocities.com (Tomado en diciembre2012)
- www.monografias.com (Tomado en Noviembre 2012)

ANEXOS

ANEXO N°. 1

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FORMULARIO DE ENCUESTA PARA EL PERSONAL INTERNO DE
RADIO BONITA FM 93.7 DEL CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE
TUNGURAHUA.**

OBJETIVO: Obtener información que permita solucionar el problema determinado.

A. INFORMACIÓN GENERAL:

Edad:

Ciudad:

Título:

Ocupación:

1. ¿Ha manejado formatos radiofónicos en su programa radial?

SÍ () NO ()

Sí contesta NO, ¿por qué? _____

2. ¿Cuál es el promedio que pasa frente a la audiencia de Radio Bonita FM 93.7?

- a) 1 – 3 horas
- b) 4 – 6 horas
- c) 7 – 9 horas
- d) 10 en adelante

3¿ Radio Bonita FM 93.7 exige a sus locutores utilizar formatos radiofónicos en los diferentes programas? Califique de 1 (lo más bajo) al 5 (lo más alto)

A)	<input type="text"/>	B)	<input type="text"/>	C)	<input type="text"/>
D)	<input type="text"/>	E)	<input type="text"/>		

4. Marque puntos que tipo de entretenimiento usted proporciona en la audiencia radial y a traído mayores beneficios para el posicionamiento auditivo en la población ambateña.

- | | |
|--|-----|
| a) Charla (expositiva, creativa, testimonial) | () |
| b) Noticiero (formato noticia) | () |
| c) Nota o crónica | () |
| d) Comentario | () |
| e) Diálogo (diálogo didáctico, radio-consultorio) | () |
| f) Entrevista informativa | () |
| g) Entrevista indagatoria | () |
| h) Radio periódico | () |
| i) Radio-revista (programas misceláneos) | () |
| j) Mesa redonda (propriadamente dicha, debate o discusión) | () |
| k) Radio-reportaje (a base de documentos vivos, a base de | |
| l) reconstrucciones – relato con montaje) | () |
| m) Dramatización (unitaria, seriada, novelada) | () |

5. ¿Considera que la implementación de formatos radiofónicos podría apoyar su entretenimiento en la audiencia radial?

SI () NO ()

6. ¿Qué es lo que deberían conocer los comunicadores a más de los formatos radiofónicos?

- a) Nuevos Estilos de Audiencias
- b) Manejo de Técnicas Radiales
- c) Otros

7. ¿Considera que los formatos radiofónicos son una táctica para contribuir a potencializar en la audiencia el entretenimiento de la población ambateña? ¿Por qué?

SÍ NO

8. ¿Considera que es necesario diseñe una guía de formatos radiofónicos para promover el entretenimiento en los procesos de audición en Radio Bonita FM 93.7 de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua? (Sí la Respuesta es SÍ, describa, si la Respuesta es NO, concrete)

SÍ NO

ANEXO N°. 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

**FORMULARIO DE ENCUESTA PARA LOS CLIENTES EXTERNOS
DE RADIO BONITA DE LA CIUDAD DE AMBATO**

OBJETIVO: Obtener información que permita solucionar el problema determinado.

A. INFORMACIÓN GENERAL:

Edad:

Ciudad:

Título:

Ocupación:

1. **¿Considera que los locutores deben estar preparados para estar al frente de la audiencia radial?**

SÍ () NO ()

Sí contesta NO, ¿por qué? _____

2. **Tomando en cuenta la respuesta anterior. ¿Cuál es el promedio que pasa su hijo frente a la audiencia de Radio Bonita FM 93.7**

a. 1 – 3 horas ()

b. 4 – 6 horas ()

c. 7 – 9 horas ()

b) 10 en adelante ()

Indique y Por qué

3. ¿ Radio Bonita FM 93.7 debe capacitar al personal a que utilicen técnicas y estilos modernos de locución en sus programaciones? Califique esta preocupación del 1 (lo más bajo) al 5 (lo más alto)

A)

B)

C)

D)

E)

4. ¿Considera que el comunicador o locutor debe utilizar herramientas acordes a la nueva era de comunicación para el cumplimiento eficiente?

SI () NO ()

5. ¿Qué es lo que debería conocer un locutor para proporcionar audiencia motivadora para el entretenimiento radial?

a) Nuevos Estilos de Audiencias

b) Manejo de Técnicas Radiales

Otros

**6. ¿Cuáles son las causas encontradas para no escuchar Radio Bonita ?
¡Subraye!**

a) El espacio no es motivador;

b) Desconocimiento operacional y profesional sobre estilos de audiencia radial incompetente?

c) No tienen una guía para el manejo de técnicas y estilos radiales, poseen varias deficiencias.

7. Considera que los estilos radiofónicos son una táctica para contribuir a potencializar la audiencia en el entretenimiento de la población ambateña? ¿Por qué?

SÍ

NO

8. ¿Considera que es necesario diseñar una guía de formatos radiofónicos al personal de la radio para promover los procesos de audiencia en Radio Bonita FM 93,7 de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua? (Sí la Respuesta es SÍ, describa, si la Respuesta es NO, concrete)

SÍ

NO

ANEXO N°. 3

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FORMULARIO DE ENTREVISTA PARA EL GERENTE DE RADIO BONITA DE LA CIUDAD DE AMBATO

OBJETIVO: Obtener información que permita solucionar el problema determinado.

A. INFORMACIÓN GENERAL:

Edad:

Ciudad:

Título:

Ocupación:

8. Platíquenos un poco sobre su experiencia en cuanto a la utilización de los formatos radiofónicos:

La radio es un medio de amplias posibilidades, y ello nos permite hacer nuestro mensaje de diferente manera, algunas muy informativas y otras un tanto más artísticas, pero la radio es un medio que nos permite combinar ambas cosas, permite el cultivo de la creatividad en el ejercicio radiofónico, encontraremos muchas formas de hacer llegar nuestro mensaje al auditorio. Para hacer un programa, es necesario escoger la forma más adecuada y la más efectiva

- 9. ¿Los locutores están preparados para salir al espacio radial con la aplicación de formatos radiales? ¿Considera que la implementación del uso de este tipo de herramientas de comunicación podría apoyar a su programación radial?**

Los locutores no están preparados, desconocen técnicas, para esto los locutores deben tomar en cuenta a quien va dirigido el espacio radial, que público específico, con gustos e inclinaciones muy concretas, para ello, son necesarios unos requerimientos técnicos y de contenido (Producción) que dirán las estrategias a seguir para captar la atención de la audiencia, por eso considero que el personal debe estar preparado con un sinnúmero de herramientas de comunicación para captar al público o radio escucha..

- 10. En ocasiones pensamos que no hay necesidad de prepararse para salir al espacio y solo utilizar tecnología, el problema de la comunicación está resuelto, pero aún más allá del simple uso de la tecnología qué componentes hacen que la audiencia radial sea realmente entretenida y efectiva:**

El Formato de un programa de radio específico nos indica las particularidades de las cuales se vale el productor radial para conquistar al oyente. Como ejemplo, en mi programa “Aquí se habla Español”, el formato es Popular Hispano, por lo que las estrategias a seguir tienen que ver con un público joven – adulto, entre 20 y 45 años, clase media, con necesidades en el área del entretenimiento y la información, pues se encuentra en un horario matutino, al comienzo de la jornada diaria, tanto en el hogar como en la oficina, algo que te informe y recree sin quitarte tiempo.

11. ¿Qué es lo que debería conocer un locutor acerca de los formatos radiofónicos?

Técnicas

12. ¿Los profesionales de hoy crecieron al aprender un método de constante interacción, cuál es el reto de la comunicación ante esta situación?

Las nuevas tecnologías

13. ¿Qué impacto cree usted que se tuviera, si se utiliza dentro de la audiencia una guía de formatos radiofónicos?

Se potencializaría el medio de comunicación, en otras palabras se capta más al público

14. ¿Cuál considera usted que es el reto más grande para los locutores frente a estas nuevas formas de comunicación?

.Un cambio de estrategias, mayor público, mayor entretenimiento

15. ¿Considera que se diseñe una guía de formatos radiofónicos para promover el entretenimiento en los procesos de audición en Radio Bonita FM 93.7 de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua? (Sí la Respuesta es SÍ, describa, si la Respuesta es NO, concrete).

Hay que buscar diferentes procesos para ser competentes y ganar al público.

SÍ

NO

ANEXO N°. 4

CUADRO POBLACIÓN Y MUESTRA

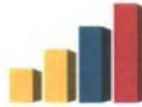


Código de zona	Código de sector	Sexo		
		Hombre	Mujer	Total
26				
	1	23	31	54
	2	20	22	42
	3	24	25	49
	Total	67	78	145
Las calles que se especificaron en el documento, según nuestro plano censal corresponden S\$1, S2, S3 de la Zona 26				

Fuente: Censo de Población y Vivienda (CPV – 2010)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC)

Elaborado: Dirección de Estudios Analíticos Estadísticos (DESAE) - Johana Mozo



Oficio Nro. INEC-DICEN-2013-0018-O

Ambato, 31 de enero de 2013

Asunto: Información Censo de Población y Vivienda

Marisol Carolina Nuñez Valencia
En su Despacho

De mi consideración:

En atención a su solicitud presentada mediante Oficio S/N el 25 de enero de 2013, con la que se requiere información de la población urbana de la parroquia Ambato por sexo en edades comprendidas de 20 y 35 años; el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) informa que el VII Censo de Población y VI de Vivienda 2010 constituye un instrumento fundamental para: a) contar cuántos somos y establecer indicadores básicos para conocer la realidad demográfica y socioeconómica del país en un momento determinado, con desagregación de divisiones administrativas menores; y, b) determinar las características de las viviendas en las cuales habita la población del Ecuador, sus materiales y usos.

En relación a su solicitud, se remite la información en un archivo de Excel, el mismo que corresponde a los resultados definitivos del VII Censo de Población y VI de Vivienda 2010; no sin antes señalar que los resultados del VII Censo de Población y VI de Vivienda 2010 fueron oficializados a finales de agosto de 2011, y se encuentran a disposición del público en las páginas web www.inec.gob.ec y www.ecuadorencifras.com, ya que dicha información es un bien público social y soporte para la toma de decisiones en todo nivel, por lo que se debe transparentar y democratizar su acceso.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

Ing. Juana Gamboa Vargas
DIRECTORA REGIONAL CENTRO



Anexos:

- pedido carolina nuñez.xls

ASZ

ANEXO N°. 5
FOTOGRAFÍAS DE LA PARTE EXTERIOR DE RADIO BONITA FM 93.7
PARROQUIA MATRIZ - AMBATO



SRA. CARMEN GAMBOA
GERENTE



CONSOLA QUE SE UTILIZA EN LA RADIO



CABINA DE LOCUCIÓN Y ESPACIO DE INTERACCIÓN DEL PERSONAL INTERNO Y EXTERNO



**CHARLIE – LOCUTOR DE RADIO BONITA
EN SU ESPACIO RADIAL “BONITRO” Música en inglés**



EQUIPOS DE RADIO BONITA PROGRAMA MÚSICA



TELÉFONOS PARA RECIBIR LLAMADAS



MICRÓFONO PRINCIPAL DE LA RADIO



**PROGRAMA DE EDICIÓN ADOBE AUDITION 0.5
UTILIZAN PARA GRABACION Y EDICION DE AUDIOS**



COMPACTERA PARA DJ,

