



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA:

“ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA RADIAL. CASOS RADIOS AMERICA, LA PREMIER, RITMO Y ACTIVA” DURANTE EL SEGUNDO SEMESTRE 2013, PROPUESTA ALTERNATIVA.

Trabajo de grado previo a la obtención del Título de Licenciado en la especialidad de Comunicación Social

AUTORES:

Piñán Lara Luis Gonzalo
Pozo Chango Carlos Héctor

DIRECTOR:

Dr. José Revelo

Ibarra, 2015

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Luego de haber sido designado por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte, de la ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como director del Trabajo de Grado titulado **“ANALIZAR LOS PROCESOS DE LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA RADIAL. CASOS RADIOS AMÉRICA, LA PREMIER, RITMO Y ACTIVA” DURANTE EL SEGUNDO SEMESTRE 2013, PROPUESTA ALTERNATIVA**”; de los señores egresados: Piñán Lara Luis - Pozo Chango Carlos, previo a la obtención del Título de Licenciados en la especialidad de Comunicación Social

Al ser testigo presencial y corresponsable directo del desarrollo del presente trabajo de investigación, afirmo que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado oportunamente.

Esto es lo que puedo certificar por ser justo y legal.



DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO
Dr. José Revelo

DEDICATORIA

Con mi corazón lleno de gratitud, dedico esta tesis a mis queridos y bendecidos hijos.

Las gemelitas Corina y Belinda y ahora al jefe de la casa, Carlos Daniel, quienes son la razón y el motor de mi vida.

A mis padres, por haberme brindado su amor y comprensión.

A mis hermanos, quienes estuvieron siempre apoyándome y me motivaron para seguir adelante a cumplir este sueño.

Va dedicado en especial a la persona que de una u otra manera supo comprenderme en los momentos más sublimes. Para mi esposa, Jessika Godoy, una persona que llego a mi vida y supo valorar nuestro amor; por los momentos tan felices, siempre estarás dentro de mi corazón.

Por lo que hago el fiel compromiso de continuar superándome como persona y profesionalmente.

Carlos Pozo

DEDICATORIA

Mi eterna gratitud a mi madre, María, por ser un ejemplo de trabajo, amor y superación; sus consejos me llevaron por el camino hacia el éxito, ya que mediante su apoyo constante me ha permitido culminar mi objetivo.

A mi familia y amigos, quienes con su apoyo y solidaridad me incentivaron para seguir en adelante con mis estudios, a ellos mi eterno agradecimiento.

Este paso trascendental de mi existencia tiene mucho esfuerzo y sacrificio, pensando siempre en todas las personas que estuvieron al frente de mis estudios, los profesores que supieron enseñarme y educarme en esta dura tarea que emprendo luego de lograr mi objetivo.

Por eso hoy retribuyo con orgullo todas las esperanzas que cimentaron en mí y pongo en sus manos este trabajo que es la luz de un nuevo camino que marcará mi vida para siempre, con sacrificio y esfuerzo.

Luis Piñán

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo lo dedicamos a la gloriosa Universidad Técnica del Norte, a su grupo colegiado de docentes, quienes, por el lapso de nuestros años de formación universitaria, nos orientaron hacia el desarrollo y desempeño profesional.

A nuestro director de tesis, Dr. José Revelo, quien con sus conocimientos nos supo guiar acertadamente, para culminar nuestro valioso trabajo, como también al Dr. Edison Calderón, quien desinteresadamente nos colaboró en la presente investigación.

A los medios de comunicación: Radios La Premier, América, Ritmo, Activa, a sus propietarios y compañeros radiodifusores que nos brindaron la apertura necesaria.

Al público en general y al personal de medios que sin ellos ésta investigación no hubiese sido posible.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|------------------------------|------|
| Aceptación del Director..... | ii |
| Dedicatoria..... | iii |
| Agradecimiento..... | v |
| Índice general..... | vi |
| Resumen..... | xii |
| Summary..... | xiii |
| Introducción..... | xiv |

CAPÍTULO I

| | |
|---|---|
| 1.- Problema de investigación..... | 1 |
| 1.1. Antecedentes..... | 1 |
| 1.2. Planteamiento del problema..... | 2 |
| 1.3. Formulación del problema..... | 3 |
| 1.4. Delimitación del problema..... | 4 |
| 1.4.1 Delimitación espacial..... | 4 |
| 1.4.2 Delimitación temporal..... | 4 |
| 1.4.3 Grupo humano..... | 4 |
| 1.5. Subproblemas..... | 4 |
| 1.6. Objetivos..... | 5 |
| 1.6.1 Objetivo general..... | 5 |
| 1.6.2 Objetivos específicos..... | 5 |
| 1.7. Justificación, importancia, perspectiva..... | 5 |
| 1.8. Factibilidad..... | 6 |

CAPÍTULO II

| | |
|---|----|
| 2. MARCO TEÓRICO..... | 8 |
| 2.1 La comunicación social..... | 9 |
| 2.2 Teoría de comunicación radiofónica..... | 12 |
| 2.3. La Radio en el mundo..... | 15 |
| 2.4.La importancia de la Radio..... | 15 |

| | |
|---|----|
| 2.5. Educomunicación..... | 17 |
| 2.6. Géneros Periodísticos en la radio..... | 18 |
| 2.7. El periodismo en la radio..... | 19 |
| 2.8. Formatos periodísticos en la radio..... | 22 |
| 2.8.1. Noticias..... | 23 |
| 2.8.2. Crónica..... | 25 |
| 2.8.3. Entrevista..... | 26 |
| 2.8.4. Comentario..... | 30 |
| 2.8.5 Editorial..... | 31 |
| 2.8.6 Columna de opinión..... | 32 |
| 2.8.7 Documental..... | 32 |
| 2.9.Reglamento de la Ley de Comunicación..... | 35 |
| 2.10. Teoría de Medios Radiales..... | 36 |
| 2.11. Fundamentación Sociológica..... | 37 |
| 2.12. Fundamentación Económica..... | 38 |
| 2.13. Fundamentación Educativa..... | 39 |
| 2.14. Fundamentación Pedagógica..... | 40 |
| 2.15. Fundamentación Histórica..... | 41 |
| 2.15.1.Ondas AM y FM..... | 41 |
| 2.15.2. Expectativas de lograr una comunicación radial..... | 42 |
| 2.15.3.Técnicas de manejo de información periodística radial..... | 43 |
| 2.16. Géneros Periodísticos de la comunicación..... | 44 |
| 2.16.1.El Reportaje..... | 44 |
| 2.16.2.La Crónica..... | 44 |
| 2.16.3.La Crítica..... | 45 |
| 2.16.4.El Comentario..... | 45 |
| 2.16.5.El Editorial..... | 45 |
| 2.16.6. La Entrevista..... | 45 |
| 2.16.7. La Tertulia..... | 46 |
| 2.16.8. El Debate..... | 46 |
| 2.17. Posicionamiento personal..... | 47 |
| 2.18.Glosario de Términos..... | 48 |

| | |
|--|----|
| 2.19. Subproblemas, Interrogantes, Supuestos Implícitos..... | 51 |
| 2.20. Matriz Categorial..... | 52 |

CAPÍTULO III

| | |
|---|----|
| 3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN..... | 53 |
| 3.1 Tipos de investigación..... | 53 |
| 3.1.1 Investigación decampo..... | 53 |
| 3.1.2 Investigación documental bibliográfica..... | 54 |
| 3.1.3 Proyecto factible..... | 55 |
| 3.1.4. Investigación Descriptiva Histórica..... | 55 |
| 3.2 Métodos..... | 55 |
| 3.2.1. La Medición..... | 55 |
| 3.2.2. Recolección de Información..... | 56 |
| 3.2.3 Inductivo – Deductivo..... | 56 |
| 3.3 Métodos, Técnica se instrumentos..... | 57 |
| 3.3.1 Encuesta..... | 57 |
| 3.3.2 Entrevista..... | 57 |
| 3.3.3 Cuestionario..... | 58 |
| 3.3.4 Test..... | 58 |
| 3.4 Población..... | 58 |
| 3.5. Muestra..... | 59 |

CAPÍTULO IV.

| | |
|---|----|
| 4.-.Análisis e interpretación de resultados..... | 62 |
| 4.1. Organización de resultados..... | 62 |
| 4.2. Encuesta dirigida a radioescuchas en Ibarra..... | 63 |
| 4.2.1. Encuesta dirigida a comunicadores de medios..... | 72 |
| 4.3. Análisis periodístico de los cuatro medios de comunicación de Ibarra | 78 |
| 4.3.1. Análisis Radio América..... | 78 |
| 4.3.2. Análisis Radio La Premier..... | 80 |
| 4.3.3. Análisis Radio Ritmo..... | 83 |

| | |
|--|----|
| 4.3.4. Análisis Radio Activa..... | 84 |
| 4.4. Consecuencias periodísticas de los cuatro medios..... | 86 |
| 4.4.1. Aspectos Positivos..... | 87 |
| 4.4.2. Aspectos Negativos..... | 87 |
| 4.5.- Análisis histórico de las radios en Imbabura..... | 88 |
| 4.5.1.- Primeras radios de Imbabura..... | 88 |
| 4.5.1.1.- La voz de Imbabura..... | 89 |
| 4.5.1.2. Radio Municipal..... | 89 |
| 4.5.1.3. Radio Ondas de los Lagos..... | 90 |
| 4.5.1.4. Radio Equinoccial..... | 90 |
| 4.5.1.5. Radio Ondas Azules..... | 90 |
| 4.5.1.6. Radio Voz de los Lagos..... | 90 |
| 4.5.1.7.- Radio La Voz del Norte..... | 91 |
| 4.5.1.8. Radio San Miguel de Ibarra..... | 91 |
| 4.5.1.9. Radio Ibarra..... | 91 |
| 4.5.1.10. Centro Radiofónico de Imbabura..... | 92 |
| 4.5.1.11. Radio Continente..... | 93 |
| 4.5.1.12. Radio Otavalo..... | 94 |
| 4.5.1.13. Radio Colosal..... | 94 |
| 4.5.1.14. Radio Suceso..... | 95 |
| 4.6. Nómina de Radios FM en Imbabura..... | 96 |
| 4.8. Reflexión Final..... | 97 |

CAPÍTULO V.

| | |
|--|----|
| 5. Conclusiones y recomendaciones..... | 98 |
| 5.1 Conclusiones..... | 98 |
| 5.2 Recomendaciones..... | 99 |

CAPÍTULO VI

| | |
|-------------------------------|-----|
| 6. Propuesta alternativa..... | 101 |
| 6.1. Título de propuesta..... | 101 |
| 6.2. Justificación..... | 101 |

| | | |
|-------|---|-----|
| 6.3 | Objetivos..... | 102 |
| 6.3.1 | Objetivo General..... | 102 |
| 6.3.2 | Objetivos Específicos..... | 102 |
| 6.4 | Ubicación Sectorial y Física..... | 103 |
| 6.4.1 | Ubicación sectorial y física Radio América..... | 105 |
| 6.4.2 | Ubicación sectorial y física Radio Imperio..... | 106 |
| 6.4.3 | Ubicación sectorial y física Radio Activa..... | 107 |
| 6.4.4 | Ubicación sectorial y física Radio Ritmo..... | 108 |
| 6.5 | Desarrollo de propuesta..... | 109 |
| | Introducción..... | 110 |
| | Enfoque de la guía..... | 111 |
| | Importancia de la guía..... | 111 |
| | Introducción para su uso..... | 112 |
| | Cualidades que debe tener el comunicador..... | 112 |
| | Introducción para su uso (Grafico)..... | 114 |
| | Como realizar un producto informativo en radio..... | 115 |
| | La estructura de la noticia..... | 115 |
| | Recomendaciones..... | 116 |
| | Guía para la entrevista en radio..... | 117 |
| | Estructura de la entrevista..... | 117 |
| | Recomendaciones..... | 118 |
| | Guía para el comentario en radio..... | 120 |
| | Estructura del comentario..... | 120 |
| | Recomendaciones..... | 121 |
| | Actividades operativas radiofónicas..... | 121 |
| | Evaluación..... | 125 |
| | Bibliografía textual..... | 126 |
| | Bibliografía virtual..... | 128 |
| | Anexos..... | 130 |
| | Árbol de problema..... | 131 |
| | Entrevistas..... | 132 |
| | Modelo de encuesta..... | 134 |
| | Fotos de investigación..... | 136 |

| | |
|---|-----|
| Marco administrativo..... | 137 |
| Recursos y financiamientos..... | 138 |
| Matriz de coherencia..... | 139 |
| Entorno administrativo..... | 140 |
| Audio de los noticieros de las radios investigadas..... | 141 |

RESUMEN

“Los géneros periodísticos, en un medio de comunicación, tienen su relevancia a la hora de informar a la sociedad, por parte del periodista. Por esta razón, se convierten en herramientas indispensables para elaborar los mensajes que, inclusive, pueden cambiar el comportamiento social, económico, político y cultural, como influir en las decisiones del público oyente. Es por ello que, luego de haber realizado la investigación en estos cuatro medios de comunicación de la ciudad de Ibarra, se ha concluido que en los mismos casi no se utilizan los géneros periodísticos adecuadamente sea por su desconocimiento o por el no profesionalismo. En nuestra ciudad, los medios de comunicación tienden a reproducir programas informativos con un eje de prioridad al producto económico y no al aspecto informativo en nuestra sociedad. Por esa circunstancia, con base en esta investigación, se plantea la elaboración de una guía práctica que sirva al comunicador como una herramienta de aplicación en los programas informativos misma que serán entregados y socializados en los medios de nuestra ciudad en especial en los investigados. Lo que busca esta “guía” es promover una aplicación sencilla de la noticia, entrevista y el comentario en la radiodifusión local, partiendo de la experiencia adquirida en el ámbito laboral. Una guía donde se pueda enfocar los géneros periodísticos que posibiliten al reportero o comunicador social un mejor desenvolvimiento en su carrera cotidiana y práctica laboral. Una guía que viene apegada a la estructura que marca y dicta la ley de comunicación manteniendo los márgenes de periodismo de campo mismo que es empleado en nuestros medios de la ciudad de Ibarra. Luego de hacer esta investigación semestral, se puede lograr que esta guía sea utilizada o aplicada en los medios de comunicación, en especial en las radios: América, La Premier, Activa y Ritmo. Por ello, a continuación ponemos a disposición de estudiantes y profesionales de la comunicación esta guía metodológica sobre los géneros periodísticos utilizados en radio”.

ABSTRACT

Journalistic genres, in a communication means, are relevant at the time of report the news to the society by journalists. By this reason, they turn into essential tools to create messages which, even can change the social, economic, politic, and cultural behavior and affect audience' decisions. Then, after the searching process in four communications means of Ibarra city have taken place, it has been concluded that these means do not use journalistic genres properly, whether because people do not know them or because people are not professionals enough. In our city, communication means tend to only play news programs prioritizing an economic profit and they do not prioritize the informative one. By this, based on this searching process, a practical guide which is going to be useful to the journalists as a tool is proposed. This guide will be given and socialized through the mass media which was part of this study. What this guide intends is to promote a simple application of the news, interviews and comments in the local broadcasting based on the acquired experience on the labor environment. Through this guide journalistic genres can be studied and they can let the social reporters keep an optimal performance in their daily jobs. This is a guide which is closely related to the communication laws structure and follows the rules of field searching which are used in our mass media in Ibarra city. After doing this six month long research, the use and application of this guide in the communication means especially on América, La Premier, Activa and Ritmo radio stations is expected. Therefore we offer this methodological guide about journalistic genres used on the radio stations, to journalism students and professionals.

INTRODUCCIÓN

La intención de realizar la presente tesina, para obtener la licenciatura de Comunicación Social de la Universidad Técnica del Norte, sobre el tema “Análisis de los procesos de la producción periodística radial. Caso radios América, La Premier, Ritmo y Activa”, no busca establecer parámetros para delinear la forma de aplicar los géneros periodísticos en la radiodifusión, sino establecer una guía sencilla de las principales corrientes que abarcan estos géneros, para introducir al lector en la exploración de nuevas alternativas del periodismo, con base en las corrientes tradicionales y clásicas.

Esperamos que este aporte investigativo sea una herramienta básica, tanto para estudiantes y periodistas de la carrera de Comunicación Social, para que puedan reforzar sus conocimientos a la hora de enfocar y elaborar los mensajes de una manera metodológica; esto permitirá entregar al público oyente informaciones acordes a sus inquietudes y necesidades de manera objetiva, veraz y oportuna.

Además, proponemos una síntesis de cómo nacen los géneros periodísticos, cómo han evolucionado en la actual época del periodismo digital, en la que un comunicador debe estar correctamente capacitado para dar un tratamiento y orientación a las informaciones que se difunden diariamente.

En esta misma temática nos referimos a la clasificación de los géneros periodísticos, para informar e interpretar la realidad, partiendo del género predominante, la noticia, con su estructura elemental que es la pirámide normal, en donde se emplea una introducción, un desarrollo y un desenlace. Luego, se analiza la pirámide invertida que inicia con preguntas básicas y termina en el cuerpo y en el cierre de la nota; además, profundiza en los detalles y abre la posibilidad de realizar nuevos tratamientos al tema.

En ese contexto se analizan tres géneros informativos: la noticia, entrevista y comentario, que son utilizados frecuentemente en la radiodifusión, estudiándolos muy concretamente para poder estructurarlos correctamente. Todas las herramientas están a la vista y sólo queda nuestra capacidad mental para edificar una nueva forma de hacer periodismo en el país.

PRIMER CAPÍTULO.- Trata el marco contextual queda original planteamiento del problema de investigación, con los respectivos objetivos y la justificación.

SEGUNDO CAPÍTULO.- En marca a todo lo que se refiere al Marco Teórico, como la base fundamental de la investigación, con su parte teórico – científica.

TERCER CAPÍTULO.- Se refiere a la metodología que se caracteriza por tratar temas como: las modalidades y tipos de investigación, procedimientos, población y muestra.

CUARTO CAPÍTULO.- En este capítulo se analizan e interpretan los resultados de las encuestas aplicadas a los cuatro medios de comunicación radiales investigados.

QUINTO CAPÍTULO.- Se refiere a las conclusiones que se hacen de acuerdo a los cuadros de las encuestas; las recomendaciones serán en base a las conclusiones, como también del marco teórico, posibles luciones del problema investigado.

SEXTO CAPÍTULO.- Se refiere a la propuesta que constad e una guía de técnicas y aplicaciones, para motivar a los comunicadores radiales de los cuatro medios investigados.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1 Antecedentes.

En la sociedad ibarreña todo está íntimamente relacionado, unos factores dependen de otros. Como se conoce, según los registros de la historia nacional, en el Ecuador, entre el siglo XVIII y XIX, el comercio era el único intercomunicador entre la Sierra, Costa y Oriente que en aquel entonces buscaba surgir de una u otra manera. Se manifiesta que, en 1906, en el mundo aparece un poderoso artefacto que serviría de enlace comunicativo entre las masas humanas y que provocaría cambios constantes en la sociedad, era la radio.

En la actualidad, los procesos periodísticos han decaído por muchos factores, como el desconocimiento, la falta de profesionalismo o capacitación en medios que no se enmarcan a la ética. El periodismo es una actividad que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a la actualidad.

Para obtener dicha información, el comunicador, obligatoriamente debe llegar, a fuentes verificables. La noticia es la base fundamental del periodismo. Pero el periodismo puede ser informativo, interpretativo o de opinión y comprende otros géneros:

- La entrevista,
- El reportaje,
- La crónica,

- El documental y la opinión.

La información es difundida por medios o soportes técnicos, lo que da lugar al periodismo gráfico, la prensa escrita, el periodismo radiofónico, el audiovisual (mediante televisión y el cine) y el periodismo digital o multimedia. (<https://www.dspace.espol.edu.ec/>)

En Ibarra se han analizado las estaciones de radio: América, La Premier, Activa y Ritmo, por su trayectoria y por su enfoque de información a la ciudad. Esto nos conlleva a una clara investigación y se obtiene como resultado que los noticiarios o programas informativos carecen de géneros periodísticos, transformándose en espacios de interés propio y ligado a lo económico, más no constituyen un servicio a la sociedad.

Dada la evidente influencia del periodismo en la sociedad, se ha desarrollado una deontología profesional que se caracteriza por una serie de normas y deberes éticos que guían la actividad del periodista. Estos códigos son emitidos, generalmente, por los colegios profesionales en los países que existen y postulan la independencia de los medios respecto a los poderes políticos y económicos. El comunicador queda sujeto a su obligación de actuar con la mayor diligencia posible, en el acceso a las fuentes y en el contraste de opiniones confrontadas.

1.2. Planteamiento del problema.

¿Cuáles son las causas para que los contenidos periodísticos sean escasos en los noticieros y reportajes de la radiodifusión en Ibarra?

Por suerte hay muchos periodistas que no aceptan las cosas como están y dan dignidad a esta profesión, al contar las cosas como son.

Esto demuestra que la toma de conciencia de la utilización de los medios masivos y el poder político lleva una estrecha relación de mutua dependencia.

La información debe ser accesible a los demás, en igualdad de oportunidades y es aquí donde no cumplen con su propósito los medios de comunicación, que no es otra cosa que informar de la realidad.

Aunque nos quieran hacer ver otra realidad, vivimos en el mundo de la desinformación. En la era de la globalización, la característica principal de la información es que funciona como una mercancía y, por consiguiente, va en contra de lo que promulga la Ley de Comunicación, tal y como se estudia en la Universidad. El dinero es el que dirige realmente los mensajes que debemos recibir y sirve para alienarnos más en este mundo de consumo insaciable, así como para aceptar un sistema injusto, insolidario y dirigido por las multinacionales y sus intereses.

Estos ejemplos son parte de la problemática de la radiodifusión en la ciudad de Ibarra, tal como la desinformación, utilización de medios para fines políticos y personales, dirección de medios sin contexto profesional, programación tradicional sin cambios a una perspectiva agigantada para una sociedad que necesita una información veraz, confiable, positiva y con ética profesional que conlleve al crecimiento del pensamiento libre y voluntario.

1.3. Formulación del Problema

Del análisis descrito se formula el siguiente problema:

Analizar la deficiencia de los procesos periodísticos radiales en noticieros de cuatro medios de comunicación de Ibarra, como una

investigación que determine la causa de esta falencia, ya sea por desconocimiento, la no aplicación de los géneros y falta de profesionalismo en la construcción de programas informativos o, a su vez, por la limitación a la libre expresión, generando una contradicción en la sociedad.

1.4. Delimitación del problema

1.4.1 Delimitación Espacial

La investigación se realizó en los siguientes medios de comunicación: Radios; La Premier 91.9, América 89.1, Ritmo 103.5 y Activa 98.7”

1.4.2 Delimitación Temporal.- El desarrollo de esta investigación se hizo de julio a diciembre del año 2013.

1.4.3 Grupo Humano.- La investigación se realizó con la cooperación de personal que labora en los medios antes mencionados y el público ibarreño.

1.5.- Subproblemas

El desconocimiento y la ausencia de géneros periodísticos en los noticieros radiales provocan una desconfianza en la sociedad y generan desinformación.

La falta de profesionalismo perjudica el desenvolvimiento periodístico radial en el cantón Ibarra.

Una información manipulada por los factores sociales, políticos y culturales no permite un desarrollo periodístico ético en beneficio de la audiencia.

1.6.- Objetivos

1.6.1.- Objetivo General

Analizar los procesos de la producción periodística radial. Casos Radios América, La Premier, Ritmo y Activa.

1.6.2. Objetivos Específicos

- Elaborar un diagnóstico sobre los procesos de producción periodística para el mejoramiento de la calidad informativa.
- Preparar una guía conceptual sobre el proceso de producción periodística radial que permita su aplicación en los diferentes géneros periodísticos.
- Desarrollar una propuesta periodística radial que sirva como guía didáctica en la elaboración de contenidos.
- Socializar la propuesta planteada con los directores de noticias de los medios investigados, para que esta guía sirva como base a los comunicadores.

1.7.- Justificación, Importancia, Perspectiva

Las redes informáticas, la radio y la televisión han llegado a manipular los contenidos periodísticos, apartando la moral y los valores

éticos de la profesión. Estos sistemas de comunicación, que buscan abaratar los mercados generando violencia, llevan a la sociedad a producir una conciencia inmoral por parte de niños y jóvenes que se ven obligados a recibir, inconscientemente, mensajes que los incitan a cometer actos de corrupción y afectan a la formación moral de una familia.

El análisis a los cuatro medios de comunicación de la provincia de Imbabura nos permite establecer programas educativos, sociales y culturales que rescaten los valores religiosos, éticos y morales que la sociedad hoy demanda con transparencia y profesionalismo.

En algunos casos, el problema que plantea la radiodifusión no es cuestión de moral o de carencia de formación académica, sino de manipulación, control político y económico.

En fin, es importante que un comunicador social aplique los contenidos periodísticos con ética para el desarrollo de una sociedad.

1.8- Factibilidad

La seguridad de culminar con éxito la investigación se fundamentó en hechos que a continuación se mencionan:

El conocimiento y la experiencia que a diario se vive en la labor periodística, donde el compromiso es cambiar, innovar y mejorar la calidad informativa en beneficio de la colectividad y el mundo actual.

El desarrollo de esta investigación se realizó a través de fuentes bibliográficas e investigaciones suficientes y relacionadas al tema, las cuales fueron de gran ayuda para llevar a cabo este trabajo. Existió el compromiso de los trabajadores de los medios de comunicación donde

se realizaron las prácticas necesarias para la investigación y poder cumplir los objetivos propuestos.

Durante el desarrollo y ejecución de la presente investigación se trata de motivar a los comunicadores, con el propósito de crear el interés para mejorar el contexto informativo.

CAPÍTULO II

2.- MARCO TEÒRICO

La radio es un medio de comunicación que se caracteriza para obtener un verdadero y profundo impacto social, por su variedad de lenguaje. Es el medio que parte de lo invisible, por cuanto el oyente no cuenta con el apoyo visual para comprender el mensaje; es un medio de comunicación que busca la imagen sonora, la creación de evocaciones en la mente del que escucha, para transmitir una información o mensaje.(www.scoop.it/t/ret-la-comunicacion.com)

En los libros de historia, la comunicación radiofónica tiene su origen en las investigaciones sobre la transmisión a distancia de los sonidos que realizaron numerosos investigadores y científicos a lo largo del siglo XIX. En 1909 la conjunción de dos inventos recientes -el teléfono y la telegrafía sin hilos- dio forma a un único aparato que hizo posible la radiodifusión. En 1920 se instaló la primera estación regular de radio en Estados Unidos, mientras que en España la primera emisora data de 1924 y alcanzó su mayoría de edad en la década 1931-40, años gloriosos para la radio. Mejoras posteriores, como la modulación de frecuencia (FM), el magnetófono, la estereofonía y los transistores aumentaron su calidad y ligereza y, por tanto, su extensión. La radio del futuro centra su esfuerzo en mejorar la calidad del sonido, mediante el uso de la tecnología digital y en lograr un mayor alcance a través de Internet.

Varias prácticas profesionales que se generan alrededor de ese medio nos hacen reconocer que existen diferentes modos de pensar la radio. Diferentes miradas que, obviamente, no son casuales, sino que se

derivan o son resultado de diferentes concepciones acerca de la comunicación radial y de los medios masivos.

Por lo general se puede distinguir entre las diferentes finalidades ideológicas o institucionales que determinan modos de gestión y producción radiofónica diferentes y hasta contrapuestos; por ejemplo, se distingue la intencionalidad lucrativa de la educativa, de la propagandística y, en consecuencia, se habla de radios comerciales, culturales (sean estatales o privadas) y populares.

También se identifican algunas finalidades comunicativas y se clasifican las propuestas radiofónicas en función de sus contenidos predominantes; se trata de emisoras informativas, musicales y de entretenimiento.

En la radio, los mensajes mal difundidos son una realidad que afecta a la sociedad y que genera diversos problemas, como desintegración, conflictos y desconfianza. Si se emplean los géneros periodísticos en los programas de información o noticiosos, habrá una tendencia a descubrir que la comunicación radial es capaz de obtener sus metas propuestas, para lograr una información confiable.

La presente investigación tomó como referencia diversas teorías, en las que se enfoca el aprendizaje de géneros periodísticos para ser utilizados en la radio informativa, la entrevista, la noticia y el comentario, de manera que sirvan al periodista como una estrategia profesional en su diario vivir.

2.1.- La comunicación social.

Según <http://disenosocial.org>, desde una perspectiva académica, se entiende a la Comunicación Social como “la disciplina que estudia las

relaciones entre los cambios sociales y los cambios comunicativos”. Esta definición integra una infinidad de actividades y mundos de conocimiento, como por ejemplo, el Diseño Social.

La Comunicación Social no sólo tiene que ver con la elaboración de mensajes o del formato de la comunicación, sino que también se interesa por el uso de las herramientas de comunicación como fórmula de empoderamiento.



La relación entre Comunicación y Cambio Social es bidireccional, en la que tanto la comunicación afecta a la sociedad, como la sociedad a la comunicación, por lo que no se plantearía una visión reduccionista del cambio social.

Se ha elegido las palabras “Cambio Social” porque no están cargadas de significado moral. El cambio social puede ser hacia la opresión de los individuos o hacia la autonomía de estos. La moral aparece cuando se decide en qué dirección de cambio social se quiere trabajar. El compromiso con una de estas dos direcciones implicará, por tanto, no sólo una elección epistemológica, sino también de modo de vida.

Quizás esta diferenciación no sea muy clara pero, por suerte, y esto representa una de las principales características de la Comunicación Social, esta disciplina tiene una vertiente aplicada: se obtienen datos de la práctica para la investigación; pero, además, se traspasan los conocimientos académicos a la práctica. Destacamos tres iniciativas que persiguen el cambio social a través del uso de herramientas de comunicación: radios comunitarias, alfabetización mediática y periodismo ciudadano.

Antonio Pasquali, en su libro "Comunicación y Cultura de Masas", expresa: "La comunicación ocurre cuando hay "interacción recíproca entre los dos polos de la estructura relacional (Transmisor-Receptor), realizando la "ley de bivalencia", en la que todo transmisor puede ser receptor, todo receptor puede ser transmisor".

"Es la correspondencia de mensajes con posibilidad de retorno mecánico entre polos igualmente dotados del máximo coeficiente de comunicabilidad", dice Pasquali.

Los únicos entes capaces de presentar comportamientos comunicacionales y sociales, de transmitir y recibir intelectual y sensorialmente son los seres racionales (los seres humanos), los cuales poseen lo que Pasquali denominó el "con-saber" de la conciencia de la co-presencia de ambos para que se dé la comunicación, que interactúan simétricamente y tratan de acondicionar la voluntad de entendimiento mutuo, es lo que se denomina diálogo.

Expresa que "No hay comunicación ni relaciones dialécticas de otro tipo con la naturaleza y la materia bruta".

En este caso sólo existe una "relación monovalente" o una "relación de información", donde los mensajes emitidos no tendrían retorno

mecánico, porque los participantes presentan un bajo coeficiente de comunicabilidad.

2.2.- Teoría de comunicación radiofónica.

Según Frank Dance: La Comunicación radiofónica es el "estudio de la teoría y principios... del origen, emisión, recepción e interpretación de mensajes..." independientemente de la cantidad y de la calidad de mensajes emitidos.

En su concepto más amplio, "comunicación es la elicitación de una respuesta"; si se toma en cuenta que la elicitación sugiere que el ser que inicia la comunicación tenga un objetivo determinado (conducta o respuesta realizada conscientemente) del porqué ejecuta tal acción. Esta expresión es genérica, no especifica quién o quiénes son los seres ejecutantes". No establece ninguna relación entre la comunicación implicada en la interacción de materia animada o inanimada o entre animales y seres humanos."

a.- Fuente: Es el lugar de donde emana la información, los datos, el contenido que se enviará; en conclusión: de donde nace el mensaje primario.

b.- Emisor o codificador: Es el punto (persona, organización) que elige y selecciona los signos adecuados para transmitir su mensaje; es decir, los codifica para poder enviarlos de manera entendible -siempre que se maneje el mismo código entre el emisor y el receptor- al receptor. No existe un iniciador en el proceso comunicativo, a lo sumo existe una instancia primaria de emisión verbal -que se confunde con el que "habló primero"- pero la comunicación debe ser entendida como un proceso dinámico y circular, sin principio ni fin. Se puede iniciar el acto comunicativo si se pregunta la hora a alguien; pero, inevitablemente, la

comunicación comenzó mucho antes, al ver a la persona, al acercarse prudentemente a la distancia mínima -Prosémica- de dos personas desconocidas, al mirar a la persona a los ojos o al insinuar que se quiere hablar. Como se puede ver, la comunicación no se limita al habla o a la escritura, es un complejo proceso interminable de interacción mutua.

c.- Receptor o decodificador: Es el punto (persona, organización) al que se destina el mensaje. Realiza un proceso inverso al del emisor, debido a que en él está el descifrar e interpretar lo que el emisor quiere dar a conocer. Existen dos tipos de receptor: el pasivo, que es el que sólo recibe el mensaje, y el activo o perceptor, que es la persona que no sólo recibe el mensaje sino que lo percibe, lo almacena, e incluso da una respuesta e intercambia los roles.

En este caso, un receptor o perceptor se transforma en emisor al producir y codificar un nuevo mensaje, para ser enviado al ente emisor, ahora devenido en receptor. Es donde se produce el feed-back o retroalimentación y es lo que comúnmente sucede en cualquier comunicación interpersonal.

d.- Código: Es el conjunto de reglas propias de cada sistema de signos y símbolos de un lenguaje que el emisor utilizará para transmitir su mensaje, para combinarlas de manera arbitraria y socialmente convenida, por cuanto debe estar codificado de una manera adecuada para que el receptor pueda captarlo. Ejemplos claros son: el código que utilizan los marinos para poder comunicarse, la gramática de algún idioma, los algoritmos en la informática. Todo lo que nos rodea son signos codificados.

e.- Mensaje: Es el contenido de la información (contenido enviado); el conjunto de ideas, sentimientos, acontecimientos expresados por el emisor y que desea transmitir al receptor, para que sean captados de la

manera que desea el primero. El mensaje es la información debidamente codificada.

f.- Canal: Es por donde se transmite la información-comunicación y se establece una conexión entre el emisor y el receptor. Mejor conocido como el soporte material o espacial por el que circula el mensaje. Ejemplos: el aire, en el caso de la voz; el hilo telefónico, en el caso de una conversación telefónica. Cuando la comunicación es interpersonal -entre personas y sin ningún medio electrónico de por medio, como una conversación cara a cara (de ahí "interpersonal")- se le denomina Canal.

g.- Referente: Realidad que es percibida gracias al mensaje. Comprende todo aquello que es descrito por el mensaje.

h.- Situación: Es el tiempo y el lugar en que se realiza el acto comunicativo.

i.- Interferencia, barrera o ruido: Cualquier perturbación que sufre la señal en el proceso comunicativo; se puede dar en cualquiera de sus elementos. Son las distorsiones del sonido en la conversación o la distorsión de la imagen de la televisión, la alteración de la escritura en un viaje, la afonía del hablante, la sordera del oyente, la ortografía defectuosa, la distracción del receptor, el alumno que no atiende, aunque esté en silencio. También suele llamarse ruido.

j.- Retroalimentación o realimentación (mensaje de retorno): Es la condición necesaria para la interactividad del proceso comunicativo. Siempre y cuando se reciba una respuesta (actitud, conducta) sea deseada o no.

Se logra la interacción entre el emisor y el receptor. Puede ser positiva (cuando fomenta la comunicación) o negativa (cuando se busca cambiar el tema o terminar la comunicación). Si no hay realimentación, entonces sólo hay información, más no comunicación.

2.3.- La Radio en el mundo.

(Romo Gil, 1987). “La radio es un medio de comunicación que se basa en el envío de señales de audio a través de ondas; si bien el término se usa también para otras formas de envío de audio a distancia, como la radio por Internet.”

“La radiocomunicación es la tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación (de su frecuencia o amplitud) de ondas electromagnéticas. Estas ondas no requieren un medio físico de transporte, por lo que pueden propagarse a través del vacío.”

“Una onda de radio se origina cuando una partícula cargada (por ejemplo, un electrón) se excita a una frecuencia situada en la zona de radiofrecuencia (RF) del espectro electromagnético. Cuando la onda de radio actúa sobre un conductor eléctrico (la antena), induce en un movimiento de la carga eléctrica (corriente eléctrica) que puede ser transformado en señales de audio u otro tipo de señales portadoras de información.”

2.4.- La importancia de la radio

Garza, R. (2008). La radio del siglo XXI. México: LIBROS PARA TODOS, S.A. de C.V, explica:“Todo proceso comunicativo comienza cuando el individuo ya ha desarrollado sus facultades cognitivas para poder relacionarse con el medio que los rodea y poder dirigir sus acciones en forma voluntaria, lo que se ve reforzado con la aprehensión del lenguaje y su constante perfeccionamiento incorporándose nuevos vocablos y conceptos, asociándose los símbolos e imágenes con sus respectivos significados.

En este proceso comunicativo tenemos, por un lado, al emisor como productor del mensaje, la esencia o el contenido de lo que quiere transmitirse y, por otro lado, un receptor que recibe los respectivos

estímulos y realiza una acción o respuesta acorde a lo que ha captado o percibido.

Este mensaje se difunde a través de distintos medios o canales, que pueden ser el aire o el ambiente donde dos personas mantengan una comunicación oral, como también cualquier papel o soporte donde se lleve a cabo una comunicación escrita. Con la ayuda de una tecnología que tiene varias décadas de aplicación también tenemos la comunicación por radio.

La utilización de un receptor de radio está fundamentada en un dispositivo electrónico que se encarga de captar a través de un complejo circuito que tiene, como parte fundamental, un condensador electromagnético que se encarga de captar las diferentes ondas de radio (una forma de radiación electromagnética que es emitida desde una fuente) cuya capacidad de ajusta con una perilla generalmente asociada a lo que conocemos como dial y posteriormente amplificadas hacia un altavoz de electroimán.

Una de las funcionalidades para las cuales se ha adaptado esta tecnología es la conocida como radiocomunicaciones, que se emplea con un receptor portátil conectado a través de distintos canales de radio con una fuente emisora, o bien que tenga un condensador que no pueda ser ajustado y es utilizado cuando las comunicaciones se ven bloqueadas (el caso más conocido es el del conflicto bélico). También existe la radio portátil que capta las distintas fuentes conocidas como estaciones, donde se encuentra programación variada.

Actualmente se puede disfrutar de la radio desde el teléfono móvil (aunque la mayoría no permite captar estaciones AM) mientras que en los últimos años se ha popularizado el concepto de radio en línea, que si bien no utiliza la misma tecnología y forma de difusión (ya

que se accede mediante una conexión a internet), mantiene el espíritu y formato de la misma.

2.5.-Educomunicación

Para Paulo Freire, “La Educomunicación es un campo de estudios interdisciplinar y transdisciplinar que aborda, al mismo tiempo, las dimensiones teórico-prácticas de dos disciplinas históricamente separadas: la educación y la comunicación. Ha sido reconocido por la UNESCO en 1979 como “educación en materia de comunicación” incluye “todas las formas de estudiar, aprender y enseñar”, en el contexto de la utilización de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas científicas.

Estudiosos de este fenómeno y a la vez proceso convergente entre la educación (como proceso de difusión del conocimiento) y la comunicación (también proceso de difusión del conocimiento) se limitan a reconocer su trabajo en el ámbito de la comunicología.

Quien sustentaba una corriente de pensamiento dialógico donde incluyó la convergencia de la educación y la comunicación, identificándolos como dos procesos que forman parte de un mismo fenómeno. Por educomunicación se entiende un nuevo campo de intervención cultural y social autónomo, cuyo núcleo constitutivo es la relación transversal entre educación y comunicación. Es un campo nunca definido, sino en permanente construcción, en cuanto influenciado por el continuo proceso de cambio social e innovación tecnológica.

El término educomunicación se emplea para expresar varios conceptos, cada uno con su matriz propia: educación a la comunicación, educación para la comunicación, educación en la comunicación.

Se funda en la convicción de que la persona humana es un ser en relación y en la constatación de que hoy, en el campo educativo, estamos ante la existencia de un nuevo sujeto, con una nueva percepción del espacio, del tiempo y de la acción. La comunicación se entiende así como un componente del proceso educativo, una modalidad de diálogo, una forma de relación estratégica que se establece entre la educación y la misma comunicación.

La educomunicación está presente en la nueva era de los procesos de enseñanza-aprendizaje. Se pretende una adquisición del conocimiento a través de un proceso crítico-reflexivo, que favorezca la capacitación de la persona mediante el desarrollo de su creatividad y la comprensión de la producción social de comunicación. De esta manera es posible saber cómo funcionan las estructuras, cuáles son sus técnicas y los elementos expresivos que los medios manejan para poder entender los mensajes de forma crítica.

2.6.- Géneros periodísticos en la radio.

(Para María Julia Sierra, Géneros periodísticos). “El género periodístico se puede definir en función del papel que juega el narrador o emisor del mensaje en relación con la realidad observada”.

La noticia pertenece al género periodístico de información por excelencia y el artículo de opinión es el más abierto a la subjetividad.

Para algunos autores, son estrategias comunicativas que se organizan y se hacen reconocibles tanto para el emisor como para el destinatario. Los textos que pertenecen al género periodístico informan a una gran cantidad de lectores sobre sucesos de actualidad. Predominan, en ellos, la función referencial o informativa del lenguaje y el estilo formal. En este tipo de texto se privilegia el hecho.

El periodismo es un método de interpretación de la realidad. Para hacer esta interpretación y transmitirla al público se necesitan una serie de filtros, unas fórmulas de redacción, que es lo que llamamos géneros periodísticos.

Algunos teóricos de la comunicación definen los géneros periodísticos como formas de comunicación culturalmente establecidas y reconocidas en una sociedad, un sistema de reglas a las cuales se hace referencia para realizar los procesos comunicativos. Otros autores ven los géneros periodísticos como categorías básicas que construyen la realidad; se diferencian entre sí con el fin de recoger la complejidad de lo que pasa y exponerla a los lectores.

a.- Clasificaciones.- Las diversas clasificaciones varían según los diferentes autores y corrientes. Según la tipología anglosajona, basada en la frase "los hechos son sagrados, las ideas libres", se conocen dos tipos de géneros: los que dan a conocer hechos, como la noticia, el reportaje y la crónica (aunque la crónica normalmente mezcla géneros informativos y de opinión), y los que dan a conocer ideas, principalmente el editorial y el artículo de opinión. Según las tipologías latinas, se distinguen cuatro grandes géneros: información, reportaje, crónica y artículo o comentario. Otras clasificaciones distinguen entre:

b.- Noticia radiofónica: Es el género periodístico por excelencia y la base de todos los demás; en ella se informa con el menor número de palabras posibles, de lo fundamental de un hecho o situación.

2.7.- El periodismo en la radio.

(Para Lic. Pablo Daniel Ramos Marzo 2005, El Periodismo en la Radio).
“El reto actual de la radio es hacer frente al nuevo entorno multimediativo, como tuvo que hacerlo cuando apareció la televisión. Por la década del

'50 la radio consiguió transformarse y reconvertirse desde sus cualidades técnicas y creativas. La radio entra en una situación de nuevas concurrencias tanto con funcionamiento de complementariedad, como de competitividad y, en consecuencia, tiene que afrontar una reorganización que a su vez genera nuevas interrelaciones. La lucha se plantea hacia dentro del escenario radiofónico, pero también y sobre todo en relación con su entorno exterior, socio-político-económico y comunicativo.

Las transformaciones en el interior radiofónico incluyen: la multiplicación de emisoras públicas, privadas y comunitarias; locales, nacionales, internacionales; la reorganización en grandes cadenas con combinación de programaciones centralizadas y desconexiones con programas locales; el incremento de la oferta de programaciones de contenidos especializados, con atención a la demanda de diversos sectores de una audiencia cada vez más fragmentada; la integración de la radio en grupos de multimedios con intereses en variados ámbitos de la producción económica.

Tecnológicamente, la radio se enriqueció y buscó nuevos enfoques, con la incorporación de las múltiples posibilidades del teléfono y la computadora.

La informática está integrada al proceso de producción radiofónica en diferentes momentos, desde la preproducción hasta la difusión. Atraviesa todas las demás técnicas y digitaliza los procesos y tratamientos de las señales informativas.

Los cambios en las telecomunicaciones implican la utilización de los satélites, nuevos equipos de recepción, mayor rapidez en los flujos informativos desde las agencias noticiosas, nuevas formas de almacenamiento de archivos sonoros, perfeccionamiento en la calidad del sonido, nuevas capacidades de montaje y edición.

“La radio anuncia, la televisión muestra y el diario analiza”, puede ser una fórmula que a grandes rasgos exponga la división del trabajo informativo entre los medios de comunicación tradicionales.

En este nuevo escenario de las comunicaciones, la radio es el medio de mayor atractivo para la audiencia. La tendencia se intensifica hacia el sistema móvil, itinerante que, en lugar de permanecer fija en un puesto de observación, busca y sigue físicamente el desarrollo de los sucesos. De este modo, la radio adelanta con mucho a los demás medios informativos en dar con el punto de interés de la noticia y ofrecerla actualizada, segundo a segundo, con un suspenso narrativo, originando una radio más viva.

La actualidad alcanza un valor superlativo. La radio explota al máximo su capacidad de comunicar desde el “aquí y ahora”; es decir, desde un lugar próximo y cercano, desde un tiempo instantáneo y simultáneo a la realidad del oyente. Estas son las principales características que asume el periodismo en este medio, en sus diferentes ámbitos y en sus diversos estilos.

Dentro del periodismo radiofónico podemos distinguir tres géneros:

- a) Informativo
- b) Interpretativo
- c) Opinión

Establecemos esta clasificación desde una consideración conceptual, pero también desde lo formal.

a.- El periodismo informativo. Está principalmente relacionado con la noticia, pretende exponer solamente informaciones y datos que ayuden a exponer un hecho determinado. El procedimiento de predicación utilizado es el descriptivo; es decir que lo que debemos hacer para comunicar un

acontecimiento es describirlo de la forma más objetiva posible. El boletín horario es el principal formato.

b.-El periodismo interpretativo. Está basado en el análisis metódico de la realidad. Busca extraer las significaciones más relevantes de una información. Da un tratamiento a la información a través de una técnica que incluye el análisis, la crítica y la contextualización. Como formato preponderante del periodismo de interpretación destaca el comentario de actualidad.

c.- El periodismo de opinión. Genera evaluaciones sobre los hechos. Los juicios valorativos que se desprenden de las opiniones, sean personales o editoriales (del medio o del programa), están sustentados en datos analizados metódicamente y en un procedimiento de predicación de naturaleza argumentativa. El formato más adecuado para la opinión seria y comprometida en radio es el documental.

2.8.- Formatos periodísticos en radio

Para el Lic. Pablo Daniel Ramos (Marzo 2005, El periodismo en la radio) “Podemos entender a los formatos radiofónicos como estructuras que guían el proceso de producir contenidos periodísticos para un programa o una programación. Es decir, que son formas preestablecidas para expresar informaciones, análisis y opiniones.

Y al igual que los géneros funcionan como códigos culturales que ayudan al entendimiento entre emisores y receptores, sirven para codificar y decodificar los mensajes de los medios masivos de difusión.

Estas no son todas las estructuras posibles y no son formatos cerrados e inviolables. No se formulan propuestas rígidas, porque se cree que los formatos deben estar a disposición del periodista, deben ser útiles a sus

objetivos, adecuarse al perfil de la audiencia con la que se pretende comunicar y ajustarse a las condiciones de producción de la emisora. Por lo tanto, deben poder fundirse y dar lugar a nuevos productos que sean útiles a los requerimientos.

Para proyectar un programa de radio se puede partir:

a) De los contenidos concretos que se van a comunicar y sobre la temática definida que prevé abordar. A partir de allí se define la estructura radiofónica más adecuada para transmitir los contenidos y determinar el formato. Por ejemplo, es el aniversario de un club local y se planifica hacer unas efemérides sobre la fecha; para ello, se hacen una serie de entrevistas a miembros históricos de la institución.

b) De una estructura previamente determinada. En este caso se decide hacer un documental radiofónico y luego se busca la temática y los contenidos adecuados para la propuesta. Por ejemplo, se elige hacer un documental sobre la relación entre el turismo y el rally en Ibarra.

Pero cualquiera sea el punto de partida, se requiere conocer y dominar bien los distintos formatos radiofónicos, para poder elegir el más útil al proyecto.

Para Kaplún, Mario (Producción de programas de radio, Ecuador, Colección Intiyán, CIESPAL, 1978) Los formatos radiofónicos son:

2.8.1.- Noticia: Es la información clara y precisa sobre hechos y acontecimientos, actuales y de interés público.

En la radio, como en otros medios, se responde a las cinco preguntas: ¿qué?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿quién? y ¿cómo? (con esta última aparece la interpretación-subjetividad). La particularidad es que en radio hay

INSTANTANEIDAD, lo que hace que no siempre se contesten las cinco preguntas por falta de tiempo y, a veces, se dan menos respuestas a las preguntas.

b.- Flash: La radio trabaja con la urgencia de la instantaneidad entre lo que sucede y la producción periodística, por lo cual toda programación puede ser interrumpida en función de un hecho relevante de último momento.

Es la noticia en crudo, lanzada al aire tan pronto como sea posible. En consecuencia, el flash informativo siempre interrumpe la programación. Es un formato simple, breve y contundente. No hay lugar para el comentario o la narración. Es un adelanto, un anticipo de la información inmediata, que después se desarrollará con más tiempo. Muchas veces se redacta sobre datos posibles y no absolutamente confirmados y, por lo tanto, se deben emplear verbos condicionales. (“La nadadora Mishelle Tixe no viajaría al torneo mundial que se llevará a cabo en España, por no tener asegurado los pasajes”).

c.- Boletín horario: Es el resumen periódico de las últimas y más importantes noticias. Es una pequeña síntesis informativa que no excede los 2 o 5 minutos de lectura. Salen al aire con absoluta puntualidad, generalmente cada media o una hora. Las noticias van ordenadas, según el orden de importancia que estipulen los criterios periodísticos de la emisora. Suelen contar únicamente con información leída, pero no se descarta la posibilidad de incluir una pequeña parte de una entrevista o la crónica de un corresponsal. Los títulos del boletín son cortos y contundentes. Se utilizan separadores para cambiar de ámbitos (local, nacional, internacional). Habitualmente, también se brinda la información sobre la hora, la temperatura y la humedad.

d.- Panorama informativo: Es también un resumen informativo, pero más completo que el boletín. Actualiza la información de toda la jornada.

Su duración es, aproximadamente, de media a dos horas y sale periódicamente en horarios picos (primera mañana, mediodía, tarde y noche). Utiliza secciones de la prensa gráfica: Política, Economía, Deportes, Espectáculos. Dentro de este formato se incluyen otras estructuras radiofónicas: columnas, comentarios, análisis, entrevistas, informes, lectura de noticias, cronistas, móviles, corresponsales acreditados, eventuales o enviados especiales.

e.- Sumario o anticipo informativo: Se dedica a anunciar los temas que se desarrollarán en el boletín horario o en el panorama informativo. Puede reiterarse en varios momentos del programa.

2.8.2.- Crónica: Es un relato cronológico de un hecho o una serie de acontecimientos. En radio se privilegia el relato en el momento y desde el lugar en que los hechos ocurren, con los sonidos originales, las voces en directo de los protagonistas y testigos, para generar un efecto de objetividad y verdad.

Por lo tanto, es un relato inmediato y contemporáneo, tiene un orden cronológico, donde los hechos se describen a medida que y en el orden en que suceden y se emite en tiempo presente.

Tiene elementos puramente informativos e interpretaciones y evaluaciones que realiza el cronista desde su observatorio personal. La crónica permite un vocabulario más rico que la noticia y la inclusión de detalles.

Es frecuente que, en el marco del relato de sucesos, el cronista se detenga a describir seres y lugares. En la descripción de climas y personajes el tiempo se detiene y la mirada va cayendo (abundan los verbos de percepción) en la yuxtaposición de los elementos que constituyen el escenario. También puede incluir diálogos, con algún

protagonista o testigo de los hechos, que refuerzan el sentido de estar allí, en el lugar de los hechos, testimoniando fielmente.

La crónica radial cuenta con:

- 1) Segmentos narrativos
- 2) Segmentos descriptivos
- 3) Segmentos de diálogos
- 4) Segmentos de comentarios

El cronista debe marcar las transiciones de un segmento a otro. Se puede tomar como un caso clásico dentro de la crónica deportiva el relato en vivo de un partido de fútbol. En esas transmisiones en vivo la crónica de lo que sucede incluye la narración cronológica de las jugadas, la descripción del clima que se vive en las tribunas, pequeños diálogos en el entretiempo con espectadores o jugadores y comentarios que evalúan el desempeño de los equipos. Como transiciones de un segmento a otro, aparecen las tandas, los copetes artísticos y, principalmente, el locutor en su relato puede utilizar la entonación, el volumen de la voz, el ritmo de la frase; por ejemplo, a medida que se acerca la posibilidad de un gol el relato se acelera y el volumen aumenta.

2.8.3.- Entrevista: es uno de los formatos más utilizados en la radio, al punto que existen programas dedicados únicamente a esta modalidad periodística.

Además, es un procedimiento habitual para la búsqueda y ampliación de la información. Como instrumento de investigación periodística cumple el papel fundamental de difundir directamente las ideas de aquellos que

son significativamente importantes, porque los entrevistados son, generalmente, personas con un rol social destacado. La excepción se da cuando una persona anónima llega a tener un lugar en los medios, porque participó excepcionalmente de un suceso de interés público.

Es un estilo de comunicación personalizada, cara a cara. La base de la entrevista es la conversación, donde están institucionalizados los roles y competencias. El entrevistador pregunta y el entrevistado responde. Es de carácter pública, porque es de interés para una audiencia y por ello alcanza difusión masiva.

La entrevista es un diálogo de dos (por lo menos), con un tercero incluido (el oyente). Este formato, de naturaleza dialógica, pone al aire temas y personas de interés para las audiencias.

La tarea del periodista es hacer hablar preguntando. De alguna forma es una captura del otro, de su tiempo, de su cuerpo, de su habla, porque intenta controlar u orientar la respuesta del otro. De acuerdo a como ese establece esa relación de diálogo institucionalizado, tendremos entrevistas con mayor nivel de cooperación o conflictivas.

La entrevista radiofónica tiene la ventaja de exponer la voz presente del entrevistado y generar así cierto goce y credibilidad en la audiencia.

Existen varios tipos de entrevista:

- **De actualidad:** El detonante de la conversación es la búsqueda de una noticia o la ampliación de una información que ya se conoce. Se entrevista a personas que intervienen significativamente en un acontecimiento, como protagonistas, expertos o testigos; es decir, a todos los que pueden contribuir a esclarecer alguna de las preguntas que conlleva la noticia: ¿quién?, ¿qué?, ¿dónde?, ¿cuándo?, ¿cómo? y ¿por qué?

- **De Opinión:** En este caso se solicitan opiniones, puntos de vista, posicionamientos, juicios y valoraciones a personas que pueden aportar significativamente a la interpretación y análisis de un hecho o que sean representantes de un grupo social, para conocer ciertos aspectos de la opinión pública. Habitualmente encontramos en la radio entrevistas a especialistas en una temática o también a personas comunes para que opinen de un tema.
- **De Personalidad:** El principal factor de interés es el entrevistado. Se puede indagar su personalidad mediante el ejercicio de pintar un retrato sonoro, relatar parte de su vida, establecer un perfil psicológico. Se puede optar por una conversación distendida, sin un cuestionario rígido, donde el interés de la charla marca el rumbo y el ritmo de la entrevista o por un interrogatorio de preguntas y respuestas breves. En todos los casos es importante crear un clima de confianza con el interlocutor.

Para realizar la entrevista hay que tomar en cuenta los pasos fundamentales:

- **Preparación:** En primer lugar hay que seleccionar al entrevistado: por su posicionamiento político, cargo o función, personalidad o según pueda brindar testimonios circunstanciales.

Muchas veces la entrevista también puede darse de manera espontánea. Un momento importante de la planificación es el diálogo preliminar, donde se pacta la modalidad de la entrevista, la hora, el lugar y donde el entrevistado puede imponer algunas condiciones, que se pueden aceptar o no, pero que se deben respetar.

Es necesario documentarse e informarse sobre el entrevistado y el tema, para evitar preguntas vacías o erróneas.

Una adecuada producción servirá de base para preparar un cuestionario guía o temático, que deberá ser flexible para que se pueda modificar, según se desarrolle el diálogo.

- **Conversación:** Es la instancia más rica en el intercambio. Siempre hay que tener en cuenta que lo que importa en una entrevista es lo que dice el entrevistado, no el entrevistador.

La tarea del periodista consiste en recabar información, provocar manifestaciones interesantes y orientar las declaraciones del interlocutor. Como se expuso anteriormente, la entrevista periodística está pensada para terceros, para los oyentes, lo que hace que el entrevistador deba aclarar o pedir la clarificación de una idea, profundizar algún aspecto y abordar algún tema que se dejó de lado. Sucesión de preguntas y respuestas.

Pero en la entrevista entran en juego otros factores que son parte de la situación comunicativa. El prestigio y el status social del entrevistado siempre condicionarán el diálogo.

El escenario donde se concreta la conversación: si es en directo, las características del estudio; los ruidos y la calidad sonora en el caso de que se haga fuera del estudio, desde un móvil, en la calle, en el estadio y si se realiza telefónicamente el diálogo siempre pierde calidez y confidencialidad, pero soluciona urgencias de la producción. De acuerdo a la situación en que se concreta la entrevista podrá ser más cooperativa o más conflictiva.

- **Edición:** Las entrevistas que no se emiten en directo permiten el trabajo de montaje sonoro. Este es un momento creativo. A través de una selección, recorte, secuencia e intercalado se rearma la conversación. Además, se pueden agregar otros recursos sonoros que aporten información o sugieran sensaciones.

La edición tiene límites éticos, ya que el periodista no puede manipular los testimonios sonoros para falsear los significados o descontextualizar las declaraciones.

En cuanto a la grabación, hay que ser muy cuidadoso con la calidad sonora que pueda lograrse. Revisar el estado óptimo del aparato, de las pilas, elegir un lugar sin demasiados ruidos, ubicar el micrófono a una distancia adecuada, no pisar las palabras del entrevistado, dejando una breve pausa entre pregunta y respuesta para facilitar la edición posterior.

2.8.4.- Comentario: Involucra un análisis del hecho que se comenta. Procura no sólo dar información, sino también orientar al oyente hacia una determinada interpretación de lo sucedido. Aprueba o condena, aplaude o censura.

Para comentar hay que conocer y exponer los antecedentes, situar el hecho dentro de un contexto social e histórico y establecer las posibles consecuencias.

El comentario permite una alta dosis de creatividad, de subjetividad y un variado tratamiento estilístico. Se lo puede estructurar en el siguiente orden:

- 1) Introducción: hay que presentar el tema de manera cautivante.
- 2) Desarrollo: debe incluir diferentes momentos, elementos expositivos, narrativos, interpretativos, conclusiones, variando los picos de tensión y distensión, entre los datos de interés, los elementos de juicio, las anécdotas, etc.
- 3) Cierre: puede ser conclusivo o tan sólo plantear un interrogante que

estimule la participación del oyente, pero siempre debe ser convincente y contundente.

El comentario radiofónico exige elocuencia, es decir, riqueza y fuerza comunicativa, que siempre es directamente proporcional al conocimiento del tema de que se habla, a la ausencia de prejuicios, a la independencia de criterios, al espíritu crítico, a la sinceridad y claridad explicativa del planteamiento.

2.8.5.- Editorial: Es la opinión del medio o del programa sobre un tema o suceso. Recuerda la noticia para luego dar la opinión.

Tiene un lenguaje formal y una estructura argumentativa. EL discurso argumentativo contiene una serie de estrategias, tendientes a modificar el juicio de un auditorio acerca de una situación.

Saber argumentar permite defender las opiniones. Los discursos argumentativos generalmente se organizan en:

a) Introducción: se inicia con la identificación del tema y se toma una posición.

b) Desarrollo: se presentan los diferentes argumentos esgrimidos para justificar las opiniones.

c) Conclusión: se cierra con una reafirmación de la posición adoptada. En cuanto a las estrategias desplegadas fundamentalmente se puede apelar a dos aspectos:

1) A la razón, con predominio de la objetividad: citas de autoridad (un especialista, un personaje famoso), definiciones, ejemplificaciones,

descripciones, comparaciones, analogías, generalizaciones, fuentes de información, testimonios creíbles, pruebas estadísticas, etc.

2) A la sensibilidad, con predominio de la subjetividad: acusaciones a los oponentes, descalificaciones, ironía, advertencias, desmentidas, etc.

Para ejemplificar los discursos de tipo argumentativos, en la radio deportiva se puede pensar en los comentarios o columnas de periodistas especializados, como Víctor Brizuela, Víctor Hugo Morales, Adrián Paenza, Osvaldo Príncipi, Diego Bonadeo y otros comentaristas de diferentes disciplinas deportivas que hacen sus intervenciones al comienzo, al promediar y al finalizar un evento.

2.8.6.- Columna de opinión: Es la opinión de quién habla, se trata generalmente de un periodista especializado en determinada temática o ámbito informativo. Es también de un discurso argumentativo. La firma es la voz que opina y expresa juicios personales. Tiene un lenguaje menos formal que el editorial.

2.8.7.- Documental: Es una forma radial creativa, en la que se trata un tema único, mediante la utilización de una, varias o todas las técnicas radiofónicas, con el énfasis puesto en los acontecimientos reales y la gente que, en lo posible, nos cuente sus propias experiencias.

El documental es una forma de comunicación pública que va más allá de la mera presentación de los hechos compilados. Pero, para esto, debe haber un propósito social en la utilización de la tecnología, a fin de hacer posible el impacto comunicativo. Este valioso formato enuncia cosas, hechos, con un propósito definido. Su meta es iniciar un proceso que culmine en una acción pública destinada a influir, persuadir, modificar juicios, percepciones y valoraciones.

En base a lo expuesto, mediante el documental es posible recrear un acontecimiento histórico, comentar condiciones sociales, presentar la biografía de una persona, ofrecer diferentes opiniones sobre un tema, realizar un recuento desapasionado sobre un tópico.

El documental forma al oyente, porque le muestra determinados aspectos de un acontecer que no eran de su conocimiento. Contiene las tres formas de expresión periodísticas: la información pura, la interpretación y la opinión.

No está regido por la urgencia ni la instantaneidad. Requiere de un trabajo de investigación, es una pieza radiofónica que estudia la realidad desde el mayor número posible de ángulos. Rigurosidad en la investigación y creatividad en la construcción sonora, son dos cualidades esenciales de un documental.

Hay que saber combinar la ética periodística con la estética radiofónica; articular los propósitos intelectuales y emocionales; humanizar las historias y los hechos que relatamos. El documental es un formato apropiado para descubrir, en el juego de la combinación, las posibilidades del lenguaje radiofónico, por una parte, pero también nos permite descubrir la importancia de lo estético en esas combinaciones sonoras. El arte de combinar sonidos para que la comunicación no sólo sea información.

La estructura del documental radiofónico es cerrada. Se organiza en torno a un eje temático. Contiene segmentos narrativos, descriptivos y de opinión.

La riqueza expresiva del documental permite alternar diversos formatos en una sola pieza radiofónica. Al diseñar un documental se debe saber que los monólogos, diálogos, entrevistas, comentarios, crónicas, dramatizaciones, efectos sonoros y música deben combinarse para crear

una pieza radiofónica que sea, al mismo tiempo, profunda y esclarecedora, dinámica y entretenida.

Algunos elementos que pueden ser parte del documental radiofónico:

- Información: datos, noticias, crónicas, informes, documentación.
- Ambiente: espacio físico, formas y aspectos de las cosas, descripción de las personas, el clima, el ambiente sonoro.
- Acción: La narración viva de los hechos, el desarrollo de una historia, la cronología no implica necesariamente un montaje lineal, puede incluir saltos en el tiempo y acciones simultáneas.
- Testimonios: Impresiones de los protagonistas y testigos, declaraciones públicas, entrevistas de opinión, encuestas sobre el tema tratado.
- Ilustraciones: para hacer más ágil y agradable el desarrollo del tema se pueden utilizar: recursos sonoros, artísticos, ráfagas y cortinas musicales, canciones alusivas, efectos sonoros, silencios.

Para lograr comunicar todo esto por medio de sonidos, surge la imprescindible necesidad de editar. Es en la edición donde el documental adquiere su coherencia y define su mensaje, generando en los destinatarios una reflexión y/o un cambio de actitud. El montaje permite una estructura más elaborada y una selección más precisa.

El objetivo del documental es satisfacer una necesidad informativa ampliada y profundizar en las causas y consecuencias, mediante explicaciones, detalles, análisis, relaciones, contextos. Pero también debe agregarse una concepción estética, generar emociones y apelar a la sensibilidad del oyente.

Muchas veces, los periodistas se niegan a formular propuestas rígidas, porque creen que los formatos deben estar a su disposición, ser útiles a sus objetivos, adecuarse al perfil de la audiencia con la que pretenden comunicarse y ajustarse a las condiciones de producción de la emisora en que trabajan.

2.9.- Reglamento de la Ley de Comunicación.

([Http://www.asambleanacional.gob.ec/system/files/ley_organica_comunicacion/](http://www.asambleanacional.gob.ec/system/files/ley_organica_comunicacion/)). Fue aprobado el reglamento para el procesamiento de infracciones administrativas a la Ley de Comunicación, emitido por el Consejo de Regulación, organismo creado por disposición de dicho cuerpo legal y que permitirá al superintendente, Carlos Ochoa, aplicar las sanciones por incumplimiento de la Ley de Comunicación o afectación de los 'derechos a la comunicación'.

La Superintendencia ha recibido, hasta el momento, trece denuncias presentadas por ciudadanos y entidades públicas en contra de medios de comunicación, los cuales ahora podrán ser analizados, emitir o no, dependiendo de los casos, las resoluciones y sanciones respectivas.

El texto de reglamentación ratifica la potestad que tendrá el Superintendente para pedir información a los involucrados en la respectiva investigación y todas sus resoluciones deberán ser acatadas de forma obligatoria, a menos que una resolución judicial las revoque o suspenda definitivamente.

Además, los montos correspondientes a cualquier sanción económica deberán ser depositados en una cuenta a establecer por parte de dicha Superintendencia.

Según el procedimiento establecido, la sustanciación de un reclamo presentado en el organismo de control podrá resolverse en alrededor de

33 días y, para su aplicación, la Superintendencia deberá nominar a sus intendentes generales o autoridades centrales desconcertadas, según Ochoa estos serían siete regionales en el país.

El proceso de investigación para cada denuncia iniciará cuando se califique la misma, cinco días después de su presentación, durante los cuales el organismo de control debe verificar que esta cumpla con los requisitos, como nombres, identificación de la persona a quien va dirigida la denuncia, relato de los hechos y evidencias o pruebas que sustenten el reclamo; de ser necesaria más información, está deberá ser presentada en un plazo de dos días o, de lo contrario, la Superintendencia podrá dar por abandonada la acción y archivar el trámite.

2.10.- Teoría de medios radiales

José María Terrero (2006), en su obra “Teorías de la Comunicación” dice: **“A la hora de opinar sobre los medios hay presupuestos sobre la naturaleza de la persona humana y de la sociedad. También hay implicaciones políticas y económicas. Sus inspiradores han sido pensadores como Platón y Aristóteles. Ellos, en sus discusiones con los sofistas, estaban muy preocupados también con formular una teoría normativa de la comunicación pública, en gran parte como base para la educación de los comunicadores públicos. Sto. Tomás, Hobbes, Kant y Freud también han influido en el nacimiento y desarrollo de las tradiciones normativas”. “Una teoría normativa de sociedad se refiere a cómo deberían actuar los diversos elementos de una sociedad, de acuerdo a la Filosofía y valores de dicha sociedad. Por su parte la teoría normativa de medios indica cómo deberían actuar, si ciertos valores sociales se deben observar u obtener”** (Pág. 141-162).

Rosa María Alfaro (Quito, 2004), en su obra “La interlocución radiofónica” UNDA-AL dice. **“Cuando un medio masivo retrata la**

realidad, también la legítima. La radio legitima realidades, temas, personajes, actores, en el ámbito público. Es decir, quienes salen por la radio adquieren notoriedad, se les conoce públicamente, son valorados y reconocidos como importantes. Pasan de ser sujetos privados a públicos, de personas se convierten en actores sociales”, (pág. 78).

David Ogilvy (2007), en su obra “Mensaje Radiofónico” dice: “La Radio es el Teatro de la Mente”.

“La radio es una tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación de ondas electromagnéticas. Estas ondas no requieren un medio físico de transporte, por lo que pueden propagarse tanto a través del aire como del espacio vacío. El periodista radiofónico debe reunir las exigencias de criterio e intuición. Debe saber buscar, seleccionar, valorar y elaborar información. Además, debe tener unas condiciones básicas para traducir a voz y sonidos los hechos informativos. Tiene que dotarse de elementos de creatividad para integrar en un solo acto comunicativo todos los elementos expresivos de la técnica radiofónica”.

2.11.- Fundamentación Sociológica

El periodismo radiofónico es una forma de comunicación social que permite dar a conocer y analizar los hechos de interés público a través de las ondas. Por tanto, el periodismo de radio exige que la información sea difundida de manera clara y concisa. Para ello, es necesario que el texto esté bien organizado y que facilite una lectura sin tropiezos y fácil de expresar en voz alta. La lectura en radio hace necesaria una redacción cuidada y adecuada a este medio, que debe hacerse de manera sencilla, mediante el uso de palabras y oraciones comprensibles desde el punto de

vista conceptual y fónico. Por otro lado, conviene recurrir a la reiteración de ideas; es decir, dar a conocer un contenido y proceder a su repetición con el objetivo de que la memoria del receptor lo retenga, ya que el mensaje radiofónico es efímero.

En definitiva, el periodismo radiofónico se resume en la siguiente premisa: contar todas las cosas que pasan, en el momento mismo de los hechos, con toda la carga informativa o emotiva y en el menor tiempo posible.

2.12.- Fundamentación Económica

Los medios de comunicación social son una institución característica de la sociedad de clases. De acuerdo a este enfoque, la visión del mundo que estos transmitirán, será acorde a los intereses y a la ideología de la clase dominante. De esta forma, la tendencia ideológica será la de evitar que otras fuerzas puedan crecer y ganar legitimidad, al tiempo que las audiencias recibirán aquello que deseen dentro de los límites marcados, por lo que no puede considerarse peligroso para que continúe el predominio de la clase dominante. Este particular punto de vista transforma al estudio de la comunicación de masas en un trabajo cuyo objeto central es descubrir los complicados mecanismos subyacentes a través de los cuales la sociedad capitalista con toda la producción, la distribución, el consumo y la ideología, sin la necesidad de recurrir al poder coactivo del Estado.

Desde esta perspectiva, se enfatiza la estructura económica por sobre el contenido ideológico de los mensajes. La institución de los medios de comunicación es considerada un parte del sistema económico, aunque estrechamente vinculada al sistema político.

Los medios, bajo la presión de expandir sus mercados e impulsados por los intereses económicos de fondo de los propietarios, generan la necesidad de obtener beneficios a través de su accionar y propician tendencias monopólicas de integración vertical y horizontal.

En consecuencia, se reducen las fuentes independientes y se marginan sectores minoritarios y de bajo nivel adquisitivo.

2.13.- Fundamentación Educativa

Hacer radio no solo es una profesión o un medio de vida. Es un instrumento de educación y cultura popular y una promotora de auténtico desarrollo que puede aportar ante las urgentes necesidades de las masas populares.

Los programas educativos y culturales (términos que deben entenderse como distintos) son considerados generalmente aburridos. Y es que las experiencias radiofónicas en este ámbito se han limitado a programas donde un profesor dicta clases sentado frente a un micrófono y transmite los conceptos básicos de la escuela elemental a un alumno desconocido.

En el caso de los espacios culturales, se considera en este género sólo a los productos para élites selectas, programas de lujo que se oponen a lo popular y, por tanto, se produce un alejamiento de la vida concreta de las personas (no se considera cultural su folklore, costumbres o cualquier otra manifestación popular).

El individuo no solamente se educa durante los años escolares, sino que la educación es una actividad permanente, un proceso que abarca toda clase de situaciones y estímulos.

Esto incluye a los conocimientos formales y los informales, estos últimos captados del medio ambiente, del contexto familiar y social, de los

medios masivos de comunicación, etc., mensajes que constituyen estímulos educativos.

Desde esta perspectiva, resulta inapropiado la separación de los programas radiales en tres categorías que no se relacionan entre sí: informativos, educativo-culturales y de entretenimiento. Todo programa educa de alguna manera, sea este o no su propósito. Se separa, pues, en dos grandes dimensiones: el entretenimiento y la dimensión educativa.

El reto es realizar proyectos radiales que sean educativos, como su objetivo, y capaces de atraer la atención e interés de grandes audiencias populares, a la vez que respondan a sus necesidades. "Educación radiofónica será entendida en un sentido amplio: no sólo las emisiones especializadas que imparten alfabetización y difusión de conocimientos elementales (...), sino también todas aquellas que procuran la transmisión de valores, la promoción humana, el desarrollo integral del hombre y la comunidad; las que se proponen elevar el nivel de conciencia, estimular la reflexión y convertir a cada hombre en agente activo de la transformación de su medio natural, económico y social". (KAPLUN 21)

La radio educativa, en cualquiera de sus formas, ha de orientarse precisamente hacia un objetivo de carácter social y a lo largo de su historia lo ha hecho en tres direcciones diferentes: a) Como apoyo directo a movimientos sociales; b) Como extensión de la instrucción formal y c) Como instrumento para la educación no formal, por medio de las radios populares y comunitarias.

2.14.-Fundamentación Pedagógica

El locutor de radio se caracteriza por una magnífica agilidad mental, ya que en este medio prima el elemento de inmediatez, sin olvidarse de la capacidad de autocontrol en determinadas ocasiones. La polivalencia convierte al periodista de radio en un comunicador de la información que

ejecuta múltiples tareas como redactar, producir, editar, presentar, colaborar con producciones de distintos formatos como informativos, tertulias, debates, entrevistas, directo, indirecto.

La radio es el medio en el que algunos géneros del periodismo clásico alcanzan su máxima expresión. Un ejemplo es la entrevista, el debate y la tertulia. La adaptación de los géneros periodísticos a la radio se caracteriza por la riqueza expresiva y el carácter personal que se incorpora al mensaje transmitido. Las claves para una buena comunicación son contenidos concisos, claros y directos. De esta manera se producirá un mayor efecto de atracción sobre la audiencia.

2.15.-Fundamentacion Histórica

Según los registros históricos, desde 1938 hasta 1985 eran trece radios y un periódico; de 1985 hasta la actualidad existen treinta y siete radios, más seis repetidoras de radios capitalinas, muchas de ellas que alcanzan su señal hasta el vecino país de Colombia. Dos periódicos de circulación regional y un canal de TV con señal abierta. Lo que sucedió en casi cincuenta años, se duplicó en menos de 20 e incluso se proyecta ya a la creación de dos radios más en FM. Situación que es preocupante, porque cada vez no solo se crean medios, sino que existe una masiva presencia de equipos más sofisticados, con un sinnúmero de programas automatizados que producen el reemplazo del elemento humano; esto genera desocupación, limita la creatividad y productividad.

2.15.1.- Ondas AM y FM

En radiocomunicaciones, la frecuencia modulada (FM) es una modulación angular que transmite información a través de una onda portadora que varía su frecuencia (esta contrasta con la amplitud

modulada o modulación de amplitud (AM), en donde la amplitud de la onda es variada mientras que su frecuencia se mantiene constante). En aplicaciones analógicas, la frecuencia instantánea de la señal modulada es proporcional al valor instantáneo de la señal moduladora. Datos digitales pueden ser enviados por el desplazamiento de la onda de frecuencia entre un conjunto de valores discretos, una modulación conocida como FSK.

La frecuencia modulada es usada por la alta fidelidad de la radiodifusión en la música y el habla. El sonido de la televisión analógica también es difundido por medio de FM. Un formulario de banda estrecha se utiliza para comunicaciones de voz en la radio comercial y en las configuraciones de aficionados. El tipo usado en la radiodifusión FM es generalmente llamado amplia-FM o W-FM (de la siglas en inglés "Wide-FM"). En la radio de dos vías, la banda estrecha o N-FM (de la siglas en inglés "Narrow-FM") es utilizada para ahorrar banda estrecha. Además, se utiliza para enviar señales al espacio.

2.15.2- Expectativas por lograr una comunicación radial

La imposibilidad de escuchar noticiarios con preceptos periodísticos fomenta desinterés en la sociedad y crea insatisfacción e incredulidad.

Es frecuente, por ejemplo, el caso de los medios de comunicación donde los periodistas se dedican a leer los periódicos y boletines de prensa que llegan al estudio. Sin tener pleno conocimiento de la realidad existente, sin llegar a la fuente propiamente dicha. La desinformación no debe existir a pesar de la no existencia de géneros periodísticos, para evitar problemas comunicacionales que abarcan indirectamente una necesidad económica, política y social. En este sentido, si se logra tener una ética informativa con representatividad, los noticiarios podrían hacer

un aporte fundamental en la sociedad, con una información confiable y veraz en los radioescuchas.

2.15.3.- Técnicas de manejo de información periodística radial

- Respetar los preceptos de verificación, oportunidad, contextualización y contrastación en la difusión informativa de relevancia pública o interés general.
- Abstenerse de omitir y tergiversar intencionalmente elementos de la información u opiniones difundidas.
- No obtener información o imágenes con métodos ilícitos.
- Evitar un tratamiento sensacionalista de la información, sobre crímenes, accidentes, catástrofes u otros eventos similares.
- Defender y ejercer el derecho a la cláusula de conciencia periodística. Impedir la censura en cualquiera de sus formas, independientemente de quien pretenda realizarla.
- No aceptar presiones externas en el cumplimiento de la labor periodística.
- Ejercer y respetar los derechos a la reserva de fuente y el secreto profesional.
- Abstenerse de usar la condición de periodista o comunicador social para obtener beneficios personales.

- No utilizar en provecho propio información privilegiada, obtenida en forma confidencial en el ejercicio de su función informativa. Respetar los derechos de autor y las normas de citas.

2.16.- Géneros Periodísticos de la comunicación.

2.16.1.-El Reportaje.- Es un género periodístico que consiste en la narración de sucesos o noticias de cualquier tipo, los cuales tienen que ser actuales.

En términos generales, un reportaje es un trabajo documental extenso planificado y su propósito es informar. En este género se explican acontecimientos de interés público, con palabras, imágenes y vídeos, desde una perspectiva actual; se utiliza un lenguaje accesible y popular para un público lo más extenso y diverso posible.

Los reportajes son más largos y completos que el simple desarrollo de las noticias y muchas veces vienen acompañados de entrevistas (a veces desde el propio lugar de los hechos o en algún estudio de grabación).

2.16.2.-La Crónica.- Es un género periodístico que consistente en la recopilación de hechos históricos narrados en orden cronológico. Éstos se narran según el orden temporal en que ocurrieron, a menudo por testigos presenciales o contemporáneos, ya sea en primera o en tercera persona.

En la crónica se utiliza un lenguaje sencillo, directo, muy personal y admite un lenguaje literario, con uso reiterativo de adjetivos para hacer énfasis en las descripciones.

Las crónicas como género periodístico se las clasifica según su contenido. Algunas tienen material más subjetivo y generalmente la voz

autorizada es una persona o ciudadano común; otras usan material más objetivo y la voz autorizada es generalmente la autoridad, un profesional o un conocedor de la materia tratada.

2.16.3.-La Crítica.- Se enmarca dentro del género periodístico de opinión y expresa el criterio que el autor tiene sobre una producción artística o cultural.

Si bien la opinión es lo que importa, cuenta y caracteriza a este tipo de artículo periodístico, también, es preciso que el mismo se acompañe de una ajustada información y descripción acerca del tema criticado.

2.16.4.-El Comentario.- Es una opinión, parecer, juicio o consideración que alguien hace acerca de otra persona o de algo. Dicha mención puede desarrollarse por vía oral o por escrito.

Un comentario, por otra parte, es la explicación de un texto para facilitar su intelección. De este modo, el lector puede entender sencillamente el sentido que encierra la obra en cuestión.

2.16.5.-El Editorial.- Un editorial, por otra parte, es un artículo periodístico no firmado que presenta un análisis y, por lo general, un juicio sobre una noticia de gran relevancia.

Se trata de una nota que refleja la línea ideológica y la postura del medio de comunicación sobre el asunto en cuestión.

2.16.6.-La Entrevista.- Es un diálogo entablado entre dos, tres o

más personas: el entrevistador o entrevistadores que interrogan y el/los entrevistados que contestan.

La palabra *entrevista* deriva del latín y significa "Los que van entre sí". Se trata de una técnica o instrumento empleado para diversos motivos, investigación, medicina, selección de personal. Una entrevista no es casual, sino que es un diálogo interesado, con un acuerdo previo y unos fines y expectativas por ambas partes.

2.16.7.-La Tertulia.-Las reuniones informales y periódicas, donde se congrega gente interesada en un mismo tema para debatir, informarse y compartir opiniones, se conocen como tertulias.

Las tertulias pueden ser de todo tipo: literarias, teatrales, taurinas e incluso de interés general.

Existe una norma implícita a través de la cual se ataca y se desacredita a la persona que falta a una tertulia, lo que permite que ninguno de los asistentes habituales falte a las reuniones y que se comprometa con su pertenencia al grupo.

2.16.8.-El Debate.-El debate suele ser considerado como una técnica o una modalidad de la comunicación oral. Son organizados, cuentan con un moderador y con un público que asiste a las conversaciones. Quienes debaten se encargan de exponer sus argumentos sobre el tema en cuestión.

La forma más habitual del debate es un auditorio con público presente o en un estudio de televisión ante las cámaras (para que el público pueda seguir las acciones desde sus hogares). Gracias al desarrollo de

la tecnología, es posible que se organicen debates a través de Internet, ya sea mediante videoconferencias, chat o foros.

2.17. –Posicionamiento Personal.

Desde nuestro punto de vista, el problema de este proyecto se enmarca en el funcionalismo, ya que los medios de comunicación son uno de los subsistemas que forman la sociedad y el interés que ésta enfoca en comprender qué función cumple en el equilibrio social.

Las necesidades de la sociedad hacen inherente la creación de instituciones, por lo que nacen los medios de comunicación y se convierten en caminos informativos.

Las sociedades humanas tienden al equilibrio. Y dichos problemas aceleran la búsqueda de mejores mecanismos para regular sus conflictos. La evolución radial tiende a generar nuevos métodos periodísticos, al modernizar los contenidos informativos. Así la sociedad no permanece estática, pero tampoco se violenta.

En este enfoque se considera que los medios de comunicación pueden ser estudiados como instituciones, al cumplir una función importante en el mantenimiento del orden social y su proceso de transformación. Cada medio de comunicación tiene sus características propias, mismas que definen las diversas formas en que cada uno de ellos presenta sus mensajes; adentrarnos en el conocimiento de dichas características, nos permite delimitar mejor sus funciones.

También ha permitido comprender el papel que desempeña la industria de la cultura y los medios de comunicación de masas, cuando da a conocer la manera en que los roles y el estatus de las personas y las instituciones resultan afectados por la información y la comunicación.

Asimismo, ha orientado las comunicaciones sociales hacia el cambio o el ajuste a través de distintos programas.

De acuerdo con el funcionalismo, la información tiende a interpretarse como un conjunto de datos que disminuyen la incertidumbre. Los datos son, entonces, una especie de informadores y transformadores del individuo y de la sociedad.

La historia de la comunicación social es la historia del dialogo social. Es una concepción horizontal de la comunicación, según la cual la comunicación favorece el equilibrio social.

Concluida la presente investigación, elaboraremos una guía periodística, para desarrollar y mejorar el proceso de información como herramienta de apoyo y aplicación práctica en los medios de comunicación, para contribuir así a un buen rendimiento radiofónico.

2.18. Glosario de Términos

Apogeo.- Momento o situación de mayor intensidad, grandeza o calidad en un proceso. Punto de la órbita de un cuerpo celeste, de un satélite o de una nave espacial en el que es mayor su distancia con respecto al centro de la órbita, especialmente si el centro es la Tierra.

Comunicación democrática.-Ejercicio de expresión de ideas y opiniones a través de medios, con la participación de todos los integrantes de la comunidad.

Comunicación participativa.- Proceso de relación integral, complejo y activo que se va construyendo con base en consensos, acuerdos y valoraciones, pero también estableciendo disensos y resistencias espontáneas que apuestan al ámbito masivo y a la opinión pública.

Comunicación social.-Es la ciencia, con un campo de estudios multidisciplinarios, donde el desarrollo de la sociedad es lo primordial, porque se busca que las personas y sus organizaciones reflejen efectos de conciencia social.

Comunicación.- Interacción social de forma directa o indirecta de un emisor a un receptor, a través de medios personales o masivos, humanos o mecánicos, mediante un sistema de signos y señales.

Comunicativo.- La comunicación se presenta de infinitas maneras a lo largo de toda nuestra vida. Es la forma de entendernos, tanto al emitir como recibir mensajes, ya sean orales, visuales, escritos, a través de símbolos, sonidos, gestos... etc.

Contextualizar.- Es relacionar al objeto con su espacio; esto puede hacerse en términos formales o conceptuales. Es más fácil de explicar si se entiende qué es descontextualizar. Por ejemplo, los objetos en el surrealismo están sacados de su contexto original para entrar en otros contextos que creen nuevos significados, poéticos o filosóficos. Piensa por ejemplo en Magritte y sus cuadros, donde hay nubes adentro de casas. Las nubes usualmente están en el cielo, pero al descontextualizarlas y meterlas en la sala de la casa generan una imagen nueva de asociación. Por lo que contextualización significa colocar un objeto o imagen artística en un entorno específico relacionado.

Desarrollo comunitario.- Proceso electivo de una comunidad, mediante un conjunto de acciones tendientes a alcanzar la situación deseada, movilizand o una cantidad de recursos humanos, materiales, financieros, organizativos; esto es implementar hábitos de interrelación de actores que tienen que ver con acciones específicas de mutuo apoyo y colaboración, como de presión política para obtener determinados resultados.

Desarrollo local.- Proceso de voluntades determinadas por los actores concentrados en espacios territorial y político específicos, que buscan

conseguir logros: mejorar las condiciones de vida, potencializar la participación de la población y sus instituciones, inclusión de sus capacidades reales.

Desarrollo.- Voluntad de buscar cambios concretos, inclusive en la vida propia, que unan el mundo individual con el colectivo, el objetivo con el subjetivo y el social con el personal.

Emisoras.- Se determina qué emisoras son las más escuchadas (respuesta única) y por qué (respuesta múltiple).

Empírico.- Se designa con el término de empírico a todo aquello propio o relativo al Empirismo. En tanto, por Empirismo se designa a aquel sistema o corriente filosófica.

Escenas.- Cada una de las partes en que se divide el acto de la obra dramática, aquella en que hablan unos mismos personajes. Una de las partes de la división convencional del desarrollo de la acción, en paralelo a la distribución temática, que se da en todos los apartados del relato.

Flujo de información.- Se determinan todos los medios a través de los cuales llegue la información. Pueden ser: teléfono particular o público, servicio de correo o encomienda, medios impresos, televisivos y radiales. Y dentro de esto qué canales diarios son los preferidos, preguntas de respuesta única.

Funcionalismo.- El funcionalismo es una teoría sociológica que pretende explicar los fenómenos sociales por la función que ejercen las instituciones en la sociedad. Si un cambio social particular promueve un equilibrio armonioso, se considera funcional; si rompe el equilibrio, es disfuncional y si no tiene efectos es no funcional.

Glosario.- El glosario es un catálogo de palabras de una misma disciplina o de un campo de estudio que aparecen definidas, explicadas o comentadas.

Guion radiofónico.-Narración argumentada de radio, con diálogos, fondos y efectos musicales y de sonido, en la que aparece situada en la parte hablada en los dos tercios, a la derecha del papel empleado.

Horarios.-Se determina en qué momento del día escuchan la radio mujeres, hombres, jóvenes, adultos y niños. (Respuesta múltiple).

Privilegio.-Etimológicamente ley privada, o sea, no general sino relativa a un individuo específico; es el honor o el permiso para realizar una actividad garantizada por otra persona o gobierno.

Programación.- Se determina qué programas tienen mayor aceptación (respuesta única) y el porqué de la preferencia de este programa.

Radioescuchas.-Personas que reciben las emisiones radiofónicas o radiotelegráficas.

2.19. Subproblemas, Interrogantes, Supuestos Implícitos

- Planificar, elaborar y evaluar programas radiales eficientes, creativos y transformadores de acuerdo con los diferentes contextos comunicacionales.
- Recopilar, administrar y emitir información, considerando el contexto sociocultural y económico de la sociedad a nivel provincial.
- Aplicar creativa y eficientemente géneros y formatos periodísticos en los distintos productos de la comunicación.

2.20. Matriz Categorical

Decisión de Radiodifusión

| CONCEPTO | CATEGORIAS | DIMENSION | INDICADOR |
|---|-------------|--|---|
| Análisis de los contenidos periodísticos radiales en los programas noticiosos que existen en cuatro radios de Imbabura. | Sociológico | Crear spots noticiosos radiales de interés público. | El público que escucha la radio en la ciudad de Ibarra. |
| | Económico | Evitar la manipulación de los medios para que la información sea clara y concisa | Los dueños y directores de los medios radiales. |
| | Educativo | Promocionar un desarrollo educativo dentro de los medios radiales. | Los centros educativos que poseen club de periodismo- |
| | Pedagógico | Crear un método periodístico para la enseñanza a las juventudes. | Maestros encargados de lenguaje y comunicación. |

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de Investigación

¿Es hacer una investigación sobre diferentes aspectos para iniciar la nueva perspectiva de radiodifusión en cuatro medios de comunicación de Ibarra?

La presente investigación no es de carácter experimental, sino investigativo. Se utilizará el método inductivo que lleve a buscar alternativas para el desarrollo comunicacional.

3.1.1 Investigación de Campo

Para tener una información más precisa, se visitará el lugar donde se produce la noticia: los medios de comunicación radiales, donde se buscará la respuesta a dos importantes preguntas relacionadas con los productos de información.

Se emplea, básicamente, la información obtenida a través de las técnicas de observación, entrevista y encuestas. Las técnicas de investigación utilizan sus propios procedimientos e instrumentos para la recolección de datos, junto a los mecanismos de control y validez de la información. Como, por ejemplo, el análisis sistemático en la realidad periodística, ya sea con el propósito de escribirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos,

predecir su ocurrencia, mediante el uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo.

Los datos de interés son recogidos en forma directa de la realidad; en este sentido se trata de una investigación a partir de datos originales o primarios. Para esto contaremos con una entrevista escrita a los directores de cada uno de los medios de comunicación y la colaboración de periodistas y conocedores del tema.

Entrevista basada en:

¿Qué productos comunicacionales son los que se están manejando en la radiodifusión de los cuatro medios mencionados en Ibarra?

¿A dónde se proyectan los productos comunicacionales informativos de los cuatro medios radiales planteados?

3.1.2 Investigación Documental Bibliográfica

Se entiende por Investigación Documental al estudio de problemas con el propósito de ampliar y profundizar el conocimiento de su naturaleza, con apoyo principalmente en trabajos previos, información y datos divulgados por medios impresos, audiovisuales o electrónicos.

La originalidad del estudio se refleja en el enfoque, criterios, conceptualizaciones, reflexiones, conclusiones, recomendaciones y en general en el pensamiento del autor.

Analizar el manual de géneros periodísticos, para conocer si existe la aplicación de los mismos en la información radial de los medios de comunicación en Ibarra.

3.1.3- Proyecto factible

Se entiende por factibilidad que todo aquello que se plantea es realizable, por lo tanto este proyecto de investigación tiene esa característica, pues contará con la colaboración de los dueños, trabajadores de medios y oyentes de las cuatro radios donde se realizará.

En el aspecto técnico se poseerá recursos bibliográficos especializados como, libros, revistas, folletos, Internet y demás materiales requeridos para la investigación de los temas escogidos, mismos que serán financiados por los integrantes de este proyecto de investigación. Por lo tanto, será de gran aporte a toda la sociedad y en especial a los medios de comunicación, personal del mismo, público y a quienes tengan interés en conocer cuál es el efecto de aplicar los géneros periodísticos para una mejor información, con datos objetivos y valiosos para poder entender esta problemática y cómo encontrar alternativas para estimular y desarrollar una noticia concisa y veraz.

3.1.4 Investigación Descriptiva Histórica

A través de una información amplia de la historia de la Radio y de la difusión en nuestra provincia, será posible comparar con las actuales emisoras, para describir y analizar científicamente los hechos y lograr que el pasado nos sirva para comprender, mejorar, superar y proyectarnos hacia la nueva era de la comunicación, con una ética profesional.

3.2 Métodos

3.2.1.- La Medición

La definición clásica de medición fue sugerida por el psicólogo experimental S.S. Stevens (1951) como la asignación de numeral esa

objetos o sucesos, a través de ciertas reglas. Sin embargo, esta definición fue ampliada y considerada como la asignación de valores a resultados, porque cualquier variable, por definición, puede adoptar más de un valor y puede medirse y estos son los valores a interés a examinar como parte del proceso de medición.

3.2.2.-La recolección de información

En toda labor de investigación es preciso recopilar datos acerca de un tema, para luego analizarlos y así poder probar cualquier hipótesis; de lo contrario no será válido ni confiable.

Una vez que se ha llegado a establecer la importancia de una pregunta o interrogante interesante, llega el momento de iniciar el proceso de recopilación de datos, mediante formatos que sirvan para organizar, codificar y analizar.

En el estudio del presente proyecto de investigación se plantea el método hipotético – deductivo.

3.2.3 Inductivo – Deductivo

La deducción sigue pasos sencillos, lógicos y obvios que permiten el descubrimiento de algo que hemos pasado por alto.

La inducción encontramos en aspectos importantes a tener en cuenta para realizar una investigación, como por ejemplo la cantidad de elementos del objeto de estudio, que tanta información podemos extraer de estos elementos, las características comunes entre ellos y, si queremos ser más específicos, como en el caso de la inducción científica,

entonces tomaremos en cuenta las causas y sus caracteres necesarios que se relacionan con el objeto de estudio.

3.3 Métodos técnicas e Instrumentos

En la investigación se emplean diferentes técnicas, entre las cuales constan:

3.3.1. Encuesta

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas, cuyas opiniones interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Ese listado se denomina cuestionario.

Es impersonal, porque el cuestionario no lleva el nombre de la persona que lo responde; no interesan esos datos.

En el presente trabajo se aplicó una encuesta semiestructural, la misma que se ha realizado a 35 personas.

3.3.2. Entrevista

La Entrevista es una técnica para obtener datos que consiste en un diálogo entre dos personas: el entrevistador(investigador)yel entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de éste, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación. La entrevista es una técnica antigua, pues ha sido utilizada desde hace mucho en psicología y, desde su notable desarrollo, en

sociología y en educación. De hecho, en estas ciencias, constituye una técnica indispensable, porque permite obtener datos que de otro modo sería muy difícil conseguir.

En esta investigación se realizó la entrevista a un periodista de radio imbabureño

3.3.3. Cuestionario

Se realizó un cuestionario de 10 preguntas, con relación a los contenidos periodísticos radiofónicos.

3.3.4. Test.

Es una técnica derivada de la entrevista y la encuesta. Tiene como objeto lograr información sobre rasgos definidos de la personalidad, la conducta o determinados comportamientos y características individuales o colectivas de las personas a través de preguntas, actividades, manipulaciones, etc. que son observadas y evaluadas por el investigador. El Test se preparó para comunicadores, dueños de radio y público oyente.

3.4. Población.

Según el censo poblacional del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos):

- Población general en Ibarra: 139721 habitantes.
- El grupo de aplicación fue de 100147 personas, cuyas edades están comprendidas de 15 a 60 años que escuchan radio.

| Hombres y mujeres del Cantón | Edad 15 – 60 años Ibarra |
|------------------------------|--------------------------|
| Área urbana | 78365 |
| Área rural | 21782 |
| Total | 100147 |

3.5.- Muestra.

Por el universo amplio aplicamos la siguiente fórmula.

Fórmula:

$$n = \frac{PQ * N}{(N - 1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

PQ= Varianza media población (0.25)

N = Población o Universo

(N-1)=Corrección geométrica, para muestras grades >30

E = Margen de error Admisible en la muestra (0.05)

K = Coeficiencia de corrección del error (2)

$$n = \frac{0.25 \times 100147}{(100147 - 1) \frac{0.05^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{25036,75}{(100146) \frac{0.05^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{25036,75}{(100146) \frac{0.0025}{4} + 0.25}$$

$$n = \frac{25036,75}{(100146) 0.000625 + 0.25}$$

$$n = \frac{25036,75}{62,59125 + 0.25}$$

$$n = \frac{25036,75}{62,84125}$$

$$n = 398$$

La muestra es de 398 personas, por lo tanto procedemos al cálculo de la:

FRACCIÓN MUESTRAL,

$$m = \frac{n}{N} E$$

m = Estrato muestral

n = Tamaño de la muestra = 398

N = Población / Universo = 100147

E = Estrato (Población de cada año de educación básica).

$$m = \frac{n}{N} = \frac{398}{100147}$$

$$m=0.003978251$$

Cuadro de muestra

| Hombres y mujeres del Cantón | Edad 15 – 60 años Ibarra | Fracción muestral |
|-------------------------------------|---------------------------------|--------------------------|
| Área urbana | 78365 | 312 |
| Área rural | 21782 | 86 |
| Total | 100147 | 398 |

CAPÍTULO IV

4.-ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1.- Organización de resultados

Para determinar la población, se tomó en cuenta a los oyentes y trabajadores de los cuatro medios de comunicación: Radios América, Imperio, Activa y Ritmo del cantón Ibarra, específicamente en una población adulta que escucha noticiarios.

La recolección de información se la realizó bajo los estrictos parámetros y normas de la encuesta, misma que se la aplicó a radioescuchas y profesionales de la comunicación de la ciudad de Ibarra. Realizadas las encuestas a la muestra determinada se ha logrado obtener información para la realización del presente proyecto.

En este análisis, tanto en cantidad como en cualidad, ha sido prioridad el objetivo investigado en cuadros estadísticos que detallan los porcentajes y respuestas, los mismos que son encargados de presentar la información en forma clara y precisa, de la siguiente manera.

4.2. Encuesta dirigida a radioescuchas en Ibarra

1 ¿Considera usted que la radio tiene una información confiable en sus noticieros?

Tabla 1.1

| Variable | Frecuencia | Porcentaje % |
|----------------|------------|--------------|
| Muy de acuerdo | 60 | 15 |
| De acuerdo | 93 | 23 |
| En desacuerdo | 245 | 62 |
| Total | 398 | 100 |



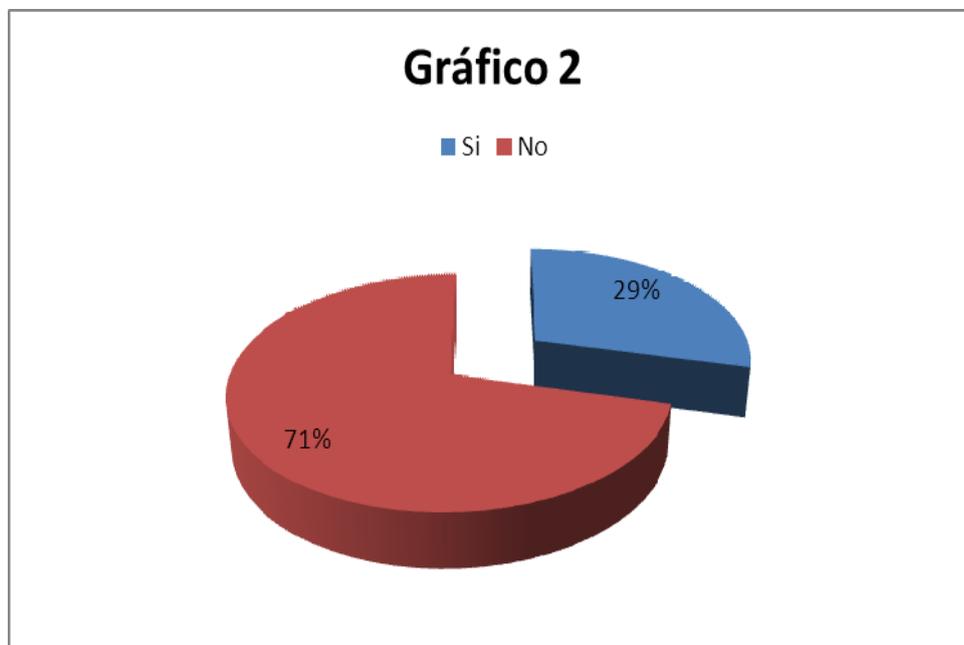
Análisis e Interpretación del Gráfico

La mayor parte de oyentes encuestados manifiesta que la información difundida en los medios no es confiable, enfocada en una forma negativa, por la manera como monopolizan la información a favor del interés propio.

2. ¿Usted oyente tiene preferencia por algún noticiero radial?

Tabla 1.2

| Variable | Frecuencia | Porcentaje % |
|--------------|------------|--------------|
| Si | 115 | 29 |
| No | 283 | 71 |
| Total | 398 | 100 |



Análisis e Interpretación del Gráfico

Las personas encuestadas en calidad de oyentes manifiestan, en su mayoría, que no tienen un noticiero de preferencia, pero si existe un porcentaje pequeño que se identifica con uno de ellos, lo cual favorece a la investigación en el sentido que se debe cambiar el enfoque informativo.

3. ¿Considera usted necesario implementar profesionales en los medios de comunicación?

Tabla 1.3

| Variable | Frecuencia | Porcentaje % |
|-----------------|-------------------|---------------------|
| Muy de acuerdo | 210 | 53 |
| De acuerdo | 108 | 27 |
| En desacuerdo | 80 | 20 |
| Total | 398 | 100 |



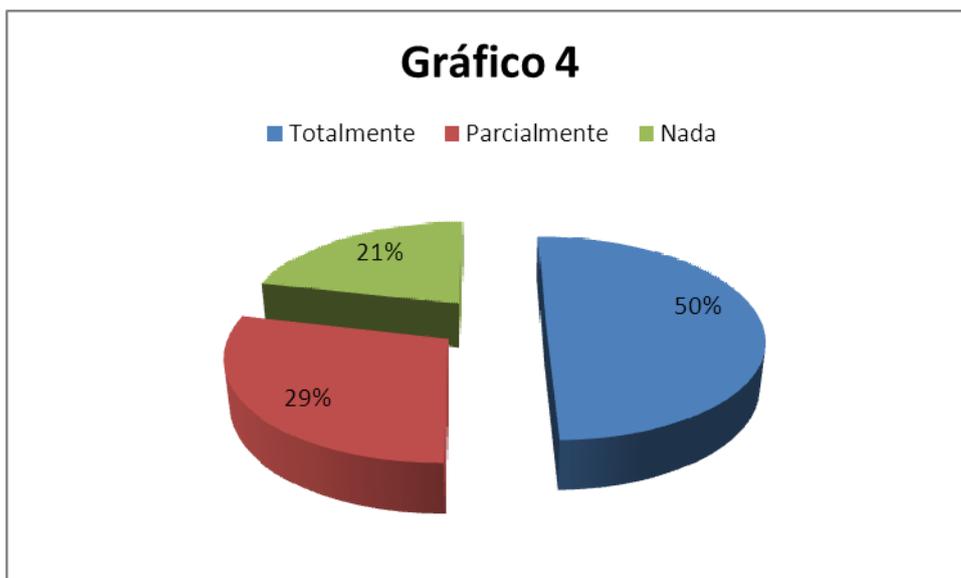
Análisis e Interpretación del Gráfico

Un gran porcentaje de la encuesta manifiesta estar de acuerdo que se debe implementar profesionales en el área comunicativa, para cambiar el esquema informativo de las radios.

4 ¿Cree usted que se debería mejorar los contenidos de comunicación para lograr un mejor manejo de la información?

Tabla 1.4

| Variable | Frecuencia | Porcentaje % |
|-----------------|-------------------|---------------------|
| Totalmente | 198 | 50 |
| Parcialmente | 115 | 29 |
| Nada | 85 | 21 |
| Total | 398 | 100 |



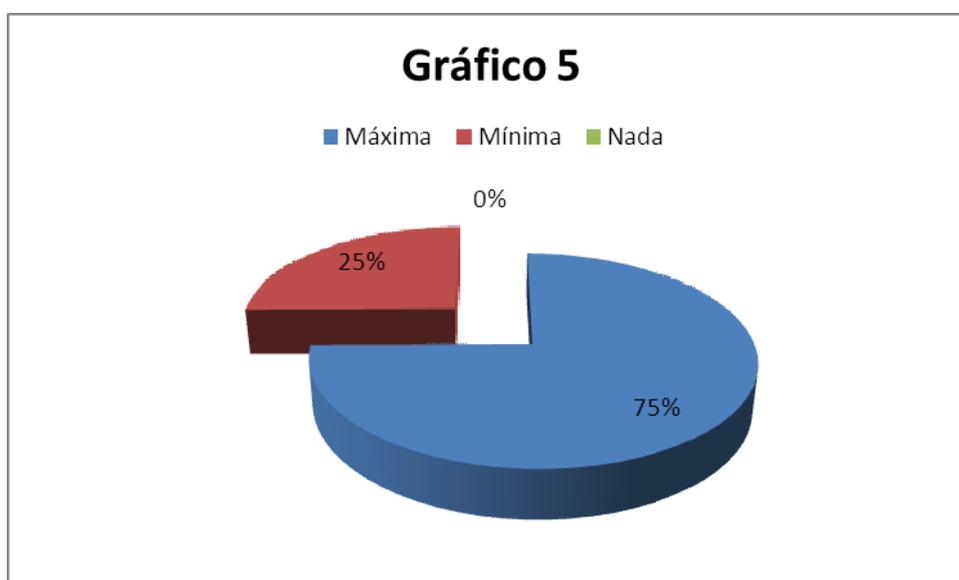
Análisis e Interpretación del Gráfico

Quando se refiere u orienta una investigación de la información, ésta debe tratarse con cautela y mucho profesionalismo. De esta manera piensa la mayor parte de personas de la muestra.

5. ¿La programación de la radio debe ser interactiva con sus oyentes?

Tabla 1.5

| Variable | Frecuencia | Porcentaje % |
|--------------|------------|--------------|
| Máxima | 298 | 75 |
| Mínima | 100 | 25 |
| Nada | 0 | 0 |
| Total | 398 | 100 |



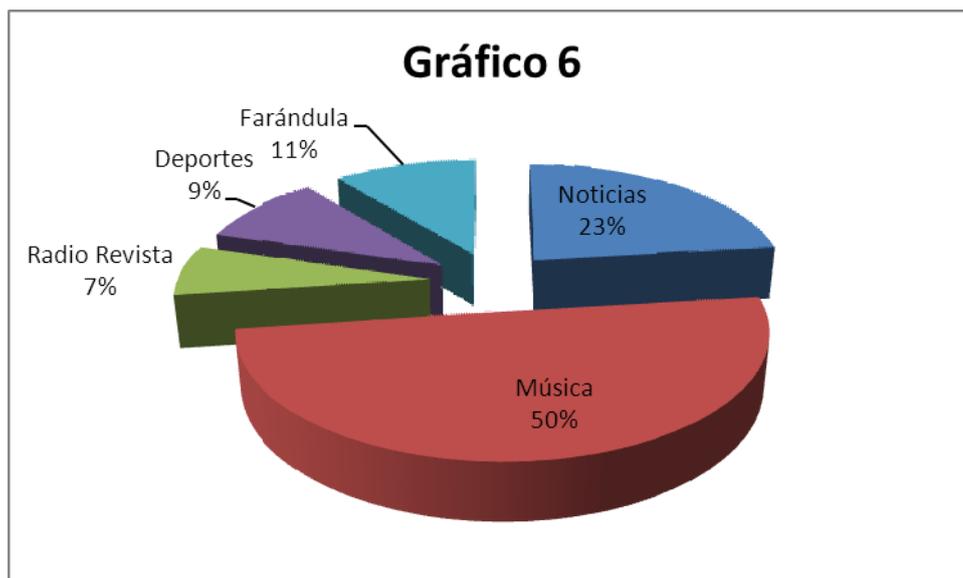
Análisis e Interpretación del Gráfico

En el proceso comunicativo la interactividad es lo que genera una programación atractiva, por lo que en esta encuesta la mayoría se identifica como un oyente activo, lo que debe sumarse más en los medios actuales el feed - back entre oyentes e interlocutores.

6 ¿Qué programación le gustaría escuchar en las radios mencionadas?

Tabla 1.6

| Variable | Frecuencia | Porcentaje % |
|------------------|------------|--------------|
| Noticias | 92 | 23 |
| Música | 198 | 50 |
| Radio Revista | 27 | 7 |
| Deportes | 38 | 10 |
| Farándula | 43 | 11 |
| Total | 398 | 100 |



Análisis e Interpretación del Gráfico

La programación radial es una variable importante dentro del proceso comunicativo; en consecuencia, los encuestados manifiestan su preferencia, en primer lugar, por el ámbito musical; luego por las noticias, farándula, deportes y radio revista.

7 ¿Considera usted que las radios en investigación posean una identidad propia?

Tabla 1.7

| Variable | Frecuencia | Porcentaje % |
|-----------------|-------------------|---------------------|
| Mucho | 278 | 70 |
| Poco | 98 | 25 |
| Nada | 22 | 6 |
| Total | 398 | 100 |



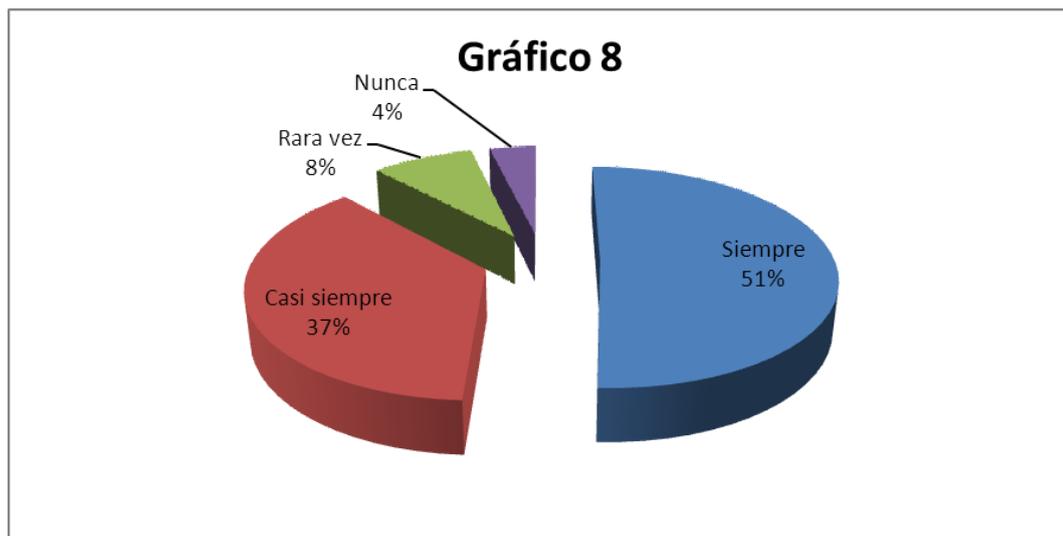
Análisis e Interpretación del Gráfico

La mayor parte de los encuestados manifiesta que las radios en Ibarra no poseen una identidad propia, razón por la cual es importante la creación de una verdadera identidad que contenga los parámetros necesarios con la orientación especial que sobresalga por encima de las demás estaciones radiales con criterios claros y viables.

8. ¿Cree usted que la programación de las radios debe ser modificada y estructurada?

Tabla 1.8

| Variable | Frecuencia | Porcentaje % |
|--------------|------------|--------------|
| Siempre | 202 | 51 |
| Casi siempre | 148 | 37 |
| Rara vez | 33 | 8 |
| Nunca | 15 | 4 |
| Total | 398 | 100 |



Análisis e Interpretación del Gráfico

El cambio y la estructuración en el proceso comunicativo constituyen factores muy importantes, porque de ello depende el éxito del mismo. En tal virtud, la mayor parte de los encuestados concuerda en lo mismo y manifiesta que siempre deben existir cambios.

9 ¿Cree usted que la radio debe tener calidad y veracidad en la información?

Tabla 1.9

| Variable | Frecuencia | Porcentaje % |
|--------------|------------|--------------|
| Siempre | 276 | 69 |
| A veces | 122 | 31 |
| Nunca | 0 | 0 |
| Total | 398 | 100 |



Análisis e Interpretación del Gráfico

La información nunca debe ser amarillista; por el contrario, debe estar orientada a la verdad, claridad, transparencia y, sobre todo, ser oportuna, con mucha veracidad investigativa. En tal virtud los encuestados están de acuerdo con el cambio, en el sentido de calidad de información.

4.2.1. Encuesta dirigida a comunicadores de medios.

1. ¿Cuál considera Ud. que es el medio de comunicación más influyente en la sociedad Ibarreña?

Tabla 1.1

| Variable | Frecuencia | Porcentaje % |
|--------------|------------|--------------|
| Radio | 255 | 64 |
| Televisión | 98 | 25 |
| Prensa | 45 | 11 |
| Total | 398 | 100 |



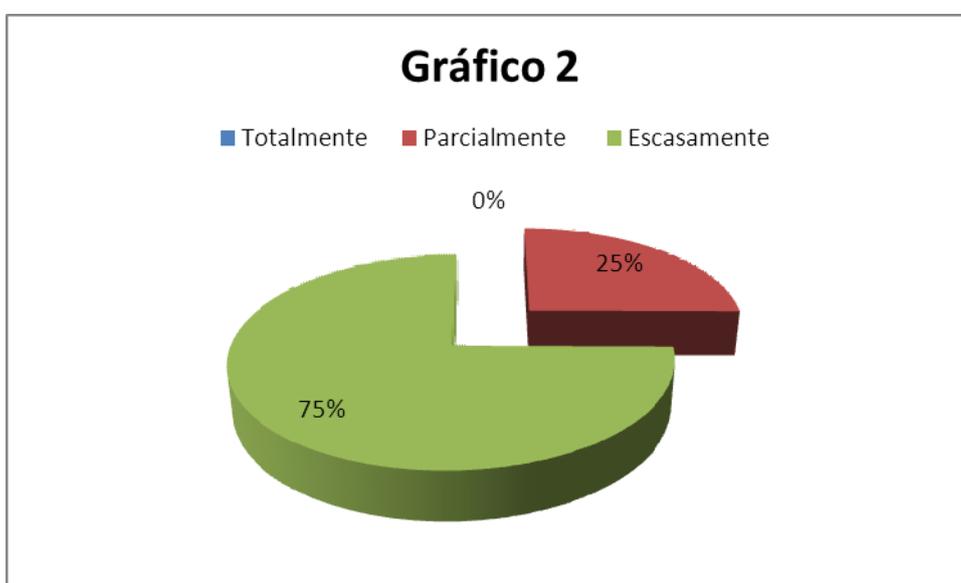
Análisis e Interpretación del Gráfico

Se extrae de esta encuesta la apreciación a la radio puede ser al poco interés o falta de canales de televisión el solo hecho de existir un dos canales en nuestra ciudad los oyentes reciben la información por radio y un porcentaje apretado por la prensa escrita.

2. ¿Cree Ud. que en los medios de comunicación de nuestra provincia existe desinformación?

Tabla 1.2

| Variable | Frecuencia | Porcentaje % |
|--------------|------------|--------------|
| Totalmente | 0 | 0 |
| Parcialmente | 100 | 25 |
| Escasamente | 298 | 75 |
| Total | 398 | 100 |



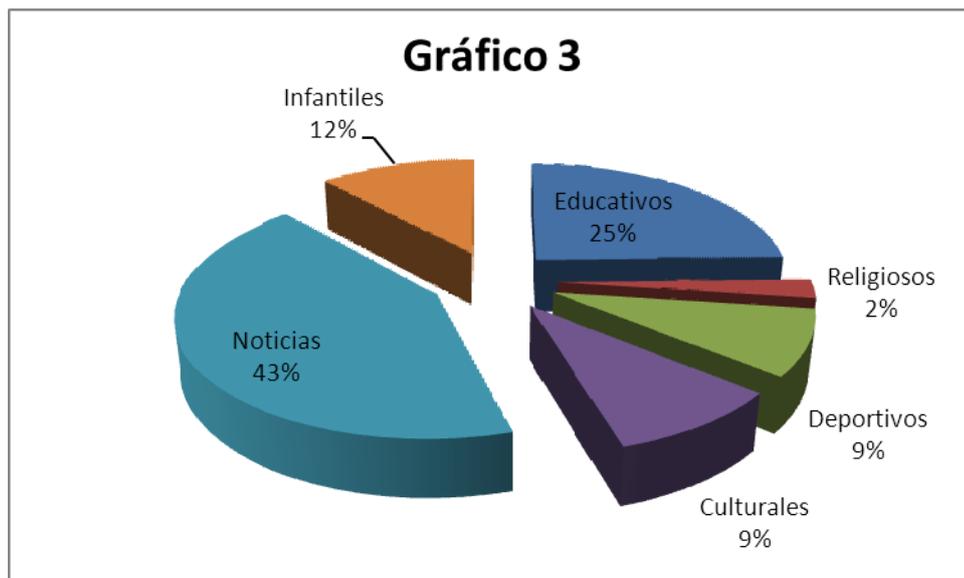
Análisis e Interpretación del Gráfico

Son pocos los comunicadores que aceptan que si existe la desinformación en nuestra ciudad esto quiere decir que en las encuesta a los medios o dueños de los mismos informan que la información es confiable en sus medios

3. ¿Qué programas radiales implementaría para informar?

Tabla 1.3

| Variable | Frecuencia | Porcentaje % |
|--------------|------------|--------------|
| Educativos | 98 | 25 |
| Religiosos | 10 | 3 |
| Deportivos | 35 | 9 |
| Culturales | 38 | 10 |
| Noticias | 170 | 43 |
| Infantiles | 47 | 12 |
| Total | 398 | 100 |



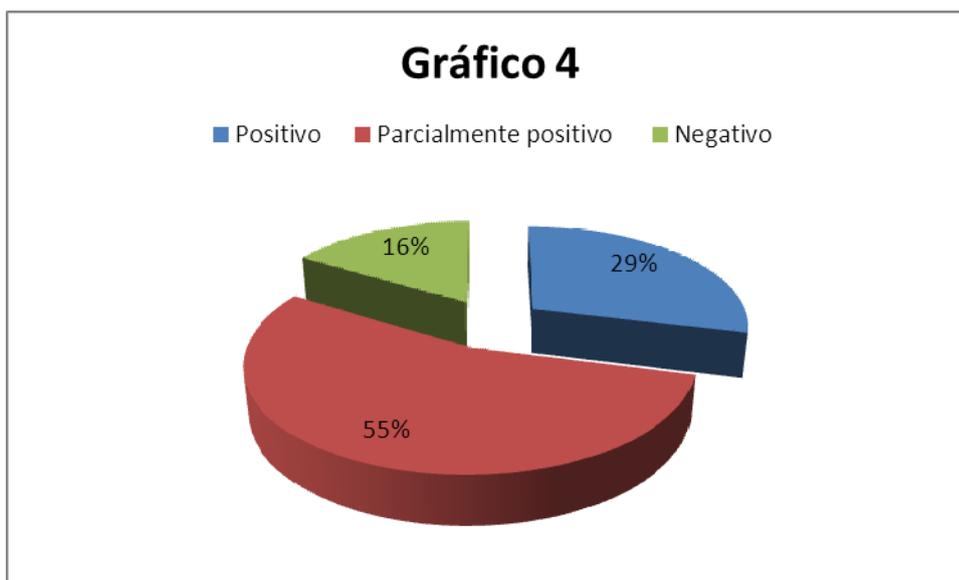
Análisis e Interpretación del Gráfico

Todos están de acuerdo de que los noticieros son los programas de información a nuestra ciudad por lo que se implementaría en una segunda edición al medio día tal como lo hacen en la televisión.

4. En general, ¿cómo calificaría Ud. el contenido informativo de un noticiero en nuestra provincia?

Tabla 1.4

| Variable | Frecuencia | Porcentaje % |
|-----------------------|------------|--------------|
| Positivo | 115 | 29 |
| Parcialmente positivo | 218 | 55 |
| Negativo | 65 | 16 |
| Total | 398 | 100 |



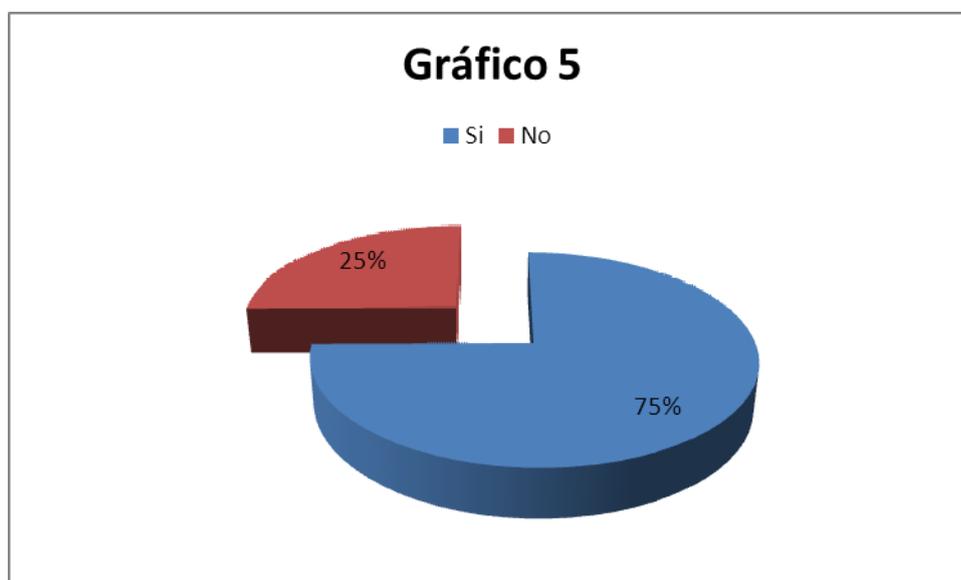
Análisis e Interpretación del Gráfico

Carece de información dicha en el campo o directa a la fuente, dedicado a la lectura de los medios impresos.

5 ¿Cree usted que se debe cambiar la estructura de la radiodifusión en Ibarra para una información clara, verdadera y precisa?

Tabla 1.5

| Variable | Frecuencia | Porcentaje % |
|-----------------|-------------------|---------------------|
| Si | 298 | 75 |
| No | 100 | 25 |
| Total | 398 | 100 |



Análisis e Interpretación del Gráfico

Si es la estadística de este producto de investigación, la información está siendo manipulada por el campo político influye a la sociedad dejando un margen innecesario y des conformista por lo que se debe poner un alto a la mala información usada en los medios.

6. ¿Cree usted que la información en los medios de comunicación radiales debe ser dirigida por profesionales y con una ética en servicio a la sociedad?

Tabla 1.6

| Variable | Frecuencia | Porcentaje % |
|--------------|------------|--------------|
| Si | 286 | 72 |
| No | 112 | 28 |
| Total | 398 | 100 |



Análisis e Interpretación del Gráfico

En este análisis general se puede considerar que las radios juegan un papel importante en la información; sobresale ante los otros medios, por mantener informada a la audiencia con las noticias locales. También se puede notar que los mismos trabajadores notan una desconfianza profesional al preguntar si los noticieros están bien estructurados, de acuerdo a los géneros periodísticos; si son o no utilizados en estos productos comunicacionales.

4.3.- Análisis periodístico de los cuatro medios de comunicación de Ibarra.

4.3.1.- Análisis Radio América.

Programación.

PROGRAMACIÓN DE RADIO AMERICA 89.1 F.M

| HORA | PROGRAMA | DIA | CLASIFICACION |
|---------------|------------------------|-----------------|--|
| 04H00 – 06H00 | AMANECE EN AMERICA | LUNES A VIERNES | Entretención -E |
| 06H00 – 09H00 | BUENOS DIAS AMERICA | LUNES A VIERNES | Informativo -I / De Opinión - O |
| 07H00 – 08H30 | IMBABURA HABLA | LUNES | Informativo -I |
| 09H00 – 13H00 | VACILANDO LA MAÑANA | LUNES A JUEVES | Formativo / educativo /cultural -F / Entretención -E |
| 13H00 – 15H00 | MEMORIAS | LUNES A JUEVES | Formativo / educativo /cultural -F |
| 15H00 – 18H00 | FULL RUMBA | LUNES A JUEVES | Formativo / educativo /cultural -F / Entretención -E |
| 18H00 – 21H00 | PARRANDA VALLENATA | LUNES A JUEVES | Entretención -E |
| 21H00 – 01H00 | ROCKOLA SIN MONEDA | LUNES A JUEVES | Formativo / educativo /cultural -F / Entretención -E |
| 01H00 – 04H00 | FIESTA EN AMERICA | LUNES A JUEVES | Entretención -E |
| 09H00 – 10H00 | IMÁGENES DEL ECUADOR | VIERNES | Formativo / educativo /cultural -F |
| 10H00 – 13H00 | EL SHOW DEL HUMOR | VIERNES | Entretención -E |
| 13H00 – 19H00 | FULL MIX | VIERNES | Entretención -E |
| 19H00 – 21H00 | IMÁGENES DEL ECUADOR | VIERNES | Formativo / educativo /cultural -F / Entretención -E |
| 21H00 – 01H00 | ROCKOLA SIN MONEDA | VIERNES/SABADO | Formativo / educativo /cultural -F / Entretención -E |
| 01H00 – 07H00 | FULL MIX | SABADO | Entretención -E |
| 07H00 – 10H00 | LOS SONIDOS DE AMERICA | SABADO | Formativo / educativo /cultural -F / Entretención -E |
| 10H00 – 13H00 | ENLACE CIUDADANO | SABADO | Informativo -I |

| | | | |
|---------------|------------------------|----------------|---|
| 13H00 – 07H00 | FULL MIX | SABADO/DOMINGO | Entretenimiento –E |
| 07H00 – 10H00 | LOS SONIDOS DE AMERICA | DOMINGO | Formativo / educativo /cultural –F / Entretenimiento -E |
| 10H00 – 12H00 | SIEMPRE LO NUESTRO | DOMINGO | Formativo / educativo /cultural –F / Entretenimiento -E |
| 12H00 – 19H00 | FULL MIX | DOMINGO | Entretenimiento –E |
| 19H00 – 23H00 | FIESTA EN AMERICA | DOMINGO | Formativo / educativo /cultural –F / Entretenimiento -E |
| 23H00 – 04H00 | FULL MIX | DOMINGO/LUNES | Entretenimiento –E |

Estructura del noticiero.

PROGRAMA: “Buenos días América”

HORARIO: De Lunes a Viernes, de 06h00 a 09h00

SEGMENTOS

De 06h00 a 06h30: Enlace con América Quito (noticias nacionales)

De 06h30 a 07h00: Noticias Locales

De 07h00 a 08h00: Entrevistas.

De 08h00 a 09h00: La voz del pueblo es la voz de Dios (servicio a la Comunidad).

El desafío arduo y urgente que enfrentan los comunicadores de Radio América es el realizar programas y noticiarios que tengan un contenido y objetivo auténticamente informativo y, a su vez, que sean capaces de captar el interés de las grandes audiencias populares y responder a sus necesidades. América es un medio de la integración ibarreña, cuyo modelo neoliberal, político, cultural y social se mantiene como una ilusión de informar bajo las exigencias de la sociedad.

Por esa razón, los periodistas y reporteros son conscientes de la necesidad de generar espacios de debate a partir del análisis que permita conocer cualitativamente la información de la región. Que cada día se fortalezca el espacio “Buenos Días América”, un noticiero que abarca

información nacional, con un enlace desde la matriz Quito; noticias locales que vienen de fuentes confiables, como son los prestigiosos periódicos de nuestra ciudad. Predomina la entrevista con invitados que día a día abarcan diferentes campos o temas a tratar; además, mantiene conectada a la audiencia con el espacio “La voz del pueblo es la voz de Dios”, un segmento dedicado al servicio a la gente que desea participar, sea a través de opinión, protesta o por medio de la difusión de las necesidades de su barrio etc.

El noticiario de radio América permite comprender procesos sociales, políticos, económicos, por cuanto utiliza géneros periodísticos como la entrevista, la opinión y la noticia que pone en un nivel de aceptación con falencias. Con la utilización de los géneros periodísticos, contribuiría a fortalecer temas culturales, morales, educativos e históricos.

4.3.2.- Análisis Radio La Premier.

Programación.

PROGRAMACIÓN DE RADIO LA PREMIER 91.9 F.M

| HORARIO | PROGRAMAS | CONTENIDO |
|---------------|-------------------------------|--|
| 04h00 a 06h00 | Nuestra música | Música Nacional Ecuatoriana |
| 06h00 a 08h00 | Mundo Noticias | Noticias: Locales, nacionales, internacionales, entrevistas y deportes. |
| 08h00 a 10h00 | Compartiendo con usted | Radiorevista musical (Curiosidades, ciencia y tecnología y farándula); balada pop, salsa, bachata, música actual (artistas nacionales y extranjeros) |
| 10h00 a 12h00 | Enfoque | Formativo - Educativo (Orientación familiar, social y |

| | | |
|---------------|-------------------------------|---|
| | | científica) matizado con música. |
| 12h00 a 14h00 | Mundo Deportivo | Información deportiva: Internacional, nacional, local y barrial. |
| 14h00 a 16h00 | Alta Sintonía | Balada pop , bachata, vallenatos y tropipop (artistas nacionales y extranjeros) |
| 16h00 a 18h00 | Caricia Tropical | Salsa, bachata, merengue y bomba (artistas nacionales y extranjeros) |
| 18h00 a 19h00 | Rayando La Tarde | Música, disco, techno, y rock en inglés y español (artistas nacionales y extranjeros) |
| 19h00 a 21h00 | De regreso a casa | Radiorevista musical (noticias del día); balada pop, del recuerdo y rock en español (artistas nacionales y extranjeros) |
| 21h00 a 23h00 | Un toque musical | Balada pop, bachata, vallenatos, salsa, tropipop, merengue electrónico. (artistas nacionales y extranjeros) |
| 23h00 a 24h00 | Tocando tu corazón | Baladas del recuerdo |
| 24h00 a 04h00 | La Premier sin limites | Varios Géneros (artistas nacionales y extranjeros) |

PROGRAMAS SÁBADOS

| HORARIO | PROGRAMAS | CONTENIDO |
|---------------|--------------------------|--|
| 05h00 a 08h30 | Reventón Nacional | Música popular ecuatoriana |
| 08h30 a 09h30 | Civismo en Acción | Programa de orientación familiar |
| 09h30 a 10h00 | Kinti El Colibrí | Programa intercultural (Español - Quichua) |

| | | |
|---------------|---------------------------------|--|
| 10h00 a 13h00 | Enlace Sabatino | |
| 13h00 a 18h00 | Transmisiones deportivas | Fútbol, ciclismo, automovilismo, etc. |
| 18h00 a 20h00 | Una Noche de Amor | Baladas del recuerdo |
| 20h00 a 05h00 | La Premier sin límites | Varios géneros en el fin de semana (artistas nacionales y extranjeros) |
| | | |

PROGRAMAS DOMINGOS

| HORARIO | PROGRAMAS | CONTENIDO |
|---------------|---------------------------------|--|
| 05h00 a 08h00 | Reventón nacional | Música popular ecuatoriana |
| 08h00 a 10h00 | Música y Noticias | Noticias curiosidades, farándula y música |
| 10h00 a 12h00 | Show Dominical | Música juvenil (Artistas nacionales y extranjeros) |
| 12h00 a 18h00 | Transmisiones deportivas | Fútbol, ciclismo, automovilismo, etc. |
| | | |

Estructura del noticiero.

PROGRAMA: "MUNDO NOTICIAS"

HORARIO: De Lunes a Viernes, de 06h00 a 08h00

SEGMENTOS

De 06h00 a 07h00: Noticias nacionales, internacionales y deportes

De 07h00 a 07h30: Información local y regional

De 07h30 a 08h00: Entrevistados.

Se maneja un sistema radiofónico de información para ser catalogado por los oyentes. En el análisis realizado se evidencia que es un programa estructurado con una visión entendible, comprensible, correcta, relevante y amena. El lenguaje para un noticiero radiofónico no sólo es enfoque y entorno informativo, a pesar de que es un programa que tiene una producción de música, efectos de sonido y el silencio. Son todos estos elementos los que se mezclan en esta producción informativa y se dirigen a satisfacer los oídos más exigentes del público Ibarreño.

Un producto validado pero no correcto, porque para hacer radio no sólo se necesita saber hablar y llenar el espacio radial, sino se deben usar los géneros periodísticos, lo cual implica investigar, documentarse y planificar. Se debe llegar al uso profesional, ético y veraz de la información, para que la misma sea atractiva y confiable, con profesionales o personal capacitado y productores que tengan una gran responsabilidad con la audiencia y toda la sociedad.

4.3.3.- Análisis Radio Ritmo.

Programación.

PROGRAMACIÓN DE RADIO RITMO 103.5 F.M

| | |
|--------------------------|-----------------|
| BOLeros DEL RECUERDO | / 00:00 – 05:00 |
| BUENOS DIAS IBARRA | / 05:00 – 06:30 |
| NOTICIAS | / 06:30 – 09:00 |
| ENERGIZATE | / 09:00 – 12:00 |
| OVACIÓN DEPORTIVA | / 12:00 – 14:00 |
| ECUADOR INMEDIATO | / 14:00 – 15:30 |
| REVISTA RADIAL ALMENDRAS | / 16:00 – 18:00 |
| VARIEDADES | / 18:00 – 22:00 |
| NACIONAL | / 22:00 – 24:30 |

Estructura del Noticiero.

PROGRAMA: "NOTICIAS"

HORARIO: De Lunes a Viernes, de 06h30 a 09h00.

SEGMENTOS:

De 06h30 a 09h00: Lectura de noticias de los periódicos.

Enlace con Ecuador TV, entrevistas esporádicamente.

Radio Ritmo tiene su relevancia a la hora de informar a la sociedad por parte del periodista, razón por la cual se convierte en herramienta indispensable para elaborar los mensajes que, inclusive, pueden cambiar el comportamiento e influir en las decisiones del público oyente. Este noticiero busca hacer lo más sencillo: informar a través de la experiencia adquirida en el ámbito laboral. Es por ello que, a continuación, ponemos a disposición la estructura de su noticiero: se lo transmite de lunes a viernes, de 06h30 a 09h00. Sus segmentos son de noticias locales y nacionales, adquiridas en los periódicos. Mantiene enlace con Ecuador TV y entrevistas esporádicamente. El análisis de este medio de comunicación está basado en una producción radiofónica de información textual de periódicos locales y nacionales. Carece de entrevistas y uso de géneros periodísticos; cae en la monotonía radiofónica.

4.3.4.- Análisis Radio Activa.

Programación.

PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE RADIO ACTIVA 98.7 F.M. DE LUNES A VIERNES

De 03h50 a 05h00 EL DESPERTADOR: El mejor Repertorio de Música

Nacional: pasillos, pasacalles, sanjuanitos, y otros, artistas nacionales.

De 05h00 a 06h00 BOLERISIMO.

De 06h00 a 08h00 INFORMATIVO EN PRIMER PLANO

De 08h00 a 12h00 ZONA ACTIVA: Revista musical

De 12h00 a 13h00 INFORMATIVO EN PRIMER PLANO

De 13h00 a 14h30 PUNTO DEPORTES: Programa deportivo.

De 14h30 a 15h30 LATIDOS EN STEREO: Clásicos de siempre:
(español-inglés).

De 15h30 a 17h00 LA TARDE ACTIVA. La mejor música del momento.

De 17h00 a 19h00 RADIO HIT: Clásicos en inglés - español.

De 19h00 a 24h00 CLASICOS EN STEREO: Variedad musical: éxitos
actuales (80%) y del recuerdo (20%), español, clásicos en inglés.

De 24h00 a 03h50 MÚSICA VARIADA. En este horario la
programación está dirigida a Talleres.

• PROGRAMACION DE LOS SÁBADOS.

De 06h00 a 07h00 SEÑOR BOLERO: Boleros.

De 07h00 a 08h00 LATIDOS EN STEREO: Baladas del recuerdo.

De 08h00 a 09h00 RUMBA SON: Música tropical.

De 09h00 a 14h00 FORMULA ACTIVA: Música actual: latina pop
40%, anglo 20 %.

De 14h00 a 24h00 DIGITAL MIX: las mejores mezclas

• PROGRAMACIÓN DE LOS DÍAS DOMINGOS.

De 07h00 a 08h00 BOLERISIMO: Boleros.

De 08h00 a 09h00 LATIDOS: (temas del recuerdo).

De 09h00 a 14h00 FORMULA ACTIVA: Música actual latina 40%, pop
40%, anglo 20 %.

De 14h00 a 16h00 DEPORTIVAS: Campeonato Nacional de
Fútbol, competencias automovilísticas en Yahuarcocha, 4x4, etc.).

De 16h00 a 20h00 DIGITAL MIX: Las mejores mezclas de: pop,
electrónica, etc.

De 20h00 a 24h00 EXPLOSION: Variedad musical.

De 24h00 a 06h00: Programación especial

- **PARRILLA DE LA ESTRUCTURA DEL NOTICIARIO DE RADIO ACTIVA 98.7 F.M.**

DE MARTES A VIERNES

De 06h00 a 06h15: TITULARES.

De 06h15 a 06h30 NOTICIAS.

De 06h30 a 07h45: ENTREVISTAS Y COBETURAS

ENRUEDAS DE PRENSA.

De 07h45 a 08h00:

NOTAS DEPORTIVAS.

Con una señal local en su frecuencia **98.7 F.M.** Radio Activa tiene una estructura tradicional, en un horario de 06h00 a 08h00. Difunde noticias locales y nacionales, enfocadas a las entrevistas, coberturas de ruedas de prensa y segmentos con notas deportivas.

Esto refleja una forma aceptable pero muy lejos de cumplir la meta de un programa radial noticioso educativo y comunicacional, donde se intente contribuir como un servicio a la comunidad de brindar programas con objetivos auténticamente educativos, informativos y de entretenimiento que capten la atención del oyente y le orienten mejor en su convivencia cultural, tradicional, económica, educativa y social.

4.4.- Consecuencias periodísticas de los cuatro medios.

Los diferentes géneros periodísticos son relevantes a la hora de informar a la sociedad, por parte del comunicador social, los cual se convierten en herramientas importantes, para elaborar los mensajes que pueden cambiar el comportamiento del público oyente. América, Ritmo, Activa y La Premier son medios de comunicación de Ibarra que informan

a diario. Para ello, utilizan principalmente la entrevista y la noticia, como géneros periodísticos, sin usar la opinión, el reportaje, la crónica, la crítica, debate, etc. En sus noticieros, ya sea por desconocimiento o falta de profesionalismo, estos medios de comunicación mezclan la información con productos publicitarios. Esto hace de sus noticieros un producto comercial, más no informativo que vaya en beneficio de la sociedad.

4.4.1.- Aspectos positivos.

El apoyo de profesionales en algunos medios ha dado un enfoque más claro y diferente en la información. La exigencia de la nueva Ley de Comunicación ha creado una conciencia social al personal que labora en medios, para lograr una meta de superación y dar forma a un nuevo método de información confiable.

4.4.2.- Aspectos negativos.

Se ha politizado la información en beneficio de ciertos sectores con intereses propios o personales.

La falta de investigación hace que los periodistas se dediquen a leer periódicos; no generan información.

Las palabras mal utilizadas causan otro tipo de información y una reacción negativa de los oyentes.

La no aplicación de los géneros periodísticos en un noticiero, como por ejemplo preparar un machote para una entrevista, da cabida a la improvisación y así se entra en la monotonía con un contexto fuera de lugar. La utilización de equipo obsoleto y la falta de material tecnológico

son factores negativos que impide a los periodistas desenvolverse en el ámbito informativo.

La falta de personal hace que el periodista cumpla diferentes funciones; se convierte en un ente poli funcional que impide el desenvolvimiento profesional.

La no capacitación al personal que labora en los medios de comunicación, por parte de los jefes, hace que la labor periodística sea deficiente.

4.5.- Análisis histórico de las radios en Imbabura.

4.5.1.- Primeras radios de Imbabura

El Dr. Jaime Salazar (1993), en su obra: “La Radiodifusión en Ibarra. Orígenes, Evolución y Perspectivas” dice: “El surgimiento de la radiodifusión ha sido siempre rápido; el ejemplo de Riobamba, Guayaquil y Quito fue seguido por varias personas del resto de ciudades del Ecuador”.

No existen bibliografías, ni mayores investigaciones que describan sobre la historia de la radio en esta provincia.

Los testimonios de varios radiodifusores y el soporte en la Tesis del Dr. Jaime Salazar son recursos que ayudan a describir los medios radiales que se han asentado en Imbabura.

Muchos de ellos desaparecieron en corto tiempo; otros permanecen hasta la actualidad y son fieles testigos del constante cambio tecnológico, social, cultural y económico que ha enfrentado la radio con el transcurrir de los años.

4.5.1.1.-La voz de Imbabura. – 1938

José Aurelio Gómez Jurado, que conocía la novedosa existencia de la radio, con intuición, construyó su propio aparato radial en onda corta que fue sintonizado mayoritariamente en el extranjero.

Los equipos contruidos en aquel entonces eran de elementos caseros.

Don Aurelio Gómez Jurado fabricó un transmisor que funcionó en una casa donde hoy es la avenida Atahualpa. En 1938 compró el primer receptor de radio que fue escuchado por amigos y familiares en las instalaciones del Club Imbabura.

4.5.1.2.- Radio Municipal

"...En 1939, con los equipos del Alemán Valdemar Becker, de grata recordación para Ibarra, por ser uno de los pioneros en la radiodifusión del norte del país y por ser quién entregó al Cabildo Ibarreño una emisora con todos sus equipos que comenzaron a funcionar bajo dominio de la Municipalidad.

Siendo ésta inaugurada el 31 de diciembre de 1938, bajo la Presidencia del Dr. Jorge Peñaherrera, contando con el apoyo de los señores Concejales José Miguel Leoro, Luis Enrique Cevallos, Segundo Espinosa, Juan Recalde, Elías Castelo y Modesto Carcelén quienes resuelven ponerle el nombre de LA VOZ DE IMBABURA, similar a la que tenía la experimental radio del señor Aurelio Gómez Jurado. El Concejo Municipal de aquel entonces conjuntamente con todos los equipos de la radio suscribió una escritura pública de compra, donde además constaban equipos de proyección cinematográfica..." Origen Evolución y Perspectivas. Dr. Salazar Jaime, 1993

4.5.1.3.- Radio Ondas de los Lagos. 1944 -1945

Con la proliferación de radios en el país, nace en Otavalo la primera radio denominada “ONDAS DE LOS LAGOS”, con una potencia de 800 vatios; fue instalada por el señor José Gómez Jurado y dirigida por el señor Rafael Pavón Mejía. Desapareció en 1945, por motivos políticos.

4.5.1.4.- Radio Equinoccial. 1946 -1966

“Su impulsor fue don Ásale Terán, quien en su juventud se educó profundamente a través de libros, cursos, revistas y otros materiales bibliográficos sobre radio. Ásale Terán, en principio, trabajó en radio Municipal como locutor y músico. En 1946 armó su propia radio, obteniendo la frecuencia en 49 metros de la banda Internacional. Tuvo reportes de diferentes países del extranjero, especialmente reportes de Nueva Zelanda. Su traslado a Colombia a mediados de 1966 determinó el fracaso de Radio Equinoccial, que había trabajado continuamente durante 20 años. Incluso buena parte de sus equipos aseguran fueron vendidos en Colombia. (La Radiodifusión en Ibarra. Orígenes Evolución y Perspectivas.- Lic. Salazar Jaime.- Quito 1993)

4.5.1.5.-Radio Ondas Azules. 1950

La radio seguía acrecentándose en la provincia. En la ciudad de Otavalo el señor N. Beltrán tomó la posta y estableció la emisora “ONDAS AZULES” que funcionó por unos pocos meses.

4.5.1.6.- La Voz de los Lagos. 1952

En 1952 surgió “LA VOZ DE LOS LAGOS”, una emisora dirigida por Modesto Jarrín que también desapareció rápidamente.

4.5.1.7.- Radio La Voz del Norte. 1955 – 1978

El surgimiento de Radio La Voz del Norte se dio en medio de una interesante promoción, debido a que la dirección administrativa estuvo en manos del fallecido periodista Jaime Félix y era propietario el Sr. Luis Dávila y familia. Funcionó en los 1.440 Khz. Amplitud Modulada.

La novedad de este medio fue su programación. Emitió programas culturales, incursionó con énfasis en las transmisiones deportivas, de donde surgen los primeros narradores deportivos de la provincia. Para la creación de cuñas publicitarias, se apoyaba de objetos caseros que aparentaban originalidad.

Esta emisora cerró sus audiciones en 1977. Un año después fue vendida al señor Cristóbal Bonifaz, quien la cambió de nominación, por un corto tiempo, y la llamó Radio Estelar. En abril de 1978 se le denominó "RADIO PANORAMA".

4.5.1.8.- Radio San Miguel de Ibarra. 1956 - 1957

Surgió en 1956, bajo la dirección de Don Abelardo Morán, quién había organizado, conjuntamente con su sobrino Rafael Silva, una compañía, que al corto tiempo terminó desintegrándose por varias causas aún desconocidas.

4.5.1.9.- Radio Ibarra. 1957

Manuel Báez y Rafael Silva, hombres inquietos en radio, nuevamente en 1957 pusieron en funcionamiento a la anterior Radio San Miguel de Ibarra, pero con el nombre de RADIO IBARRA, donde colaboraron y

surgieron varios locutores. Ésta se mantuvo en funcionamiento únicamente pocos meses.

4.5.1.10.- Centro Radiofónico de Imbabura. 1958

No existe suficiente información acerca de este medio de comunicación. Muchos aseguran que es la sexta emisora que apareció en Imbabura. Lo cierto es que don Abelardo Morán siempre buscó poseer un medio radial que exponga en sus programaciones las bondades y el deleite para la población de aquel entonces.

Es la primera emisora que utilizó para su nominación siglas (C.R.I.) que expresa CENTRO RADIOFONICO DE IMBABURA.

Don Abelardo Morán, con equipos de transmisión contruidos en el país, inauguró de manera oficial y bajo su dirección la primera emisión al aire de CRI, el 10 de agosto de 1958. Nadie imaginó que sería quién ponga mayor movilidad a la radio en la provincia, con programaciones de actualidad en música, radionovelas, transmisiones deportivas, etc. Actos que, sin lugar a dudas, coadyuvaron a obtener sintonía y provocaron una gran competencia radial.

Por ser una empresa familiar, don Abelardo Morán buscó a su sucesor; el más aficionado era Silvio su hijo, el único de toda familia quién estuvo más de cerca. En 1966, Abelardo Morán decidió ceder los derechos de la radio a su hijo Silvio Morán Madera, para que sea quién administre y maneja el medio.

Igual que su padre, siempre buscó innovar la radiodifusión en la provincia, con una programación que acaparaba gran número de oyentes. Es el medio donde han surgido famosos locutores de radio y televisión en

la provincia y el país, entre ellos los hermanos Gabriel y Alfonso Espinosa de los Monteros.

Con el apareamiento de la FM, Don Silvio Morán descuidó a CRI y produjo un resquebrajamiento. Cambió en la sintonía de sus oyentes a “Radio Ritmo” que es de su propiedad. Posteriormente vendió la radio, luego de permanecer 32 años en su administración. Desde 1998, hasta hoy, Radio CRI es de propiedad del Dr. Adriano Calero Rojas.

4.5.1.11.- Radio Continente. 1963 – 1990

Radio Continente es parte de un gran sacrificio del señor Manuel Báez, quién después de trabajar como locutor, recauda el dinero suficiente para implantar su propia radio, que funcionó en los 970 Khz. AM, con 1 kilovatio de potencia.

Esta emisora, durante su trayectoria, dedicó al público una buena programación, con artistas y en la cobertura de diversos eventos sociales, culturales y deportivos. Además, se produjeron y emitieron diversos temas en radioteatro, realizados por personajes ibarreños.

Incorporó noticieros diferentes, con reporteros desde las fuentes informativas, apoyándose con entrevistas y algunas pequeñas notas del Diario La Verdad. El entretenimiento estaba dado en las novelas, los radioteatros y la música a través de los artistas en vivo que se promocionaban en la radio.

Fue parte de la cantera o laboratorio de aquellos locutores que tuvieron la oportunidad de incursionar en la radio y que actualmente se mantienen en medios de prestigio nacional, entre ellos están Marco Vinicio Andrade, Vicente Córdova, Ricardo Ruiz, Eduardo Lara, Carlos Sandoval, Gabriel y Alfonso Espinosa de los Monteros, entre otros.

Manuel Báez fue uno de los radiodifusores que le puso intenso desarrollo a Imbabura por intermedio de la información, la educación y el entretenimiento producido en aquel entonces. En el trajinar de 37 años de radio decidió vender la emisora al Lic. Luis Viteri, en el mes de septiembre de 1990. Con ello, cambió de nombre a "RADIO IMPERIO".

4.5.1.12.-Radio Otavalo. 1963

Radio Otavalo surgió bajo la dirección de Hugo y Augusto Cifuentes. César Augusto Chicaiza fundó RADIO OTAVALO, medio que se mantiene hasta actualidad, pero bajo la dirección de la familia Chicaiza.

4.5.1.13.- Radio Colosal. 1968 – 1972

Como Radio Tulcán se mantuvo apagada y abandonada por un buen lapso de tiempo, su propietario, José Betancourt, vendió sus equipos y concesionó la frecuencia a Carlos Salazar González, un hombre entusiasta y aficionado a la radiodifusión.

La nominación de Radio Colosal es producto de una decisión de un grupo de amigos. Los trámites de legalización de equipos y frecuencia fueron rápidos y fáciles, debido al ambiente de amistad que mantenía don Carlos Salazar en la Dirección de Frecuencias y en ciertos partidos políticos. En principio, emitía su señal en banda internacional de 3480, de 40 metros.

El 28 de septiembre de 1968 obtuvo la concesión definitiva de la frecuencia En los 1200 khz. Pero las continuas interferencias con C.R.I, hizo que la Dirección Nacional de Frecuencias suspenda éste dial. Trasladándole por último a los 1520 Khz, con la cual desaparece radio

Colosal en 1972. Dicha frecuencia hoy es de propiedad de la actual Radio Ibarra.

Radio Colosal se caracterizó en sus cuatro años de labores por realizar programas en vivo, enlaces desde el sitio de los hechos, transmisiones deportivas, complacencias musicales y el contacto con la juventud.

4.5.1.14.- Radio Suceso 1977

Apareció en 1977, en los 1520, frecuencia que perteneció a la Radio Colosal y estuvo vacante; la dirigió Germán Jurado, quién falleció por una descarga eléctrica recibida instantes en que realizaba arreglos de los transmisores de Radio Uno de Urcuquí.

Por diversas discrepancias e inconvenientes con la Dirección Nacional de Frecuencias, decidió vender la emisora a la Federación Provincial de Trabajadores de Imbabura, organización que la denominó RADIO IBARRA, existente hasta la actualidad.

Es evidente el constante dominio de la técnica en la trayectoria de las radios de Imbabura, que desaparecieron en corto tiempo unas y otras permanecen hasta la actualidad. El siglo anterior se despidió hablando de televisión, satélites, internet y de un futuro muy promisorio en la tecnología de los medios de comunicación de esta provincia.

Desde el año 1977 comenzó el aparecimiento de las frecuencias modulada estéreo, que se caracterizan por la calidad del sonido, donde se puede apreciar mejor la música. La FM o frecuencia modulada cambió todo el esquema que existía en lo que a transmisión y recepción de radio se refiere, libre de los molestos chasquidos que ocurren en AM, fidelidad excelente.

4.6.-.Nómina de Radios FM en Imbabura

Índice de radios en FM por la región de Imbabura

| MHz | Emisora | transmite desde |
|------------|----------------|------------------------|
| 89.10 | América | Ibarra |
| 89.50 | Cheverísima | Ibarra |
| 90.10 | Alborada | Otavalo |
| 91.50 | R.T.U | Ibarra/Cerro Imbabura |
| 91.90 | La Premier | Ibarra/Cerro Cotacachi |
| 92.70 | Canela | Ibarra/Cerro Cotacachi |
| 93.10 | Planeta | Ibarra/Cerro Cotacachi |
| 93.90 | Sónica | Ibarra/Cerro Cotacachi |
| 94.30 | Armonía | Otavalo |
| 94.50 | Sonorama | Quito repetidora |
| 95.50 | Mas | Otavalo |
| 96.30 | Tropicana | Tulcán repetidora |
| 96.70 | Nexo | Pimampiro |
| 96.70 | Iluman | Iluman-Otavalo |
| 96.70 | Intag | Intag |
| 97.90 | Mágica | Atuntaqui |
| 98.70 | Activa. | Ibarra/Cerro Cotacachi |
| 99.10 | Colon | Quito repetidora |
| 99.90 | La Mega | Ibarra/Cerro Cotacachi |
| 100.30 | Caravana | Guayaquil repetidora |
| 101.1 | Universitaria | Ibarra/Cerro Cotacachi |
| 101.50 | Radio María | Ibarra |
| 102.30 | Vocu | Ibarra |
| 103.50 | Ritmo | Ibarra |

| | | |
|--------|-------------------|--------|
| 103.90 | 40Principales | Ibarra |
| 104.70 | Católica Nacional | Ibarra |
| 105.90 | J.C. Radio | Ibarra |
| 106.30 | Evangelista | Quito |
| 107.10 | | |

4.7.- Reflexión final.

Los fenómenos de la desinformación afectan a hombres y mujeres, producen cambios sociales, económicos y culturales. Mientras que los procesos de investigación periodística movilizan a la población mundial hacia unos mejores días con cambios específicos en los noticiarios. Esto lleva a buscar la realidad existente en el mundo comunicacional, tratando de mejorar las condiciones de vida o elevar el nivel informativo en la sociedad. Este fenómeno es consecuencia directa de los cambios y del crecimiento periodístico radial. El acelerado proceso tecnológico y la herramienta profesional en los medios darán un aporte fundamental al desarrollo de nuestro país.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- En la sociedad Ibarreña, la radio constituye un medio que miles de oyentes diariamente escuchan. Programas musicales, educativos, deportivos y noticiarios que con su falta de aplicación periodística son bastante escuchados por el público ibarreño. Es una herramienta importante en nuestra ciudad.
- En nuestro espacio social la importancia de las causas informativas hace énfasis a los procesos periodísticos, donde la calidad que se debe tomar en cuenta es el grado alternativo de programación de la misma.
- Se debe elaborar una propuesta donde se tomen en cuenta, como un punto fundamental, los géneros básicos periodísticos, enmarcada en un contexto de alto nivel de carácter informativo, educativo y en los programas musicales, de entretenimiento y llevada a las masas con veracidad, confiabilidad, eficiencia y calidad.
- Se debe considerar un proceso de producción radial en manos de profesionales, para que esta actividad ayude a mantener un margen de actualidad, interactividad y no de aburrimiento. Los públicos especializados (comunicadores sociales o presentadores de noticias) mantienen un programa estructurado noticioso con un margen a veces

político o con interés propio. Es fundamental mencionar también que la mayoría de radios transmite programas con fines económicos o comerciales, más no informativos; es por eso que puede causar confusión al momento de interpretar los contenidos radiales en el campo académico, por cuanto se limitan a contenidos con enfoque comercial y dejan a un lado el interés del público.

5.2 Recomendaciones

- Crear conciencia tal vez sea una de las formas psicológicas para recuperar el servicio social en todos los aspectos; pero, sin duda alguna, es necesario que los comunicadores tengan en cuenta que se debe comenzar a cambiar al poner hincapié en los géneros periodísticos que a veces se nos olvida emplearlos, para mantener una posición de servicio comunitario en beneficio de la sociedad. Es cierto que cumple un papel importante la comercialización, pero se puede fusionar las dos cosas y mantener la ética profesional.
- La información hacia la comunidad debe ser clara y precisa, para lo cual los comunicadores deben saber que la programación radial se basa en su planificación, en cuanto a horarios a través de las franjas, tipos de producción (spots, pisadas, avances, etc.) y de programación (música, informativos, entre otras), la cual brinda la idea del sentido interactivo radial; por tal motivo se recomienda siempre innovar.
- El comunicador debe determinar un tipo de programación radial de acuerdo al público al que quiere llegar, la cual está orientada a brindar la idea del sentido satisfactorio. Debe tener en cuenta la identidad y calidad del programa.
- Es importante que los comunicadores sepan producir géneros periodísticos en radio. Éstos constituyen el pilar fundamental de crecer

y aportar a la sociedad en su desarrollo, acogándose al conocimiento de que los medios de comunicación es el cuarto poder en una sociedad hambrienta de información confiable, veraz y directa.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1 Título de la Propuesta

Guía radiofónica con técnicas y géneros periodísticos “la noticia, la entrevista y el comentario” que oriente al comunicador social a un mejor desempeño profesional.

6.2 Justificación

Uno de los temas de actualidad es la crítica hacia los medios de comunicación que hoy por hoy no son confiables con la información vertida día a día. Por ello, la guía sería de interés y ayuda para estudiantes, comunicadores sociales, presentadores de noticias y dueños de medios radiales; por cuanto son varios los aspectos que son dejados de lado al aplicar estos géneros periodísticos en un programa de información. Por ejemplo, en la entrevista casi nunca el reportero de radio elabora un banco de preguntas que guiará su trabajo, situación que en algún momento desvía el punto central por el cual se busca la información.

El presente aporte investigativo tiene como finalidad llenar algunos vacíos del conocimiento, donde pueda ser aplicable y que sirva para obtener un resultado en los medios radiales, para que puedan recuperar la confianza de la sociedad y dar una información confiable y veraz. Esta guía práctica busca realizar, en primera instancia, una sistematización de

conceptos en cuanto a los géneros periodísticos, con atención específica en la noticia, la entrevista y el comentario, que son utilizados diariamente por el reportero de la radio Ibarreña.

Detectar los principales aspectos que son obviados al momento de aplicar la noticia, la entrevista y el comentario, por parte de los comunicadores de radio, hecho que refleja la inmediatez con que deben difundirse las informaciones y de las condiciones internas como externas que influyen.

Mediante una guía práctica y sencilla que se elaborará en el transcurso de esta tesina los reporteros de radio mejorarán su calidad de trabajo.

6.3. Objetivos

6.3.1 Objetivo general

Para mejorar la calidad del trabajo periodístico del comunicador de la radio Ibarreña, se entregará a los medios una guía metodológica - académica sobre los géneros: noticia, entrevista y comentario.

6.3.2 Objetivos específicos

- Planificar un programa radial piloto de un noticiero donde se emplee el proceso y producción periodística radiofónica como: la noticia, entrevista y comentario con presentación, despedida, avances, spot y pisadas, con una nueva estructura y demostrar el cambio del producto que demande su planificación.
- Entregar una producción radiofónica para el noticiero de la radio Universitaria como parte de esta investigación.

6.4 Ubicación Sectorial y Física

Los medios de comunicación para esta investigación se encuentran ubicados en la ciudad de Ibarra.

(http://es.wikipedia.org/wiki/Ibarra_Ecuador). San Miguel de Ibarra es una ciudad ubicada en la región andina al norte del Ecuador. Conocida históricamente como "La Ciudad Blanca" por sus fachadas y por los asentamientos de españoles en la villa. También son muy comunes las frases: "ciudad a la que siempre se vuelve", por su pintoresca campiña, clima veraniego y amabilidad de sus habitantes.

Es muy visitada por los turistas nacionales y extranjeros como sitio de descanso, paisajístico, cultural e histórico. Es una ciudad cultural en donde predomina el arte, la escritura, la pintura, el teatro y la historia; además, existe una creciente oferta turística y hotelera.

Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura y la Región Norte (Ecuador). Por eso es el centro de desarrollo económico, educativo y científico de la zona. La ciudad se encuentra edificada a las faldas del volcán que lleva el mismo nombre de la provincia.

Fue fundada por el español Cristóbal de Troya, el 28 de septiembre de 1606, por orden de Miguel de Ibarra. Por su ubicación geográfica se la nombró sede administrativa de la región 1 conformada por las provincias de Esmeraldas, Carchi, Sucumbíos e Imbabura.

IBARRA



6.4.1.- Ubicación Sectorial y Física de radio América



Está ubicada en el centro de Ibarra en las calles Sánchez y Cifuentes y Velasco esquina, sexto piso de edificio ex Previsora de Ibarra.

Radio América Estéreo 89.1 FM es una estación radial que se trasmite desde Ibarra, Imbabura, Ecuador las 24 horas del día. A través de una programación, se encarga de difundir diferentes segmentos, con lo que mantiene entretenidos a todos sus fieles seguidores de Ecuador.

Su estilo es variado. Puede ingresar a su página web oficial <http://americaestereo.com/>

También está presente en las redes sociales: en Facebook: [facebook.com/Radio America HD](https://www.facebook.com/Radio-America-HD) y en Twitter: [twitter.com /Radio America HD](https://twitter.com/Radio-America-HD).

Ubicación: Ibarra, Imbabura, Ecuador

Idioma: Español

Género: Variada

Sitio Web: <http://americaestereo.com/>

6.4.2.- Ubicación Sectorial y Física de Radio la Premier.



Ubicada en el centro de Ibarra en las calles Av.: Teodoro Gómez de la Torre 8-43 entre Bartolomé García y Calixto Miranda, 2piso.

La Premier FM 91.9 es una estación radial que se trasmite desde Ibarra, Ecuador las 24 horas del día. A través de una programación se encarga de difundir diferentes segmentos con lo que mantiene entretenidos a todos sus fieles seguidores de Ecuador.

Su estilo es Informativo, Deportivo.

Puede ingresar a su página web oficial <http://www.lapremierfm.com/>

Ubicación: Ibarra, Pichincha, Ecuador

Idioma: Español

Género: Informativa, Deportiva

Sitio Web: <http://www.lapremierfm.com/>

6.4.3.- Ubicación Sectorial y Física de radio Activa



Ubicada en el centro de Ibarra en las calles: Liborio Madera. y Sucre, 2º piso.

Radio Activa f.m. 98.7 en sus inicios se crea como Sono Stereo f.m. 98.5, fue fundada el 04 de abril de 1990 fecha en la que IETEL actual CONATEL concedió la frecuencia.

El 15 de abril de 1997, la superintendencia de telecomunicaciones autoriza el cambio de nombre de radio Sono Stereo en frecuencia modulada a radio activa f.m., luego de que su concesionario Augusto Báez

Solicitará dicho cambio el 10 de marzo del 2003 se procede a una migración de frecuencia ordenada por CONATEL, es decir de 98.5 a 98.7.

6.4.4.- Ubicación Sectorial y Física de radio Ritmo



Ubicada en el centro de Ibarra en las calles: Av. Atahualpa y Av. Ricardo Sánchez,

Ritmo 103.5 FM es una estación radial que se trasmite desde Ibarra, Imbabura, Ecuador las 24 horas del día.

A través de una programación se encarga de difundir diferentes segmentos con lo que mantiene entretenidos a todos sus fieles seguidores de Ecuador.

Su estilo es Variada.

Puede ingresar a su página web oficial <http://www.radioritmofm.com/>
También está presente en las redes sociales: en Facebook: [facebook.com/Fm Ritmo Ibarra](https://www.facebook.com/FmRitmoIbarra).

Ubicación: Ibarra, Imbabura, Ecuador

Idioma: Español

Género: Variada

Sitio Web: <http://www.radioritmofm.com/>

6.5.-Desarrollodela propuesta.

Guía radiofónica con técnicas motivadoras y géneros periodísticos “la noticia, la entrevista y el comentario” que orienten al comunicador social a un mejor desempeño profesional.



INTRODUCCIÓN

Esta guía surge como un auxiliar didáctico que trae consigo una serie de sugerencias que ayudarán a motivar al comunicador, para lograr así elevar su nivel de auto estima y desarrollar mejor su proceso de informar dentro y fuera de la radio institución.

Para que se cumpla el propósito de mejorar el nivel, es importante que el comunicador radiofónico tome en cuenta toda las actividades que a continuación se presentan, en donde deben atravesar un proceso que consiste en lograr una síntesis entre información, reflexión y acción.

“Los géneros periodísticos tienen su relevancia a la hora de informar a la sociedad por parte del periodista, razón por la cual se convierten en Herramienta indispensables para elabora los mensajes comunicativos que inclusive pueden cambiar el comportamiento, como influir en las decisiones del público oyente.

Esta Guía práctica lo que busca es hacer más sencilla la aplicación de la noticia, entrevista y crónica en la radiodifusión local, desde de la experiencia adquirida en el ámbito laboral.

Es por ello que a continuación ponemos a disposición de estudiantes y profesionales de la comunicación esta guía metodológica sobre los géneros utilizados en radio.

En primera instancia, el aporte bibliográfico no busca establecer parámetros para delinear la forma de aplicar los géneros periodísticos en la radiodifusión, sino más bien promover una guía sencilla de las principales corrientes que abarcan estos géneros, para introducir al lector a explorar nuevas alternativas del periodismo, con base en las corrientes tradicionales como clásicas sobre los mismos.

1.-Enfoque de la Guía

Enfoca metodológica y académicamente al comunicador radiofónico sobre los géneros: noticia, entrevista y el comentario para mejorar la calidad del trabajo periodístico del presentador de noticias y reportero de la radio Ibarreña.

1.2.-Importancia de la guía

Los comunicadores ibarreños de la radiodifusión deben conocer la importancia que tienen los géneros periodísticos para su ámbito profesional, debido a que en cualquier momento de la actividad diaria podría agotarse o se agudiza con la pérdida de un marco formal a seguir o la distorsión que se produce en la radio, al momento de redactar las informaciones.

Este trabajo investigativo pretende profundizar los conocimientos hacia los comunicadores, con principal atención a los géneros más utilizados en la radio local que son la noticia, la entrevista y el comentario.

En primer lugar un horizonte de expectativas para el oyente. Los géneros periodísticos a emplearse son los que orientan a la audiencia y le proporcionan un panorama de aceptación para que pueda entender con mayor claridad.

En segundo lugar, los géneros periodísticos son los que renuevan y garantizan el mensaje dado, llamado relato; son ellos los que hacen posible recuperar la atención y el interés del público, puesto que las formas expresivas con las que se presentan los mensajes también se actualizan mediante los diferentes procedimientos constructivos en un hecho de información.

Finalmente, son estos géneros periodístico los que crean una actitud

positiva en el oyente, que demuestra respeto a la información. Recordaremos en primer lugar cómo se caracterizan los géneros, describiremos los principales consensos y disensos que se presentan hoy entre los autores que han abordado la temática y analizaremos finalmente los problemas que se plantean en la teoría y en la práctica profesional de la aplicación de los mismos.

1.3.- Instrucción para su uso

Un comunicador debe tener en cuenta lo siguiente:

(“Periodista”. Diccionario de la Real Academia de la Lengua) “Es una actividad que consiste en recolectar, organizar, sintetizar, jerarquizar y publicar las informaciones o hechos relativos a la actualidad a través de un medio que es la Radio, tomando en cuenta que debe ser un profesional de la comunicación”. Para obtener esta información, el periodista debe recurrir, obligatoriamente, a fuentes verificables o en otros casos a su propio testimonio.

La base esencial del periodismo es la noticia, pero comprende otros géneros, muchos de los cuales se interrelacionan, como la entrevista, el reportaje, la crónica, el documental y la opinión. Tener en cuenta que la recolección de la información va desde la búsqueda de las fuentes, en lo posterior se realiza una discriminación de los datos obtenidos ubicándolos de lo más importante a los menos relevante y finalmente el producto elaborado y pulido es difundido a la comunidad en forma de noticia.

1.4.-Cualidades que debe tener el comunicador de radio

a.-La capacidad de comunicar debe ser la característica y la cualidad que debe tener un periodista. Es una de las tres virtudes que debe tener un

comunicador.

b.-La objetividad, honestidad, honradez, curiosidad, independencia y el dominio de su propio lenguaje marcan una estrategia fundamental en un producto comunicacional.

c.- Son pocos profesionales los que emplean los géneros periodísticos y sobre todo la ética que va plasmada en: la neutralidad, la originalidad, la valentía, la agresividad o el compromiso social.

d.- Fuertes son las estrategias y soportes que debe utilizar el comunicador en la entrevista para radio. Debe ser capaz de poner el tema a tratar a su favor, porque su nerviosismo se le puede notar en su voz.

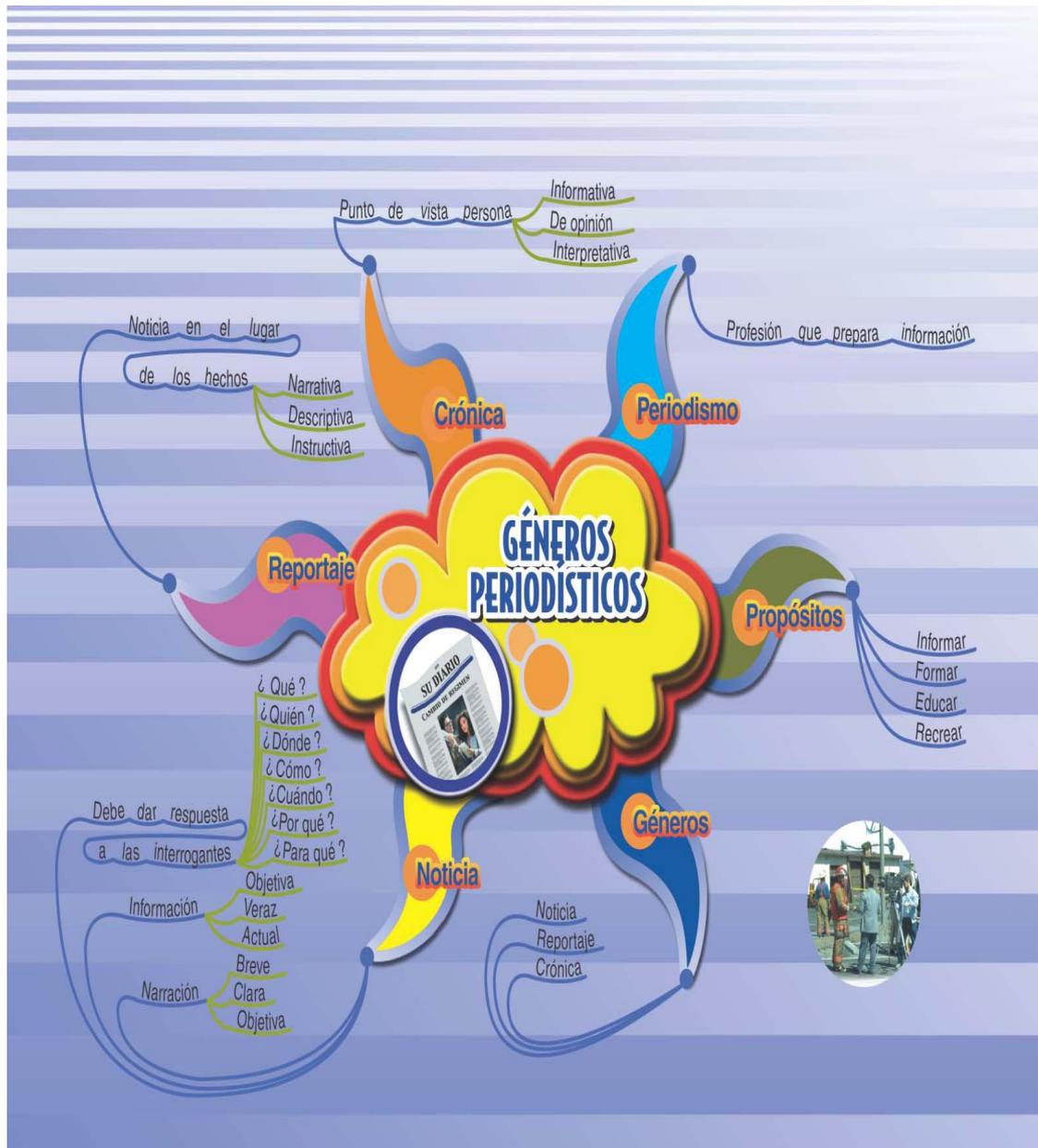
e.- El grado de conocimiento de la temática abordada debe ser eficaz para no caer en la improvisación, capaz de responder rápidamente con el seguimiento de sus preguntas (agilidad mental) o comentarios, para llegar a la satisfacción de que su conversación grabada suene como una charla natural, mas no como algo programado.

f.- Se sorprenderán al momento de que se den cuenta la cantidad de sonidos en los acentos regionales e internacionales ligados a los periodistas que sin caer en cuenta son notables para los radioescuchas. Los que hacemos periodismo podremos notar, en este claro ejemplo, que se necesita desarrollar la habilidad de no decir "Um", no para hacer una pausa, sino más bien hablar en oraciones cortas que tengan sentido. Son habilidades que se podrán corregir y mejorar con el tiempo, en la práctica profesional.

g.-La pausa y el hablar con claridad marca una necesidad fundamental para el comunicador, además debe practicarse la lectura en voz alta sin errores, para que no se tropiece cuando se está en el aire.

h.- La difusión oral en la radio debe sonar muy convincente, demostrar lo que se hace, lo que se informa.

1.5.-Instrucción para su uso “grafico”



Fuente: (<http://nomesjoana.wordpress.com/2011/03/19/los-generos-periodisticos/>)

1.6.- Cómo realizar un producto informativo en radio

Para realizar un producto informativo hay dos características que permiten diferenciar la noticia de otros géneros periodísticos, cuya finalidad es también informar:

- Brevedad
- Objetividad

El fin más importante de la noticia no es otra cosa que informar un suceso sin añadir ningún tipo de análisis o de comentarios.

La estructura habitual de la noticia se denomina pirámide Invertida, ingenjada por Carl Warren; la técnica del relato periodístico que compone el texto parte de lo más notable y concluye en lo menos importante; así, en caso de un exceso, la información puede cortarse por lo de abajo.

1.7.- La estructura de la Noticia:

En la radio uno de los puntos más importante y que se debe tomar en cuenta es el elemento llamado tiempo: en radio la noticia está determinada por su duración. Por ejemplo, el tiempo corto o tomado en cuenta por unos 40 segundos no es recomendado, casi no hay espacio para pensar, pero con 2 minutos sí, determina la forma de elaborar esa información o una noticia total.

a.- El titular: Es la primera parte, la cual debe llamar la atención tanto de la noticia como también atraer el interés del público oyente. No todas las noticias lo tienen: música, declaraciones... Es una llamada para poner al oyente en alerta. Por ejemplo: "Destrucción fatal en la ciudad".

b.- Lead: es el primer párrafo, que debe estar bien estructurado, el mismo que responde al qué, quién, dónde, cómo y cuándo. También se llama entrada y contiene lo principal del cuerpo informativo.

c.- Narración: es el desarrollo de la información, llamada también el cuerpo de la noticia; incluye los datos que no figuran en la entrada, ahí explica los antecedentes y apunta las posibles consecuencias, incorpora información hasta que esté totalmente contado; responde al cómo y porqué; esto no significa que se deba incluir opiniones partidistas o juicios de valor sobre lo que se narra.

d.- Cierre: es como un segundo lead; muchas noticias no llevan porque son bastante cortas; la comprensión para el oyente es más sencilla, por si no se ha entendido antes o alguien se ha incorporado tarde; en este final figuran las preguntas de qué, quién y dónde.

1.7.1.- Recomendaciones

Al redactar una noticia hay que tomar en cuenta ciertos aspectos, como evitar el uso de adjetivos antepuestos que denoten subjetividad y los pronombres personales o verbos en primera persona. En general hay que utilizar oraciones breves, claras y sencillas. Además, se debe evitar palabras no entendibles o técnicas que podrían dañar el cuerpo de la información; asimismo hay que anular las redundancias. Nunca se deberá cambiar el tiempo verbal en medio de una nota. El tiempo preferible es el pretérito y salvo excepciones no es conveniente recurrir al tiempo presente.

1.7.2.-Ejemplo:

Noticia transmitida en Radio La Premier 91.9, en el noticiero "Mundo

Noticias”, 25 de Abril del 2014.

a.- Titular: “Se iniciaron V Juegos Deportivos Nacionales Juveniles 2014”

b.- El lead: Con la presencia de las delegaciones deportivas de 24 provincias del país, en el CEAR, ubicado en Carpuela, provincia de Imbabura, se realizó la inauguración oficial de los V Juegos Deportivos Nacionales Juveniles 2014, donde entidades rectoras del deporte a nivel nacional se dieron cita a este evento, organizado por el Ministerio del Deporte.

c.- El cuerpo de la noticia: El presidente de Federación Deportiva de Imbabura, Lcdo. Mauricio Arguello, resaltó la importancia de este evento deportivo, donde se pone a prueba la labor de los entrenadores y deportistas que representan a cada una de las provincias en las diferentes disciplinas deportivas que se desarrollaran en el Centro de Entrenamiento y Alto Rendimiento de Carpuela.

1.8.- Guía para la entrevista en radio

Este género periodístico, la entrevista, reproduce una conversación entre entrevistador y entrevistado; sin embargo, no se trata de una charla casual, aunque muchas veces se logra crear esa ilusión de hacer creer al radio escucha que se trata de un encuentro entre dos personas significativas socialmente. Una entrevista es el resultado de un proceso compuesto de distintas instancias, en el que el diálogo con el entrevistado es solamente uno de varios pasos.

1.8.1.- Estructura de la entrevista

a.- Preparación: Se recomienda, como primer paso, elegir al entrevistado

entre personalidades entrevistables, sean estos políticos, autoridades, dirigentes sociales. De entrada, presentamos al personaje.

b.- El diálogo: en este punto se debe dar el suficiente protagonismo al entrevistado. En cuanto a las preguntas, deben ser breves, claras y concisas de acuerdo al tema planteado, mas no salirse del contexto, sin olvidar que la entrevista está pensada para terceros, los oyentes.

c.- Cierre: Destacar con un pequeño resumen lo más importante de la entrevista es primordial, más cuando el entrevistado está presente en ese momento.

d.- Edición: Hay que tener mucho cuidado, debido a que las entrevistas que no se emiten en directo permiten el trabajo de montaje sonoro. Este es un momento creativo, para seleccionar, recortar, intercalar. El productor rearma la entrevista y se pueden agregar otros recursos sonoros que aporten información.

Esta producción tiene límites éticos, por lo que la edición tiene que ser original. El periodista no puede manipular los testimonios sonoros, para falsear los significados o descontextualizar las declaraciones; además, con la grabación hay que ser muy cuidadoso en la calidad sonora que pueda producir. Un buen entrevistador debe tener como hábito el revisar el estado óptimo del aparato, las pilas, en cuanto al lugar elegido para la entrevista debe ser sin demasiados ruidos; el micrófono ubicado a una distancia adecuada; la pausa entre preguntas y respuestas es necesaria, para no pisar las palabras del entrevistado y facilitar la edición posterior.

1.8.2.- Recomendaciones

El periodista debe conocer el tema a profundidad, puesto que el público

es muy perspicaz para darse cuenta si es él quien maneja o no la entrevista.

El banco de preguntas o machote es fundamental tenerlo realizado antes de una entrevista; no es un machote a seguir, pero ayudará a no dejar cabos sueltos en el diálogo realizado con el entrevistado.

El realce se le debe dar al entrevistado, mas no al entrevistador; éste es uno de los puntos importantes, lograr extraer alguna revelación inédita del personaje, abordar un ángulo desconocido del personaje; el enfoque tiene que ser muy bien trazado y producir una explosión de interés en el oyente.

Es muy importante mantener contacto directo o un seguimiento de aprobación con el entrevistado invitado al diálogo, para evitar pasar papelones en vivo y en directo, cuando este no llegue.

1.8.3.- Ejemplo:

a.- Preparación de Entrevista:

Entrevista realizada en Radio La Premier 91.9, en el noticiero “Mundo Noticias”, 06 de Junio del 2014.

El tema a ser abordado es “La vacuna contra la influenza”.

La entrevistada: Dra. Yu Ling Reascos, Coordinadora del Ministerio de Salud ZONA 1.

b.- Conversación: La entrevista lo realiza el personal periodístico de Radio la Premier, en el noticiero “Mundo Noticias”. En el set de la radio se hace una presentación breve del entrevistado y del evento “La vacuna

contra la influenza”.

Posterior a ello vienen las preguntas y respuestas, tanto del entrevistado como del entrevistador; de esta manera se sigue un orden lógico de acuerdo al tema analizado.

c.- Edición: De esta entrevista, que dura aproximadamente 20 minutos, lo importante de la misma es resumir para que se difunda en unos tres minutos, incluido el lead de introducción al tema abordado.

1.9.- Guía para el comentario en radio

El comentario denominado género periodístico de opinión está ligado tradicionalmente es uno de los géneros que han sido alejados o puesto a un lado en los programas de información radial o manuales de redacción para radio.

1.9.1.- La estructura del comentario

El comentario radiofónico es un modelo de representación de la realidad basado exclusivamente en la palabra y el monólogo, cuya función es persuadir al oyente acerca de la validez de una valoración personal y no institucional de un hecho de actualidad; utiliza las técnicas de la argumentación clásica y los recursos de producción y realización característicos de la radio.

a.- Contenido: En este apartado incluimos los rasgos relacionados con la función, el propósito y el carácter de este género radiofónico. Así mismo hacemos referencia también a su conexión con la actualidad informativa y al grado de profundidad propio del comentario. Todas estas cuestiones tienen que ver con el fondo del género, por contraposición a aquellos

aspectos más formales que abordaremos.

1.9.2.- Recomendaciones

La finalidad del comentario radiofónico es deliberadamente argumentativa entendiendo la argumentación en el sentido clásico. Así un texto argumentativo es aquél que presenta una serie de argumentos lógicos, coherentes y verosímiles a favor de una conclusión o tesis, esta es la finalidad del comentario radiofónico.

1.9.3.- Ejemplo.

Noticia transmitida en Radio La Premier 91.9, en el noticiero “Mundo Noticias”, segmento deportivo, 25 de Abril del 2014.

a.- Titular: “Se iniciaron V Juegos Deportivos Nacionales Juveniles 2014.

b.- Comentario: Los V Juegos Deportivos Nacionales Juveniles concitaron el interés de propios y extraños, debido al gran margen de deportistas que se dieron cita a los cuatro Centros de Alto Rendimiento del país, donde se dividieron las diferentes disciplinas deportivas.

Las provincias participantes enviaron a sus mejores deportistas porque el interés del Ministerio del Deporte es obtener marcas importantes para el desempeño de estos en citas internacionales que se avecinan y así dejar muy en alto el nombre del país.

Fue una cita deportiva muy interesante, porque ahí se dieron a conocer cuáles son los más accionados para representar al país en los diferentes mundiales que se realizaran en distintos lugares.

1.10.- Piloto de programa radial.

Géneros radiofónicos (Programa piloto)

| | | |
|----------|---|----------|
| OPERADOR | Sube Fondo de presentación del noticiero | 00:01:00 |
| LOCUTOR | Titulares. | 00:05:00 |
| OPERADOR | Sube Fondo de presentación noticias internacionales | 00:00:30 |
| LOCUTOR | -La prensa internacional, de luto. Las fuerzas estadounidenses atacan a reporteros extranjeros que cubrían el frente iraquí. Un camarógrafo español y otro de la agencia Reuters murieron al igual que un periodista de la cadena árabe Al Jazeera . | 00:00:30 |
| OPERADOR | Sube golpe de música 1 seg. | 00:00:06 |
| LOCUTOR | - La Federación Internacional de Periodistas, califica los hechos como crímenes de guerra, la comisión europea exige explicaciones. | 00:00:30 |
| OPERADOR | Sube golpe de música 1 seg. | 00:00:06 |
| LOCUTOR | - Y mientras tanto Estados Unidos responsabiliza del ataque de hoy a dos periodistas. | 00:00:30 |
| OPERADOR | Sube golpe de música 1 seg. | 00:00:06 |
| LOCUTOR | El gobierno español pide a sus periodistas que abandonen Irak. | 00:00:30 |
| OPERADOR | golpe de música 1 seg. | 00:00:06 |
| OPERADOR | Sube Fondo de presentación noticias nacionales | 00:00:30 |
| OPERADOR | - En lo nacional adelantamos, el presidente Eco. Rafael Correa ordeno la depuración de las entidades policiales por los diferentes acontecimientos que ocurrieron en días pasados. | 00:00:30 |
| LOCUTOR | Sube golpe de música 1 seg. | 00:00:06 |
| OPERADOR | La Asamblea Nacional entro en debate de primera instancia para realizar la aprobación de la nueva Ley de Minería que será revisada por cada uno de los Asambleístas existentes. | 00:00:30 |
| LOCUTOR | Sube golpe de música 1 seg. | 00:00:06 |
| OPERADOR | Los puertos marítimos del país se han venido convirtiendo últimamente en pasos importantes para el narcotráfico según lo expreso el Ministro del Interior en una rueda de prensa que se realizo en el Puerto Principal. | 00:00:30 |
| OPERADOR | Golpe de música 1 seg. | 00:00:06 |
| LOCUTOR | Sube Fondo de presentación noticias locales | 00:00:30 |
| LOCUTOR | La Coordinadora del Ministerio de Salud ZONA 1, Dra. YuLing Reascos estuvo al frente para la realización de la Vacunación contra la Influenza en todos los sectores Ibarreños, para cuidar la salud de los niños de la enfermedad denominada influenza. | 00:01:00 |

Géneros radiofónicos (Programa piloto)

| | | |
|----------------------|---|----------------------|
| OPERADOR LOCUTOR | <p>Sube palabras de la Dra. YuLing Reascos. Da a conocer un lead de la entrevista.</p> | 00:05:00 00:00:30 |
| OPERADOR LOCUTOR | <p>Sube la continuación de la entrevista. Da un breve comentario de la entrevista realizada a la Dra. YuLing Reascos, caso “la vacuna de la Influenza”</p> | 00:05:06 |
| OPERADOR OPERADOR | <p>Sube golpe de música. Sube noticia abordada de la inauguración de los V Juegos Deportivos Nacionales Juveniles. Con la presencia de las delegaciones deportivas de 24 provincias del país, en el CEAR ubicado en Carpuela, provincia de Imbabura se realizó la inauguración oficial de los V Juegos Deportivos Nacionales Juveniles 2014 donde entidades rectoras del deporte a nivel nacional se dieron cita a este evento organizado por el Ministerio del Deporte a nivel nacional.</p> | 00:00:06 00:01:00 |
| OPERADOR LOCUTOR | <p>El presidente de Federación Deportiva de Imbabura Lcdo. Mauricio Arguello resalto la importancia de este evento deportivo donde se pone a prueba la labor de los entrenadores y deportistas que representan a cada una de las provincias en las diferentes disciplinas deportivas que se desarrollaran en el Centro de Entrenamiento y Alto Rendimiento de Carpuela</p> <p>Sube fondo el comentario. Los V Juegos Deportivos Nacionales Juveniles concito en interés de propios y extraños debido al gran margen de deportistas que se dieron cita a los 4 Centros de Alto Rendimiento del país, donde se dividieron las diferentes disciplinas deportivas</p> <p>Las provincias participantes enviaron a sus mejores deportistas porque el interés del Ministerio del Deporte es obtener marcas importantes para el desempeño de estos encitas internacionales que se avencinan y así dejar muy en alto el nombre del país. Fue una cita deportiva muy interesante porque ahí se dio a conocer cuáles son los más opcionados para representar al país para los diferentes mundiales que se realizaran en diferentes lugares.</p> | 00:00:06 00:01:02 |

| | | |
|----------|--|----------|
| OPERADOR | Sube Fondo de presentación noticias de impacto local. | 00:00:22 |
| LOCUTOR | Clausuran Centro de Rehabilitación 'Una luz en el camino | 00:00:05 |
| OPERADOR | Sube golpe de música. | 00:00:06 |
| LOCUTOR | Las instalaciones del Centro de Rehabilitación Una | 00:01:00 |
| | luz en tu camino dejaron de abrir sus puertas luego | |
| | de que el comisario del Ministerio de Salud Pública | |
| | ingresara a realizar una supervisión y encontrara | |
| | inconvenientes. Santiago Palacios, comisario | |
| | de Salud manifestó que dando cumplimiento a la | |
| | resolución emitida por la Dirección de Salud, se | |
| | realizó la clausura del centro de rehabilitación. Se | |
| | presentaron algunas observaciones en el centro, | |
| | entre ellas almohadas, parte del techo y la vajilla en | |
| | mal estado. | |
| | Otra ocasión Según Palacios ya se dieron a conocer | |
| | estos inconvenientes en una anterior ocasión, pero | |
| | no fueron tomados en cuenta por parte de los | |
| | dueños del lugar. El plazo de esta resolución de | |
| | clausura será hasta que se cumpla con las | |
| | disposiciones expuestas. | |
| | Sube golpe de música. | 00:00:06 |
| OPERADOR | La feria de carros saldría del mercado mayorista. | |
| LOCUTOR | La feria de carros que por más de cinco años se ha | |
| | desarrollado al interior del Mercado Mayorista, | |
| | saldrá del lugar desde el próximo mes, al igual que | |
| | la feria de productos que se realiza los lunes y | |
| | jueves. Estas actividades económicas se | |
| | desarrollarán en un terreno que está en comodato | |
| | por 5 años al Mercado Mayorista, así se informó | |
| | desde la gerencia de Comercibarra. | |
| | El gerente de comercibarra. “Hemos hecho una | |
| | adecuación de un terreno que existe entregado en | |
| | comodato por parte de la Municipalidad al Mercado | |
| | Mayorista”, dijo Francisco Vaca gerente de | |
| | Comercibarra, empresa de economía mixta que | |
| | administra el mercado. Queremos evitar el | |
| OPERADOR | congestionamiento que existen los días de feria | |
| LOCUTOR | (lunes y jueves)”, manifestó Vaca. | 00:00:06 |
| OPERADOR | Sube golpe de música. | 00:0:50 |
| | Cierre de informativo. | 00:01:00 |

1.11.- Evaluación

Cuando en la realización de un noticiero interviene más de un reportero y un locutor, se estructura una guía de continuidad con la información generalizada de lo que ocurrirá cada minuto del tiempo del noticiero.

Además, en cuanto al invitado o entrevistado, en los programas de discusión se fundamenta en la presencia de dos o más invitados que exponen su opinión sobre un hecho noticioso o un tema de interés para la comunidad. Bajo la premisa de conocer ampliamente el tema.

El conductor actúa como moderador y detonador de cuestionamientos que provoquen la discusión, el debate, la exposición detallada de un tema.

Estos programas, como la mesa redonda, se prestan para labio direccionalidad, para el contacto directo con el público que expresa sus inquietudes sobre los temas que se desarrollan. Por lo general estos programas tienen una duración de dos horas.

No se debe confundir con la charla radiofónica, porque a ésta se le denomina al frecuente monólogo que establecen los conductores de espacios musicales. Es la información que proporcionan entre cada melodía programada.

Bibliografía

Bibliografía textual:

- BELSEBRE Armand, "La entrevista en Radio, Televisión, prensa, ediciones Cátedra, 1998.
- AGUADO, Juan Miguel. (2004). La comunicación: Dimensiones sociales y profesionales de la comunicación en los nuevos entornos tecnológico. Sevilla: Comunicación Social.
- CASTRO, Manuel (2007).Comunicación intercultural. IN: Revista América Latina en Movimiento Año 31, (418).
- CALVO HERNANDO, Manuel (2006). La ciencia como material informativo: Relaciones entre el conocimiento y la comunicación, en beneficio del individuo y la sociedad. CIEMAT. Madrid.
- CORRAL TALCIANI, Hernán. (2006). La responsabilidad civil de los periodistas. Información Pública. Universidad Santo Tomás Vol. 4, (2).
- GARZA, R. (2008). La radio del siglo XXI. México: LIBROS PARA TODOS, S.A. de C.V.
- MARTINO, Luis C. (2006). Los cursos de teoría de la comunicación a la luz del periodismo: obstáculos e impropiedades de las posiciones tecnicista e intelectualista. : Líbero. Revista de la Facultad Casper Líbero. Año 9, (17).
- PAGLIARINI DE SOUZA, Luciana C; OGÉICIA DRIGO, María. (2006).Comunicación y cognición: reflexiones sobre los vínculos entre estética, ética y semiótica. : Comunicare Vol. 6, (1).
- PAYÁN ABRÉU, Luisa (1997) "Los Comerciales de Radio, El Jingle y su Importancia dentro de una efectiva Campaña Publicitaria en Rep. Dom."

- PÉREZ COTTEN, Marcelo.(2004). La entrevista radial. Buenos Aires: La Crujía.
- PIZZOLANTE NEGRÓN, Ítalo (2006). El poder de la comunicación estratégica: Apuntes de un evangelizador corporativo. Caracas: Los libros de El Nacional. 1.- ROJAS, José Eduardo. (2006). Ética, Poder y Subjetividad en las sociedades de la Información. Punto Cero. Año XI,
- VITORIA S, Isabel M. (2006). Tendencias del periodismo latinoamericano en línea. Revista Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación. (136).
- FONTCUBERTA Mar de, “La noticia: pistas para percibir el mundo”, Editorial Paidós, 1993.
- GIJELMO Alex, “El estilo del periodista “, Ediciones Santillana, 2002, Novena edición.
- LEMOS Lucia, “Redacción y estilo periodístico, apuntes prácticos”, ediciones Ciespal, 1992 volumen N° 10.
- Martínez Albertos, J.L. (2003). “Aproximación a la teoría de los géneros periodísticos”. Cantavella.
- Muñoz, J.J. (1994). “Redacción periodística. Teoría y práctica”. Salamanca: Cervantes.
- Sánchez, J.F. y López Pan, F. (1998). “Tipologías de géneros periodísticos en España. Hacia un nuevo paradigma”. Comunicación y estudios universitarios, 8, 15-35.
- Universidad de la Sabana, “Manual de géneros periodísticos”, colección textos universitarios, 2005, primera edición.
- Universidad de Cuenca, “Apuntes de la cátedra de Géneros Periodísticos II”, Escuela de Comunicación Social, 2003.

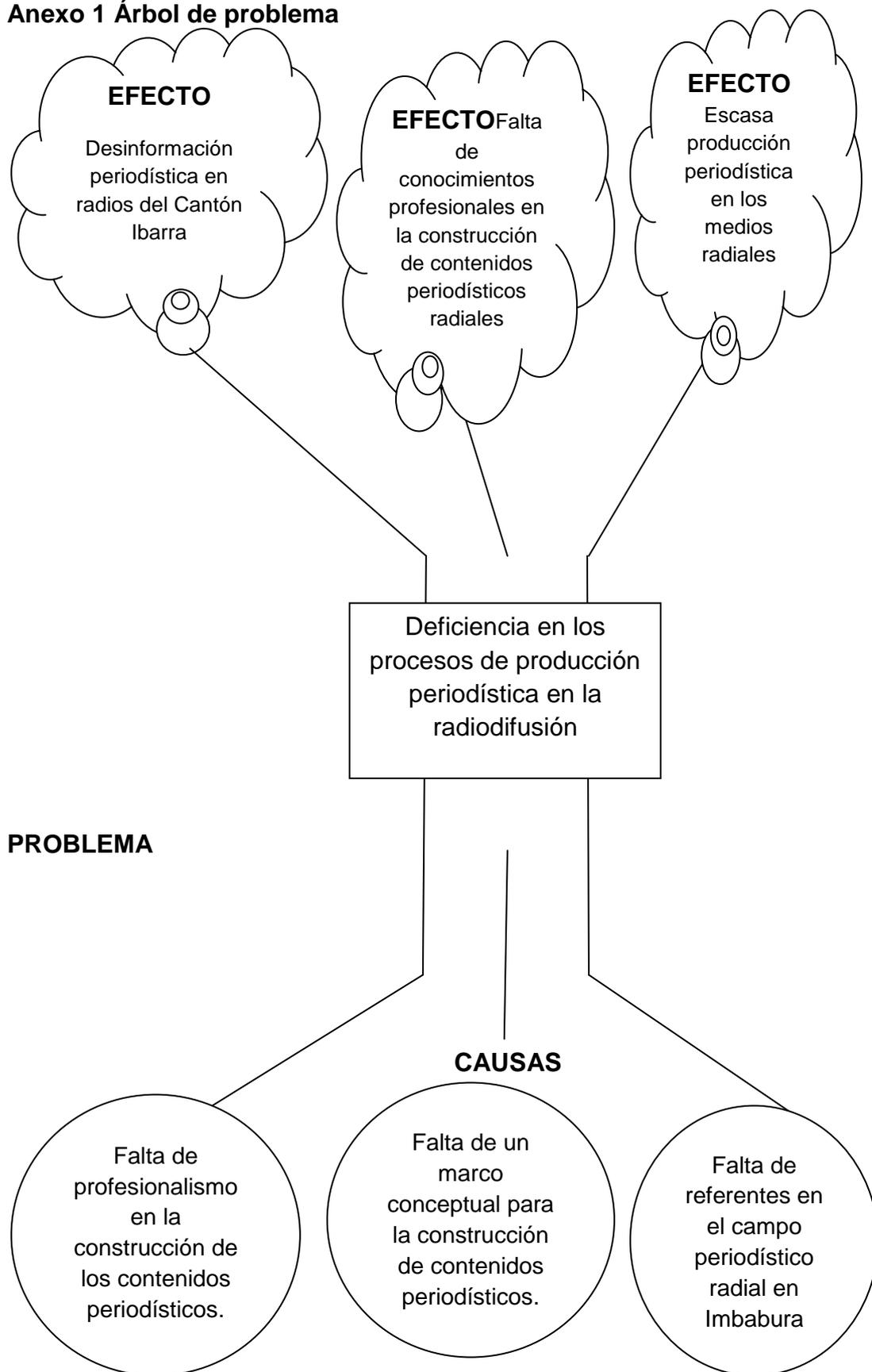
Bibliografía virtual:

- <http://html.www.comunicacionesalternativas.com>
- <http://html.www.google.com>
- <http://html.www.la radiodifusiónecuador.com>
- <http://html.www.monografias.com>
- <http://html.www.google.com>
- <http://html.www.marcoteorico.com>
- www.pucesi.edu.ec/ecoms
- Tesis Lic. Salazar Jaime.- Quito 1993.
- www.ucl.edu.ec/ecoms
- www.radioec/ecoms
- Guía para realizar trabajos de grado
- LEIVA F. 2001, Técnicas Utilizadas en Investigación I (p 45- 59)
- LEIVA F. 2001, Técnicas de Investigación (p 36- 40)
- LEIVA F. 2001, Investigación (p 45- 59)
- LEIVA F. 2001, Técnicas de tesis (p 79- 80)
- [www.es.wikipedia.org/wiki/Radio_ \(periodismo\).](http://www.es.wikipedia.org/wiki/Radio_(periodismo))
- [www.translate.google.com.ec/translate?hl=es&langpair=en%7Ces&u=http://www.journalismcareers.com/articles/beingaradioreporter.shtml.](http://www.translate.google.com.ec/translate?hl=es&langpair=en%7Ces&u=http://www.journalismcareers.com/articles/beingaradioreporter.shtml)
- www.comunicacion.idoneos.com/index.php/352599

- www.saladeprensa.org/art180.htm
- www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/5/35moreno.htm
- www.es.wikipedia.org/wiki/G%C3%A9nero_period%C3%ADstico
- www.chasqui.comunica.org/88/murelaga88.htm
- www.radiocubana.cu/index.php/articulos-especializados-sobre-la-radio/67-Periodismo/380-el-periodista-de-radio-y-el-valor-de-la-narracion-noticiosa
- www.es.wikipedia.org/wiki/Periodismo

ANEXOS

Anexo 1 Árbol de problema



Anexo 2 Entrevista

Historia de los personajes de la radiodifusión imbabureña

Gabriel Espinosa de los Monteros:



Alfonso empezó en CRI con ese gran amigo que es Silvio Morán, con Don Abelardo, mis tareas las inicié en Guayaquil. “Sixteenstons” el 16 toneladas, ese fue un disco que yo grabé, lo considero terriblemente malo, es muy mal grabado en cuanto al aspecto técnico e inclusive en el aspecto musical creo que nunca canté tan mal como en ese disco.

La locución creo que nace, pienso que el trabajo de locución es artístico y lo hace quien es artista; nosotros crecimos en un ambiente ligado a la radio, a la comunicación, la música. (Vea entrevista en sección personajes)

Gabriel Espinosa de los Monteros, próximo a cumplir 65 años de edad, hermano menor de Alfonso, conocido presentador de televisión, ambos ibarreños, son personajes de la comunicación de dilatada trayectoria en los medios de comunicación a nivel nacional. Hijos de Carlos Espinosa de los Monteros, quien fue pionero de la radiodifusión local en “La Voz de Imbabura” y luego en radio “Equinoccial” en los años cuarenta y cincuenta del siglo pasado. Sus hermanos con Mercedes, Armando, Alfonso,

Acacia, Danilo, (quien también triunfa en la radio en la ciudad de Guayaquil), Renato y Nena.

Su programa “compartiendo” lo ha llevado por algunas emisoras como Visión, Centro, Colón y Sonorama, etc.

En televisión estuvo en los informativos de Teleamazonas y Ecuavisa; en Canal Uno en donde hizo un programa de música nacional; sin duda una de las figuras más destacadas en el campo de la radio y la televisión, un ibarreño conocido a nivel nacional.

Alfonso se inició en CRI, Centro Radiofónico de Imbabura, emisora que era propiedad de Don Silvio Morán Madera, eran los inicios de la década del sesenta, tenía entonces 17 años de edad, su hermano Gabriel curiosamente no trabajó en dicha emisora ni en ninguna de la ciudad, aunque Silvio Morán amigo de Gabriel recuerda que hizo algunas actividades en radio “Equinoccial” de propiedad de Ázrael Terán.

Anexo 3 Modelo de encuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE COMUNICACIÓN SOCIAL

¿CUÁL CONSIDERA UD. QUE ES EL MEDIO DE COMUNICACIÓN MÁS INFLUYENTE EN LA SOCIEDAD IBARREÑA?

- a) Radio b) Televisión Prensa

¿CREE UD QUE EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE NUESTRA PROVINCIA EXISTE DESINFORMACION?

- Totalmente b) Parcialmente c) Escasamente

¿QUE PROGRAMAS RADIALES IMPLEMENTARIA PARA INFORMAR?

- a) Educativos b) Religiosos c) Deportivos
d) Culturales e) Políticos f) Noticiosos
g) Comunitarios h) Infantiles

¿EN GENERAL, ¿CÓMO CALIFICARÍA UD. EL CONTENIDO INFORMATIVO DE UN NOTICIERO EN NUESTRA PROVINCIA?

- a) Positivo
b) Parcialmente positivo
c) Negativo

¿CREE USTED, QUE SE DEBE CAMBIAR LA ESTRUCTURA DE LA RADIODIFUSIÓN EN IMBARRA PARA UNA INFORMACIÓN CLARA, VERDADERA Y PRECISA?

a) SI

b) NO

¿CREE USTED, QUE LA INFORMACIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIALES DEBE SER DIRIGIDA POR PROFESIONALES Y CON UNA ÉTICA EN SERVICIO A LA SOCIEDAD?

a) SI

b) NO

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 4 Fotos de investigación



Anexo 5 Marco administrativo

Cronograma de Actividades.- El presente trabajo investigativo está enmarcado a su culminación en 1 año calendario comenzando en el mes de Marzo 2012 y culminando en mayo 2013.

| MESES (M) | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|------|------|--------|
| FASES Y ACTIVIDADES | M 1 | M 2 | M 3 | M 4 | M 5 | M 6 | M 7 | M 8 | M9 | M1 0 | M1 1 | M 1 2 |
| FASE I | | | | | | | | | | | | |
| Formulación del plan de investigación | x | | | | | | | | | | | |
| Revisión bibliográfica inicial | x | | | | | | | | | | | |
| Procesamiento de la investigación | x | | | | | | | | | | | |
| Presentación del plan | | xx | | | | | | | | | | |
| Revisión del plan | | | | x | | | | | | | | |
| Presentación del documento | | | | | xx | | | | | | | |
| Aprobación del proyecto | | | | | | xx | | | | | | |
| FASE II | | | | | | | | | | | | |
| Desarrollo de la investigación | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | X x |
| Elaboración de la propuesta | | | | | | | | x | x | x | x | X |
| planificaciones | | | | | | | | | | | x | |
| Selección del material de trabajo | | | | | | | x | | | | | |
| Desarrollo de la temática | | | | | | x | | | | | | |
| Elaboración del informe | | | | | | | | | x | | | |
| FASE III | | | | | | | | | | | | |
| Informe final | | | | | | | | | | | x | X |
| Defensa y publicación | | | | | | | | | | | x | X |

Anexo 6 Recursos y financiamiento.

El financiamiento del proyecto será de una manera progresiva, dependiendo de las necesidades para dicha investigación.

| DETALLE | UNIDAD | CANTIDAD | VALOR UNITARIO (USD) | VALOR TOTAL (USD) |
|---------------------------|-----------|----------|----------------------|-------------------|
| Recursos Humanos | | | | |
| Investigador | | 1 | 400.00 | 400.00 |
| Ayudante | | 2 | 400.00 | 800.00 |
| Transporte | viajes | 6 | 20.00 | 120.00 |
| Subsistencia | | | | |
| Recurso Materiales | | | | |
| Copias | Hojas | 750 | 0.02 | 12.75 |
| Internet | Horas | 350 | 0.50 | 175.00 |
| Papel | Hojas | 1000 | 0.01 | 10.00 |
| Tinta | Cartuchos | 6 | 20.00 | 120.00 |
| Teléfono móvil | Tarjetas | 2 | 40.00 | 80.00 |
| Esferos | unidad | 4 | 0.25 | 1.00 |
| Fotografías y video | | | | 100.00 |
| Publicación | | | | |
| Anillados | unidad | 5 | 1.20 | 6.00 |
| Empastados | unidad | 5 | 15.00 | 75.00 |
| Subtotal | | | | |
| Imprevistos 15% | | | | 344.96 |
| TOTAL | | | | |

Anexo 7 Matriz de coherencia

| FORMULACION DEL PROBLEMA | OBJETIVO GENERAL |
|--|---|
| <p>Analizar la deficiencia de los procesos periodísticos radiales en noticieros de cuatro medios de comunicación de Ibarra, como una investigación que determine la causa de esta falencia, ya sea por desconocimiento, la no aplicación de los géneros y falta de profesionalismo en la construcción de programas informativos o, a su vez, por la limitación a la libre expresión, generando una contradicción en la sociedad.</p> | <p>Analizar los procesos de la producción periodística radial. Casos Radios América, La Premier, Ritmo y Activa.</p> |
| SUBPROBLEMAS/ INTERROGANTES | OBJETIVOS ESPECIFICOS |
| <ul style="list-style-type: none"> • Planificar, elaborar y evaluar programas radiales eficientes, creativos y transformadores de acuerdo con los diferentes contextos comunicacionales. • Recopilar, administrar y emitir información, considerando el contexto sociocultural y económico de la sociedad a nivel provincial. • Aplicar creativa y eficientemente géneros y formatos periodísticos en los distintos productos de la comunicación. | <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un diagnóstico sobre los procesos de producción periodística para el mejoramiento de la calidad informativa. • Preparar una guía conceptual sobre el proceso de producción periodística radial que permita su aplicación en los diferentes géneros periodísticos. • Desarrollar una propuesta periodística radial que sirva como guía didáctica en la elaboración de contenidos. • Socializar la propuesta planteada con los directores de noticias de los medios investigados, para que esta guía sirva como base a los comunicadores. |

Anexo 8 Entorno Administrativo

| Actividad 2013/13 | Teimpo | |
|-------------------------------|-------------------|------|
| Borrador del anteproyecto | Julio-agosto | 2013 |
| | Agosto-septiembre | 2013 |
| Aprobación de Anteproyecto | septiembre | 2013 |
| Director de Tesis | Dr. José Revelo | |
| Delimitación | segundo semestre | 2013 |



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

| DATOS DE CONTACTO | | |
|----------------------|--|---------------------------|
| CÉDULA DE IDENTIDAD: | 1002455226 | |
| APELLIDOS Y NOMBRES: | Carlos Héctor Pozo Chango | |
| DIRECCIÓN: | Ibarra, Reinaldo Chávez y Secundino Peñafiel | |
| EMAIL: | el_locodelaradio@hotmail.com | |
| TELÉFONO FIJO: | ----- | TELÉFONO MÓVIL 0994618726 |

| DATOS DE LA OBRA | |
|-----------------------------|---|
| TÍTULO: | “ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA RADIAL. CASO RADIO AMÉRICA, LA PREMIER, RITMO Y ACTIVA” DURANTE EL SEGUNDO SEMESTRE 2013, PROPUESTA ALTERNATIVA” |
| AUTOR (ES): | Carlos Héctor Pozo Chango |
| FECHA: AAAAMMDD | 2015/03/13 |
| SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO | |
| PROGRAMA: | <input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO |
| TÍTULO POR EL QUE OPTA: | Título de Licenciado en Comunicación Social. |
| ASESOR /DIRECTOR: | Dr. José Revelo |

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Carlos Héctor Pozo Chango, con cédula de identidad Nro. 1002455226, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 01 días del mes abril de 2015

EL AUTOR:



(Firma).....

Nombre: Carlos Héctor Pozo Chango

C.C. 1002455226



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Carlos Héctor Pozo Chango, con cédula de identidad Nro. 1002455226 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado titulado: **“ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA RADIAL. CASO RADIO AMÉRICA, LA PREMIER, RITMO Y ACTIVA” DURANTE EL SEGUNDO SEMESTRE 2013, PROPUESTA ALTERNATIVA** que ha sido desarrollada para optar por el Título de Licenciado en Comunicación Social en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 01 días del mes abril de 2015

(Firma)

Nombre: Carlos Héctor Pozo Chango

Cédula: 1002455226



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

4. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

| DATOS DE CONTACTO | | | |
|----------------------|-------------------------|----------------|------------|
| CÉDULA DE IDENTIDAD: | 1001652229 | | |
| APELLIDOS Y NOMBRES: | Luis Gonzalo Piñan Lara | | |
| DIRECCIÓN: | Ibarra, Azaya | | |
| EMAIL: | pianluis2@gmail.com | | |
| TELÉFONO FIJO: | ----- | TELÉFONO MÓVIL | 0988278067 |

| DATOS DE LA OBRA | |
|-----------------------------|---|
| TÍTULO: | "ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA RADIAL. CASO RADIO AMÉRICA, LA PREMIER, RITMO Y ACTIVA" DURANTE EL SEGUNDO SEMESTRE 2013, PROPUESTA ALTERNATIVA" |
| AUTOR (ES): | Luis Gonzalo Piñan Lara |
| FECHA: AAAAMMDD | 2015/03/13 |
| SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO | |
| PROGRAMA: | <input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO |
| TÍTULO POR EL QUE OPTA: | Título de Licenciado en Comunicación Social. |
| ASESOR /DIRECTOR: | Dr. José Revelo |

5. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Luis Gonzalo Piñan Lara, con cédula de identidad Nro. 1001652229, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

6. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 01 días del mes abril de 2015

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Luis Gonzalo Piñan Lara
C.C. 1001652229

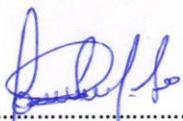


UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Luis Gonzalo Piñan Lara, con cédula de identidad Nro. 1001652229 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado titulado: **“ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA RADIAL. CASO RADIO AMÉRICA, LA PREMIER, RITMO Y ACTIVA” DURANTE EL SEGUNDO SEMESTRE 2013, PROPUESTA ALTERNATIVA**” que ha sido desarrollada para optar por el Título de Licenciado en Comunicación Social en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 01 días del mes abril de 2015

(Firma) 

Nombre: Luis Gonzalo Piñan Lara
Cédula: 1001652229