



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**ANÁLISIS DEL CONTENIDO
DE LA PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA DIRIGIDA A
JÓVENES DEL CANTÓN LATACUNGA**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de
Licenciada en Comunicación Social

AUTORA:

Ortiz Robles María del Carmen

TUTOR:

MSc. Falconí Suarez Franklin Eduardo

Latacunga-Ecuador

Agosto - 2018



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

“Yo **ORTIZ ROBLES MARÍA DEL CARMEN** declaro ser autora del presente proyecto de investigación: “**ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LA PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA DIRIGIDA A JÓVENES DEL CANTÓN LATAACUNGA**”, siendo el MSc. Franklin Eduardo Falconí Suarez director del presente trabajo; y eximimos expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

.....
ORTIZ ROBLES MARÍA DEL CARMEN

C.I. 180326360-5

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título:

“ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LA PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA DIRIGIDA A JÓVENES DEL CANTÓN LATACUNGA”, ORTIZ ROBLES MARÍA DEL CARMEN , de la Carrera de COMUNICACIÓN SOCIAL, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Concejo Directivo de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, 26 de Julio, 2018

.....
MSc. Falconí Suárez Franklin Eduardo

1802454387

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Humanas y Educación por cuanto, la postulante: **ORTIZ ROBLES MARÍA DEL CARMEN**, con el título de Proyecto de Investigación: **“ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LA PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA DIRIGIDA A JÓVENES DEL CANTÓN LATACUNGA”**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación de Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, Julio del 2018

Para constancia firman:

Lector 1

Nombre: MSc. Ricardo Ureña

CC: 1754181699

Lector 2

Nombre: MSc. Cristian Torres

CC: 0502340490

Lector 3

Nombre: MSc. Yesenia Cabrera

CC: 1716336563

AGRADECIMIENTO:

Todo tiene un inicio y un final inesperado. En mi caso la vida me ha regalado varios aprendizajes que han marcado mi camino, pero he ganado las batallas, aunque se han presentado varias guerras. El tiempo es el mejor consejero de vida, el fiel amigo que está disponible las 24 horas del día.

Varias personas reniegan su estilo de vida, yo agradezco cada minuto de ella, me permite conocer personas maravillosas y casos que marcan mi existencia en la tierra. Agradezco profundamente a “DIOS”, por esta vida que me concedió, a la “U.T.C”, una respetada institución de educación superior que me abrió las puertas, para encaminar mi vida profesional.

Como no resaltar el apoyo incondicional de mis padres, que son mi motor para seguir adelante, mi hermano que es mi compañero de vida, ese pequeño la felicidad más inocente de ser tía.

Por último quiero dar gracias a mi abuelita que está en el cielo, que me han enseñado la fuerza y perseverancia, a todos aquellos que me ofrecieron su amistad en los momentos más arduos y complicados.

DEDICATORIA:

Dedico este trabajo a mi familia, especialmente a mis padres Angélica Robles y Santiago Ortiz por apoyarme en mi proceso de educación, al pequeño Alex la felicidad más inocente de ser tía, mi hermano Oscar, que estuvo pendiente del cumplimiento de esta meta. A mi abuelita Carmen, la extraño mucho todos los días de mi vida.

Finalmente dedico este proyecto a todos los estudiantes de Comunicación Social, que nunca deben desistir de un sueño, a pesar que el camino de esta profesión sea difícil y lleno de miles de obstáculos.

OLVIDA LAS PIEDRAS DEL CAMINO Y CREE EN LA FUERZA DE TU RAZÓN.

MARÍA DEL CARMEN ORTIZ ROBLES

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

TITULO: Análisis del contenido de la programación radiofónica dirigida a jóvenes del cantón Latacunga.

RESUMEN

Los programas radiales juveniles de la ciudad de Latacunga, emiten diferentes contenidos radiofónicos, dirigidos a un target específico que son los jóvenes quienes son una parte fundamente en la comunicación de los medios radiales. Los programas de la ciudad emiten contenidos de acuerdo a los objetivos de la radio como son: entretenimiento, informativas y educativas. Este proyecto tiene como objetivo realizar una crítica constructiva a los programas juveniles de la ciudad para obtener una mejor producción radiofónica y un contenido comunicacional acorde a los nuevos retos que enfrenta la radio en este momento.

La presente investigación utilizamos una investigación cualitativa y cuantitativa para analizar los contenidos de la programación radiofónica dirigida a jóvenes del cantón Latacunga. Los jóvenes en la actualidad escogen los programas juveniles radiales, de acuerdo a las preferencias musicales y temáticas de interés social en ellos. Analizaremos si los programas y los contenidos cumplen con las expectativas de los oyentes juveniles, conociendo las respectivas preferencias de las audiencias en los medios radiales locales.

Conoceremos si los contenidos emitidos en las programaciones radiales de los medios, están acordes a las expectativas de los jóvenes de la ciudad. Esta investigación permitirá generar nuevos contenidos y temáticas de acuerdo a la necesidad de los jóvenes cuando sintonizan sus medios favoritos.

Finalmente se presenta una investigación con varias alternativas, que permitan el mejoramiento de los programas juveniles, identificando, conociendo y explicando las nuevas temáticas, contenidos, lenguaje radial y géneros musicales acorde a la necesidad de la juventud del cantón Latacunga.

Palabras claves: Lenguaje radiofónico, Audiencias, Análisis del contenido, Programas juveniles.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

TOPIC: “ANALYSIS OF RADIO CONTENT PROGRAMMING AIMED TO YOUNG PEOPLE IN LATACUNGA”

Author: Ortiz Robles María del Carmen

ABSTRACT

The radio programs in Latacunga produce a varied content that is directed to young people. It is foundationally the communication produced by the media. The radio programs of the city have messages according to the themes of entertainment, informational and educational. This Project hops to form a constructive critique of the youth radio programs of the city in order to obtain a better production of radio and content, according to the new challenges that radio to face at this time. The present research uses a qualitative and quantitative methodology in order to analyze the data of radio programming from young people in Latacunga. The childhood, in actuality, chose the programs according to their music and interests thematic. We analyzed if the programs and its content met the expectations of the listeners, keeping in mind the respective preferences of the audience in the local radio media. Finally, presented is this investigation are various alternatives, which allow a bettering of youth radio through programming, identification, knowledge, as well as an explanation of the newly introduced topics and music genders that support the needs of youth in Latacunga.

Keywords: Radio language, Audiences, Content analysis, Youth programs.



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

CENTRO DE IDIOMAS

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que: La traducción del resumen del proyecto de investigación al Idioma Inglés presentado por el señorita Egresada de la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación: **ORTIZ ROBLES MARÍA DEL CARMEN**, cuyo título versa “**ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LA PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA DIRIGIDA A JÓVENES DEL CANTÓN LATACUNGA**”, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, Julio del 2018

Atentamente,

MSc. Alison Mena Barthelotty

DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS

C.C. 0501801252

ÍNDICE

PORTADA.....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	ii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
AVAL DE TRADUCCIÓN.....	ix
ÍNDICE.....	x
1. INFORMACIÓN GENERAL.....	1
Título del proyecto:	1
Fecha de inicio:	1
Fecha de finalización:	1
Lugar de ejecución:	1
Unidad Académica que auspicia.....	1
Carrera que auspicia.....	1
Equipo de Trabajo.....	1
Área de Conocimiento:	1
Línea de investigación.....	1
2. RESUMEN DEL PROYECTO.....	2
3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	3
BENEFICIARIOS DEL PROYECTO.....	3
5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3

3. OBJETIVOS.....	4
General:	4
Específicos:	5
4. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS.....	5
CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.....	6
5. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA.....	6
5.1 El lenguaje radiofónico.....	7
5.2 Las radios juveniles.....	8
5.3 El disc jockey.....	9
5.4 Programación radial.....	10
5.4 Estructura de la programación radiofónica	11
5.5 Audiencias.....	14
5.6 Audiencia Juvenil.....	14
5.7 Programas juveniles.....	15
5.8 Tipología de la participación de los oyentes juveniles en radio.....	15
5.8.1 Relatar un caso propio o ajeno	15
5.8.2 Consultar una información.....	15
5.8.3 Denunciar un hecho o situación.....	15
5.8.4 Desahogarse.....	15

5.8.5 Pedir información u opinión.....	16
5.9 Los modelos de programación radiofónica.....	16
5.10 Formatos radiales.....	17
5.11 El formato musical.....	17
5.12 Hábitos de consumo en jóvenes	18
6. METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL.....	19
6.1 Nivel o tipo de investigación.....	19
6.2 Exploratoria:	19
6.3 Descriptiva:	19
6.4 Enfoque	19
6.5 Cualitativo:	19
6.6 Cuantitativo:	19
6.7 Técnicas.....	20
6.8 La entrevista.....	20
6.9 La encuesta.....	20
6.10 Ficha de observación	20
7. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	21
8. PRESUPUESTO DEL PROYECTO.....	51
9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	52
9.1. CONCLUSIONES.....	52
9.2. RECOMENDACIONES.....	53
10. BIBLIOGRAFÍA.....	54
11. ANEXOS:.....	56

Anexo 1.....	57
Anexo 2.....	59
Anexo 3.....	60
Anexo 4.....	61
Anexo 5.....	63
Anexo 6.....	64
Anexo 7.....	65
Anexo 8 ..	66
Anexo 9.....	67
Anexo 10.....	68
Anexo 11.....	71

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO PÁGINA

Tabla 1: Edad.....	21
Tabla 2: Programas juveniles.....	22
Tabla 3: Contenidos radiales.	23
Tabla 4: Sintonía de los programas.....	24
Tabla 5: Horario.....	25
Tabla 6: Radios juveniles.....	26
Tabla 7: Temáticas y contenidos.	27
Tabla 8: Expresarte en el medio radial.....	28
Tabla 9: Géneros musicales.....	29
Tabla 10: Temas radiales.....	30
Tabla 11: Elegir un programa radial	31
Tabla 12 : Característica de un programa radial	32
Tabla 13 : Presupuesto.....	50

INDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO PÁGINA

Gráfico 1: Edad.....	21
Gráfico 2: Programas juveniles.....	22
Gráfico 3: Contenidos radiales.....	23
Gráfico 4: Sintonía de los programas.....	24

Gráfico 5: Horario.....	25
Gráfico 6: Radios juveniles.....	26
Gráfico 7: Temáticas y contenidos.....	27
Gráfico 8: Expresarte en el medio radial.	28
Gráfico 9: Géneros musicales.....	29
Gráfico 10: Temas radiales.....	30
Gráfico 11: Elegir un programa radial	31
Gráfico 12: Característica de un programa radial	32

PROYECTO DE TITULACIÓN

1. INFORMACIÓN GENERAL

Análisis del contenido de la programación radiofónica dirigida a jóvenes del cantón Latacunga.

1.1 Título del Proyecto: Análisis del contenido de la programación radiofónica dirigida a jóvenes del Cantón Latacunga.

1.1. **Fecha de inicio:** Octubre del 2017

1.2. **Fecha de finalización:** Agosto 2018

1.3. Lugar de ejecución:

Rádios locales, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, Zona 3.

1.4. Facultad que auspicia:

Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación.

1.5. Carrera que auspicia:

Comunicación Social.

1.6. Proyecto de investigación vinculado:

Proyecto de la Carrera

1.7. Equipo de Trabajo:

Tutor: Msc. Franklin Falconí Estudiante: María del Carmen Ortiz.

1.8. Área de Conocimiento:

Humanidades y Artes

1.9. Línea de investigación:

Educación, Comunicación y Diseño Gráfico para el desarrollo Humano y Social

1.10. Sub líneas de investigación de la Carrera:

Procesos mediáticos de televisión, radio medios impresos e internet.

2. RESUMEN DEL PROYECTO

La presente investigación parte del estudio de los contenidos que se emiten en las radios, y en especial en los programas juveniles de los diferentes medios de la ciudad. El objetivo principal del estudio es establecer las características del contenido de la programación radiofónica dirigida a jóvenes del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.

Para lograr el objetivo planteado debemos cumplir parámetros de la investigación a través de una investigación bibliográfica con la definición conceptual de las radios juveniles, la tipología de programación radial dirigida a la juventud y el enfoque desde el que se analizan sus contenidos y como los medios visibiliza a la juventud de hoy.

La investigación comprende varias etapas como planteamiento del problema, la revisión del marco teórico respecto al análisis del contenido en la radios de la ciudad ; descripción de la parrilla de programación, las características de los programas juveniles establecidos en la actualidad, tomando relatos de locutores, y observación de programas radiales.

Nuestra investigación tendrá diferentes métodos y técnicas de investigación, que permitirá una estructura para el marco teórico, y aplicar una investigación cualitativa que lleve a determinar las características de los programas radiales dirigidos a jóvenes en Latacunga.

El aporte que se alcanzará en el proyecto con los datos obtenidos de la investigación científica y la de campo experimental, estudiaremos las características de los diferentes programas dirigidos a jóvenes en el cantón Latacunga.

El impacto al que se quiere llegar a mejorar y valorar la población juvenil, ellos serán los principales beneficiarios cuando los medios de comunicación establezcan parrilladas acorde a la necesidad de los jóvenes.

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El trabajo de investigación pretende realizar un análisis sobre los contenidos de las programaciones radiales dirigidos a jóvenes del Cantón Latacunga. De esta manera, conocer los formatos y contenidos que se transmiten en la parrilla de programación de la radio local.

Según diversos estudios los jóvenes eligen los programas que no implican una profunda reflexión y su búsqueda de entretenimiento donde se analice a profundidad los contenidos que emiten las radios locales.

Según Gómez y López (2013), manifiesta:

Esta situación se puede explicar desde varias circunstancias concurrentes que apuntan a que los jóvenes muestran una clara preferencia por Internet, reclaman una programación diferente a la

mostrada habitualmente en la radio y una modernización del estilo radiofónico acorde con las demandas de la realidad actual (p.19).

Para la realización del proyecto trabajaremos en las diferentes estaciones radiales de la ciudad de Latacunga enfocándonos en los programas juveniles, con el fin realizar un análisis cuantitativo para entender cómo están dirigidos estos contenidos a cada una de su audiencia.

El impacto, es identificar, los contenidos radiales dirigidos a jóvenes del cantón Latacunga., Y permite a los directores y comunicadores de los medios radiales para producir contenidos para los jóvenes y que los contenidos sean atractivos, educativos y formativos en los medio locales.

4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

Directo: los medios de comunicación de Latacunga.

Indirecto: será toda la población juvenil de la ciudad

5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La radio se ha convertido en una industria cultural, donde los jóvenes son las personas que más escuchan este medio, buscan entretenerse, informarse, educarse y en diferentes ocasiones el acompañamiento por medio de la música y los temas que pueden ser acogidos como consejos de vida diaria.

Partiremos el análisis ¿Qué características tienen los contenidos de los programas de radio dirigidos a la juventud en el cantón Latacunga?

Los jóvenes buscan la radio como un medio para ser escuchados y vivir momentos de distracción. Se concibe además como un espacio simbólico, subjetivo y afectivo, donde el locutor adquiere credibilidad y se convierte en mediador de la comprensión del mundo (Rincón, 2006).

De esta manera, la radio es un gran contenedor de información y aliado de la juventud para poder captar más audiencia con contenidos atractivos y especiales para ellos.

En América Latina en especial en Colombia la situación de la radio y su programación, es detallada por:

En una investigación realizada por la Pontificia Universidad Javeriana, la misma que fue realizada en la ciudad de Bogotá, tenía como objetivo conocer sus hábitos de escucha y analizar la opinión de los estudiantes sobre Javeriana Estéreo. Este estudio permitirá conocer detalladamente los proceso y el contenido de las radios, hacia los jóvenes dando el enfoque respectivo tiene el fin de revelar los comportamientos, necesidades y falencias de la verdadera audiencia y la relación.

Debemos analizar la atención de los jóvenes dentro de la radio para conocer que busca los jóvenes en un programa radial.

Meso

En una investigación realizada por la Universidad Central del Ecuador, la misma que fue realizada en la ciudad de Quito, tenía como objetivo analizar el contenido del programa radial Análisis de contenido del programa —Amanecer Deportivo, conocer los procesos de la comunicación y determinar el lenguaje verbal.

Con este estudio puedo orientar esta investigación para conocer sobre análisis de las propuestas radiales de la ciudad, es una base para partir de esta investigación y enfocarla en los jóvenes y los programas que existen para ellos.

La radio es una herramienta para el proceso de intercambio de información, entretenimiento y formación en la audiencia juvenil.

Micro

En una investigación realizada por la Universidad Técnica de Cotopaxi, la misma que fue realizada en la ciudad de Latacunga, tenía como objetivo analizar el contenido del programa radial corrientes de opinión ciudadana de la radio novedades periodo agosto-septiembre del 2010, Sobre el uso del lenguaje y géneros periodísticos .

Con este estudio puedo orientar esta investigación para conocer sobre análisis de las diferentes propuestas radiales de la ciudad, nosotros partiremos de esta investigación para enfocarla en los jóvenes y los programas que existen para ellos.

Investigar la audiencia juvenil en los medios locales para fortalecer la participación de los jóvenes en la producción radiofónica.

Pregunta de investigación

¿Qué características tienen los contenidos de los programas de radio dirigidos a la juventud en el cantón Latacunga?

6. OBJETIVOS

6.1. General

- Establecer las características del contenido de la programación radiofónica dirigida a jóvenes del cantón Latacunga.

6.2. Específicos

- Definir la tipología de programación radial dirigida a la juventud y el enfoque desde el que se analizan sus contenidos.
- Examinar los procesos de producción radiofónica en los programas dirigidos a los jóvenes del cantón.
- Analizar los contenidos de los programas dirigidos a jóvenes del cantón Latacunga.

7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

Gráfico N° 1: Sistema de tareas en relación a los objetivos planteados

Objetivo 1	Actividad (tareas)	Resultado de la actividad	Descripción de la actividad (técnicas e instrumentos)
Establecer las características del contenido de la programación radiofónica dirigida a jóvenes del cantón Latacunga.	Revisión bibliográfica y documentada en bibliotecas, en medios digitales y personas conocedoras del tema del estudio.	Conocer las características de la radio para la audiencia juvenil.	Observación científica
Analizar los contenidos de los programas dirigidos a jóvenes del cantón Latacunga.	Desarrollo de una ficha de observación y entrevista no estructurada. Observación directa.	Conocer el tipo de contenidos que se transmite en las radios locales. Evaluar el tipo de formato, el horario, el conductor del programa en la radio.	Observación de programas de los medios locales. Fotografías Audios

Definir la tipología de programación radial dirigida a la juventud y el enfoque desde el que se analizan sus contenidos.	Análisis de contenido. Elaboración de una ficha de observación de acuerdo a los programación de Los medios locales	Conocer los gustos y preferencias que tiene la audiencia juvenil en los medios locales.	Observación científica. Parrilla de programación de los medios locales.
Examinar los procesos de producción radiofónica en los programas dirigidos a los jóvenes del cantón.	Desarrollo de entrevista a los directores de las radios locales. Observación directa.	Elaboración de una ficha de observación de acuerdo a la parrilla de programación de los medios locales.	Observación científica

Fuente: M. Ortiz (2018)

8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

Marco Teórico

El lenguaje radiofónico

Desde el siglo anterior con el surgimiento de las guerras y su posterior apogeo, los medios de comunicación siempre han estado presentes, en algunos casos, encargados de informar a la sociedad o de vender imágenes publicitarias. Pero sin duda, el mayor desafío de los medios ha sido el cómo llegar al público con un discurso coherente y profesional, en este punto (Moreno, 2008) cuenta esa experiencia que tienen los medios:

Poco a poco, la comunicación de masas ha empezado a proclamarse, desarrollando sus afiladas armas para convertirse en lo que es hoy día: un baluarte de poder, consecuencia a la que se ha llegado, entre otras muchas cosas, gracias a la labor realizada por uno de los grandes filones de nuestra era: la radio. (p.162)

Ser partícipe de la radio desde su auge, ha implicado tener un dominio sobre la palabra, un ejemplo de ello sucedía con las revueltas y movimientos sociales que la radio influyó en el siglo

pasado. En la actualidad su poder no ha decaído frente a otros medios como la televisión, ya que a través del lenguaje radiofónico la radio ha sido capaz de seguir influyendo en el pensamiento de las personas.

El lenguaje radiofónico significa manejar profesionalmente la comunicación interna y externa de su producción, significa que es una mezcla de elementos como precisa. La palabra, la música y los sonidos conforman el lenguaje radiofónico, todos aquellos elementos generan una combinación periodística que impacta y atrae a la sociedad. (Toro, 2011, p.40)

A partir de ese esfuerzo la radio se ha consolidado en el mercado de la información, tal como lo comparte: “La radio “se comunica con las audiencias, utilizando para ello sus propios ingredientes, su materia prima, desde la cual fabrica sus discursos. Estos ingredientes son: palabra, música y sonidos”, para profundizar el término del “lenguaje radiofónico” (Balsebre, 1994) manifiesta:

(...) es el conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radio-oyentes. (p.27)

El uso del lenguaje debe estar especializado en horarios específicos y para determinadas audiencias, en ese punto, Balsebre examina la fórmula de un lenguaje radiofónico, que es puesto en práctica por los periodistas. El “lenguaje radiofónico” es una forma de comunicación oral que se despliega entre la radio y la audiencia, este intercambio de información se logra a través de un buen discurso que impresione a los radioyentes.

Al igual que la ética periodística, el lenguaje en un medio de comunicación identifica el profesionalismo de los periodistas que están detrás del micrófono. El lenguaje debe ser cuidadoso al momento de emitirlo, puesto que los radioyentes que consumen la programación diaria están compuestos por niños, adolescentes y adultos, esto lo profundiza (Moreno, 2008) en la siguiente cita:

La gran preocupación de los medios de comunicación y de las emisoras de radio ha sido el lenguaje como instrumento de trabajo; cuidar de ese lenguaje y para eso casi siempre se ha echado mano de los libros de estilo. Éstos en la mayoría de los casos han ayudado

a caminar a las emisoras, porque está claro el hecho de que en una emisora se hable no se escriba, porque se escribe para prensa. (p.168)

En la sociedad actual, los medios de comunicación trabajan para informar y entretener a su audiencia, no obstante, en televisión como en radio las sanciones no se han hecho esperar, y algunas estaciones han sido cerradas debido al mal uso de la libertad de expresión o de un lenguaje radiofónico incompleto. Por ello la Ley de Comunicación, obliga al uso pertinente de comentarios, además de capacitaciones a los trabajadores y periodistas del medio de comunicación que puedan estar en el mal uso del lenguaje radiofónico.

Las radios juveniles

Los jóvenes encuentran un espacio de ocio en los medios de comunicación, incluida la radio donde interactúan con los locutores, y que de igual forma intervienen en la programación diaria, convirtiéndose en parte de la cotidianeidad de los medios, para entender ello, (Lalinde, 1994) describe este escenario:

Los medios de comunicación se insertan en un espacio importante de la cultura juvenil y de sus actividades. Uno de los elementos que distingue a los jóvenes, y por lo que se les define, es el uso del tiempo libre, los espacios de relajamiento y placer: éste es el lugar en donde los medios encuentran el nicho para ofrecer formas de reconocimiento colectivo conformando los gustos y el <<estilo de vida>> de los jóvenes, diferenciándolos del mundo adulto. (p.7, 8)

Los medios de comunicación aprovechan el pasatiempo de los jóvenes para recrearlos con contenidos atractivos, que se emiten de acuerdo a las necesidades que demanda este grupo social, tal como indica (Lalinde, 1994), “(...) los jóvenes, participan activamente en la reafirmación y construcción de esa misma identidad y en sus formas de consumo simbólico y material” (p.8). A medida que transcurre la sociedad, la cultura de los jóvenes se ha ido construyendo y evolucionando, y en ese proceso, los canales de televisión y la frecuencias de radio han tenido el rol de educar y entretener a su público joven.

La radio tiene una familiaridad con la juventud más que con los adultos, puesto que está sincronizada con las actividades que el público joven realiza, ya sea en un momento de diversión o de relax, a pesar de algunos desacuerdos con el público adulto, y quien entiende mejor a los jóvenes es la radio, tal como detalla (Lalinde, 1994), “Es ella la que le permite

compartir momentos juntos, compartir gustos similares, compartir formas de reconocimiento e identidad. Y es la radio, ante la ausencia de otras ofertas culturales, la que más posibilidades da de comprender estos fenómenos” (p.8).

La industria radial se encuentra a la vanguardia de los procesos que trae consigo la modernidad, es un medio que se dedica a difundir la información de interés y a amenizar a quiénes sintonizan sus estaciones, y para que sea posible esto, la radio investiga los movimientos culturales y géneros musicales que están a la moda en Estados Unidos, Europa y América Latina, como reflexiona (Lalinde, 1994) en la siguiente cita:

Hoy, las emisoras juveniles no se limitan al rock. Transmiten balada-pop, rock en español, folkrock, e incluso salsa, merengue y vallenatos, en parte porque han comprendido que la juventud no se identifica sólo con la música rock sino con ritmos propios colombianos y latinoamericanos. (p.10)

La nueva radio no ofrece solamente música, sino que además tiene una parrilla de espectáculos en vivo, entrevistas y concursos que mantiene activo a los radioescuchas, y es que la composición de varios estilos ha sido la herramienta de la radio para atraer más audiencia, ya que un solo género podría aburrir a los espectadores, especialmente a los jóvenes que son críticos a la hora de elegir una programación. La variedad de géneros musicales y de contenidos se ha vuelto indispensable para satisfacer los gustos musicales de los jóvenes, y muchas veces la radio debe conectarse con su estado de ánimo.

El disc jockey

El encargado de la radio moderna ya no tiene las mismas características del personaje de la antigüedad, distinguido por su seriedad o poca muestra al público, en los años clásicos un verdadero feedback entre los oyentes y el locutor era imposible, y la programación solo se limitaba a la presentación de noticias y a la reproducción de música aleatoria, pero ello ha cambiado y en la actualidad las nuevas estaciones de radio han evolucionado y han mejorado el papel de quien dirige el programa.

Ahora las radios tienen a profesionales en entretenimiento, locutores y Dj más activos y creativos que comparten los ideales e intereses de quienes lo escuchan, se los ha denominado como disc jockey y (Lalinde, 1994) amplía este término, “(...) el éxito del *disc jockey* consiste en haber perdido la postura frente al micrófono. Estos muchachos, apasionados por la música, <<encarretados>> con el cuento de la radio, conocedores mínimamente del idioma inglés, revolucionaron el concepto de locutor” (p.12).

El modelo de interacción de un disc jockey se define por convertir a la radio en un medio más activo, acoplado a los diferentes estilos juveniles, y a las cosas que suceden en la ciudad o en sus actividades. “(...) les pregunta a los muchachos cómo les fue en el colegio, les habla de sus ídolos musicales, les cuenta de sus actividades, se ríe y disfruta de las mismas cosas que ellos”, indica (Lalinde, 1994, p.12). Las novedades que estos profesionales incluyen en su programación, hacen que el público adquiera confianza al momento de llamar a las estaciones de radio, puesto que el locutor está abierto a la conversación y a los pedidos musicales.

Con esa conducción innovadora es como un disc jockey consigue sus seguidores, apegado a los gustos del público e interactuando de forma natural con ellos. De esa manera las diferentes industrias apuntan a conquistar las audiencias juveniles, porque en ellos se encuentra más actividad y consumo cultural, por tal motivo (Lalinde, 2014) señala:

Las radios juveniles han ingresado de lleno al campo discursivo y a la red de relaciones sociales en las que el joven se mueve (...). Como en el más claro estilo de <<radio participativa>>, los jóvenes se reconocen y se <<escuchan>> así mismos. Aquí no se trata de <<educar>> o de concientizar sobre las necesidades de esta generación, sino más bien, de compartir el placer lúdico de hablar sobre temas que sólo ellos reconocen. (p.13)

De esta manera, se evidencia que el público joven requiere de la radio contenidos semejantes a sus gustos actuales, y para ello los medios de comunicación se apoyan en profesionales de la animación, combinados con la publicidad y su difusión a través de las distintas plataformas que existen en redes sociales, así es como se logra llegar a la mayor cantidad de audiencia, para compartir música, noticias, eventos, novedades, entre otros sucesos actuales.

Programación radial

A la hora de crear y desarrollar una radio, el dueño de la empresa está obligado a poseer una programación que clasifique todos los contenidos que van a ser emitidos al público, según el horario y el tipo de audiencia, además la programación contribuye a respetar las normas que establece la Ley de Comunicación vigente. Este concepto es desarrollado por Cebrián citado en (Sierra, 2010):

Se concibe la programación radiofónica como la planificación de una relación comunicativa entre una empresa de radio y una audiencia mediante unos contenidos sistematizados y organizados en un conjunto armónico según unos criterios de selección, dosificación y ordenación, elaborados según una duración y unos horarios,

condicionados por los recursos técnicos, humanos y económicos de producción y previstos para ser emitidos durante un tiempo (Cebrián, 1994:419). (p.2)

La definición de Cebrián es el más cercano para examinar las cualidades de la programación radial, especialmente se identifica la organización y clasificación como elementos básicos que debe poseer el programa de un medio de comunicación radial, con una lista de contenidos informativos, y de entretenimiento que podrán salir al aire en el momento indicado, sin infringir la ley o la ética del medio.

En la misma estructura de la programación (Sierra, 2010) indica la siguiente cita para ahondar en este concepto que debe cumplir la radio, “Para que exista ese proceso de comunicación entre la emisora y el oyente, (...) debe haber realizado una investigación sistemática sobre los gustos y tendencias de la audiencia, así como una correcta segmentación de los horarios, los programas y los públicos” (p.2). Esto simboliza que es importante conocer al público y todos los gustos comunes que comparten, para así plasmarlos en la programación, tal como exhibe el siguiente argumento:

A partir de esta investigación, se diseña una estrategia de programación que responda a los intereses de la cadena y de la audiencia. Esta programación se plasma en una serie de programas que se ensamblan dentro de un género y formato radiofónico. Por supuesto, los programas de la programación radiofónica se ajustan al entorno social, técnico, económico y legislativo del momento. En definitiva, a la coyuntura local, regional, nacional o mundial del momento. (Sierra, 2010, p.2)

La riqueza cultural que poseen las nuevas estaciones radiales, provoca movimientos e interacciones entre los jóvenes sin importar la condición socioeconómica o cultural. Los medios aprovechan la tecnología para obtener un beneficio común de ambas partes, y dedican su trabajo a averiguar los contenidos más populares que los jóvenes tienen el interés de escuchar hoy en día, ya sea en el trabajo, la universidad o en el transporte.

Estructura de la programación radiofónica

La radio es un conjunto de matrices que responden a los gustos musicales que demanda un determinado público, no obstante la programación tiene más categorías que enriquecen y componen a la estación de radio, como indica (Sierra, 2010), “en palabras de Legorburu (2004: 47) “por la variedad de contenidos, de géneros radiofónicos empleados y de audiencias a las que se dirige”. Por tanto, incluye en su oferta programática productos y contenidos muy variados y emplea toda la gama de géneros informativos y de entretenimiento” (p.2). La

clasificación de elementos dentro de la radio tiene el propósito de atraer más oyentes, convirtiendo a la estación radial en una revista, con temas deportivos, de salud, farándula, y muchos otros temas.

Las nuevas estructuras en la radio se van consolidando para agrupar los diferentes géneros que interesan al público, apoyados en nuevas herramientas digitales que van ordenando la música, la información y la publicidad, a manera de que se desplieguen eficazmente durante la actividad de la radio, a continuación (Sierra, 2010) indica la clasificación de la programación que genera una comunicación entre la radio y el oyente:

1. Programación mosaico. La rejilla de programación está integrada por una sucesión de programas de distintos géneros (informativos, culturales, deportivos, de entretenimiento...) y de una determinada duración (...).
2. Programación por bloques. Este estilo de programación dan lugar a un gran género radiofónico llamado magacin (programa contenedor) en el que tienen cabida todo tipo de géneros, bloques y/o secciones (...). (p.3)

Los dos primeros tipos de programación, están diseñados a manera de que toda la coyuntura nacional o internacional pueda estar en la radio, sin dejar de lado la música y el espectáculo, que cada día tiene nuevas actualizaciones. A partir de la unión de los primeros tipos de programación emerge un tercer tipo de estructura técnica:

3. Programación mixta. Surge de la combinación de los dos estilos de programación anteriores. Consiste en la concentración de recursos humanos, técnicos y económicos en los programas informativos y los magacines que son los espacios radiofónicos de mayor audiencia y el resto de horas de emisión se cubren con programas de bajo coste. (Sierra, 2010, p.3)

Esta clasificación técnica de los programas en la radio ha concentrado un mayor número de radioyentes, puesto que ya no se trata un solo tema en vivo, sino que existe una diversidad de segmentos para todos los gustos, es decir existe una fórmula para elevar la audiencia de una radio, como identifica (Sierra, 2010, p.3), “Moreno (2004:101-102) define la fórmula como el conjunto de contenidos musicales, informativos, de entretenimiento y de divulgación y la manera en la que se realiza la combinación de los mismos para crear la unidad de programación del formato”.

La idea de formar una revista al igual que pasa en las televisoras, ha colocado a la radio como un medio popular, en el sentido de que ahora, el medio puede generar recursos económicos,

gracias a sus oyentes activos y a la mayor inversión de sus publicistas, como examina (Moreno, 2008, p.168) “(...) las grandes emisoras introducen en su programación magazines y en las tertulias se comentan temas de actualidad, a mitad de camino entre la información y la opinión”. La radio moderna se ha convertido en una industria de información en Estados Unidos, Europa y sobre todo el Latinoamérica, con una producción de elementos radiofónicos que combina el recurso humano y tecnológico.

La radio se ha convertido en un medio de comunicación, una forma de expresión entre los radioescuchas, que buscan entretenimiento y un ambiente nuevo de interacción en esta sociedad moderna.

El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (Unicef, 2010) manifiesta: Un programa de radio es un espacio audiofónico de corta duración que puede tener fines informativos, culturales, educativos o de entretenimiento. Los programas radiofónicos generalmente son estructurados usando la palabra, la música y los sonidos a fin de volverlos interesantes y poder captar suficiente audiencia. (pág.5)

Los actuales programas radiales buscan promover los objetivos como son: informar, entretener, educar y motivar. En especial para los jóvenes que escuchan la radio, donde buscan encontrar música, información que sea fácilmente asimilada.

Programa de radio es un tiempo cuyos límites han sido previamente determinados y habitualmente sometidos a una cierta periodicidad-durante el que se difunden, bajo un mismo título, mensajes que en sí mismos y en su presentación formal mantienen una unidad de criterio y se adaptan con calidad a las peculiaridades del canal radiofónico” (Merayo, 2000: 238).

Los programas radiales deben presentar ofertas de interés para las audiencias jóvenes que son quienes más utilizan este medio de comunicación y están en constantes interacción con los programas.

Audiencias

Para el catedrático español Mariano Cebrián, el concepto de audiencia se refiere al conjunto de destinatarios potenciales y reales a los que se dirige una emisora con su programación.

Pero no puede tomarse como algo monolítico. Es preciso referirse a múltiples variables imprescindibles para plantearse la información como un servicio a las

mismas de tal manera que no puede hablarse de audiencia en un sentido unitario sino de la diversidad de audiencias a las que se dirige la radio por la fragmentación producida y por las peculiaridades de cada grupo. (Cebrián Herreros, 1995, p.221).

En cambio el autor manifiesta:

Las audiencias somos sujetos capaces de tomar distancia de los medios y sus mensajes, pero también sujetos ansiosos e encontrar en ellos lo espectacular, lo novedoso, lo insólito, todo eso que nos emocione, nos estremezca, nos divierta y nos haga salir, aunque sea por momentos, de nuestra rutina y existencia cotidiana. Las audiencias son también sujetos culturales, capaces de significar su producción material y simbólica, pero también de reproducir sin cuestionar las significaciones ofrecidas en los medios. En tanto sujetos, las audiencias son activas y, a veces, hiperactivas, capaces de construir a partir de su vinculación con los medios, pero también de dispersarse y perderse en lo banal, vehiculado por ellos. (Orozco, Guillermo, 1997, p.7-8)

Audiencia Juvenil

Los adolescentes, principales consumidores de este medio, cuentan con características muy particulares. Lo mismo en ella: mientras para la clase popular la radio es su consejera, para la clase media y alta es esencialmente informativa (Barbero, 2003):

Tienen especial empatía con la tecnología.

Tienen problemas de comunicación con otras generaciones.

Son el principal grupo poblacional que experimenta el desarraigo y la exclusión.

Son identitarias y liberadoras, pues los grupos sociales encuentran voces, testimonios y relatos propios. Se concibe además como un espacio simbólico, subjetivo y afectivo, donde el locutor adquiere credibilidad y se convierte en mediador de la comprensión del mundo (Rincón, 2006).

Programas juveniles

Los programas de jóvenes radiales de hoy, tienen tendencias marcadas por sus formas de comportarse ante el mundo sus formas de vestir, de comunicarse de pensar y relacionarse con su entorno. Lo novedoso, la música es un factor primordial que forma identidad en ellos. Los jóvenes en su crecimiento comienzan a pasar menos tiempo con su familia y más con sus grupos de amigos, disminuyendo simultáneamente su exposición a la televisión y aumentando su exposición a la música y a la radio. (Gonzales, 2005, pag.16)

Tipología de la participación de los oyentes juveniles en radio

Relatar un caso propio o ajeno

“Se dirige a un programa radiofónico para relatar un caso propio o ajeno, la información que aporta el oyente de su implicación directa en el tema al que se alude cada caso o del conocimiento de un caso ajeno que pueda resultar igualmente ilustrativo” (Herrera: 2003, p.150).

Consultar una información

“Una de las modalidades participativas cuenta con una mayor trayectoria en la historia de la radio, su presencia constante en la oferta programática desde los años cuarenta hasta la actualidad hace posible hablar hoy del consultorio de un género de participación ” (Herrera, 2003, p. 151).

Herrera (2003, p.151) afirma la capacidad de los consultorios para atender las consultas y demandas ciudadanas aprovechada por una gran cantidad de emisiones relativas a temas como cine, alimentación, salud, banca, animales, interpretación de sueños, sexología, astrología, uso del lenguaje o nuevas tecnologías.

Los programas radiofónicos son un medio que les permite a las personas, comunicar sus casos o su vez casos ajenos, al decir ajenos no estamos refiriendo a que puede dar a conocer mediante este medio un hecho que aconteció o se dio con otra persona o cosa en la sociedad, esa es una modalidad que permite que los oyentes a partir de sus experiencias.

Denunciar un hecho o situación

“Esta modalidad participativa tiene lugar cuando los oyentes se dirigen a la radio para formular una denuncia con respecto a una situación que se considera injusta, se trata de una modalidad muy cercana a la expresión de la opinión”. (Herrera: 2003, pág. 152)

Para los oyentes de la radio denunciar un hecho o situación se ha hecho más fácil por este medio ya que permite que expresen sus reclamos ideas y opiniones sobre algún tema determinado, este modo de expresión cada vez se hace con un componente que exprese determinados acontecimientos.

Desahogarse

Nierga (citado por Herrera, 2003) comenta la modalidad participativa contiene un alto componente de expresividad, ya que los oyentes llaman a la radio para desahogarse haciendo públicos sus problemas e inquietudes. Estas intervenciones suelen tener lugar desde la situación de anonimato que permite el medio o mediante la utilización de seudónimos o nombres falsos.

En esta modalidad el público oyente intercede en la radio contando sus historias

personales o peticiones, generando cierta autonomía de revelación con la audiencia, sin importar lo público que en ese momento se encuentra su problema y apreciándolo al presentador como un amigo.

Pedir información u opinión

Herrera (2003, p. 155) en esta modalidad la audiencia que participa en la programación la hace con una actitud interrogativa, formulando preguntas con el fin de obtener cierta información de un tema y adquiriendo conocimientos al ocupar el lugar de entrevistador, consiguiendo respuestas que puedan ayudarles a dar marcha en lo que vayan a efectuar que las personas efectúan las hacen a título personal, sin pensar en el interés general. Estén en el ámbito de las competencias del cargo que ocupa la personalidad invitada.

Los modelos de programación radiofónica

Programar es una técnica, pero, al mismo tiempo, también es un arte: la técnica y el arte de idear, realizar y presentar unos contenidos que brinden un servicio al tipo de audiencia al que se dirige la emisora acorde con los principios editoriales de la empresa, los recursos humanos y técnicos de los que se dispone y los parámetros reales del mercado en el que se emite. Además de la relación comunicativa que una emisora entabla con su audiencia, la programación también es el modo y la forma de idear y organizar el tiempo radiofónico de acuerdo a una actuación concreta.

Al igual que el término programación radiofónica, el término modelo de programación puede definirse de diferentes maneras. Martí resume que, para algunos el modelo de programación formaliza los objetivos básicos de una programación de acuerdo con los objetivos institucionales fijados por la emisora o cadena; para otros, se trata simplemente de una manera de modelar los contenidos y los géneros en la parrilla, algo así como un arquetipo de diseño de la parrilla o reloj de programación. En este último sentido, el modelo programático constituye el arquetipo del diseño de programación de una emisora.

Teniendo presente los criterios de análisis de este artículo, el modelo de programación deriva de la actuación radiofónica de la emisora. Es un concepto que hace referencia a la estrategia empresarial de la emisora y al diseño narrativo del relato radiofónico en el tiempo. En la actualidad, la mayoría de las cadenas de radio disponen de la estrategia de multiproducto de programación. La personalidad de la cadena y sus formas principales de comunicación se manifiestan a través de diferentes programaciones complementarias y no competitivas entre sí.

El multiproducto de programación se plantea sobre la distinción básica de radio generalista y radio especializada. Una distinción asentada tanto en el ámbito académico como profesional.

Formatos radiales

El formato es el modelo de programación especializada resultante de la combinación horaria de la fórmula durante las veinticuatro horas de emisión. Martí define el formato como la radio especializada en contenidos, que mantiene una estructura formal repetitiva que actúa a la manera de un único programa durante todo el día, los siete días de la semana. Pedrero habla del formato como una categoría de la que derivan las principales modalidades de especialización radiofónica, musical o de cualquier otra índole. El formato es un sistema conceptual y operacional que trata de individualizar un segmento de mercado y de formular una programación que le adapte.

El formato de la radio, solo noticias es otro de los formatos que se presenta en la radio en la actualidad. Lo oyentes toman como referente el medio para informarse sobre la realidad nacional. Estos formatos son adoptados por medio publicitario para comercializar sus productos, ya que la música y la información son los contenidos que los oyentes prefieren en la actualidad, y ello genera más rating, es decir más sintonía. Pero su característica primordial es que su formato es plural, es decir, la programación de estas emisoras combina géneros informativos musicales educativos y de entretenimiento para algunos oyentes, se apuesta a la diversidad en las parrillas de programación. Estos formatos son adoptados por radios universitarias, las radios comunitarias y las radios regionales. (Gonzales, 2005, pag.4)

El formato musical

Es la radio musical que presenta una estructura formal basada en la repetición de la fórmula para crear un único relato musical reiterativo. Como radio musical que atiende a un propósito de entretener y acompañar al oyente, y en ocasiones, informar de la especialización musical que difunde. Algunos formatos musicales incluyen, además, continuidad informativa, principalmente aquellos que se dirigen al target adulto y joven adulto. Una tendencia que se observa en mayor medida en el mercado norteamericano.

Las emisoras comerciales especializadas en los diferentes géneros y estilos del pop y el rock han optado principalmente por este tipo de modelo. Los contenidos básicos de la fórmula musical suelen ser la especialización musical, la información horaria y meteorológica, los

jingles e indicativos de emisión, los concursos y la participación del oyente, y la publicidad en el caso de la radio comercial. Junto con estos contenidos, el formato musical inserta espacios añadidos a la fórmula con el propósito de atraer a mayor número de oyentes. Además de su música favorita, cada target espera recibir contenidos complementarios que satisfagan sus expectativas o intereses subjetivos. Los elementos más frecuentes que se utilizan como reclamo en la programación del formato musical son la información de actualidad, la deportiva, sobre el tráfico, los asuntos de servicio público o espacios de interés para la comunidad y los espacios de humor.

Hábitos de consumo en jóvenes

Existen muchos estudios sobre el comportamiento del consumidor en distintos contextos socioculturales. Particularmente este tipo de estudios son contratados por empresas productoras – distribuidoras de bienes y servicios, a las cuales les interesa conocer la estructura de consumo de su población objetivo o nicho de mercado. Sin embargo, existen organizaciones (instituciones sin ánimo de lucro, hospitales, escuelas e instituciones de educación superior), que están interesadas en conocer el comportamiento de los individuos que hacen parte de ellas. Un ámbito fundamental para conocer a los individuos, es conocer sus hábitos de consumo, los cuales están ligados a diferentes aspectos socioculturales y pueden caracterizar una población en general (Moreno & Rodríguez, 2000).

PREGUNTAS CIENTÍFICAS

- ¿Cuáles son características que tienen los contenidos de los programas de radio dirigidos a la juventud en el cantón Latacunga?
- ¿Cuál es la tipología de programación radial dirigida a la juventud y el enfoque desde el que se analizan sus contenidos?
- ¿Cuáles son los procesos de producción radiofónica en los programas dirigidos a los jóvenes del cantón Latacunga?

METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL

Nivel o tipo de investigación

Exploratoria: “Se efectúa normalmente cuando el objetivo a examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes.” (Hernández, et al (2003) p.115). La presente investigación es un análisis de los contenidos de los programas radiales dirigidos a jóvenes, obteniendo una idea conceptual del problema planteado. Para la elaboración del trabajo se utilizará la investigación exploratoria que permite al investigador conocer y determinar el tema de estudio de una manera eficaz para el investigador.

Descriptiva: “La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos”. (Fidias G. Arias (2012) pag.24). Detallaremos el problema de estudio, mediante la información recogida en nuestra investigación.

Enfoque

La presente investigación emplea un enfoque mixto para la búsqueda y construcción del conocimiento, que permite la obtención de datos válidos para el proyecto.

Cualitativo: por medio de los criterios de los locutores de programas radiales del Cantón Latacunga (campo investigativo), así como lo manifiestan Blasco y Pérez (2007), “Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes”, (p.25), para conocer sobre el análisis de contenido de las parillas de programación de los medios radiales de Latacunga

Cuantitativo: Se analiza los contenidos de las radios frente a otros medios por parte de los jóvenes comprendido en edades de 15-19 años del cantón Latacunga que luego procederemos a tabular, analizar e interpretar con la información recolectada. Rodríguez Peñuelas (2010), “Este método utiliza el cuestionario, inventarios y análisis demográficos que producen números, los cuales pueden ser analizados estadísticamente para verificar o rechazar las relaciones entre las variables definidas operacionalmente, además regularmente la presentación de resultados de estudios cuantitativos viene sustentada con tablas estadísticas, gráficas y un análisis numérico”, (p.32).

Estos datos son impredecibles para el proyecto y desarrollar la investigación de las ciencias sociales, es importante las dos perspectivas (cuali-cuantitativa) para combinar el enfoque “mixto”.

TÉCNICAS:

Entrevista: Se realizará en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi en los medios locales, con una entrevista a los directores o locutores de los programas juveniles.

Ficha de observación: Determinar cuáles son los contenidos que se emite a la audiencia. Análisis de la tipología de contenidos, los lenguajes y contenidos utilizados en la emisora con una matriz de observación, en base a las siguientes categorías: nombre del programa, tipo de programa, el horario de transmisión y el público objetivo.

Encuesta: Evaluar la preferencia juvenil a las estaciones de radio locales. Conocer los contenidos que se transmiten para conocer las preferencias del oyente.

POBLACIÓN

Para elaborar la muestra se toma como base el número de habitantes que existen en la parroquia La Matriz, datos que se obtuvieron en el VI Censo de Población y Vivienda desarrollado por Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en el año 2010, información que presenta 3453 habitantes, los cuales jóvenes entre 15 a 24 años representan el 15% de la población.

MUESTRA

Con un total de 524 jóvenes de la parroquia la Matriz comprendido las edades de 15-19 años entre hombres y mujeres, se tomó una muestra a 120 estudiantes de la Unidad Educativa San José "La Salle", por considerar que es una institución educativa en el centro de la ciudad, aplicado a los cursos de primero a tercero de bachillerato.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Analizar los contenidos de las radios frente a otros medios por parte de los jóvenes comprendido en edades de 15-19 años de la Unidad Educativa San José "La Salle", aplicado en los cursos de primero a tercero de bachillerato.

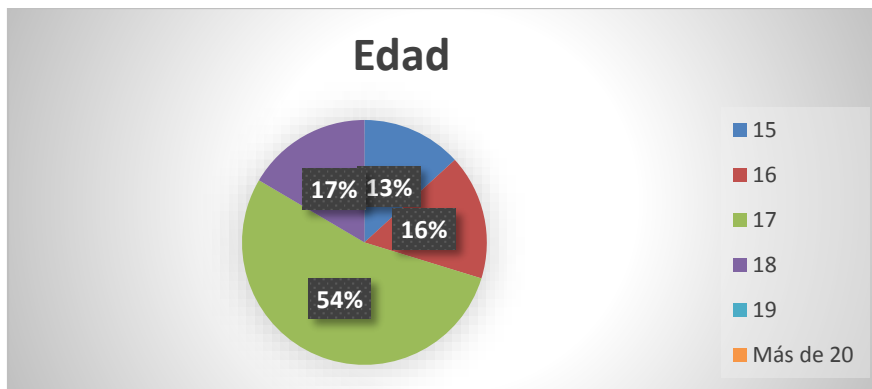
INFORMACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA:

Tabla 1: Edad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
15	15	12%
16	20	20%
17	65	54%
18	20	17%
19	0	0%
Más de 20	0	0%
TOTAL	120	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 1: Edad



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS:

Las encuestas realizadas a 120 a los alumnos de la Unidad Educativa San José "La Salle" en el cantón Latacunga de las edades que corresponde entre 15 a 19 años, presentan los siguientes resultados: con el 54% tienen la edad de 17 años, el 17% son de 18 años y el 16% son de 16 años y con la edad de 15 años representa el 13%.

INTERPRETACIÓN:

De los 120 encuestados podemos determinar que las audiencias juveniles cumplen con la muestra establecida y están en una edad promedio de 17 años, para conocer el análisis de contenido de la programación radiofónica dirigida a jóvenes. Representa la edad promedio de los jóvenes y están ubicados en el centro de la ciudad donde se desarrolla el proyecto de análisis de contenido de los programas juveniles.

DESARROLLO DE LA ENCUESTA:

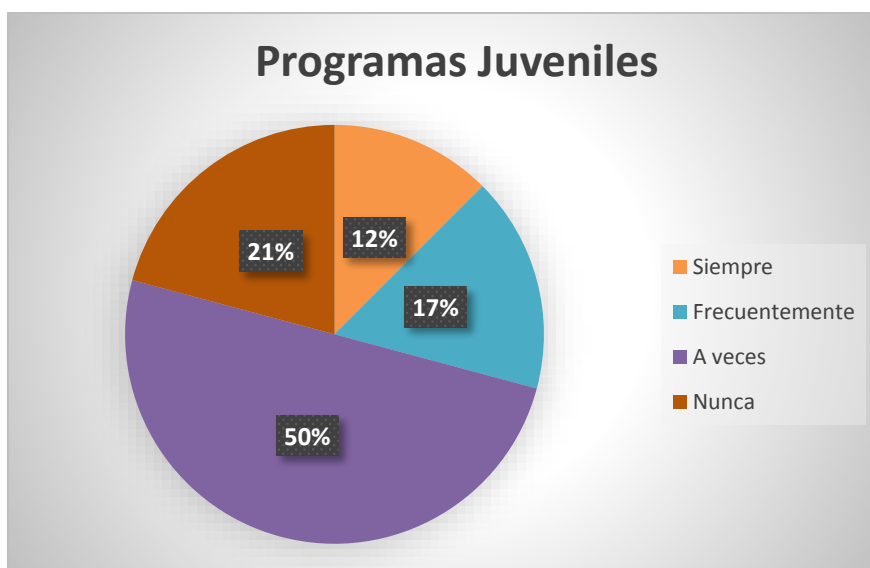
1. ¿Con qué frecuencia escucha usted la radio, en especial programa juveniles?

Tabla 2: Programas juveniles

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	15	12%
Frecuentemente	20	17%
A veces	60	50%
Nunca	25	21%
TOTAL	120	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 2: Programas Juveniles



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS:

De las 120 personas encuestadas un 50% manifiesta que a veces escucha la radio, seguida por un 21% que nunca escucha la radio, mientras que un 17% frecuentemente escucha la radio y el 12% siempre está escuchando la radio. Esto manifiesta la investigación sobre el gusto de los programas juveniles en ellos.

INTERPRETACIÓN:

En Latacunga los jóvenes según los resultados a veces escuchan la radio, es decir, que la audiencia no encuentra programas juveniles, que tengan contenidos de su preferencia. La radio es un medio de comunicación, que los jóvenes utilizan en especial para escuchar sus programas juveniles desde las perspectivas y gustos personales de cada uno incide en el momento de escoger un programa radial juvenil.

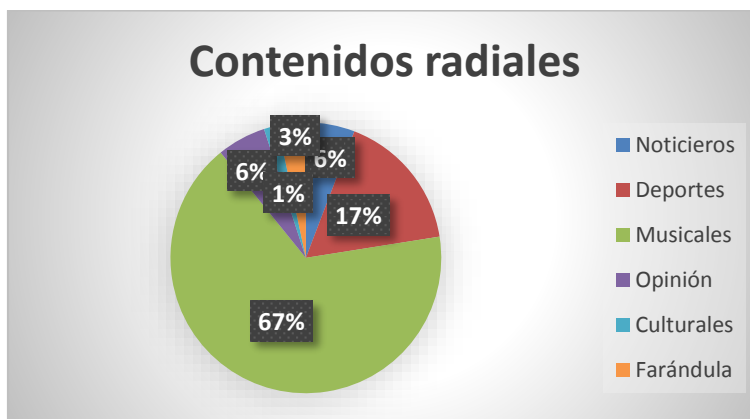
2. ¿Qué tipo de contenido le gusta escuchar en un medio de comunicación radial?

Tabla 3: Contenidos radiales

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Noticieros	7	6%
Deportes	20	17%
Musicales	80	67%
Opinión	7	6%
Culturales	2	1%
Farándula	4	3%
Otro	0	0%
TOTAL	120	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 3: Contenidos radiales



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS:

De las 120 personas encuestadas un 67% escuchan un contenido musical en la radio, mientras un 17% los deportes, seguido de un 6% de noticias, igualmente 6% de opinión en un bajo porcentaje con el 3% de farándula y al último con el 1% los contenidos culturales. Esto representa cual es la primera opción en ellos para escoger su programa juvenil los demás están en menor porcentaje pero igual una opción en ellos.

INTERPRETACIÓN:

En Latacunga los jóvenes prefieren sintonizar la radio por el contenido musical, y el otro porcentaje les interesa la información, que emiten estos programas juveniles. Esto nos manifiesta el interés al momento de escoger un programa, más por el aspecto musical, que por las demás opciones que estamos investigados, e incluso el contenido deportivo es otra opción cuando sintonizan estos programas. La música es una opción en los adolescentes, al momento de sintonizar el programa de radio juvenil.

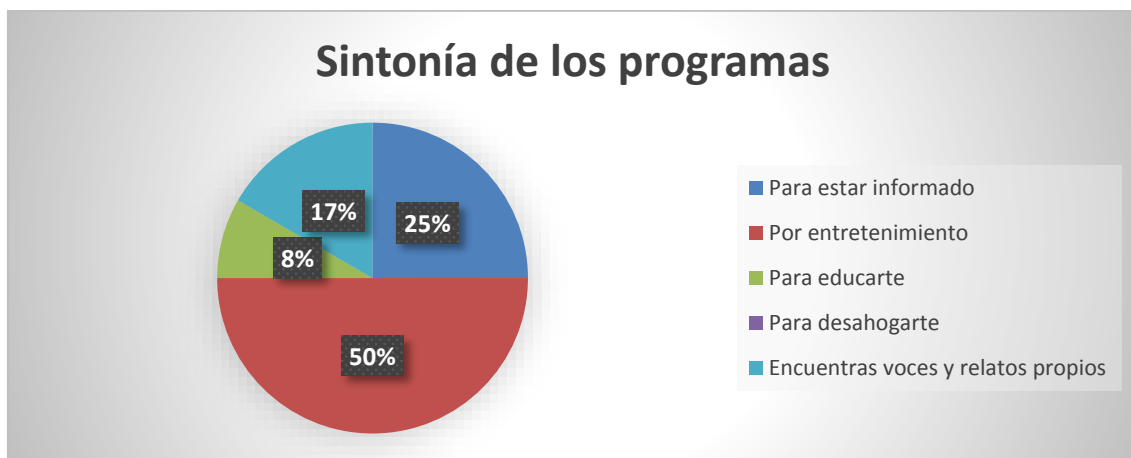
3. ¿Por qué usted sintoniza los programas radiales juveniles? Marque una opción.

Tabla 4: Sintonía de los programas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Para estar informado	30	25%
Por entretenerse	60	50%
Para educarte	10	8%
Para desahogarte	0	0%
Encuentras voces o relatos propios	20	17%
TOTAL	120	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 4: Sintonía de los programas



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS:

De las 120 personas encuestadas prefieren escuchar la radio para entretenerse con un 50%, seguido por un 25% que prefiere informarse, con un 17% encuentran voces y relatos propios, seguido con un 8% que se educa en la radio. Los jóvenes manifiestan porque les interesa escuchar un programa juvenil, es estar entretenidos con todos los contenidos que el programa puede emitir y luego la información relevante de ese momento.

INTERPRETACIÓN:

Los jóvenes prefieren sintonizar la radio para entretenerse con el contenido musical y las temáticas tratadas, mientras realizan diferentes actividades.

Hoy en día los jóvenes solo buscan un espacio diferente en especial de entretenimiento en su programa radial, luego buscan informarse y escuchar historias o relatos propios de los temas de moda.

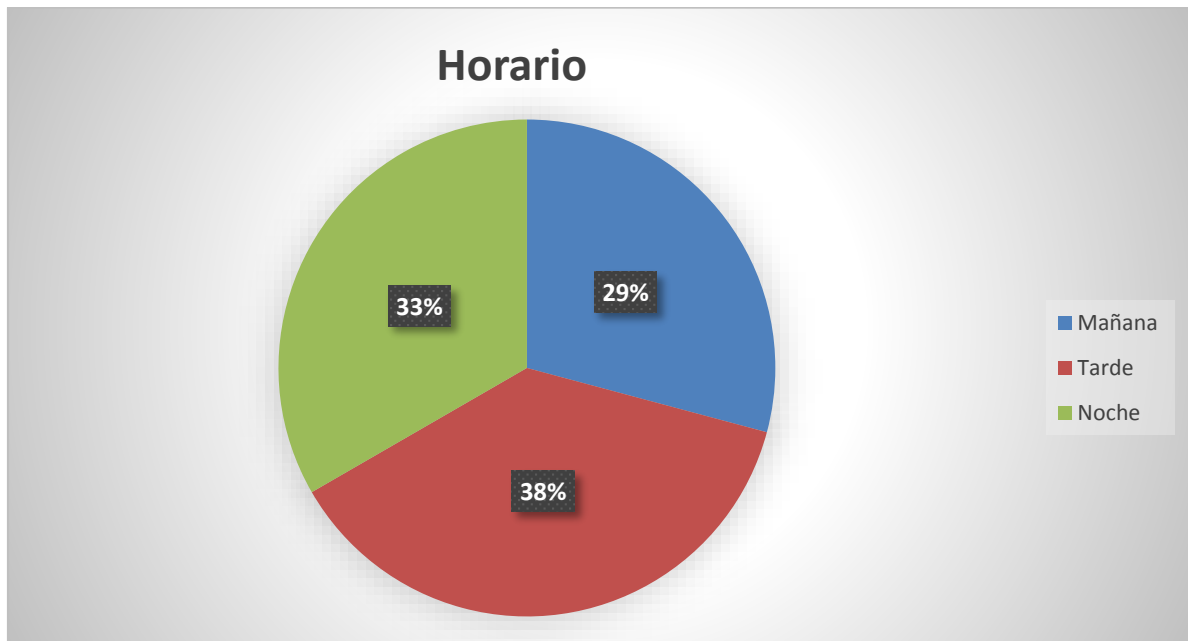
4. ¿En qué horario prefiere escuchar su emisora favorita?

Tabla 5: Horario

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	35	38%
Tarde	45	29%
Noche	40	33%
TOTAL	120	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 5: Horario



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS:

Las encuestas realizadas a 120 personas en el cantón Latacunga, nos arrojan resultados, con el 38% escuchan programas radiales en la tarde y el 33% en la mañana, dejando al último con el 29% para la noche. La mayoría de jóvenes escuchan sus programas en la tarde por las diferentes actividades que realizan en las demás opciones encuestadas.

INTERPRETACIÓN:

En el siguiente apartado los alumnos manifiestan su afición por la radio en el horario de la tarde, el horario de la noche también escuchan los programas juveniles de radio. Es importante que los programas juveniles radiales, escojan un horario acorde al tiempo de los jóvenes, para poder tener una audiencia aceptable. La mayoría de los programas investigados, tienen un horario vespertino, que concuerda con la opción escogida por los jóvenes en la respectiva encuesta.

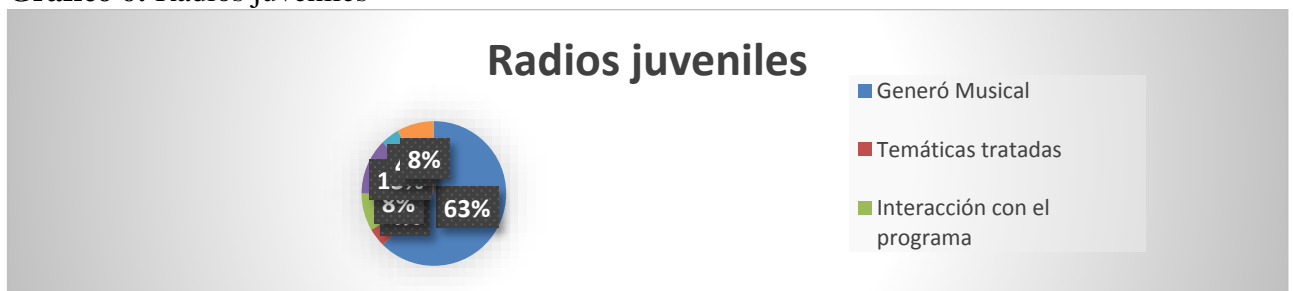
5. ¿Qué te distrae más de los programas juveniles radiales que usted escucha?

Tabla 6: Radios juveniles

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Generó Musical	75	63%
Temáticas tratadas	5	4%
Interacción con el programa	10	8%
Opiniones del Locutor	15	13%
Sentirte identificado con el programa	5	4%
Desahogo que sientes al escuchar el programa	10	8%
TOTAL	120	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 6: Radios juveniles



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS:

De las 120 personas encuestadas manifiestan que el 63% les distraen del programa el género musical, y el 13% las opiniones del locutor vertidas durante el programa, mientras que el 8% la interacción de los programas y el desahogo al escuchar el programa, en menor porcentaje con el 4% las temáticas tratadas y el sentirte identificado con el programas. Según los datos relevados por la población estudiantil investigada.

INTERPRETACIÓN:

Según los datos obtenidos se puede entender que los jóvenes escuchan el programa juvenil por el género musical. Los oyentes de igual manera prefieren escuchar las opiniones del locutor en el programa.

Los jóvenes buscan más los contenidos musicales en la radio, luego lo que el locutor les pueda manifestar en los diversos programas juveniles, ellos solo buscan un momento de distracción con la música de acuerdo al género que les parezca fascinante.

6. ¿Se siente identificado/a con las temática y contenidos musicales de los programas radiales juveniles?

Tabla 7: Temáticas y contenidos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	15	13%
Frecuentemente	30	25%
A veces	65	54%
Nunca	10	8%
TOTAL	120	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 7: Temáticas y contenidos



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS:

De las 120 personas encuestadas manifiestan que el 54% se siente identificado con el programa a veces, y el 25% frecuentemente, mientras que el 13% siempre, y en menor cantidad con un 8% nunca están identificados con los contenidos musicales y temáticas de los programas radiales juveniles. De acuerdo a la opinión vertida en la investigación.

INTERPRETACIÓN:

Según los datos obtenidos se puede entender que los jóvenes a veces se sienten identificados con las temáticas y contenidos musicales.

Las temáticas y contenidos musicales, son una parte fundamental en los programas juveniles, debido a las estrategias que utilizan para la audiencia. Esto manifiesta que los contenidos de la radio no están a la par con lo que el público joven está buscando, para seleccionar el programa de radio juvenil de su interés. Es necesario buscar temáticas que agraden y encajen en la perspectiva juvenil investigada.

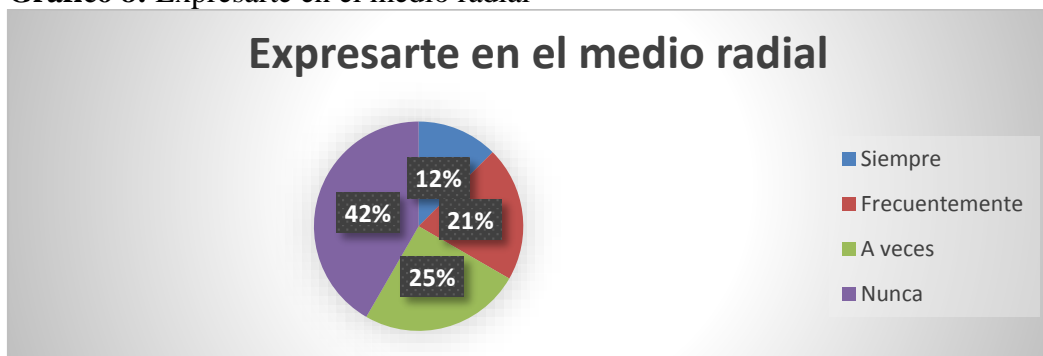
7. ¿Con que frecuencia tiene la necesidad de expresarte en el medio radial a través de mensajes, llamadas o utilización de redes sociales?

Tabla 8: Expresarte en el medio radial

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	15	12%
Frecuentemente	25	21%
A veces	30	25%
Nunca	50	42%
TOTAL	120	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 8: Expresarte en el medio radial



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS:

Según los datos obtenidos del gráfico arrojan los siguientes resultados, se comprobó que el 42% nunca se expresa en el medio radial a través de mensajes, llamadas y utilización de redes sociales, mientras que el 25% a veces lo hace, en tanto que el 21% frecuentemente y con un mínimo porcentaje el 12% siempre lo hace. Tomamos en cuenta solo la preferencia en temáticas y programación de acuerdo al programa juvenil elegido por los jóvenes en la actualidad.

INTERPRETACIÓN:

De los 120 encuestados podemos determinar que las audiencias juveniles, nunca están interactuando con los programas juveniles y con un 25% a veces lo realizan, para conocer el análisis de contenido de la programación radiofónica dirigida a jóvenes.

La programación radiofónica tiene mayor interés en los jóvenes sus contenidos y la música que pueden emitir, la interacción con el programa no es muy bien recibida en la población juvenil, para los programas que ellos escogen. Son muy pocos los que manifiestan alguna necesidad de expresarse con el medio.

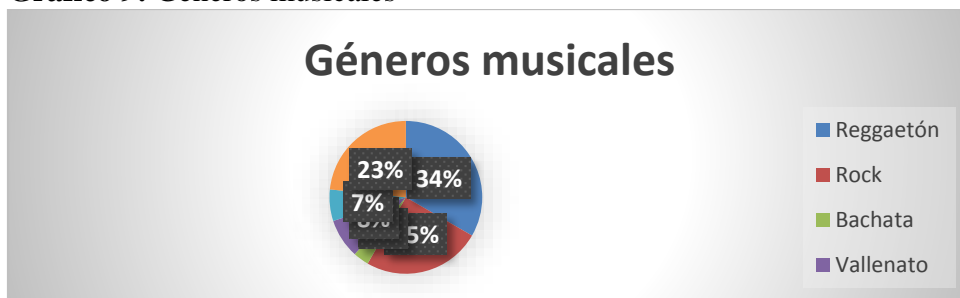
8. De los siguientes ¿qué género de música le gustaría escuchar en los programas juveniles?

Tabla 9: Géneros musicales

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Reggaetón	40	34%
Rock	30	25%
Bachata	4	3%
Vallenato	10	8%
Salsa	8	7%
Pop	28	23%
Baladas	0	0%
Otro	0	0%
TOTAL	120	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 9: Géneros musicales



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS:

De las 120 personas encuestadas manifiestan que su género musical favorito en los programas juveniles es el reggaetón con un 34%, y con el 25% el rock, en tanto que con el 23% el género pop, y el 8% el vallenato. Por el contrario los jóvenes en menor medida tuvieron un 7% para la salsa y con un 3% la bachata. Son géneros que están en boga en estos momentos en los jóvenes.

INTERPRETACIÓN:

Según la encuesta a los jóvenes les interesa el género reggaetón al sintonizar un programa juvenil, donde el rock le sigue en sus gustos musicales, la música es una parte fundamental en radio, debido a la interacción que puede generar durante el programa. Tenemos varios géneros que están de moda en lo jóvenes, y de acuerdo a una perspectiva personal es la manera de escoger un programa radial a su interés personal. La música urbana es un género, que la mayoría de jóvenes tiene una fascinación, es el mayor porcentaje de la investigación realizada.

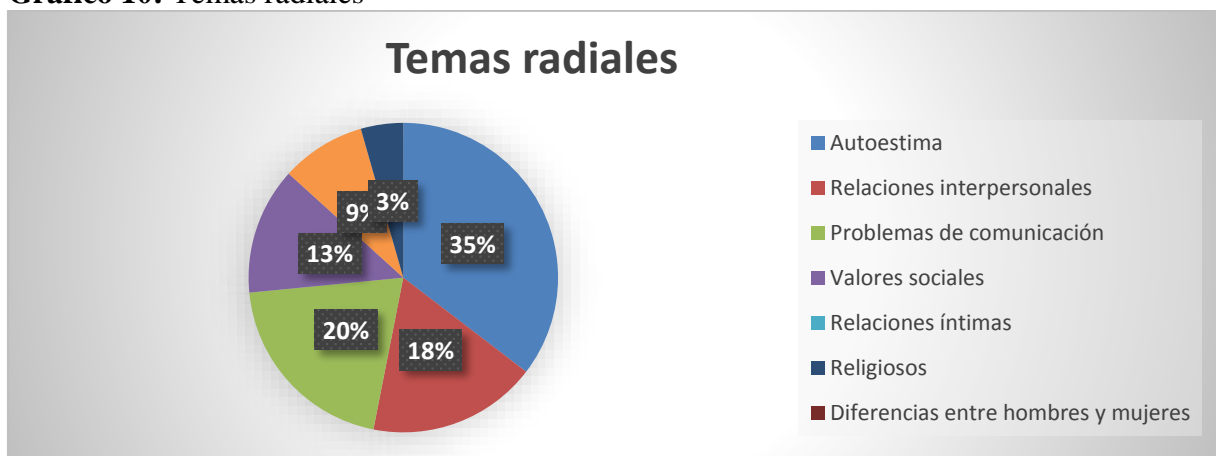
9. ¿Qué temas le gustaría a usted que sean tratados por los programa?

Tabla 10: Temas radiales

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Autoestima	40	35%
Relaciones interpersonales	20	18%
Problemas de comunicación	23	20%
Valores sociales	15	13%
Relaciones íntimas	10	9%
Religiosos	5	2%
Diferencias entre hombres y mujeres	7	3%
TOTAL	120	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 10: Temas radiales



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS:

De las 120 personas encuestadas un 35% les gustaría escuchar temas relacionados con el autoestima en jóvenes, seguido por un 20% sobre problemas de comunicación en sus vidas, seguido de un 18% de relaciones interpersonales, con un 13% sobre valores sociales, con un 9% de relaciones íntimas, con un 3% sobre temas religiosos, y finalmente con un 2% la diferencia entre hombre y mujeres. Son temas que los jóvenes les gustaría escuchar en el programa de su elección.

INTERPRETACIÓN:

Según la encuesta a los jóvenes les interesa el tema de la autoestima al sintonizar un programa juvenil, la comunicación en sus vidas, las temáticas son una parte fundamental en radio, debido a la interacción que puede generar durante el programa.

Las personas encuestadas manifiestan la realidad de las temáticas en los programas juveniles, que ellos no pueden encontrar, y manifiestan el interés de escuchar nuevos temas que pueden de real importancia en sus vidas cotidianas. Los jóvenes buscan temas nuevos e importantes que ellos desean escuchar.

10. ¿En qué se basan para elegir un programa juvenil?

Tabla 11: Elegir un programa juvenil

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
En las cosas que escucho decir sobre el programa	17	14%
En su grupo de amigos	20	17%
En la publicidad que le hacen al programa (internet o radial)	23	19%
En el tipo de música y temáticas tratadas	60	50%
TOTAL	120	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 11: Elegir un programa juvenil



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS:

Las encuestas realizadas a 120 a los alumnos de la Unidad Educativa San José "La Salle" en el cantón Latacunga de las edades que corresponde entre 15 a 19 años, presentan los siguientes resultados: con el 50% eligen un programa juvenil según el tipo de música y temáticas tratadas en el programa, mientras que el 19% lo hacen por la publicidad del programa en internet o la radio y con el 17% en su grupo de amigos y finalmente con el 14% sobre las cosas que escucho decir del programa.

INTERPRETACIÓN:

Los estudiantes manifiestan que el programa juvenil, que ellos eligen se basa en el tipo de música y las temáticas tratadas durante el programa, y luego en la publicidad que le realizan al programa por medio del internet o en la misma radio. Y finalmente cuando están en su grupo de amigos. A la hora de elegir una programación radiofónica, es importante su contenido musical y las temáticas que puedan llegar a los jóvenes, incluso que se identifican con lo manifestado en los programas.

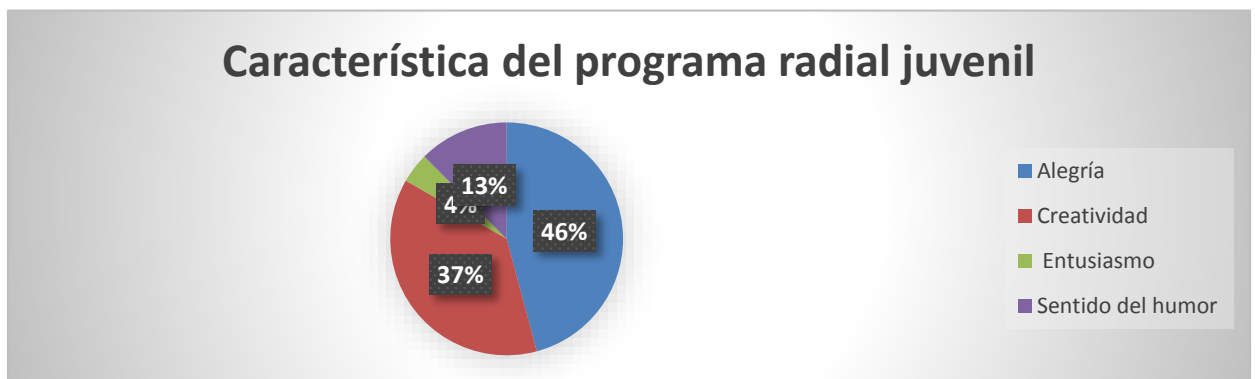
11. Elija 1 característica que definen al programa radial juvenil que usted escucha

Tabla 12: Característica del programa radial juvenil

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Alegría	55	46%
Creatividad	45	37%
Entusiasmo	5	13%
Sentido del humor	15	4%
TOTAL	120	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 12: Característica del programa radial juvenil



Fuente: Elaboración Propia

ANÁLISIS:

De las 120 personas encuestadas un 46% manifiestan que la alegría es la característica que define a su programa juvenil, mientras que el 37% la creatividad del programa, y con un 13% el sentido del humor del programa, y finalmente con un 4% el entusiasmo de los locutores cuando realizan el programa juvenil. Manifiestan el gusto por la alegría que les transmite el programa juvenil que escuchan.

INTERPRETACIÓN:

Los estudiantes manifiestan que el programa juvenil, que ellos eligen deben transmitir alegría durante el programa, y luego la creatividad y seguidamente del sentido del humor de las personas que manejan el programa juvenil. Es importante conocer en esta investigación lo principal al momento de elegir un programa juvenil radial, la alegría de un programa es la principal características. Qué un joven elige en para poder sentirte identificado. Incluso la creatividad del programa, es otra opción para poder tener un gusto preferencial por el programa radial escogido.

Análisis de las entrevistas:

La presente investigación se desarrolló en el cantón Latacunga, existen tres programas dirigidos a jóvenes en los medios locales: Radio Stéreo Latacunga 102.1 con su programa “Buena Nota”, Radio Elite 103.3 con su programa “El Reventón de las tardes”, y Radio RML 94.1 con su programa “Kawabunga”, para la presente investigación se aplicó la técnica de la entrevista con los locutores de los programas. Aplicamos las entrevistas a “Marco Altamirano productor de Buena Nota”, Paúl Taipe locutor del programa “El Reventón de las tardes”, y Alex Moriano locutor del programa “Kawabunga, presentando los siguientes resultados:

Entrevista 1:

Programa Buena Nota - Marco Altamirano

¿Quiénes conforman el programa “Buena Nota”?

Mi persona como productor del programa

2 Locutores

Nombre: Marco Altamirano

Edad: 35 años

Lugar de residencia: Pujilí

Estudios: Licenciado en Comunicación Social

Tiempo laborado: 2 años

¿Cuál es su función en el programa?

Mi función en el programa es de director ejecutivo y locutor del programa.

¿De qué manera se informa o investiga para realizar el programa?

El programa se basa en un guion para tener una pauta de los diferentes espacios que tenemos. Una de las partes fundamentales del programa es la motivación para el oyente, y buscamos material para motivar diariamente también emitimos noticias positivas. La información se busca en el internet, redes sociales y los periódicos de mayor circulación nacional.

¿Qué formatos musicales emite en el programa?

El programa básicamente se basa en los temas musicales como:

- Pop -rock
- Rock en español e inglés
- Baladas pop
- Folk
- Pop andino, latino y urbano
- Hip-Hop
- Regue
- Funk- rock

- Ska

Es decir música alternativa nada de música que tenga contenido discriminatorio, o que dañe la imagen de una persona.

¿Qué contenidos temáticos son los que trata el programa “Buena Nota”?

El programa trata los temas de motivación, información y noticias positivas, también contenidos como: deportes, farándula, salud, valores por ser un radio católica, familia y notas que causan humor en los oyentes.

¿Por qué apostarle a realizar un programa juvenil?

Primero por la interacción que tenemos con los jóvenes, y luego el espectro de la juventud ha cambiado durante estos últimos años, y pensamos que los jóvenes solo era antes de los 20 años, pero hoy en día son dos segmentos como el joven y el joven adulto, que pasa de los 20 años tiene su trabajo, pero aún realiza actividades juveniles le gusta la música, diferentes actividades más relacionadas con la juventud que la adultez.

¿Qué características tiene tu programa juvenil, que le hace diferente a otros?

Bueno el programa tiene una característica esencial que son los locutores, y el ánimo que ellos transmiten en el programa, y algo simple son jóvenes. Luego la música que ponemos es muy diferente a los demás programas por que le damos una gran importancia al artista nacional, y música que transmita emociones y sensaciones positivas. Luego los temas variados que se trata cada día nunca se repiten.

¿De qué manera se seleccionar los temas que se van a tratar en el programa?

Nosotros tenemos el programa de Lunes a Viernes y por cada día realizamos diferentes temas como los deportivo lo hacemos los días lunes y viernes porque son días de auge de esta temática. Los martes tenemos temas sobre salud, buena alimentación y cuidados personales para mejorar la calidad de vida. Los miércoles tenemos temas sobre tecnología en especial de jóvenes. Y los jueves hablamos sobre notas curiosas, valores y protección del medio ambiente que es tema que está muy de moda. Pero todos los días nos basamos en el Facebook la popularidad de un tema en específico.

¿Cuál es el objetivo que usted pretende alcanza con el programa?

El programa juvenil Buena Nota es una punta de lanza de la agencia de publicidad, es un proyecto grande, y este programa da a conocer todos los temas musicales muy diferente a las demás radios, que ponen una música degradante para las personas, temas y noticias que aporten en la formación integra del ser humano.

¿Qué es lo que principalmente hace su programa: educar, informar o entretener?

Los tres elementos básicos de la comunicación son esos, el programa cumple con ellos por ejemplo: nosotros entretenemos a base de los temas musicales, informar a través de las noticias de mayor relevancia o hechos y sucesos que suceden al momento, e informar a través de tips de las temáticas de salud, tecnología, educación para jóvenes, notas curiosas entre otras. Pero tiene un complemento adicional que es “motivar”, según las investigaciones que estamos realizando y se convierte en el cuarto eje primordial de la radio y el programa.

Entrevista 2:

Programa Kawabunga - Alex Moriano

¿Quiénes conforman el programa “”?

1 locutor

Mi persona

Nombre: Alex Moriano

Edad: 24 años

Lugar de residencia: Latacunga

Estudios: Egresado de Ing. Electromecánica

Tiempo laborado: 5 meses

¿Cuál es su función en el programa?

Mi función en el programa es ser el locutor del programa, y me encargo de recibir las llamadas telefónicas, escoger las notas y temas para el programa.

¿De qué manera se informa o investiga para realizar el programa?

La manera de informarse es las redes sociales como: Facebook y Twitter. En pocas ocasiones con los medios impresos de la ciudad y el país, la mayoría ya están en internet y la inmediatez de las mismas para informar al momento. A veces le pido ayuda al director de programación de la radio, porque es una persona que esta enrolada en el ámbito de la comunicación, y puede aportar con más ideas al programa.

¿Qué formatos musicales emite en el programa?

Los formatos que emitimos son básicamente la muisca actual o la que está de moda en los jóvenes.

- Pop rock
- Reggaetón
- Salsa
- Rock

¿Qué contenidos temáticos son los que trata el programa “Kawabunga”?

Los temas son varios dependiendo del día y el tema que esta de boga entre los jóvenes. Po

ejemplo lo que más emitimos son: deportivos, tecnología, salud, y notas que curiosas en el mundo actual. Y la farándula de los artistas musicales que ponemos en el programa.

¿Por qué apostarle a realizar un programa juvenil?

Se basó en la parrilla de programación que tenemos, el 30% dedicada a la juventud. Y el valor al artista nacional con otro 30%, y es más fácil llegar a un público joven para poder brindarle unas ideas nuevas y diferentes. También por la facilidad del vocabulario, que emitimos en el programa, ellos nos entienden de una mejor manera lo que intentamos comunicar en el programa. Somos netamente un programa “popero”.

¿Qué características tiene tu programa juvenil, que le hace diferente a otros?

Bueno lo que caracteriza al programa es la interacción que tenemos entre la gente a través de mensajes, llamadas y las sugerencias, peticiones que ellos desean. El entretenimiento que tenemos para informar las noticias, los temas de actualidad, y la alegría que ponemos en todo, el programa sin importar los problemas que podemos tener. Lo que importa es que la juventud y todos lo que nos escuchan se alegren, no ponerlos más tristes tal vez de lo que puedan tener.

¿De qué manera se seleccionan los temas que se van a tratar en el programa?

Nosotros seleccionamos por día y segmentos por ejemplo: los días Lunes, tratamos temas deportivos, los días Martes y Jueves son temáticas tecnologías para jóvenes, los Miércoles son notas del mundo actual y sorprendentes y Viernes traemos djs de la ciudad con temas musicales tropicales.

¿Cuál es el objetivo que usted pretende alcanzar con el programa?

El objetivo es principalmente entretener y educar a los jóvenes. Y llegar de una manera positiva a todos nuestros oyentes con las temáticas tratadas durante el programa y brindar una nueva opción en programación juvenil en la ciudad.

¿Qué es lo que principalmente hace su programa: educar, informar o entretener?

Nosotros cumplimos con dos que son netamente educar y entretener. Educar con nuestros temas y segmentos de todas las temáticas del programa Y entretener con la música que emitimos durante todo el programa.

Entrevista 3:

Programa El Reventón de las tardes – Paúl Taipe

¿Quiénes conforman el programa “El Reventón de las tardes”?

Únicamente mi persona

Nombre: Paul Taipe

Edad: 33 años

Lugar de residencia: Latacunga

Estudios: Tlgo. Seguridad del Trabajo

Tiempo laborado: 10 años

¿Cuál es su función en el programa?

Soy el director del programa y el nombre del programa fue de mi autoría, realizó mis spots para el mismo personalmente. Programo todo referente del programa.

¿De qué manera se informa o investiga para realizar el programa?

Estructuró el programa por días y busco la información necesaria para emitir en el programa, en el internet y las diversas redes sociales. Muy poco utilizo los medios impresos para hablar del tema. Incluso escucho los temas de moda de los jóvenes que están por la calle, o en algún medio de transporte.

¿Qué formatos musicales emite en el programa?

Nosotros ponemos de todo y en especial de artistas nacionales.

- Vallenato
- Bachata
- Salsa
- Reggaetón
- Salsa
- Pop

¿Qué contenidos temáticos son los que trata el programa “El Reventón de las tardes”?

Normalmente son por días por ejemplo: los Lunes informo los acontecimientos más relevantes que pasaron el fin de semana de la ciudad, provincia y el país, pero que sean netamente para jóvenes, los martes le dedico a los temas románticos de los jóvenes como el amor y desamor, los miércoles hago temas alegres y farándula que estén de moda, jueves temas íntimos para ellos incluso se envía saludos especiales y finalmente los días viernes hablamos sobre las fiestas, conciertos y actividades que puedan hacer el fin de semana con familia yo en pareja.

¿Por qué apostarle a realizar un programa juvenil?

Al comienzo le apostamos a la juventud, porque la mayoría de los jóvenes después de sus largas jornadas escolares llegan a casa, y quieren escuchar buena música con la que pueda identificarse. Y debemos enfocar este lado por la diversidad de temáticas a tratar y sus gustos musicales, los segmentos de acuerdo al gusto de cada uno.

¿Qué características tiene tu programa juvenil, que le hace diferente a otros?

Mi programa esta apuntado con temas diferentes, y no las mismas cosas que a las personas ya les enseñan como educación, valores. Son temas nuevos y llamativos. También problemas cotidianos, y cosas que nadie se atreve hablar. La vida real.

Nunca damos consejos solo puntos de vista, para que las personas lo analicen y tomen la mejor decisión en su vida, no somos consejeros, solo locutores que dicen la verdad.

¿De qué manera se seleccionar los temas que se van a tratar en el programa?

Planifico mi programa en algunas veces para manifestar los temas, pero a veces rompo con esto y me dejo llevar por el público, que me dice a través de mensajes o llamadas temas que puedo hablar sobre lo que le está pasando. Pero yo me informo con el periódico “La Hora” que siempre está sobre la mesa, las redes sociales y las páginas del internet. Incluso algunas opiniones del director de la radio.

¿Cuál es el objetivo que usted pretende alcanza con el programa?

Mi objetivo es llegar a todo el público y las familias del centro del país. En especial de los cantones de Cotopaxi y Tungurahua. Y que me escuchen a todo volumen es sus hogares, dejar una huella especial con los temas, música que manifiesto en mi programa.

¿Qué es lo que principalmente hace su programa: educar, informar o entretener?

Mi programa es una combinación de todos los elementos de la comunicación. Los educo a través de las experiencias personales que he vivido, y les puede servir en algún momento de sus vida. El entretenimiento va de la mano con la música y la manera de expresarme en el micrófono. Y la información que está en los medios incluso la inmediatez de la noticia del oyente.

Interpretación de resultados generales:

El lenguaje radiofónico manifiesta las preferencias musicales, los contenidos, el manejo del discurso y las temáticas tratados en la radio, en este caso analizaremos los programas radiales juveniles del cantón Latacunga, los locutores o productores del programa investigado, han manifestado la manera de realizar el proceso de producción radiofónica en los programas juveniles radiales.

La mayoría de los locutores de los programas juveniles radiales, en este caso los tres programas investigados, son los propios productores, directores del programa, ellos se encargan de todos los aspectos musicales y temáticos, que se transmiten a diario. Ellos elaboran su programación musical, las temáticas a tratar, y la manera de llegar a su público objetivo que son los jóvenes. Los programas juveniles no están siempre planificados los temas nacen en ese momento por cualquier tema en boga o petición del oyente.

- Los procesos de producción radiofónica de los programas juveniles tienen diferentes

estilos dependiendo el formato que manifiestan en su programa la música, las temáticas, y las forma de expresarse para los jóvenes, varia el programa investigado. En este caso cada uno maneja un propio estilo de producción radiofónica dirigida a jóvenes de la ciudad.

- No es necesario que exista un libreto o guion en el programa, los temas son escogidos ese momento y la música, dependiendo la petición de la personas por medios de las vías de contacto o redes sociales. Los medios digitales cumplen una parte fundamental al momento del programa por la influencia de los oyentes en los contenidos y música, para emitir los contenidos del mismo y la información necesaria.
- Los programas juveniles no cumplen los tres objetivos principales de la radio como es: educar, entretener, e informar la mayoría solo cumplen dos funciones al momento de producir el contenido radiofónico, es fácil llegar al público objetivo que es la juventud y la necesidad de tener un programa para ellos.

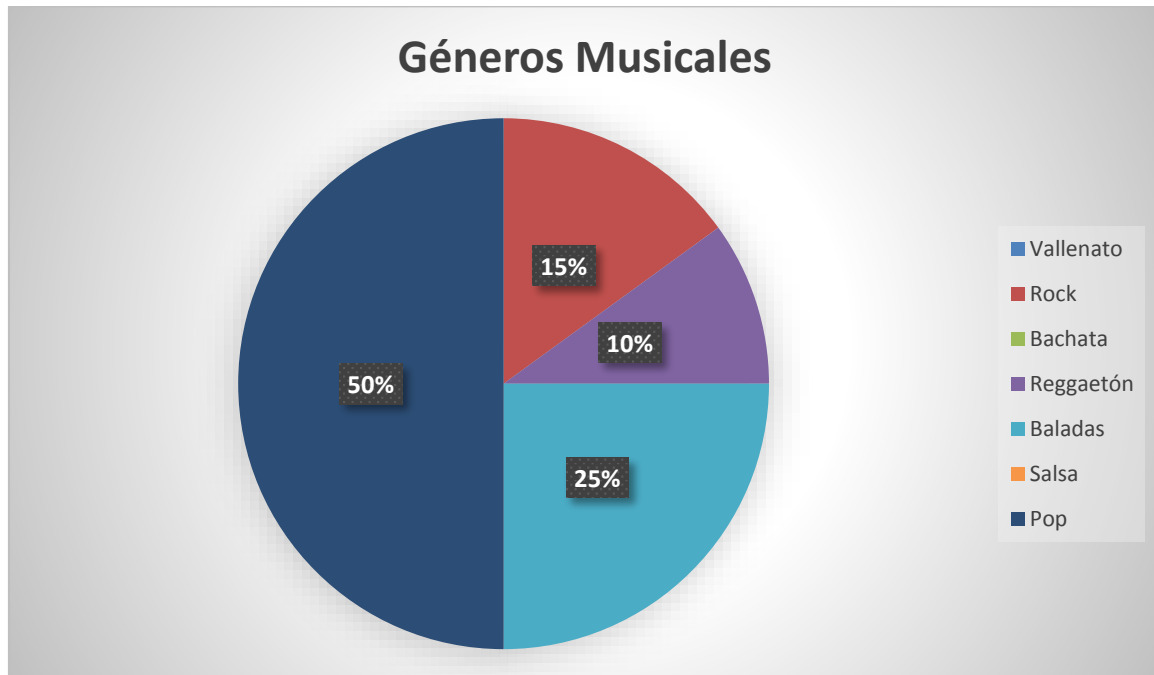
Análisis de fichas de observación:

Se realiza un análisis a los programas juveniles radiales. Se necesita conocer los contenidos de los programas dirigidos a jóvenes del cantón Latacunga, que se transmiten en las radios locales, se investiga los contenidos de programación de lunes a viernes en las radios: Stereo Latacunga, Radio Elite y RML del cantón Latacunga, donde se establecen diferentes categorías. Conoceremos los contenidos para la audiencia juvenil establecida en los medios antes mencionados.

Nombre de los programas: Buena Nota, Kawabunga, El reventón de las tardes.

Frecuencia: 102.1 Fm, 94,1 Fm y 103.1 Fm

Géneros Musicales



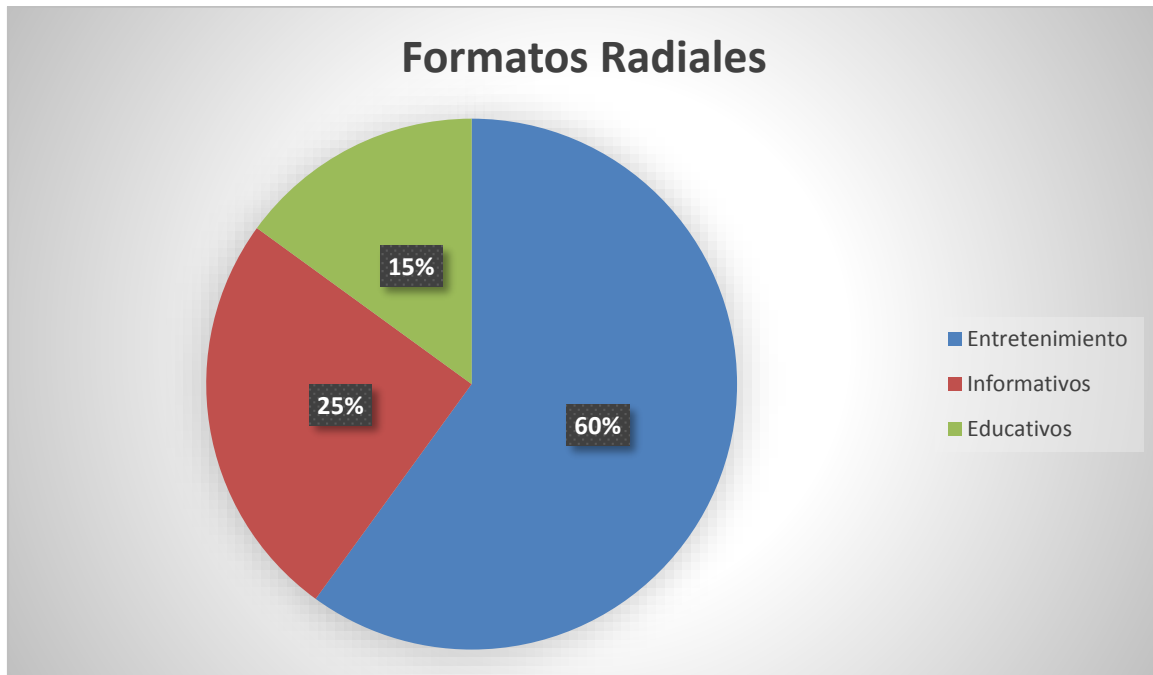
Fuente: Elaboración Propia

Los jóvenes encuentran un espacio de ocio en los medios de comunicación, incluida la radio donde interactúan con los locutores, y que de igual forma intervienen en la programación diaria, convirtiéndose en parte de la cotidianeidad de los medios, para entender ello, (Lalinde, 1994) describe este escenario:

Hoy, las emisoras juveniles no se limitan al rock. Transmiten balada-pop, rock en español, folkrock, e incluso salsa, merengue y vallenatos, en parte porque han comprendido que la juventud no se identifica sólo con la música rock sino con ritmos propios colombianos y latinoamericanos. (p.10)

La presente investigación arroja como resultado los porcentajes de contenidos difundidos para jóvenes. Existen contenidos musicales, el presente gráfico representa los géneros musicales, que el programa emite en su programa juvenil durante las 4 horas de lunes a viernes, podemos observar según el estudio de contenido: con el 50% el pop es el género con mayor emisión, luego con el 25% baladas, con un 15% rock y finalmente con el 10% reggaetón. Se evidencia los contenidos que utilizan los programas radiales para la audiencia juvenil, esta investigación manifiesta la producción radiofónica, los gustos y preferencias del público joven.

Formatos Radiales

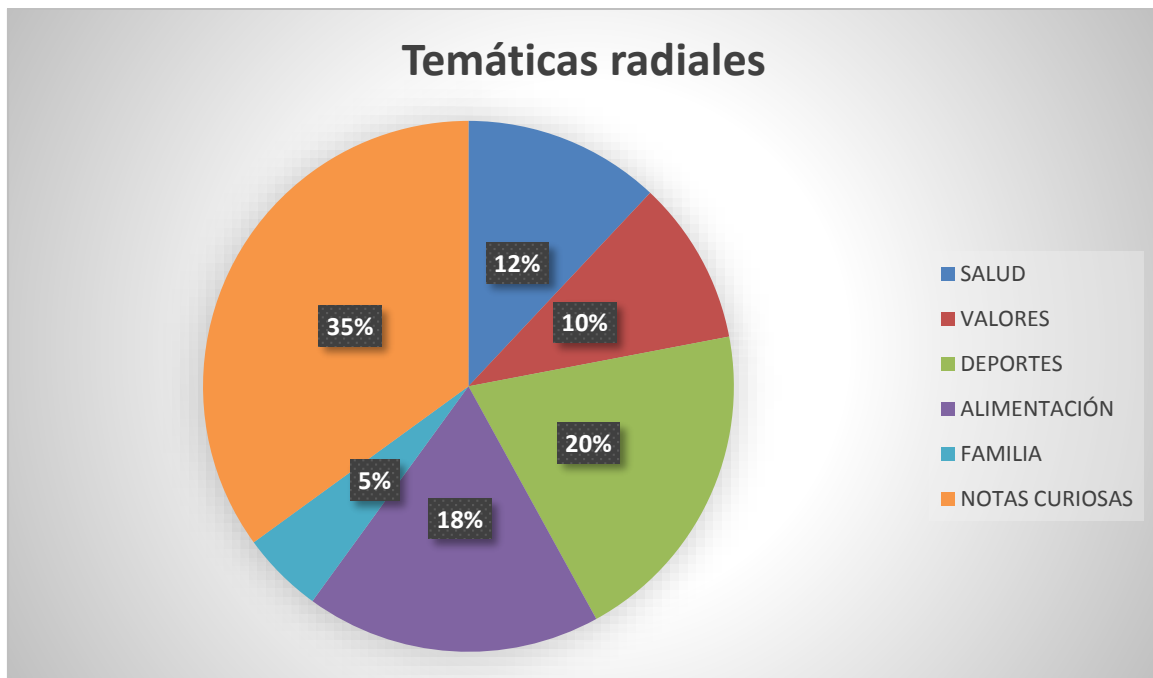


Fuente: Elaboración Propia

Martí define el formato como la radio especializada en contenidos, que mantiene una estructura formal repetitiva que actúa a la manera de un único programa durante todo el día, los siete días de la semana.

En esta línea de investigación nos manifiesta los diferentes géneros radiales y repetitivos, como nos manifiesta el autor que tiene el programa. En este caso, con el 60% nos manifiesta el género de entretenimiento, con el 25% el informativo y finalmente con el 15% el educativo, permitimos encontrar en todo el horario del programa juvenil. Lo manifestado por el autor, se va reflejado en la presente investigación, los programas investigados dan prioridad a uno de los objetivos de la radio, que es el entretenimiento, seguido de los informativos y muy poco los informativos, porque la mayoría de las radios tienen programas especiales para la información.

Temáticas radiales

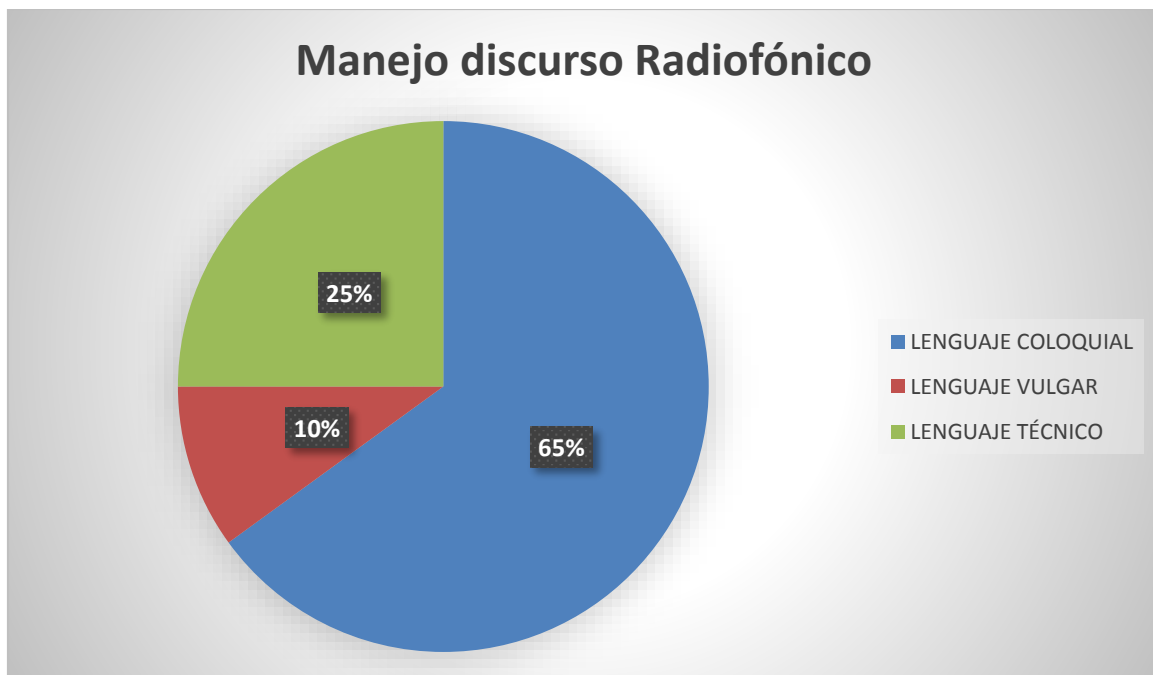


Fuente: Elaboración Propia

Martí resume que, para algunos el modelo de programación formaliza los objetivos básicos de una programación de acuerdo con los objetivos institucionales fijados por la emisora o cadena; para otros, se trata simplemente de una manera de modelar los contenidos y los géneros en la parrilla, algo así como un arquetipo de diseño de la parrilla o reloj de programación.

Se recopila información con las temáticas a investigarse y representa con: el 35% que emiten notas curiosas, luego con el 20% deportes, 18% de temas de alimentación, 12% sobre salud, 10% valores y finalmente con un 5% sobre la familia podemos determinar los objetivos del programa, con las temáticas en mayor porcentaje representadas en el gráfico. Los programas juveniles radiales están más interesados en manifestar las notas de relevancia en sus emisiones para poder captar con mayor facilidad a sus oyentes que son los jóvenes como su target de interés.

Manejo del discurso radiofónico

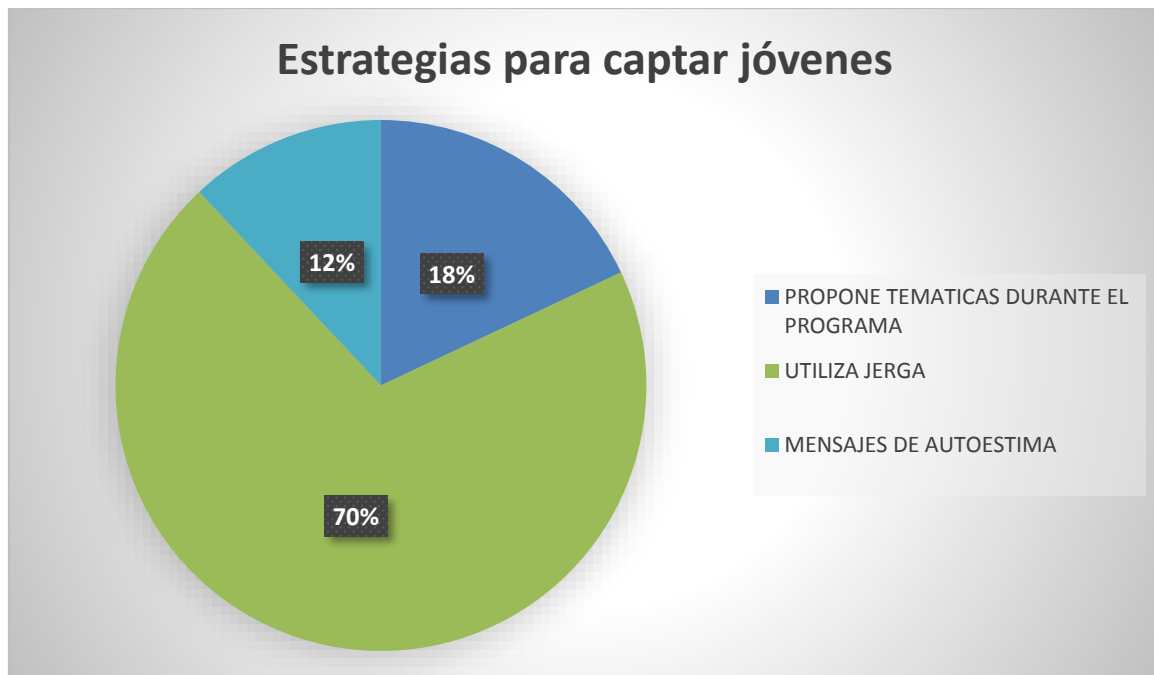


Fuente: Elaboración Propia

El lenguaje radiofónico significa manejar profesionalmente la comunicación interna y externa de su producción, significa que es una mezcla de elementos como precisa (Toro, 2011, p.40) “La palabra, la música y los sonidos conforman el lenguaje radiofónico (...)”, todos aquellos elementos genera una combinación periodística que impacta y atrae a la sociedad.

El programa emite en su contenidos durante las 4 horas de lunes a viernes, podemos observar según el estudio de contenido: con el 65% es lenguaje coloquial, el 25% el lenguaje técnico y finalmente con el 10% el lenguaje vulgar. Se evidencia los contenidos que utiliza el programa “Buena Nota” para la audiencia juvenil, esta investigación ayuda a mejorar a la producción radiofónica a los gustos y preferencias del público joven.

Estrategias para captar jóvenes

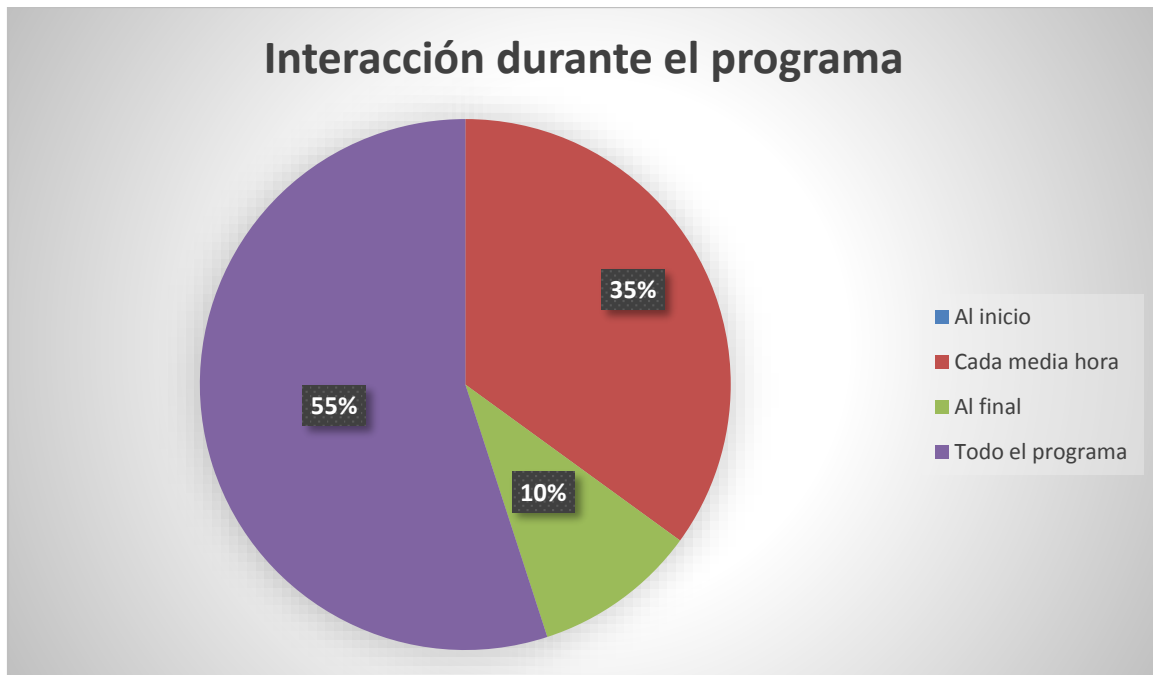


Fuente: Elaboración Propia

Los medios de comunicación aprovechan el pasatiempo de los jóvenes para recrearlos con contenidos atractivos, que se emiten de acuerdo a las necesidades que demanda este grupo social, tal como indica (Lalinde, 1994), “(...) los jóvenes, participan activamente en la reafirmación y construcción de esa misma identidad y en sus formas de consumo simbólico y material” (p.8).

Se realizó un análisis del programa juvenil donde nos representa con el 70% la utilización de la jerga entre los locutores y el oyente, luego con el 18% ellos proponen temáticas durante la duración del programa, y por último 12% mensajes de autoestima, todo esto lo realizan captar a los jóvenes en las emisiones del programa. En la actualidad los programas que tienen una variación de contenidos, la utilización de un lenguaje radiofónico diferente incluyen al humor, y un lenguaje de acuerdo a ellos, con la inclusión de palabras que son los jóvenes quienes lo reconocen.

Interacción durante el programa

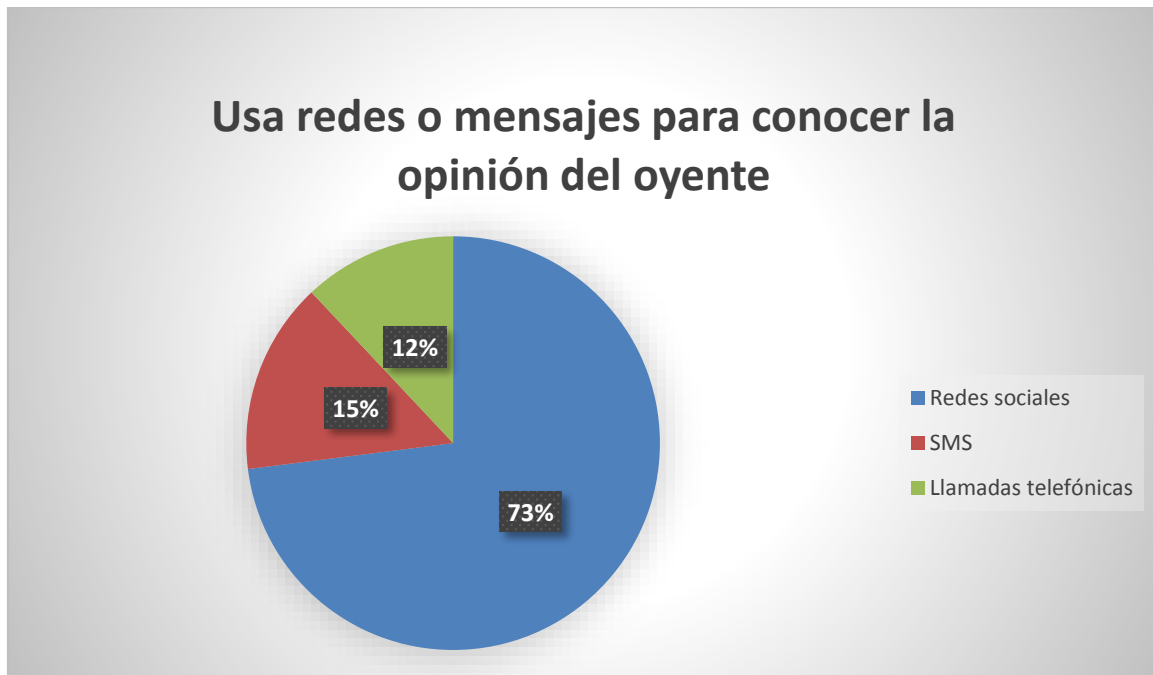


Fuente: Elaboración Propia

El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (Unicef, 2010) manifiesta: Un programa de radio es un espacio audiofónico de corta duración que puede tener fines informativos, culturales, educativos o de entretenimiento. Los programas radiofónicos generalmente son estructurados usando la palabra, la música y los sonidos a fin de volverlos interesantes y poder captar suficiente audiencia. (pág.5)

La presente investigación nos manifiesta la interacción durante el programa. En este caso, con el 55% nos la interacción con la audiencia durante todo el programa, con el 35% cada media hora del programa y finalmente con el 10% al final del mismo. Lo manifestado por el autor, se va reflejado en la presente investigación. Es importante tener en constante interacción a los jóvenes con el programa, para no perder oyentes durante la duración de los mismos, porque la mayoría de las estaciones investigadas sobrepasa las cuatro horas de la programación radial.

Usa redes o mensajes para conocer la opinión del oyente

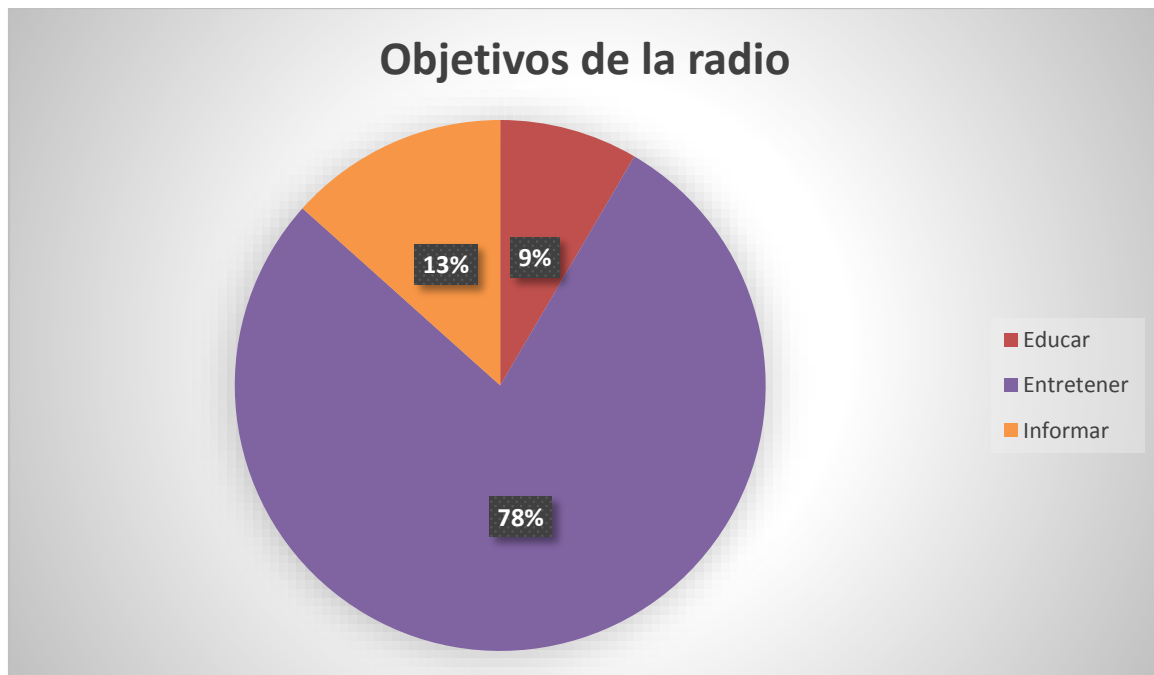


Fuente: Elaboración Propia

El modelo de interacción de un disc jockey se define por convertir a la radio en un medio más activo, acoplado a los diferentes estilos juveniles, y a las cosas que suceden en la ciudad o en sus actividades. “(...) les pregunta a los muchachos cómo les fue en el colegio, les habla de sus ídolos musicales, les cuenta de sus actividades, se ríe y disfruta de las mismas cosas que ellos”, indica (Lalinde, 1994, p.12).

El programa conoce la opinión del oyente mediante el uso de redes sociales, mensajes y llamadas telefónicas: con el 73% las redes sociales son las más utilizadas, el 15% los sms y finalmente con el 12% las llamadas telefónicas durante la emisión del programa. Se evidencia en los programas, los gustos y preferencias del público joven lo conocen por medio de las redes sociales. Una parte fundamental en los programas radiales, es conocer la opinión de los oyentes para mejorar sus contenidos musicales o temáticas tratadas en el programa, con la implementación de la plataformas digitales los jóvenes tienen más presencia en los medios de su preferencia.

Objetivos de la radio

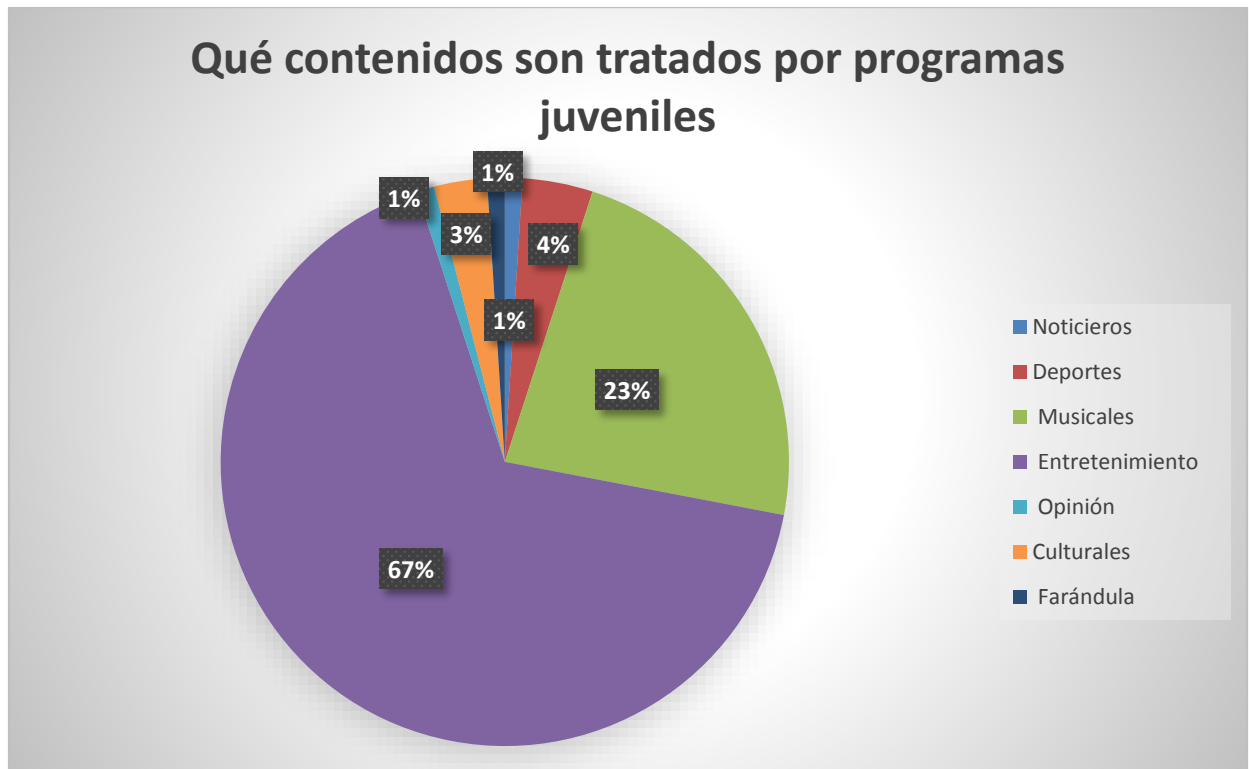


Fuente: Elaboración Propia

Pero su característica primordial es que su formato es plural, es decir, la programación de estas emisoras combina géneros informativos musicales educativos y de entretención para algunos oyentes, se apuesta a la diversidad en las parrillas de programación. Estos formatos son adoptados por radios universitarias, las radios comunitarias y las radios regionales. (Gonzales, 2005, pag.4)

Como nos manifiesta el autor, la programación plural representa los siguientes datos representados: con el 78% el principal objetivo de la radios juveniles en Latacunga es entretener, le sigue el 13% para informar, y en último lugar es educar con un 9% que utilizan este objetivo en la programación radial emitida a diario. Los programas juveniles solo se centran en el entretenimiento como principal objetivo de la radio, luego la información y por ultimo educar, algunos medios investigados solo cumplen del tres objetivos planteados.

¿Qué contenidos son tratados por los programas juveniles?



Fuente: Elaboración Propia

Programación mosaico. La rejilla de programación está integrada por una sucesión de programas de distintos géneros (informativos, culturales, deportivos, de entretenimiento...) y de una determinada duración (...). 2. Programación por bloques. Este estilo de programación da lugar a un gran género radiofónico llamado magacin (programa contenedor) en el que tienen cabida todo tipo de géneros, bloques y/o secciones (...). (p.3)

Los programas emiten en su contenidos las siguientes temáticas de lunes a viernes, podemos observar según el estudio con: el 67% la temática más tratada es el entretenimiento, el 23% son programas más musicales, el 4% temas deportivos, 3% son culturales y finalmente con el 1% esta noticiosos, farándula y opinión. Se evidencia los contenidos que utilizan los diferentes programas para la audiencia juvenil, esta investigación refleja el entretenimiento y lo musical como lo más emitido en producción radial. Observamos en la anterior ficha que todos apostaban por el entretenimiento, era lógico cual contenido domina más los espacios de los programas juveniles.

PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO:**Tabla 13:** Presupuesto

RECURSOS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador Toshiba	1.400	1.400
Impresora	224	224
Impresiones de instrumentos de investigación 3	0.5	15
Copias encuestas (120)	0.02	2.40
Copias fichas de observación y entrevistas (6)	0.50	3
Transporte en general fuera y dentro del cantón Latacunga	120	120
Resmas de papel (Hojas)	4	15
Flash Memory	2	20
TOTAL	352.42	1.798

14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:

Conclusiones:

- Las razones de los jóvenes para escuchar los programas están divididas por varias partes que son: el entretenimiento que generan los programas, la música que emiten, las temáticas tratadas en cuanto a los temas de la actualidad y la alegría que imparten por medio de los locutores. Los radioescuchas juveniles escogen un programa radial juvenil de acuerdo a las percepciones antes mencionadas.
- Los programas radiales juveniles del Cantón Latacunga se encuentran enfocados en entretener e informar a la audiencia, con contenidos que generan la participación e interacción con el programa. Existe muy poco compromiso por cumplir uno de los objetivos radiales que es educar, por los intereses personales del locutor o el dueño del medio.
- La tipología analizada en los medios juveniles no está en un 100% con las preferencias de los jóvenes, que quieren nuevas temáticas y formatos musicales para ser emitidos. Los programas radiales juveniles del cantón Latacunga, aún tienen sintonía por parte de los jóvenes, los procesos de producción radiofónica todavía no cumplen las necesidades de los oyentes.
- Los programas Buena Nota, Kawabunga, El reventón de las tardes, no elaboraran un guion previo para la emisión de los programas, las temáticas tratadas son investigadas al instante dependiendo del tema que está de moda, y la música dependiendo del género y artista del momento o la petición de los oyentes durante la trasmisión del mismo.
- En los contenidos analizados de los programas radiales juveniles presentan musicalización diversos en todos los géneros representativos de jóvenes, los gustos con temáticas novedosas, diversos contenidos de entretenimiento, la interacción con el oyente durante todo el programa, el manejo del lenguaje coloquial como representación de los programas, y las redes sociales como medio de comunicación con ellos.

Recomendaciones:

- Es importante que se realice un guion previo para la emisión del programa, permite a la producción radiofónica tener una secuencia ordenada con temáticas de importancia que faciliten la información, entretenimiento y educación en los jóvenes radioescuchas.
- Emitir temas positivos de entretenimiento y musicales en este tipo de programas para jóvenes, con el fin de recuperar la audiencia juvenil y generar mayor interacción con el público dependiendo de los temas a tratar.
- Los encargados de los programas radiales deben estudiar al público en sus gustos y preferencias, para generar contenidos aptos para los jóvenes.
- Finalmente, esta investigación realiza una crítica constructiva a los programas radiales juveniles para que implemente nuevos contenidos radiales y musicales, herramientas para incentivar a los jóvenes que se interesen por su programación y cumplan los objetivos propuestos por la radio tradicional para el gusto de los oyentes.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica. 5ta.* Fidas G. Arias Odón.
- Balsebre, A. (1994). El lenguaje Radiofónico. *Editorial: Cátedra, S.* Madrid.
- Barbero citado en (Seni Medina, G. 2009). Análisis del consumo radial adolescente. Recuperado de <http://repositorio.uac.edu.co/handle/11619/1127> ANDER-EGG, E. A. A. (2011). Investigar: Nociones Básicas Para La Investigación Social.
- Beltran, Luis. (1965). Materiales de enseñanza en Comunicaciones. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=ZokgAQAAIAAJ&pg=PA3&dq=tipos+de+programas+de+radio&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi9muPphOrYAhVjhOAKHb0mAOEQ6AEIKjAB#v=onepage&q=tipos%20de%20programas%20de%20radio&f=false>
- Calzado Muñoz, G. (2015). Estudio y evolución de la audiencia juvenil en España (2004-2014).
- Cebrián Mario citado en (Badia Valdés, A. T., & Costales Pérez, Z. 2015). La audiencia radiofónica cubana en un contexto de cambios. *Razón y Palabra, 19*(92).
- Carpena, M. E. F. (2006). É contigo mismo: programa de rádio para adolescentes. *Psicología para América Latina, (6)*, 0-0.
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. Unicef, (2010). Recuperado de https://www.unicef.org/honduras/LA_RADIO_OK.pdf
- González, J. (2009). Estudio de audiencias a estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana en relación a la emisora Javeriana Estéreo. Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
-
- Hernández, H. R., & Mateus, E. O. G. (2016). Hábitos y preferencias de consumo: Consumo en estudiantes universitarios. *Dimensión empresarial, 14*(2), 55-72.

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (1998). Metodología de la investigación. *México: Editorial Mc Graw Hill*, 15-40.
- Lalinde Posada, A. M. (2014). Radios Juveniles o cómo construir una forma de ser joven. *Signo y Pensamiento*, 25(8) pp. 7-18.
- Medina, M. I. R., Quintero, M. D. S. B., & Valdez, J. C. R. (2013). El enfoque mixto de investigación en los estudios fiscales. *Tlatemoani*, (13).
- Merayo Arturo citado en (Moreno Espinosa, P. 2008). Programas y lenguajes radiofónicos en el contexto social actual. *Ámbitos*, (17).
- Moreno, Alfaro R. M. (1994). La interlocución radiofónica: una red compleja de interacciones. *Editorial: UNDA-A*. Quito.
- Moreno, E. (2005). Las radios y los modelos de programación radiofónica. *Comunicación y sociedad*, 18(1), 12-13.
- Moreno Espinosa, P. (2008). Programas y lenguajes radiofónicos en el contexto social actual. *Ámbitos*, (17), pp. 161-170.
- Novoa, R. (2014). Comunicación, radio y programas deportivos. Análisis de contenido del programa “amanecer deportivo” transmitido por fútbol fm 96.9: Ecuador: Universidad Central del Ecuador.
- Orozco, G. (1997). Medios, audiencias y mediaciones. *Comunicar*, (8). Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/158/15800806/>
- Ramos-Ruiz, Á. (2015). Radio hertziana vs. radio en Internet: Un análisis comparativo. *Opción*, 31(4).
- Rincón citado en (Seni Medina, G. 2009). Análisis del consumo radial adolescente. Recuperado de <http://repositorio.uac.edu.co/handle/11619/1127>
- Sierra Sánchez, J. (2010). Estudio de la oferta de programación de las radios autonómicas en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, (65), pp. 368-378.

- Pérez y Blasco citado en (Eleazar Angulo. 2012). Metodología cuantitativa. Recuperado de http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2012/eal/metodologia_cuantitativa.html
- Tipanluisa, G. (2010). Análisis del contenido del programa radial corrientes de opinión ciudadana de la radio novedades periodo agosto-septiembre del 2010.: Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi.
- Toro González, D. P. (2011). Análisis de contenido y lenguaje radial utilizado en Tropicana Estéreo 102.9 FM y la W Radio 90.9 FM. *Fundación Universitaria Luis Amigó*, Medellín.
- Vergara, R -2012 El proceso de investigación. Recuperado de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Lectura/bachillerato/documentos/LEC7.2.pdf
- Vidales, N. L., Rubio, L. G., & García, M. R. (2014). La radio de las nuevas generaciones de jóvenes españoles: Hacia un consumo on line de música y entretenimiento. *ZER-Revista de Estudios de Comunicación*, 19(37).

ANEXOS

ANEXO 1**Modelo de encuesta:**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

CUESTIONARIO:**INSTRUCCIONES:**

Señor o señorita estudiante, a continuación, se le plantean una serie de preguntas, lea detenidamente y responda seleccionando con una X la alternativa que considere la correcta.

Encuesta jóvenes de colegios de la ciudad de Latacunga**Edad**

15 ()

16 ()

17 ()

18 ()

19 ()

Más de 20 ()

1. ¿Con qué frecuencia escucha la radio, en especial programa juveniles?

Siempre ()

Frecuentemente ()

A veces ()

Nunca ()

2. ¿Qué tipo de contenido le gusta escuchar en un medio de comunicación radial?

Noticieros ()

Deportes ()

Musicales ()

Opinión ()

Culturales ()

Farándula ()

Otros detalle cual.....

3. ¿Por qué sintoniza los programas radiales juveniles? Marque una opción.

Para estar informado ____

Por entretenimiento ____

Para educarte ____

Para desahogarte ____

Encuentras voces y relatos propios ____

Por otro motivo señala cual ____

4. ¿En qué horario prefiere escuchar su emisora favorita?

Mañana ()

Tarde ()

Noche ()

¿Qué le distrae más de los programas juveniles radiales que usted escucha?

Generó Musical ()

Temáticas tratadas ()
 Interacción con el programa ()
 Opiniones del Locutor ()
 Sentirte identificado con el programa ()
 Desahogo que sientes al escuchar el programa ()

5. ¿Se sientes identificado/a con las temática y contenidos musicales de los programas radiales juveniles?

Siempre ()
 Frecuentemente ()
 A veces ()
 Nunca ()

6. ¿Con que frecuencia tiene la necesidad de expresarte en el medio radial a través de mensajes, llamadas o utilización de redes sociales?

Siempre ()
 Frecuentemente ()
 A veces ()
 Nunca ()

7. De los siguientes ¿qué género de música le gustaría escuchar en los programas juveniles?

Reggaetón ()
 Rock ()
 Bachata ()
 Vallenato ()
 Salsa ()
 Pop ()
 Baladas ()
 Otro (especifique) ()

8. ¿Qué temas le gustaría a usted que sean tratados por los programa?

Autoestima ()
 Relaciones interpersonales ()
 Problemas de comunicación ()
 Valores sociales ()
 Relaciones íntimas ()
 Religiosos ()
 Diferencias entre hombres y mujeres ()

9. ¿En qué se basa para elegir un programa juvenil?

En las cosas que escucho decir sobre el programa ()
 En su grupo de amigos ()
 En la publicidad que le hacen al programa (internet o radial) ()
 En el tipo de música y temáticas tratadas ()

10. Elige 1 características que definen al programa radial juvenil que usted escucha

Alegría ()
 Creatividad ()
 Entusiasmo ()
 Sentido del humor ()

ANEXO 2**Modelo de entrevista:**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

Entrevista Locutores**1. ¿Quiénes conforman el programa “”?”****Nombre:****Edad:****Lugar de residencia:****Estudios:****Tiempo laborado:****2. ¿Cuál es su función en el programa?****3. ¿De qué manera se informa o investiga para realizar el programa?****4. ¿Qué formatos musicales emite en el programa?****5. ¿Qué contenidos temáticos son los que trata el programa “”?”****6. ¿Por qué apostarle a realizar un programa juvenil?****7. ¿Qué características tiene tu programa juvenil, que le hace diferente a otros?****8. ¿De qué manera se seleccionan los temas que se van a tratar en el programa?****9. ¿Cuál es el objetivo que usted pretende alcanzar con el programa?****10. ¿Qué es lo que principalmente hace su programa: educar, informar o entretener?**

ANEXO 4

Número

ANEXO 1:
Modelo de encuesta:



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL

CUESTIONARIO:
INSTRUCCIONES:

Señor o señorita estudiante, a continuación, se le plantean una serie de preguntas, lea detenidamente y responda seleccionando con una X en la alternativa que considere la correcta.

Encuesta jóvenes de colegios de la ciudad de Latacunga

- Edad
- 15 ()
- 16 ()
- 17 (X)
- 18 ()
- 19 ()
- Más de 20 ()

1. ¿Con qué frecuencia escuchas la radio, en especial programa juveniles?

- Siempre ()
- Frecuentemente ()
- A veces (X)
- Nunca ()

2. ¿Qué tipo de contenido te gusta escuchar en un medio de comunicación radial?

- Noticieros ()
- Deportes ()
- Musicales (X)

- Opinión ()
- Culturales ()
- Farándula ()
- Otros detalle cual.....

3. ¿Por qué sintoniza los programas radiales juveniles? Marque una opción.

- Para estar informado _____
- Por entretenimiento (X)
- Para educarte _____
- Para desahogarte _____
- Encuentras voces y relatos propios _____
- Por otro motivo señala cual _____

4. ¿En qué horario prefiere escuchar su emisora favorita?

- Mañana ()
- Tarde (X)
- Noche ()

¿Qué te distrae más de los programas juveniles radiales que usted escucha?

- Generó Musical (X)
- Temáticas tratadas ()

- Interacción con el programa ()
 Opiniones del Locutor ()
 Sentirse identificado con el programa ()
 Desahogo que sientes al escuchar el programa ()

5. **¿Te sientes identificado/a con la temática y contenidos musicales de los programas radiales juveniles?**

- Siempre ()
 Frecuentemente ()
 A veces (X)
 Nunca ()

6. **¿Con que frecuencia tienes la necesidad de expresarte en el medio radial a través de mensajes, llamadas o utilización de redes sociales?**

- Siempre ()
 Frecuentemente (X)
 A veces ()
 Nunca ()

7. **De los siguientes ¿qué género de música te gustaría escuchar en los programas juveniles?**

- Reggaetón ()
 Rock ()
 Bachata ()
 Vallenato ()
 Salsa ()
 Pop (X)
 Baladas ()
 Otro (especifique) ()

8. **¿Qué temas le gustaría a usted que sean tratados por los programa?**

- Autoestima ()
 Relaciones interpersonales (X)
 Problemas de comunicación ()
 Valores sociales ()
 Relaciones íntimas ()
 Religiosos ()
 Diferencias entre hombres y mujeres ()

9. **¿En qué te basas para elegir un programa juvenil?**

- En las cosas que escucho decir sobre el programa (X)
 En su grupo de amigos ()
 En la publicidad que le hacen al programa (internet o radial) ()
 En el tipo de música y temáticas tratadas ()

10. **Elige 1 características que definen al programa radial juvenil que usted escucha**

- Alegría (X)
 Creatividad ()
 Entusiasmo ()
 Sentido del humor ()

ANEXO 5***Fotografías:***

Encuestas a estudiantes de primero y tercero de bachillerato de la Unidad Educativa "San José La Salle" Latacunga



ANEXO 6



ANEXO 7



***Radio Elite 103.3 FM
Entrevista Paul Tapia
Locutor de El Reventón de las tardes***



***Radio RML 94.1 FM
Entrevista Alex Moriano
Locutor de Kawabunga***

ANEXO 8

*RadioLatacunga 102.1 FM
Entrevista Luis Masabanda
Locutor de Buena Nota*



*Radio Elite 103.3 FM
Fichas de Observación
Programa El Reventón de las tardes*

ANEXO 9

***Radio Elite 94.1 FM
Fichas de Observación
Programa Kawabunga***



***Radio Stereo Latacunga 102.1 FM
Fichas de Observación
Programa Buena Nota***

ANEXO 10**HOJA DE VIDA****DATOS PERSONALES:****Nombres:** María del Carmen**Apellidos:** Ortiz Robles**Fecha de Nacimiento:** 23 de Abril de 1996**Lugar de Nacimiento:** Ambato-Tungurahua**Estado Civil:** Soltera**Cédula de Identidad:** 1803263605**Dirección:** Macasto: Urbanización Valle Hermoso 1 #37, Tungurahua**Teléfono:** 032436198 **Móvil:** 0996975049**E-mail:** muequitas23@gmail.com**ESTUDIOS REALIZADOS:**

2000 - 2007 **Escuela Particular Pensionado “La Merced”**
 Ambato - Tungurahua

2007- 2013 **Instituto Tecnológico Superior María Natalia Vaca**

- Bachiller Químico Biológicas

Ambato – Tungurahua

2010-2013 **Universidad Técnica de Ambato**

- Suficiencia en el idioma Ingles

2014-2018 **Universidad Técnica de Cotopaxi**

- Comunicación Social (egresada)
- Suficiencia en el Idioma Francés
- Suficiencia en el Idioma Inglés

TÍTULOS OBTENIDOS:

- 2013 **Institución: Instituto Tecnológico Superior María Natalia Vaca**
- Título: **Bachiller Químico Biológicas**
- 2014 Institución: **Universidad Técnica de Ambato**

Suficiencia en el Idioma Inglés

CURSOS:

2014 Primer Seminario” El actual escenario Político Nacional y las Perspectivas de las Organizaciones Sociales”.

Latacunga-Cotopaxi

2015 Festival de medios: premio UTC a la comunicación comprometida con la verdad.

Latacunga-Cotopaxi

2015 IV Congreso latinoamericano de comunicación y sociedad digital

Latacunga-Cotopaxi

2015 XV Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS 2015) “Convergencias Comunicativas Mutaciones de la cultura y del poder”

Medellín - Antioquia

2015 Taller “Fútbol y Racismo” (Organizado por la Superintendencia de la Información y Comunicación).

Ambato-Tungurahua

2016 Primer Taller y Concurso “Conoce tu ley” de la SUPERCOM

Ambato-Tungurahua

2016 Seminario Periodismo en Debate: Informar para la generación Millennial Universidad San Francisco de Quito

Quito- Pichincha

2018 I Congreso Internacional de Ciencias Humanas y de la Educación Universidad Técnica de Cotopaxi

Latacunga-Cotopaxi

2018 I Foro “Noticias Falsas y Periodismo de Paz”

Latacunga-Cotopaxi

EXPERIENCIA LABORAL

4/2016-8/2016 **UTC Radio**

Producción de los Programas radiales del Programa de vinculación “Voces de la esperanza, para la inclusión”, pregrabado en la Radio de la Universidad Técnica de Cotopaxi y transmitido a través de Radio Latacunga.

Voces de la Esperanza, Consuma Conciencia y Gala 21.

10/2015 – 12/2017 **Radio La Rayuela**

Locutora de Programa “Fuctopía”
Directora del Programa “Trío de dos y medio”

5/2017- 2/ 2018 **Radio Stereo Latacunga**

Directora (e) y productora del Programa “Buena Nota”

2/2018 **Periódico Digital Cotopaxi Noticias**

Reportera

5/2017 – 7/2018 **Empresa Imagen & Marca**

- Community Manager
- Relacionador Público

06/2018 **FUNDEL / ESCAM**

- Profesora de Dominio Lingüístico y Social

CONOCIMIENTOS DE COMPUTACION

- MS Office Profesional (Excel, Word, Access, Power Point, Project), paquetes electrónicos.
- Adobe Paquete

ANEXO II**HOJA DE VIDA DEL TUTOR**

Nombres completos: Franklin Eduardo Falconí Suárez

Documento de identidad: 180245438-7

Fecha de nacimiento: 22 de agosto de 1971

Estado civil: Casado

Teléfono: 3084708 / 0987282641

E-MAIL: franklin.falconi@utc.edu.ec

Formación Académica: Licenciado En Comunicación Social, especialidad Comunicación Impresa. No. de registro: 1005-04-503242.

Cuarto Nivel: Maestría en Educación Superior. No. de registro: 1005-15-86070927.

Cuarto Nivel: Maestría en Comunicación y Marketing Político. Universidad Internacional de la Rioja, España. En curso.

