



CARRERA DE PERIODISMO

MODALIDAD: TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN, MENCIÓN PERIODISMO**

TEMA:

**LOCUCIÓN RADIAL Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO
PROFESIONAL DEL COMUNICADOR SOCIAL
CASO RADIO MAREJADA Y SON DE MANTA.**

Autora:

ROSSANA MARGARITA ORTIZ PANEZO

Tutor:

Lic. Iván Cevallos García, Mg.

Manta – Manabí – Ecuador

2019

2. DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Dejo constancia que el presente trabajo de Investigación, con el tema es **“LOCUCIÓN RADIAL Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO PROFESIONAL DEL COMUNICADOR SOCIAL CASO RADIO MAREJADA Y SON DE MANTA.”** es de exclusiva responsabilidad de la autora.

ROSSANA MARGARITA ORTIZ PANEZO

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO.	REVISIÓN: 1 Página iii de 101

3. CERTIFICACIÓN DE REVISIÓN DE TUTOR

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, cuyo tema del proyecto es “**LOCUCIÓN RADIAL Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO PROFESIONAL DEL COMUNICADOR SOCIAL.**” CASO RADIO MAREJADA Y SON DE MANTA, el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado, corresponde a la Srta. **Rossana Margarita Ortiz Panezo** estudiante de la carrera de Periodismo, período académico 2018-2019, () quien se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 22de febrero de 2019.

Lo certifico,
Lic. Iván Cevallos García Mg.
Docente Tuto

4. AGRADECIMIENTO

Al terminar esta etapa de vida universitaria, primero agradezco a Dios por ser quien me dio las fuerzas necesarias en momentos difíciles de mi carrera y nunca permitió que claudicara, por permitir tener y disfrutar a mi familia y gracias a ellos por apoyarme en cada decisión y proyecto.

A mis padres Carmen Panezo y Vicente Ortiz quienes han sido los primeros en motivarme para cumplir una de mis metas y por sus constantes oraciones y sus sabios consejos, mi madre guerrera incansable mi motor por quien batallo.

Gracias a la vida porque cada día me demuestra lo hermosa que es y lo justa que puede llegar a ser. A mi tío Manuel Panezo y a mi hermano Santo Ortiz, y todos mis demás familiares porque de una u otra forma siempre demostrando su amor hacia mí, por estar siempre pendiente de mí.

Agradezco a mis queridos profesores, y personal administrativos formadores, de esta facultad quienes se han esforzados por ayudarme a llegar al punto en el que me encuentro.

Sencillo no ha sido el proceso, pero gracias a las ganas de transmitirme sus conocimiento y dedicación que los ha regido, agradecida de mi asesor, Lcdo. Iván Cevallos he logrado este importante objetivo cómo culminar el desarrollo de mi proyecto con éxito y obtener una afable titulación profesional.

A mis amigas y amigos nuevos compañeros y los que se convirtieron en los mejores del salón de clase a quienes estuvieron siempre presente dándome una mano de ayuda.

Desde el fondo de mi corazón se los agradezco enormemente siempre los llevaré en mi corazón.

ROSSANA MARGARITA ORTIZ PANEZO

DEDICATORIA

Al culminar este arduo proyecto de investigación de manera especial va dedicado a **Dios** por ser el dueño de mi vida, y por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud y fuerzas para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres Carmen Panezo y Vicente Ortiz Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos y valores. Por los ejemplos de perseverancia y constancia que me han infundado siempre, por ser los primeros en mi educación y formación desde casa, que me ha permitido ser una persona de bien, por haberme forjado cómo la persona que soy en la actualidad pero más que nada, por su infinito amor de padres.

ROSSANA MARGARITA ORTIZ PANEZO

5. RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo analizar la locución radial y su influencia en el desarrollo profesional del comunicador social ya que es una profesión con infinidad de posibilidades técnicas y creativas y emisión de sonido en producciones radiofónicas, que a su vez se encarga de coordinar y realizar la captación, grabación y tratamiento de producciones musicales.

Y por ende el desarrollo profesional que viven los comunicadores se encuentra en una etapa inicial, lo que conlleva en ocasiones a sacrificar lo económico para ganar conocimiento y habilidades en el campo laboral que le permitan más adelante tener mejoras en el empleo, salario y condiciones laborales.

Al respecto la presente es una investigación descriptiva, enfocada en el estudio del desarrollo profesional del comunicador social. Por su parte, se abordó esta temática con una metodológica con diseño analítico, y estadístico donde se utilizó la modalidad de conocimiento acerca de los locutores y si tienen el desarrollo oportuno como profesionales de la comunicación.

Palabras claves: Locutores, locución radial, comunicadores, desarrollo profesional.

6. ÍNDICE

2. DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	ii
3. CERTIFICACIÓN DE REVISIÓN DE TUTOR.....	iii
4. AGRADECIMIENTO	iv
5. RESUMEN	1
7. INTRODUCCIÓN	4
8. MARCO CONCEPTUAL.....	6
8.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
8.2 SITUACIÓN.....	8
8.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	9
8.4.- DELIMITACIÓN ESPACIAL.....	10
8.5.- DELIMITACIÓN TEMPORAL.....	10
8.6 OBJETIVOS.....	10
8.6.1 Objetivo general.....	10
8.6.2 Objetivos Específicos.....	10
8.7 JUSTIFICACIÓN.....	11
8.8 BASES LEGALES.....	13
Reseña histórica de Radio Marejada	14
Reseña histórica de Radio Son de Manta	15
9. BASES TEÓRICAS.....	18
9.1 ESTADO DEL ARTE.....	18
10. MARCO TEÓRICO	22
Radio	22
Historia de la Radio	23
Características generales de la Radio	26
Origen del periodismo radial	27
La Radio como medio de difusión	28
El lenguaje radiofónico.....	29
Periodismo radial.....	41
El periodista radial y su relación con la comunidad.....	43
Manejo del contenido radial	44
Locución radial	46
Técnicas de la Locución.....	48
Expresiones lingüísticas que deben tener los locutores para informar durante su ejercicio periodístico.....	49

Estrategias de locución que permitan al crecimiento profesional de los comunicadores radiales	52
Interacción entre el locutor y el oyente	53
Desarrollo profesional del locutor	54
Locución y locutores en Radio Son de Manta y Radio Marejada	56
Periodismo radial	57
El periodista radial y su relación con la comunidad	59
Manejo del contenido radial	60
Locución radial	62
Técnicas de la Locución	64
Expresiones lingüísticas que deben tener los locutores para informar durante su ejercicio periodístico	65
Estrategias de locución que permitan al crecimiento profesional de los comunicadores radiales	67
Interacción entre el locutor y el oyente	68
Desarrollo profesional del locutor	69
Locución y locutores en Radio Son de Manta y Radio Marejada	70
11. PROCESO METODOLÓGICO	73
11.1.- TIPO O NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN	73
Cualitativo	73
Cuantitativa	73
Analítica	73
Descriptiva	74
11.2.- MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	73
11.3.- TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	74
Entrevista	74
Observación	74
Universo	74
ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOCUTORES DE RADIO MAREJADA Y SON DE MANTA	76
CONCLUSIONES	90
RECOMENDACIONES	91
Bibliografía	92
ANEXOS	93

7. INTRODUCCIÓN

La locución radial requiere una preparación y características especial que solo pueden ser alcanzadas a través de estudios profesionales dentro de la comunicación, en definitiva, el locutor de radio es un profesional que con su voz consigue informar, enseñar, anunciar, culturizar o capacitar al oyente con su duro trabajo diario y su constante preparación así lo señala Alvaréz, (2015).

En lo que respecta al locutor profesional, se requiere de un verdadero espíritu altruista, de un compromiso con la labor hacia una comunicación e información de calidad, igualmente, la formación de un locutor profesional estaba basada en los principios, valores, misión y visión de un medio de comunicación. Estos preceptos son: Informar, entretener y educar.

Esto implicaba que un locutor debería estar preparado para informar de una forma adecuada el diario acontecer en la sociedad. Para ello se requiere un cierto nivel de educación para entender el contexto de las reglas que rigen la convivencia entre los individuos (derechos, libertades y limitaciones). Al mismo tiempo es necesario un criterio maduro y buen juicio para poder comunicar una noticia de forma objetiva. Informar los hechos, los datos duros, sin vertir en la información una opinión o creencia de carácter personal.

Así lo afirma Camargo, (1980) y dice que los medios de comunicación radial han llegado ser tan importante para la sociedad, donde los protagonistas son los locutores que han ido tomando fuerza y ser portadores de la verdad y difusores de contenidos que de forma negativa o positiva y tienen una gran influencia en la audiencia.

Y es por ello que todo locutor radial que no haya tenido la oportunidad de formarse o educarse en géneros periodístico radiales, debe tomar iniciativas para fortalecer sus conocimientos y ya no seguir dando criterios con palabras ambiguas.

Así mismo se señala que en la locución, el dominio de los múltiples recursos de la voz es indispensables para la correcta transmisión del mensaje que se quiere hacer llegar. En el ámbito radial, la locución consta de diversos matices que aseguran una variedad de receptores que se mantendrán a la escucha no sólo por la información que sea transmitida, sino también por la voz que la emita porque esta es el elemento protagónico de cualquier programa de radio.

En si esto logra un uso correcto de la voz, la dicción, la modulación y sobre todo del buen uso del lenguaje; aspectos tan descuidados actualmente en la mayoría de los medios radiales y competencias comunicacionales.

Por ello, se afirma que a través de la palabra hablada ante micrófonos, existe el poder de convencimiento a una audiencia, lo que se puede dejar en claro es que el locutor de medios en gran medida es una persona que llena una necesidad al estar ante un micrófono o una cámara; una necesidad de comunicar. Este tipo de locutor por lo general tiene algo que decir, algo que expresar y considera que lo que dice es importante y por eso vale la pena ser escuchado.

Ante esto se señala que la locución profesional representa un gran abanico de posibilidades y retos que permiten crecer de manera personal y profesional. Los comunicadores tienen la increíble oportunidad de ser escuchados día con día ya que cuenta con el gran privilegio de recibir la atención de la gente construyendo un mejor futuro para las próximas generaciones, dando una palabra a la vez. (VozLocutores, 2016)

Al respecto Serrano, (2014) dice que los medios de comunicación constituyen una herramienta persuasiva que permite mantener en continua comunicación a la sociedad con los distintos sucesos sociales, económicos políticos y culturales de salud y educación tanto a escala nacional como internacional.

El impacto que ha llegado a tener los medios de comunicación en el mundo es conocido por todos. Como herramienta educativa los medios pudieron haber tenido un impacto social mucho

mayor, más allá del simple hecho de tratar de informar la noticia a medias y muchas veces a conveniencia de terceros.

Es por eso que se ha tomado la iniciativa investigar la influencia de la locución radial en el desarrollo profesional de los comunicadores de las radios Marejadas y Son de Manta.

8. MARCO CONCEPTUAL

8.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Durante el desarrollo profesional de un comunicador social, siempre está presente el nivel alcanzado en capacidades, habilidades, y conocimientos para que pueda ejercer un trabajo con éxito y liderazgo en lo que respecta a la locución radial, esto les permitirá abrir campos para ejercer el profesionalismo.

Por su parte así como hay profesionales en el área de comunicación radial desempeñando con éxito sus trabajos; también se puede conocer que solo la mitad de egresados y profesionales de la comunicación no ejercen su carrera, esto en ocasiones debido a la falta de preparación para el trabajo y muchas veces porque no se les abre fuentes de empleo.

Por lo cual es importante ir definiendo algunas características que deben de tomar en cuenta egresados y profesionales de la rama para desarrollarse, ya que existen una cierta insatisfacción de los estudiantes de periodismo ya que no encuentran donde desarrollar sus habilidades profesionales y se necesita investigar este tema para saber cuánto es esa insatisfacción.

Ahora se puede apreciar que hay un alto índice de graduados que no ejercen su campo laboral por el simple hecho de que no existen plaza laborales, pero cuando tienen la oportunidad no saben las partes básicas de la redacción, siendo rechazados por los medios de comunicación ante la poca práctica en redacción que ellos no realizan.

La mayor dificultad de un estudio de estas características radica en el hecho de que en la mayoría de los países de Iberoamérica no existe una estructura de investigación sociológica suficientemente desarrollada. Muchos de ellos no cuentan con estudios independientes de audiencia radiofónica o de inversión publicitaria; es más, en algunas naciones ni siquiera se conocen con precisión los datos demográficos, pues muchos habitantes no se registran al nacer o no están censados.

En la era en la que se vive en la era mediática, donde la labor de la comunicación cobra más importancia, se debe tener en cuenta el papel que desempeña los medios en los procesos y transformaciones sociales, así como en los procesos de formación de las personas en los distintos niveles y comenzar a reconocer la importancia y responsabilidad de su labor educativa comunicacional.

En este sentido, la radio en esencia tiene el objetivo democratizar la palabra y ejercer un pluralismo de opinión, participativo y transformador de la realidad. Además tiene como propósitos fundamentales, el orientar, informar, entretener, sanamente, formar la cultura y promover una participación activa de la población en su sociedad.

De acuerdo a estos parámetros, el propósito de este tema también está en, determinar mediante una metodología cualitativa, la influencia de las radios con un enfoque educocomunicativo, para la formación de la ciudadanía con libertad de expresión, liderazgo y empoderamiento capaz de recuperar la palabra pública, para transmitir a las comunidades y pueblos Ecuatorianos los valores sociales, que permitan una convivencia armoniosa.

En si la educocomunicación, se trata también de un conjunto de acciones que influyen en la adquisición de aprendizajes informales, directa o indirectamente. Desde esta perspectiva, se toma como eje de análisis a la radio y el componente educocomunicativo implícito, considerando

como un factor principal que a lo largo de su historia ha estado y está ligada al proceso de desarrollo en el plano educativo cultural y participativo.

Es donde se ve al comunicador profesional demostrar el interés, la pasión y el amor a su carrera demostrándole a la ciudadanía, al radio escucha, sus derechos a ser escuchados en cualquier ámbito cotidiano o de interés social.

La población estaría de acuerdo con que los locutores radiales sean más neutrales en sus opiniones, cuando se trata al respecto de la dignidad de otras personas.

En las universidades del Ecuador se debe tomar en cuenta que la educación es esencial ya que acaba con la pobreza pues una educación educada sabe producir y con los conocimientos necesarios logra un mayor desarrollo en todos los ramos de la sociedad.

Con el fin de lograr cambios en los estudiantes este trabajo de tesis apoyara el rendimiento de los estudiantes de la institución para ello se utilizara diversos recursos materiales y humanos ya que el docente forma parte importante del cambio que se desea realizar en ellos

8.2 SITUACIÓN

El desarrollo profesional de locutor de radio puede tener distintas caminos, pues existe diversidad de objetivos o enfoques. Por ejemplo, el locutor animador que se encarga de eventos sociales o musicales e interactuar con el público presente.

El locutor comercial se encarga de caracterizar su voz para anuncios comerciales y publicidad en general. Mientras que el de cabina es el que se escucha en la radio, comenta sobre algún tópico e interactúa con los radioescuchas.

También hay locutores como maestros de ceremonias, de noticias, comentaristas o narradores.

En sí, Lo periodístico define a la carrera del locutor como uno de los grandes campos laborales. Hoy al locutor se le exige conducir y participar en programas periodísticos en radio y televisión, además de lo que hizo históricamente que es leer noticias y confeccionar boletines y panoramas.

Lo ideal es la capacitación en el área Comunicación Social como herramienta para desarrollar la labor periodística, respecto al rol del locutor puesto que debe intentar dejar de ser solo una bonita voz y obtener un universo intelectual mucho más importante. Ese es sin duda el objetivo potencial.

8.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Dentro de la problemática de los estudiantes de la FACCO, se ha podido apreciar que muchos de los educandos de la carrera de Comunicación Social no saben redactar o estructurar una noticia, artículo, ensayo, etc. Esto se debe en que no hay seguimiento por parte de los docentes en lo que respecta al perfeccionamiento profesional de sus educandos, ni tampoco existe un departamento o laboratorio de prácticas de redacción

Por lo cual, partiendo de la profesionalidad de la radio, son muy limitados los comunicadores que ejercen su carrera. Si se toma en cuenta la calidad de preparación de los comunicadores, lamentablemente no son los más óptimos. Por ello a través de esta investigación se pretende a través de encuestas a estudiantes y docentes de la FACCO conocer ¿Qué aspectos de formación pueden ayudar a que los profesionales del periodismo tengan mejores oportunidades de empleo y ocupación en la locución radial?, ¿En que afecta el desinterés por la investigación periodística radial en el desarrollo profesional del comunicador?

Las encuestas permitirán conocer el pensamiento de los profesionales y las estrategias que deberán tomar en cuenta para ejercer un excelente trabajo. Si es el caso deberán basar sus

decisiones en previas fuentes y considerar este documento por su firmeza y alto grado de confiabilidad.

8.4.- DELIMITACIÓN ESPACIAL

La investigación del presente proyecto que se refiere a la locución radial y su influencia en el desarrollo profesional del comunicador social, se realizó en la ciudad de Manta y se tomó de muestra a las radios Marejada y Son de Manta.

8.5.- DELIMITACIÓN TEMPORAL

La investigación se efectuó durante el primer y segundo semestre del año 2018

8.6 OBJETIVOS

8.6.1 Objetivo general

Analizar cómo influye la locución radial en el desarrollo profesional de los comunicadores de las radios Marejada y Son de Manta.

8.6.2 Objetivos Específicos.

- ❖ Detectar cual es el nivel profesional de los locutores radiales de Marejada y Son Manta.
- ❖ Examinar las expresiones lingüísticas que tienen los locutores para informar durante su ejercicio periodístico.
- ❖ Sugerir estrategias de locución que permitan el crecimiento profesional de los comunicadores radiales.

8.7 JUSTIFICACIÓN

La importancia de esta investigación es para mejorar la calidad de la locución radial en los locutores profesionales, y que haya campos de trabajo en los distintos programas radiales; esta propuesta busca mediante la aplicación de la teoría y los conceptos básicos de estudios de mercado, de recursos humanos, y desarrollo sustentable, determinar una estadística o el nivel de influencia en la locución radial y el desarrollo profesional del comunicador social, mediante una metodología cuantitativa y cualitativa cuanto influye y que público lo escucha según sus programas del comunicador profesional.

Ya que aportará a la formación, educación y el respeto al radioescucha, por cuanto podrá resolver a que la ciudadanía tome interés en seguir sintonizando la frecuencia de radio y así no podrá decaer o salir del aire.

Es importante hacer una investigación sobre el análisis de la programación radiofónica para el mejoramiento de las emisiones noticiosas de Radio Marejada y Son de Manta porque es un factor preponderante, ya que se relaciona con la comunidad, los mismos que tan modelos a seguir en base a contenidos de programas de radio, pues al encontrarse en constante y permanente contacto con este medio, se convierte en un elemento de trascendencia en la vida de la población.

Hay que considerar que este trabajo se basa en el estudio de las radios donde existe novedad científica al considerar que estos medios de comunicación genera una situación comunicativa muy particular, en la que tanto emisor y receptor, se ven sin ser vistos, pero sobre todo, el mensaje permite la percepción de espacios sin ser percibidos; pues el lenguaje radiofónico, presenta una gama de riquezas expresivas y significativas posibilidades de explotación que nos ocupan.

La comunicación radiofónica y la producción, mantienen un nexo directo con el concepto de programa, afecta a todo el engranaje que debe ponerse en marcha para la emisión de cualquier espacio, por pequeño que éste sea. Se plantea que éste estudio se dé en función de la envergadura del producto comunicacional ciudadano noticioso de Radio

8.8 BASES LEGALES

La Ley de Comunicación en concordancia con principios y normas de la Convención Interamericana sobre Derechos Humanos, reconocen los derechos a la comunicación, como libertad de expresión, información y acceso en igualdad de condiciones al espectro radioeléctrico y las tecnologías de información y comunicación y señalan:

En el artículo 384 de la Constitución de la República, que el sistema de comunicación social debe asegurar el ejercicio de los derechos a la comunicación, la información y la libertad de expresión y fortalecer la participación ciudadana.

Por ello el **Art. 1.-** las frecuencias de radiodifusión constituyen un patrimonio nacional y señalan a la comunicación sonora unilateral a través de la difusión de ondas electromagnéticas que se destinan a ser escuchadas por el público en general a través de la emisión de ondas electromagnéticas para ser visualizadas y escuchadas por el público en general.

El Instituto Ecuatoriano de Telecomunicaciones asignará nuevas frecuencias para enlaces entre sus estudios o cabinas de operación y sus equipos transmisores, a las estaciones que, a la vigencia de esta Ley, utilizaren frecuencias comprendidas entre los 88 y 108 Mhz.

Reconócese el derecho a obtener licencia de locutor profesional de radiodifusión y televisión, con sujeción a esta Ley, a quien, a la fecha de vigencia de la misma, hubiere desempeñado por Un año o más, estas tareas en cualquier radiodifusora o televisora.

Mientras no se expida el Reglamento respectivo, que establezca sus clases y categorías, los trabajadores de radiodifusión y televisión, continuarán trabajando de acuerdo con sus actuales funciones y sus empleadores no podrán removerlos sino por las causas contempladas en el Código del Trabajo. (El Telegrafo, 2013)

La nueva LOC dispondría que los medios públicos de comunicación social tendrán que facilitar y promover el ejercicio de la libre expresión del pensamiento. También, deberán incluir en su

programación regular, contenidos y mensajes que fortalezcan en la población una nueva cultura de prevención del riesgo de desastres y difundirán información, mensajes de orientación y prevención.

Otro de los temas que se incluyen es la comercialización de productos y servicios comunicacionales. Por tanto, el Estado deberá garantizar que los medios de comunicación privados ejerzan sus derechos a explotar comercialmente la provisión y venta de sus productos y servicios comunicacionales, con estándares de eficiencia productiva y competitividad.

Así mismo, se agrega la autorregulación comunicacional a través de la construcción de códigos de regulación voluntaria de la operación total o parcial de los medios.

Asimismo la normativa establece que las **reformas a la Ley de Comunicación**, las personas naturales que son concesionarias de una frecuencia de radio de señal abierta podrán constituirse en una compañía o una persona jurídica sin finalidad de lucro, la cual previa autorización de la autoridad competente pasará a ser titular de dicha concesión de frecuencia en los términos y plazos previstos en el contrato original de concesión a nombre de una persona natural. Para tales efectos la autoridad de telecomunicaciones elaborará el reglamento respectivo. (Ecuavisa, 2018)

Reseña histórica de Radio Marejada

Radio Marejada en Manta forma parte del grupo de medios de Don Tulio Muñoz Figueroa, empresario y comunicador Chonero, abre sus puertas en febrero de 1998, con tendencia claramente musical, también le dedica varios espacios al acontecer noticioso de la provincia y del país, sobre todo en conjunto con sus medios asociados: Televisión Manabita y diario El Manaba. (www.radiomarejada.com/)

Conocida desde siempre como RADIO MAREJADA 100.9 Stereo Digital “El poder de la música”, es una emisora totalmente distinta a las que están en el mercado de la comunicación. Emite su señal desde San Pablo de Manta y cubre los 22 cantones de la provincia de Manabí desde el 13 de febrero de 1998.

Cuenta con locutoras y locutores, que animan a los oyentes las 24 horas del día, apoyados por Controles de Sonido y un equipo de Noticias conformados por periodistas y reporteros.

En estos años de transmisión ininterrumpida, hemos creado hábitos y costumbres positivas que han redundado en el beneficio de los oyentes.

RADIO MAREJADA SA. 100.9FM, desde sus inicios ha tenido una programación variada de música para todas las edades, con programas interactivos de llamadas al aire. Quizás, por ello Radio Marejada se ha posicionado en Manabí tanto así que el 80% de sus pautas es de Clientes Nacionales, compartiendo el 20% con clientes locales.

Reseña histórica de Radio Son de Manta

Radio Son de Manta fue creada el 10 de Agosto de 1994 con un sin número de locutores periodistas deportivo y a sus inicios empezó con frecuencia 93.1 y después súper les cambio a 93.3 desde el año 1996 por nuevo contrato su anterior ubicación fue en Tarqui en la calle 106 y av. 103 después de lo ocurrido del 16 A, y su actual ubicación es av.18 entre calle 13 y 14 primer piso alto.

Sus fundadores fueron el Dr. Eduardo Brito Mieles ya Fallecido y Miguel Cárdenas Delgado que es él gerente. Y representante legal reconocido por su ética profesional que los caracteriza como periodista. Y su principal objetivo es ayudar a la comunidad y lo hacen desde los programas de noticias y desinteresadamente en ayudas sociales. (<https://es-la.facebook.com>)

Desde el 2012 empezó a difundirse en vía ONLINE en redes sociales con y su propia página. Cuenta con su gerente propietario el ing. Miguel Cárdenas Delgado, subgerente Lupe de Cárdenas, como secretaria administrativa Norma Solórzano, personal técnico Ing. Pablo Arguello, Ing. Camilo Arboleda, asistente técnico Luis Guerra Cornejo, Joaquín Resabala, Manuel Espinoza, Analista de sistema César Gonzalo.

En el año 2000, personal de planta Fernando Olguín, Ab. Alexandra Bravo, Keliel Zambrano Daniel Aveiga, Édison Delgado, Carlos Santana, Flor Galarza, Washington Duran.

Y en la actualidad con nuevos personal como Miguel Cárdenas Solórzano hijo en conjunto con el gerente su padre quienes están al manejo de la radio, en todos los aspectos programaciones, análisis financiero, cuentas, publicidad, y el buen manejo de los controles del personal de locución y de noticias, con respeto al público en general aplicando la ley de comunicación. Y con la mayor satisfacción de darle oportunidad a estudiantes pasantes en radio para hacer lo práctico pero en interno.

En la parte ONLINE lo que va avanzando la tecnología y con páginas en redes sociales prácticamente a partir del 2012 que se fueron incrementando la tecnología y equipos pero con muy poca acogida empezaron a salir en radio ONLINE. Y a partir de esto se pudo tener mayor audiencia, con sus propias páginas en el internet en las redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter más como hechos informativos.

En control de audiencia, para este medio de radial el control de audiencia les marca la agencia de publicidad según el estudio de pirámide de radio escucha, gracias a la programación durante los 24 años al aire han logrado estar en la parte superior de la pirámide en todas las radios de Manabí según el nivel de agencia porque ellos lo hacen en razón de su inversión siempre con la ética profesional como lo caracteriza a un medio radial.

Con un eslogan principal radio Son de Manta **la radio de los Manabitas** algo importante que se caracteriza como la radio de la capital de los Manabitas por la mayor audiencia en la ciudad de Portoviejo con un estilo musical romántico un 90 % y los fines música tropical.

Con un mayor alcance de señal casi en toda la provincia de Manabí el único lugar que no llega la señal es al Carmen.

9. BASES TEÓRICAS

9.1 ESTADO DEL ARTE

El tema de Locución para un estudiante y profesional de la carrera es muy importante para integrarse al mundo de la comunicación social, pues casi todos los medios, salvo los impresos, necesitan presentar mensajes a través de la palabra hablada ante micrófonos, y casi siempre existe la oportunidad de probarse en el uso de estos dispositivos y así, el poder obtener aprobaciones en los resultados y aumentar el valor del servicio del comunicador profesional.

Una situación novedosa afirma (Larrea, 2012) que en América Latina del siglo XXI es que el sector político ha asumido una posición regulatoria más fuerte, en relación a los procesos históricos, donde hubo un fuerte conjunción de intereses entre los propietarios de los medios y el poder político”

Esta corriente se ha fortalecido por la fuerte presencia de carácter socialista que han impuesto los gobiernos actuales de Ecuador, Venezuela y Bolivia. Mas, no hay aún cambios fundamentales, ni la implementación de políticas claras que aseguren el progreso y la seguridad social, en los países antes citados.

En el caso particular del Ecuador, si bien es cierto existe una última reforma a la Constitución que considera al Estado como un país multiétnico y multicultural, el tratamiento del ciudadano común hacia el sector indígena, está marcado por diferencias y limitaciones, evidenciando que la estructura de clases no ha sido superada.

Es importante además mencionar que la Constitución de 2008, garantiza la existencia de medios privados, públicos y comunitarios en igualdad de condiciones, pero esto no se cumple.

Como lo revela el informe de desarrollo mediático 2010 en el país, elaborado por la UNESCO “sólo un 0.2% de radioemisoras y 0%, es decir ninguna de televisoras corresponden

al sector comunitario propiamente dicho en el Ecuador”. El informe en mención reconoce la acción del Estado Ecuatoriano, que en noviembre de 2010 concesión de 14 frecuencias de radio a organizaciones indígenas, y la implementación de planes de capacitación para este sector.

Es importante mencionar que la concesión de frecuencias entre 1995 y 2008 no ha sido del todo transparente, esto según un informe de auditoría de frecuencias realizado por CONARTEL, y que circula en la red. (Larrea, 2012)

LISTA HISTÓRICA

En el año de 1942 bajo la tutela de la Oficina de Información de Guerra y transmitía programas de ayuda en la ocupación de Europa y el norte de África a manos de los alemanes. Sin embargo la experiencia de programas en onda corta ya se realizaba hacia América Latina, por estaciones privadas, desde 1941. La Voz de América inauguró la lista de captaciones en mi primer Libro de Guardia de Sintonías, iniciado en setiembre 8, 1973. (Science, 2014)

Las radios llegan a todas partes. En los países en desarrollo, al menos 75% de los hogares tienen acceso a la radio. Fuente: (Unesco, 2013)

- En el mundo existen cerca de 44.000 emisoras de radio.
- Junto con la radio, los teléfonos móviles son una de las formas más accesibles de la tecnología, ya que cubren más del 70% de la población mundial. El aprendizaje mediante teléfonos móviles puede ser particularmente beneficioso para las mujeres, a menudo excluidas de la educación formal en horarios concretos.
- Las emisoras AM y FM suman 86% del tiempo total que los adultos de entre 25 y 54 años pasan escuchando radio en una de las tres plataformas de audio posibles.

Los adultos escuchan ocho veces más la radio por AM y FM que por satélite y 17 veces más que por audio streaming.

- La radio AM/FM es escuchada por una gran variedad de personas influyentes. 43% de los encuestados de entre 25 y 45 años aseguran escucharla con sus hijos, y 38% con su cónyuge.
- La audiencia de las emisoras extranjeras suele disminuir cuando los medios de información locales conquistan la libertad de expresión y ofrecen lo que el público local quiere escuchar. Según una investigación sobre la audiencia de la BBC, ésta obtiene amplias audiencias (superiores al 20%) sólo cuando la oferta local se limita a cinco emisoras o menos. Cuanto más oferta local hay, menos audiencia obtiene la BBC.
- La plataforma de transmisión más utilizada por la radio es sobre todo terrestre, sea cuál sea el nivel de desarrollo del país en cuestión. Según una encuesta realizada por el Instituto de Estadística de la UNESCO, el 73% de los países estudiados (37 de 51) poseen cadenas de radio disponibles por esta vía. En 18 de esos países el porcentaje aumenta hasta el 100%
- 25 de los 51 países estudiados (49%) disponen de cadenas de radio en plataformas combinadas, en tanto que 13% están disponibles sólo por cable y 8% sólo por satélite.
- En América Latina hay cerca de 10.000 radios comunitarias. Perú es el país que más tiene, seguido de Ecuador, Bolivia y Brasil. Si se cuentan también las que emiten sin licencia, el número total de radios comunitarias es mucho mayor. Estudios recientes de la UNESCO demuestran que, sólo en Brasil, hay más de 10.000 emisoras comunitarias a la espera de licencias.

- El mercado brasileño de radio es el segundo más grande de las Américas, después del de Estados Unidos. Según el Instituto Brasileño de Geografía y Estadísticas (IBGE), en 2009 la radio estaba presente en el 88% de los hogares, 80% de los automóviles en circulación y 36% de los teléfonos móviles.
- En el sudeste asiático, Tailandia es el país que tiene más radios comunitarias, con 5.000 emisoras, la mayoría de ellas sin licencia. En la populosa Indonesia, la radio comunitaria está muy presente, pero su número se cuenta en cientos más que en miles. Filipinas posee más de 55 emisoras comunitarias independientes de los gobiernos y de intereses comerciales. Suelen operar fuera de las ciudades utilizando transmisores de escasa potencia. (Unesco, 2013)

10. MARCO TEÓRICO

Radio

La radio es considerado el medio de comunicación de más bajo costo, y especialmente el más apropiado para llegar a las comunidades alejadas y a las personas vulnerables como los analfabetos, los discapacitados, las mujeres, los jóvenes y los pobres, que además ofrece una plataforma para intervenir en el debate público .

Conocido así igualmente tiene una amplia influencia comunicativa, ya que millones de personas alrededor del mundo se pasaban horas y horas al lado de su radio receptores para conocer las noticias locales e internacionales, o para entretenerse con algún programa musical.

Al respecto la Comisión de Derechos radiales, (2016) dice que la radio es poderosa en tiempos de emergencia y desastre ya que tiene la habilidad de generar conciencia en el mayor número de personas en el menor tiempo posible. Por sí solos, los medios sociales desempeñan un rol importante, pero cuando están ligados a la institución de un servicio confiable de radio su impacto puede ser mucho más eficaz.

En si ha sido el medio de comunicación masivo más importante del siglo pasado, logrando un poder impresionante en materia de El gran desafío al que se enfrenta hoy tiene que ver con no perder su presencia en el entretenimiento y la información frente a los nuevos medios digitales, y esto solamente será posible a partir de la incorporación de las nuevas tecnologías y formatos de comunicación a sus contenidos Ucha, (2013).

Por otra parte, incursionar mediante aplicaciones móviles en dispositivos de uso cotidiano como el celular, la Tablet, y también plantear un espacio propio en las redes sociales, es algo que muchos canales han hecho y hacen, permitiéndoles acercarse a sectores más jóvenes que ven a la radio como un medio del siglo pasado.

Abrirse camino en la web a través de transmisiones online que lleven la radio con la posibilidad de incorporar imagen, lo cual aunque quiebre un poco con la magia de antaño, no deja de ser atrayente para los oyentes ver a sus presentadores y locutores preferidos en vivo.

Tal es el caso que la radio sigue evolucionando en el mundo digital y sus campos aún siguen latente para buscar y recibir la información posible. Esta es una forma práctica de facilitar el derecho a la información. (También conocido como el derecho a saber, o el derecho a acceder a la información).

El derecho de los periodistas de mantener en secreto sus fuentes confidenciales de información se debe proteger aun en tiempos de emergencia y desastre. Asimismo, el acceso de los periodistas a la información y las localidades es vital durante emergencias y desastres para que puedan reportar libremente las noticias más recientes.

Historia de la Radio

Las primeras transmisiones de radio las dio en el año 1886 Heinrich R. Hertz comenzando a enviar a unos cuantos metros una transferencia de energía en forma de chispa, ése fue el primer mensaje.

Así en el año 1894 una serie de investigadores se interesaron por los experimentos de Heinrich R. Hertz de las ondas hertzianas: y el inglés Oliver Lodge y el ruso Alexander S.Popov, el 24 de marzo de 1896 había transmitido por radio en Morse las primeras palabras.

Fue así como el ingeniero eléctrico Guglielmo Marconi, nacido en Italia, sería el primero en encontrar a las teorías de Hertz una aplicación práctica: la radio. Por este motivo se considera a Marconi el inventor de la radio. Aunque es un hecho que crea gran controversia.

Lo primero que pensó e hizo fue aplicar la radio a las transmisiones marítimas, y en 1897 envió a treinta kilómetros de distancia una señal que fue recibida por un remolcador.

Pocos años más tarde muchos buques navegaban equipados con el transmisor inalámbrico de Marconi, que era de hecho una radio, aunque el mensaje fuera codificado en Morse. Tal vez te interese: para que sirve un barco.

Hasta 1921 no aparecieron las primeras estaciones de radio. En esa década poseer un receptor era una proeza: la recepción era pobre y débil, y tenían tan poca sensibilidad que era necesario instalar en el jardín una antena diez metros por encima del suelo, que tenía el aspecto de un alambre para colgar la colada.

En realidad la antena ya había sido inventada en 1895 por el ruso Alexander Stepánovich Popov, a quien sus compatriotas tienen por el inventor de la radio, aunque la escasa potencia sólo permitía la escucha mediante auriculares.

Con las premisas de concientizar al público sobre la importancia de este vehículo, ofrecer más acceso a la información, mejorar las redes y la cooperación internacional, la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura reconoce universalmente el 13 de febrero de cada año como el Día Mundial de la Radio (UNESCO, 2015) recuerda que pese a los avances tecnológicos, la radio sigue jugando “un papel importante y específico en la comunicación en situaciones de emergencia y en las operaciones de socorro.

En las reflexiones de este año, UNESCO plantea la necesidad de mayor inclusión juvenil en las radios en tres niveles: Radio producida para jóvenes oyentes, tratando temas de juventud, incluyendo entrevistas y testimonios de la gente joven. Segundo: radio programas incluyendo jóvenes en el equipo de producción, transferencia de radio producción know-how y experiencia de generación en generación. Tercero: radio producida por los jóvenes, como productores, anfitriones y reporteros.

Por su parte en el Ecuador la aparición de la radio no dejó de ser un acto trascendente para la historia de la nación, así lo afirma Flores A., (2011) en el país fueron pocas las familias las

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

Los aparatos que eran adquiridos venían del exterior y servían como una distracción en los hogares, aunque no tenía una gran acogida. Al inicio las transmisiones tenían inconvenientes, es por esto “que algunas emisoras preferían hacer transmisiones nocturnas para evitar interferencias atmosféricas.

Uno de los pioneros en la radiodifusión quiteña Manuel Mantilla Mata, que es uno cuenta que las transmisiones a control remoto tenían el mismo empirismo del resto, y aun cuando ya se usaba el teléfono, su técnica y empleo eran rudimentarios y las transmisiones fuera de la emisora era toda una odisea, cuando se transmitía desde las calles y carreteras las líneas se tomaban directamente de las redes telefónicas, con las consiguientes peripecias de técnicos y locutores.

En el Ecuador varias ciudades se atribuyen tener la primera radio, al igual que la primera emisora radial. En Guayaquil cuentan que los primeros aparatos receptores de radio se introdujeron por los años 1925 a 1927.

Se dice que la primera transmisora cultural del puerto fue fundada por Francisco Andrade Arbaiza, con un transmisor construido en el barrio Las Peñas, a la que denomino Radio París.

Pero en realidad el primer aparato radial estuvo en Riobamba, es posible que haya sido en 1924 gracias a Carlos Cordobés Borja, un ingeniero electrónico graduado en la Universidad de Yale en 1910. Este transmisor tuvo 100 W. para contactos con radioaficionados, antes de ser una emisora.

Después instaló la emisora en la fábrica de tejidos el Prado (allí su nombre) y comenzó las emisiones de prueba, perfeccionándolas en 1925; cuando comprobó que el éxito, cuando realizó una transmisión desde el colegio San Felipe en 1925.

El transmisor era de 25 w. en transformador y 5 w. en antena que operaba en 60 mts. Pero no sería hasta el jueves 13 de junio de 1929, a las nueve de la noche, Radio Estadio El Prado de la ciudad de Riobamba inicia oficialmente sus transmisiones radiales.

Características generales de la Radio

La radio tiene características que conviene no perder de vista, ya que intervienen poderosamente sobre el trabajo diario de sus profesionales y condicionan gran parte de las tareas productivas más cotidianas, como la redacción de los textos y la locución. La radio, es un medio exclusivamente sonoro y, por tanto, en la percepción de sus mensajes sólo participa uno de los cinco sentidos: el oído. Además, la radio es un medio que no aporta imagen alguna del origen de todos aquellos sonidos que constantemente emite.

Por ello, Alvarez (2012) señala la 3 características fundamentales de la Radio:

- ❖ **Inmediatez:** Permite escuchar los hechos que suceden justo en el momento en el que ocurren
- ❖ **Personalización:** La Radio crea sentido de pertenencia. A pesar de ser un medio masivo de comunicación cada persona se imagina de diferente forma al locutor que está hablando a través de la Radio así como lo que está diciendo esa persona.
- ❖ **Multisensorialidad:** Se refiere al hecho de que uno puede escuchar la Radio y estar realizando otras actividades simultáneas. Al entrar el sonido por el oído, uno puede estar viendo otras cosas y estar “escuchando” la Radio.

Otra de las características de la Radio son sus frecuencias AM y FM, la amplitud de un canal determina la cantidad de información que puede transmitirse. Una estación de Amplitud Modulada (AM) tiene 10 mil ciclos de ancho de banda, y se localiza en la banda de frecuencias que van del rango de 535, se divide en 107 canales, cada uno de los cuales tiene una amplitud de 10 KHz.

La Frecuencia Modulada (FM) emite señales de mayor frecuencia pero de ondas más pequeñas que las de AM. La banda de FM va de los 88 a 108 Mega Hertz (MHz) y difunde su señal a los radioescuchas con extraordinaria calidad; principalmente al ancho de banda que utiliza pues tienen asignados por la SCT 200 Kilo Hertz en vez de los 10 KHz que corresponden a las estaciones de AM. Un kilo Hertz equivale a mil ciclos por segundo.

Dentro de estas características se considera la radio como una tecnología que adecúa la transmisión de señales a través de la modulación de ondas electromagnéticas, las cuales no requieren de un medio físico de transporte, por lo que pueden propagarse tanto a través del aire como del espacio.

Origen del periodismo radial

La aparición del periodismo digital se dio conforme al avance de las nuevas tecnologías, a partir de 1958 en adelante, el periodismo hizo uso de la radio en dar a conocer la noticia, y así estuvo presto a la difusión de la noticia como medio masivo, su nacimiento estuvo condicionado por tres factores fundamentales: descubrimientos técnicos, necesidades militares y competencia política.

De allí parte las funciones más importantes asignadas a la radio, y son las de informar y entretener, aunque pueda tener asignadas otras funciones, como la función educadora y

formativa, o incluso en circunstancias extremas, apoyo a la población, basado en ese poder de penetración social.

La información es función esencial en la radio, favorecida además por la propia esencia del medio: la rapidez en la transmisión, el bajo coste y la credibilidad, acentuada por la proximidad psicológica del medio, en donde la comunicación se recibe en condiciones parecidas a la relación persona a persona.

La información radiofónica se desarrolló sobre todo a partir de los años treinta, ya que inicialmente era sobre todo un medio de distracción. Pero desde entonces las noticias tomaron una gran importancia y dieron nacimiento a una nueva rama del periodismo.

Por otro lado con el afán de realizar un análisis más detallado de la historia de los medios de comunicación Manabí, y tomando en cuenta el período de tiempo investigado, que va desde 1944 hasta el 2013, se ha elaborado el siguiente cuadro dividiendo el espacio de tiempo en 10 períodos de 7 años cada uno.

En total se crearon 146 medios de comunicación entre 1944 y el 2013, siendo el período más alto el que va del 2000 al 2006 con un total de 24 medios representando un 16,44%; y el período más bajo el que va desde el 2007 al 2013 representado apenas un 4,79%.

La radio es el medio que más presencia tiene con respecto al total de medios, con un 53,42%; y la televisión es el medio de menor representación con el 3,42%, seguido de las revistas con un 4,11%.

La Radio como medio de difusión

La radio es el medio de difusión masivo de mayor trascendencia que llega al radio-escucha y a diferentes clases sociales, brindando la oportunidad de alcanzar un mercado con un presupuesto mucho más bajo del que se necesita en otros medios, y a su vez permiten utilizar

diversos elementos creativos como voces, música y anunciadores en los comerciales así lo afirma, Marthuky (2014)

En sí la importancia de la radio como medio de difusión, se concentra principalmente en el entorno de lo que ésta representa como medio en sí, ya que posee, una calidad íntima de tú a tú, que la mayoría de los otros medios no tienen.

Tal es el caso que uno de los papeles que juega la difusión de noticias radialmente dice Romo Gil, (1987) es el de llevar a cabo un proceso informativo dentro de un determinado grupo social sin tener interés de lucrar mediante el uso de ese espacio. La mayor parte de las radios ciudadanas son patrocinadas por los gobiernos de los estados que organizan toda la información de interés para la población.

Concebida a partir de esos supuestos teóricos difundir información en la radio requiere y admite el uso de unos determinados códigos y no admite otros. Determina un conjunto de mensajes (contenidos organizados según géneros y formatos específicos) elaborados por unos ciertos emisores con la intención de producir determinados efectos en los oyentes. Una institución social (económica/cultural) sujeta a leyes, regulaciones, normas y a cambios históricos dados básicamente por transformaciones en sus aspectos sociológicos, jurídicos (quienes la manejan o controlan) y en sus mensajes. Mata, (2012)

El lenguaje radiofónico

Sin la existencia de un lenguaje o de un código o conjunto de normas y reglas que den sentido a ese lenguaje, difícilmente se podría hablar de comunicación, de la misma manera que tampoco sería posible entablarla si no se dispone de un canal que la haga viable, si no se da una situación que la propicie -por mucho que deseemos conversar con alguien, raramente lo podremos hacer si no tenemos interlocutor-, o si no hay mensaje alguno que transmitir.

En la radio, al igual que en los otros medios, convergen todas y cada una de las condiciones necesarias para hacer de la comunicación una realidad, ya que, entre otras cosas, tiene un lenguaje y un código específicos de los que se sirven sus profesionales para construir toda esa amalgama de mensajes/sonido que llegan a nuestros oídos a través de los aparatos receptores.

Al respecto, los componentes del lenguaje radiofónico, son cuatro: la voz (o el lenguaje de los humanos), la música (o el lenguaje de las sensaciones), los efectos sonoros (o el lenguaje de las cosas) y el silencio.

Ante estos señalamientos el principal denominador común de los componentes del lenguaje radiofónico es su ilimitada riqueza expresiva y su gran poder de sugestión. Se utiliza sólo la voz, o sólo la música, o la voz y la música, o la voz y el silencio, o todas las materias primas a la vez, con esto se puede lograr que el oyente se alegre o se ponga triste, que visualice en su mente un paisaje, que recree un movimiento, que sienta miedo, que se entretenga o que se aburra, porque, en el universo radiofónico, todo es posible.

Igualmente el lenguaje radiofónico es una significación que viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioyentes.

En su sentido más connotativo, trabajar en la radio con un montaje de distintas voces y músicas como si de una composición musical es una barrera que se supera, con el estudio de la estética del lenguaje.

Un lenguaje nuevo como el lenguaje radiofónico, niega la representación visual del mensaje que integra en su gramática expresiva un elemento de tanta fuerza simbólica como la música, una cierta recuperación de aquellas teorías que en su momento trataron la comprensión del lenguaje como experiencia estética.

Por ello, el profesional de la radio es necesario que se acerque al proceso creativo con una actitud distinta, conjugando equilibradamente la dialéctica forma/contenido, información semántica/información estética; y en el proceso de aprendizaje de los códigos del lenguaje radiofónico, esto ayudará a crear mayor sintonía en lo que es la comunicación, es así como se hace necesaria la reivindicación de un análisis del lenguaje radiofónico desde una perspectiva estético-comunicativa. Balsebre, (1994).

Por medio del lenguaje radiofónico se conoce el tipo de emisora que se está sintonizando y permite que un emisor, mediante un conjunto de principios provechosos sonoros (palabra, música y efectos) y no-sonoros (silencio) combinables entre sí y aceptados y compartidos socialmente- transmita informaciones, ideas, sentimientos y sensaciones (en forma de imágenes auditivas) a un receptor. Música, voz, efectos sonoros, ruidos, silencios; todos son elementos expresivos de la radio, que pueden conjugarse para crear una atmósfera acústica.

Todos los subsistemas semióticos que configuran el lenguaje radiofónico (palabra, música, efectos sonoros e, incluso, silencio) participan en la construcción de las imágenes auditivas.

La imagen auditiva radiofónica puede definirse como la evocación-restitución mental de un objeto, sujeto o espacio ausente (e, incluso, de una combinación de los mismos) que el cerebro humano produce gracias a la información proporcionada, única y exclusivamente, por el sonido o conjunto de sonidos que emanan del aparato receptor de radio

El lenguaje radiofónico no se ve, no se toca, yace en la imaginación y en la memoria, así lo establece (Ramos, 2015)

La palabra La radio y la voz se conjugan, y el espacio de la oralidad es el diálogo, la costumbre de la charla, el vínculo de la conversación. La radio rescata el calor de la voz, es la palabra que acompaña. Tiene la capacidad de reunir, de aglutinar en torno suyo a grupos de hombres y mujeres. La radio habla desde un presente compartido. La oralidad nos reubica en

nuestra condición humana. A través de ella se produce el primer contacto lingüístico con el mundo. Antes de escribir el hombre habló. Otra característica de la palabra oral es que se relaciona con el cuerpo. La voz es cuerpo, es física. Por lo tanto la oralidad también es situacional. El lenguaje oral asume un territorio, y el habla de las personas tiene la singularidad del lugar que habitan. La voz y sus posibilidades, el color, el timbre, la entonación, la impostación como estrategias de seducción, como la dimensión lúdica del lenguaje radiofónico.

La palabra hablada del narrador ha evocado imágenes auditivas que han fascinado a niños y mayores, embelesados y cautivados por tantos relatos orales maravillosos. Bien ante el acogedor fuego de la chimenea, bien en la plaza del pueblo, en la taberna del puerto o en la puerta de los templos, lo cierto es que el narrador ofrecía historias maravillosas y mundos de ensueño a quienes les escuchaban. Y lo hacía con un único instrumento, un instrumento de gran poder evocador: la palabra.

El poder evocador de la palabra radica, sobre todo, en su valor descriptivo. Cada palabra sugiere una imagen mental. Así, por ejemplo, cuando alguien pronuncia el sustantivo "árbol", a nuestra mente acude, de inmediato, la imagen de un árbol; y cuando alguien dice "Debajo del árbol hay una niña comiendo una manzana", reconstruimos mentalmente dicha situación. Por supuesto, esta capacidad evocadora también está presente en la palabra radiofónica aunque, debido a las peculiaridades del medio (fugacidad del mensaje, heterogeneidad de la audiencia, irregular seguimiento de la emisión, etcétera), dicho poder evocador depende, en parte, de una serie de normas que el creador radiofónico ha de seguir

- Pautas para hablar en radio
- Utilizar un vocabulario usual, comprendido por la mayoría de personas.
- Obtener variedad expresiva.
- Generar un proceso apelativo que involucre al oyente.

- Hacer frases cortas.
- Evitar las inversiones y las subordinadas.
- Utilizar preferentemente palabras con un valor descriptivo.
- Respetar el ritmo del lenguaje hablado
- Redundar y recurrir a la repetición del tema

La voz también constituye un importante instrumento evocador de imágenes auditivas. Al escuchar la voz de un locutor/actor de radio, los oyentes -de forma más o menos homogénea- imaginan su rostro, su cuerpo, sus gestos, su aspecto. Esto es debido a que existen una serie de convenciones socio-culturales o estereotipos que provocan que imaginemos a una persona o personaje según las características de su voz.

El hábito de hablar sin decir nada trae aparejado un descrédito para el lenguaje, las palabras pierden vitalidad y el mensaje se esteriliza. La radio se mueve en las fronteras del exceso verbal, la improvisación, los gritos, los prejuicios, el fanatismo, pretenden subsanar la falta ideas, la pereza en la producción, la ausencia de objetivos comunicativos.

La música: La radio y la música se juntan, son inseparables, se comprenden, se trasvasan, labran nuevas sonoridades adentro de nuestro ser, hunden sus ritmos, sus acentos. Música y radio se fusionan para atrapar la atención de las audiencias que navegan por el dial. El hombre ha sido siempre esclavo del sonido hecho compás, de la palabra vuelta canto.

Tanto la música como la radio se han influido esencialmente en sus procesos de producción, distribución y consumo. La hegemonía del formato canción, de aproximadamente 3 minutos, tiene mucho que ver con los tiempos que establece la radio. Las programaciones específicamente musicales son un fenómeno en expansión dentro de las identidades que asumen las radios (de rock, de cuarteto, de folclore, etc.).

"La música, como todo arte, es bella porque logra evocar las imágenes que están dormidas".
Es la poderosa capacidad que posee para sugerir y evocar imágenes y espacios auditivos.

Función programática: Como contenido esencial de un programa; tal es el caso de, por ejemplo, 'Los 40 principales'. En este caso la música comunica por sí misma generalmente se difunde a través de temas musicales completos. La música se convierte en un sintagma comunicante per se. Aquí se pone en juego la dimensión estética de la radio. Los programadores intentan gratificar los gustos y difundir autores, según interese artísticos y/o comerciales.

Función gramatical: Como separadora de programas o de contenidos dentro de un mismo programa. Hablamos de convenciones de continuidad que sirven para integrar y separar momentos, bloques, capítulos, secciones, etc. Además sirven para generar el ritmo radiofónico. Las estructuras más usuales que utilizan la música como un sistema gramatical de signos de puntuación para marcar cortes, pausas, separaciones, transiciones son: Apertura- Cortina- Ráfaga- Golpe acústico- Cierre.

Función descriptiva: Este tipo de música desempeña un papel primordial porque, como su propio nombre indica (reforzada en ocasiones por algún efecto sonoro y casi siempre por la palabra) la música descriptiva dibuja paisajes, sitúa la acción en un determinado espacio físico y evoca en el radioyente las características del lugar en el que se desarrolla el relato radiofónico. Generalmente son sonidos objetivos, es decir tiene una referencia específica.

Función expresiva: Este tipo de música evoca en el radioyente un estado de ánimo, ayuda a suscitar un clima emocional y, además, puede transmitir diferentes sentimientos, creando "atmósferas" subjetivas. Existen serios problemas a la hora de establecer referencias musicales. Los receptores son los constructores definitivos del sentido. El emisor no tiene control absoluto y definitivo sobre la recepción de la obra musical, no puede garantizar el resultado de la interpretación del receptor. Hay ciertas connotaciones que se reconocen (estereotipos) como

generales y comunes: Música alegre: Tonos mayores, escalas ascendentes. Música triste: Tonos menores, escalas descendentes.

Función semántica: la música sirve para subrayar, completar, reforzar, perfeccionar o generar un contrapunto con el mensaje oral. Aquí, también, como en la programática, la música tiene el poder de comunicar por sí misma, pero en este caso como complemento de la palabra oral música radiofónica puede desempeñar varias funciones.

Los sonidos: Los sonidos forman parte de nuestra experiencia y su escucha puede desencadenar asociaciones inconscientes y hacer surgir de la memoria impresiones e imágenes. El sonido puede llegar a ser un estímulo cargado de significados. El sonido radiofónico nos ofrece la iconicidad acústica del mundo, evoca y representa la realidad.

Los sonidos sugieren dos dimensiones: espacio y tiempo. Los sonidos organizan el paisaje y el tiempo de una sociedad, percibimos un espacio como urbano o rural, el tiempo como día o noche, la vida como pública o privada. Todos estos patrones duales están asociados con culturas de sonidos y paisajes sonoros específicos y generalmente tradicionales.

También los efectos sonoros pueden ser creados a partir de la manipulación de instrumentos acústicos o electrónicos, sin olvidarnos de que nuestra propia voz también puede generarlos. Estos sonidos pueden servir para estimular la memoria y la imaginación del oyente. Las principales funciones que pueden cumplir los efectos sonoros en la radio:

Función descriptiva: Cuando se persigue una finalidad realista, para ambientar acústicamente una escena, un diálogo. (Le realizamos una entrevista a un especialista en preparar autos de rally, y de fondo insertamos sonidos de motores).

Función expresiva: Cuando se quiere comunicar a través de los sonidos un sentimiento o una idea. Si en la función anterior podemos entender que somos fotógrafos intentando cazar sonidos que retraten la realidad, en esta nos asemejamos a pintores que utilizan sonidos para

dar una sensación expresiva de la realidad. (Aplausos o abucheos para comentar un hecho, el sonido de un grillo para expresar la falta de respuestas).

Función gramatical: Cuando se utiliza los sonidos como nexos o separadores entre bloques, secciones, escenas, etc. Los efectos sonoros sirven como convenciones de continuidad en el relato radiofónico, para cambiar de tema, de escenas, de enfoques, etc.

El silencio: El silencio radiofónico también posee su propia carga emotivo-simbólica y puede desempeñar una importante función dramática expresiva. Debemos resaltar que los silencios ayudan a acortar la distancia psicológica entre el locutor-actor y el oyente, sugiriendo una atmósfera de mayor intimidad y, además, ayudan a transmitir el estado de ánimo del que habla. Así pues, podemos afirmar que el silencio radiofónico es una inmensa presencia que todo lo envuelve, que impregna el ambiente de sentimientos y sensaciones, que extiende sobre el texto sonoro un manto de poesía, conmoviéndonos el alma y la mente.

El guion radiofónico: El guion es una partitura. Está en él la obra que se va a interpretar. Formalmente es un mapa por el que han de guiarse los expedicionarios (los actores del viaje, los ejecutantes). Pero es también la tierra que se pisa y lo que pasa en ella, y los que actúan. Es el programa. El programa en potencia; tiene que recoger, sin omisión, sus elementos (más o menos literales, explícitos, según sea el tipo de guion que corresponde al tipo de programa

En él debe estar todo previsto. Sucesión de puentes sobre el tiempo, aunque al final optemos por el salto.

Hay dos equipos principales, dos campos de actuación. Dos rutas separadas, claramente definidas y, a la vez, superpuestas, dependientes, interrelacionadas: lo que sucede en una es consecuencia y causa de lo que en la otra ocurre. Esos dos equipos son: locución y técnica. Los dos equipos, a un lado y otro del micrófono, son los que se ocupan de ellos; los que transitan por una u otra ruta. El guion prefigura el escenario y proporciona órdenes, misiones que hay

que cumplir. El guion es el que proporciona la información precisa a cada ejecutante, cada expedicionario, distinguiendo los campos ante todo; después, a quien corresponde la indicación en cada campo; y luego concretando qué es lo que se ha de hacer y cómo hacerlo. Incluye, por lo tanto, instrucciones (quién, qué, cuándo, cómo, dónde) y los textos de lectura o parlamentos. El guionista deberá contar con cada uno de los medios a que se tenga acceso y usarlos adecuadamente en cada caso, ciñéndose al axioma de que la economía de medios es virtud:

Medios humanos: los componentes de los cuatro equipos de los que se nutre realmente el programa: qué sabe, puede, quiere, debe hacer, en cada caso, cada miembro de cada uno de ellos y todos en conjunto, o por secciones.

Medios técnicos: prestaciones y número, en su caso de los distintos elementos técnicos. Disponibilidades de documentación, archivos, fondos musicales, etc. Con esos ingredientes y sus conocimientos, habilidad, ingenio y/o experiencia va a cocinarse, en esqueleto, esbozo o cuerpo pleno, vestido y perfumado, el futuro programa. En el guion está la historia entera, la forma de contarla y la manera (momento, intensidad, duración, etc.) en que se va a hacer uso de recursos que la apoyen: ráfagas musicales, ecos, fondos, silencios, grabaciones... El guion es el suelo en el que nos movemos, los acontecimientos que ocurren sobre él, la identidad prestada a los que se mueven y la máquina misma que tira de los hilos por los que se transmite el movimiento.

Locución: La voz es la principal herramienta del locutor de radio: “como el interés de la audiencia depende en gran medida de la calidad vocal del locutor radiofónico, se le debe exigir una buena voz” La autora aporta un concepto que define la idoneidad de la voz del locutor de radio: la voz radio génica, aquella que “tanto por las características del canal radiofónico como por el público al que se dirige, la voz radio génica, la más adecuada para la radio, debe ser agradable y bella pero al mismo tiempo moldeable y versátil a voz radio génica es aquella que

cumple unas mínimas condiciones de audibilidad y agradabilidad al oído. Rodero matiza que la voz radiofónica debe ser fotogénica, es decir, “dotada de las peculiaridades que la convierten en agradablemente perceptible” Esta primera condición es un criterio estético, aunque también influye la actitud (y los estados de ánimo), porque la personalidad se manifiesta en las cualidades vocales.

Se requieren voces que posean unas cualidades acústicas placenteras, resulten agradables tras atravesar el micrófono y manifiesten una clara capacidad de adaptación a todo tipo de mensajes radiofónicos. La conjunción de todas estas características producirá una voz con gran acoplamiento a la radio y, por tanto, una voz radio génica” (Antón, 2003)

Los profesionales de la voz requieren una voz saludable sin embargo sus requisitos profesionales desafían a menudo la salud vocal como hablar en un tono demasiado bajo, cambiar de registro comunicativo, realizar varias tareas a la vez que hablan, seguir instrucciones sobre el registro vocal.

El modelo hace hincapié en la importancia de la voz para los locutores si tiene bien modulado su diafragma, porque la industria demanda un alto nivel de habilidad vocal pero a la vez no tiene una consideración específica de la salud vocal.

Si se tiene un buen guión de radio, la locución será más fácil.

- Vocalizar y pronunciar todas las palabras.
- No leer el guion al pie de la letra, tratar de contarlo.
- Respiración diafragmática (en otra sesión)

Técnica 2.

- Leer un guión radiofónico siguiendo estos pasos:
- Abrir la boca varias veces, hasta el límite de nuestras posibilidades.
- Masajear con la lengua todos los rincones de la cavidad bucal.

- Pronunciar sílaba a sílaba, en voz alta y exagerando la gesticulación bucal.
- Leer el texto con un obstáculo en la boca (un lápiz).
- Leer un mismo texto simulando distintas situaciones: riendo, llorando, cantando, gritando moderadamente.

Estación: La estructura organizacional de una empresa radiofónica, se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización en cuanto a las relaciones entre los gerentes y los empleados, entre gerentes y gerentes y entre empleados y empleados. Los departamentos de una organización se pueden estructurar, formalmente por funciones.

La organización por funciones reúne, en un departamento, a todos los que se dedican a una actividad o a varias relacionadas, que se llaman funciones. Por ejemplo, una organización dividida por funciones puede tener departamentos para producción, mercadotecnia y ventas. El gerente de ventas de dicha organización sería el responsable de la venta de todos los productos manufacturados por la empresa.

Modulación: la señal que generan los equipos de baja frecuencia, por sí sola, no puede ser emitida a largas distancias. Por eso, para hacer viable la transmisión del sonido creado con un micrófono, un disco o un Cd, es imprescindible proceder a su modulación. Es ahí donde empiezan a intervenir los equipos de alta frecuencia, ya que son los que ayudan a transportar el sonido a través de las ondas electromagnéticas desde la antena del emisor hasta la antena del sintonizador. Es absolutamente necesario modular la señal para conseguir que las ondas hertzianas, de frecuencia mucho más alta, sirvan de vehículo para transportar las señales de audiofrecuencia del emisor al receptor. Las formas más utilizadas para modular una señal de audio son en Amplitud (AM -Amplitude Modulation-) y en Frecuencia (FM -Frequency Modulación). En los primeros años de la radio se utilizó el sistema de modulación de amplitud (AM), pero más tarde el desarrollo tecnológico permitió que se pusieran en funcionamiento

emisoras en modulación de frecuencia (FM). Si bien las emisiones en AM pueden cubrir una gran cantidad de territorio, éstas suelen tener más interferencias por diversos factores como son las inclemencias meteorológicas, los motores de vehículos, la energía estática, etcétera.

Los planos

Los planos determinan la situación, ya sea temporal, física o de intención de los distintos sonidos.

Planos espaciales de narración. Son situaciones en el espacio: lugar donde se produce la acción y los cambios que le afectan.

Planos de presencia. Es la relación de cercanía o lejanía con respecto al plano principal. El plano principal es el plano con el que el programa se viene produciendo, independientemente de que en el momento en que se da ese sonido (en un segundo, tercer o cuarto plano) no haya nada en primer plano.

Idealmente, se sitúa al oyente en ese plano principal o primer plano. Cuanto más cerca de él se produzca el sonido a que nos refiramos, tanto más cercano será el plano.

Planos temporales de narración. Sitúan el tiempo en que las acciones se producen: pasado, presente, futuro, intemporalidad (tiempo no definido), atemporalidad (fuera del tiempo).

Planos de intención. Marcan introspección, incursión en el sueño o la fantasía, complicidad, etc. Para lograr esos planos necesitamos de la presencia, en el sentido de acercamiento o alejamiento físico del plano principal; la intención en la interpretación; la intención en el texto; la calidad de esos sonidos; el ambiente o fondo. Combinando estos recursos entre ellos, la historia cobra vida. Dado que los recursos son forzosamente limitados, no debemos desperdiciar ninguno de ellos.

Periodismo radial

El periodismo radiofónico analiza y difunde de manera organizada, clara y concisa los hechos de interés público a través de las ondas radiales, en el momento en que ocurren, con la carga informativa o emotiva y en el menor tiempo posible, posee características propias, no se puede cometer el error de creer que informar a través de la radio es lo mismo que informar a través de la prensa u otro medio.

Es muy importante conocer las características que ofrece un medio ciego por naturaleza como la radio, para no cometer los mismos errores, para hacer de la creatividad la principal fortaleza en el ejercicio del periodismo radiofónico.

De igual manera dice Espinoza, (2013) el periodismo radial se basa en la recopilación de información, ya sea gráfico, escrito, u oral, son parte de la sociedad desde años atrás y con el tiempo se ha ido mejorando cada vez más. La aparición de la radio fue pieza fundamental para que la prensa escrita avanzara conforme a la tecnología de la época, es así que la llegada de la radio en el Perú a pesar de la crisis, hizo que la información llegara a un público aún selecto.

Por otro lado el periodismo radial, se vale de la palabra del locutor para que sea interpretada de la mejor forma es decir la noticia se debe regir netamente en los hechos sucedidos, obteniendo los siguientes formatos:

- La palabra
- La música
- El silencio

La noticia con su grado de interés al implementar estos formatos, en sí tendrá un peso extra cuando el locutor presta más énfasis en informar dicho hecho al ser un medio auditivo, tiende

a no poder repetirse La información recibida casi siempre no es exactamente lo que se dice del hecho No tener más información que solo la palabra

El informador en radio debe saber hablar radiofónicamente y poner todos los conocimientos inherentes a un locutor, a estos se le tiene que agregar la audacia y vocación informativa, la capacidad de memoria cultivada mediante los procedimientos propios de su trabajo, la cultura general, extremadamente amplia como requisito fundamental; y el dominio absoluto del idioma en toda su perfección, sin olvidar el conocimiento de idiomas extranjeros

Por su parte así lo señala Aslan, (2012) y dice la radio y sus mensajes se mueven con su audiencia. Pueden ser escuchados en el trabajo, en la playa, en la bañera, en la silla del dentista o en las tiendas, su amplitud se mueve al ritmo de la sociedad por ello se debe señalar lo siguiente:

- El mensaje de la radio debe ser audaz y creativo
- El oyente no tiene que estar pendiente para escuchar su mensaje
- La radio permite la selección por grupo de enfoque basado en la geografía.

Y por ende los oyentes están concentrados en el área definida por la señal de la estación y la radio tiene un atractivo local que puede enlazar su mensaje a los eventos locales o al tiempo, para dar énfasis en la relevancia de su mensaje.

El mensaje que da el periodista a través de su voz puede ser amistosa, seria, triste, puede tener un tono machista o de humor, o que se acomode a su mensaje y todo aquello lo percibe el oyente. Sobre todo, la voz puede tener un tono conversacional, una cualidad que lo hace fácil de escuchar y entender.

El periodista radial y su relación con la comunidad

Es necesario que dentro de cualquier medio de comunicación comunitario se involucre a los ciudadanos, los medios comunitarios no pueden verse simplemente como medios alternativos, sino que deben lograr trabajar de la mano con este importante actor, y allí en gran medida puede verse una de las debilidades actuales.

Pero involucrar a los ciudadanos también trae grandes retos, ya que se debe lograr que estos piensen periodísticamente, en uno de los practicantes de esta nueva corriente llama como “periodista por cuenta propia”.

La radio asociativa, comunitaria, es libre, popular, alternativa, participativa, ciudadana, cultural, insurgente, educativa, municipal, indigenista, comunal, rural, representa un modelo claramente diferenciador frente a los modelos clásicos dominantes del sector público tradicional y privado comercial así lo establece Chaparro, (2012).

Dentro de la radio se asocia a una comunidad sin fines ánimo de lucro y su objetivo principal es brindar una oportunidad a la comunidad para que haga algo por ella misma, en la búsqueda de respuesta a sus necesidades dichas emisoras se han convertido en una herramienta indispensable para que las personas puedan reconocerse, identificarse y comunicarse entre ellas; la radio libre se niega a la comunicación mercantil, ya que toda la programación que allí se elabora y emita debe ser en pro de la comunidad, para mejorar sus condiciones sociales y su calidad de vida.

En si esto los representan un puente de encuentro en la localidad donde se visibilizan los temas municipales a partir de la participación ciudadana. Es decir, medios con cobertura local y de acuerdo a lo estipulado por el Estado, sólo se adjudican una frecuencia en cada municipio.

La radiodifusión es quien prestará en gestión indirecta a las comunidades una acción colaborativa y organizadas, este servicio está orientado a difundir programas de interés social

para los diferentes sectores de la comunidad, que propicien su desarrollo socioeconómico y cultural, el sano esparcimiento y los valores esenciales de la nacionalidad, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana, Pereira (2001).

Manejo del contenido radial

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 cerrado es la radio especializada en la emisión constante y reiterada de uno o varios contenidos prioritarios –información de actualidad, música, deporte..., etc.–, que se completa con otros espacios complementarios, fórmula, durante las veinticuatro horas del día, de acuerdo a una frecuencia de repetición determinada por la duración de la fórmula, unidad que acostumbra a ser la hora en el formato musical y entre los quince o treinta minutos en el Todo noticias.

Como radio especializada que es, la mayor segmentación de la fórmula conlleva un target más homogéneo y una mayor reiteración del contenido. El formato desarrolla un relato reiterativo en la antena para cumplir con la constancia de la especialización y la preferencia inmediata del target estableciendo una convención con el oyente en cuanto a la insistencia y la reiteración de la fórmula y los tiempos de escucha. Este condicionamiento está presente en el diseño de la fórmula y en su combinación horaria, en particular en el Todo noticias que, por lo

general, dispone de un tipo de escucha de menor duración. En este sentido, Cebrián Herreros señala que la audiencia de este formato es una audiencia fiel no a la continuidad, sino a determinados horarios y segmentos programáticos. No así en el formato musical, donde la escucha –a modo de radio compañía– dispone de períodos más prolongados en su seguimiento.

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

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

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

Parte de la identidad de la emisora se refleja en la selección de sus contenidos, un elemento que necesita una organización conforme a unos criterios de armonía y coherencia según los objetivos institucionales de la emisora y el modelo programático elegido. Junto al criterio de selección, también se aplica un criterio de dosificación y ordenación del contenido en el tiempo radiofónico de la antena con respecto de los tiempos sociales, las características del tipo de

audiencia a lo largo de las diferentes horas del día, sus expectativas radiofónicas y los recursos de la emisora.

La dosificación se refiere a la distribución de los contenidos según criterios de equilibrio o de predominio de unos sobre otros en la parrilla. Por su parte, la ordenación establece la secuencialidad. Se busca adecuar el tipo de contenido al horario más apropiado según el público al que se dirija la emisora. Una vez definidos temáticamente los tiempos radiofónicos principales de la programación se ordena el resto del contenido en la parrilla. Esta sucesión genera la combinación temática de la continuidad del relato radiofónico de la programación. El modo en que el programador realice dicha definición influirá, entre otros factores, en que una emisora se distinga de otra aun compartiendo el tipo de radio y modelo de programación.

Por lo general, la continuidad temática de la radio generalista de lunes a viernes gira en torno al desarrollo de la información de actualidad del momento, el análisis y reflexión que suscita, la información servicio y de servicio público, la información deportiva, económica, cultural, social, los asuntos de la vida cotidiana que disponen de un mayor o menor grado de vinculación con la actualidad, los denominados asuntos de lo actual o de interés permanente que tienen un propósito diversivo, formativo o divulgativo, el diálogo permanente con la audiencia más próxima, el entretenimiento, el humor, la música, etc. (Moreno, 2010)

Locución radial

La locución radial es un acto esencialmente profesional en todo sentido. Las mejores locutoras y locutores que he conocido en más de cuarenta años de trabajo en la Radio han sido seres humanos de una gran responsabilidad ante el micrófono. En ellos he notado, antes de salir al aire o previo a una grabación, ese especial bichito profesional que los tensa y a la vez modula. Luego nos dejamos llevar por el encanto de sus voces que llegan a cualquier parte de nuestro

hogar, en el trabajo, en la calle, en el campo, en las montañas con ese sello personal que va quedando grabado un día tras otro en la memoria colectiva de los oyentes.

Nadie crea que la locución es un acto de pura voluntad. Ser locutora o locutor supone transitar por estudios previos que califican para hablar frente a un micrófono. A esta idea tendría que agregar una serie de aspectos que se tienen que dominar ante un micrófono abierto.

Se sabe que la locución se integra a partir de una correspondencia del tono, ritmo o intencionalidad con los temas que se estén abordando. A ello se suma el nivel afectivo con los oyentes, esa empatía especial que logra en los sintonizan el programa el agradable encuentro esperado.

Un aspecto esencial que he mencionado es el ritmo que puede ser dinámico, intermedio, lento, justamente en correspondencia con los temas que se estén tratando y que se interrelacionan con la función, la forma y el destinatario del programa.

Un director de programas de Radio en cualquiera de sus posibilidades de forma debe ajustar convenientemente el balance de voces, en el caso de que las llevara. Ello le permitirá calidad en los diálogos si el programa lo acepta. Y la calidad del diálogo entre dos profesionales de la locución se establece siempre sobre la base de la coherencia. No ser coherente en un programa radial es fatal, o como diría un buen amigo, desastrosamente fatídico.

Otro aspecto primordial en la locución es la adecuada utilización del idioma. En esta especialidad radial mientras más se domine la lengua materna se obtendrán mayores resultados que mucho se aprecia en la calidad de un programa.

En cuanto al terreno de la improvisación el lenguaje tiene que ser directo y claro y siempre alejado de esas musarañas idiomáticas que nos dejan como esa aseveración popular colgados de la brocha.

En la locución los tonos deben ser respetados esencialmente ya sea feriado, alegre, triste, pesimista, sobrio, conversacional, didáctico, intimista, romántico, siempre en correspondencia con los temas que trata el programa, la función y la forma y el destinatario del programa.

La locución de excelencia reúne intencionalidades y matices que marcan y aportan su sello personal y distintivo de la calidad de un profesional de la palabra. No se puede olvidar que un mensaje se enriquece en la voz radial cuando la intencionalidad profesional lo proyecta con los mensajes que se pueden derivar desde el fondo de cada palabra misma. (Menéndez, 2010)

Técnicas de la Locución

La importancia de la entonación en radio es tal que sin una entonación correcta no existirá una buena interpretación, por tanto, la lectura pierde el valor de la palabra y el mensaje no llega al oyente. Es importante tener en cuenta en énfasis en cada oración o palabra para proyectar el entendimiento de lo que estamos diciendo al oyente.

Por norma, la entonación en radio es similar a la de la expresión coloquial. La entonación marca las inflexiones y las pausas. No olvidemos que requiere de una respiración adecuada. No confundamos la entonación radiofónica con la lectura en voz alta, el factor importante es la naturalidad. El oyente no debe percibir que estamos leyendo.

A todo esto le añadimos la persuasión y el ritmo. No olvidemos que estos factores dependen de lo que estamos transmitiendo. Existen 4 cualidades diferentes que conforman nuestra voz:

- Intensidad: es el volumen o la fuerza con la que el aire es impulsado desde los pulmones hacia las cuerdas vocales. Si el sonido es fuerte, entonces hay más intensidad. Si es débil, existe menos intensidad en nuestra voz.
- Tono: Es el número de veces que vibran nuestras cuerdas vocales. Cuanto más vibren, más aguda es la voz y más alto es el tono. Unas cuerdas con poca vibración produce una voz grave y un tono bajo
- Duración: Es el tiempo que se mantienen las cuerdas vocales en vibración y puede ser largo o corto
- Timbre: Es lo que define a las voces, su ID. Es diferente en cada persona: dos sonidos con igual intensidad, igual tono e igual duración, pueden diferenciarse al oído por el simple hecho del timbre.

A través de estas cuatro cualidades, podemos perfeccionar nuestra locución, imprimiéndole una modulación adecuada a nuestra narración. Para ello, tendremos que imprimir un ritmo que no sea monótono haciendo buen uso de los silencios y que combine tonos altos y bajos con diferentes intensidades.

Expresiones lingüísticas que deben tener los locutores para informar durante su ejercicio periodístico

El tono y la intensidad, el volumen de la voz, son en ellos absolutamente distintos de los que utilizan los oradores en un público, o los actores y actrices en el escenario de un teatro, por ello los profesionales de la voz tienen que estar conscientes que con su trabajo están actuando sobre la razón, o sea, sobre el estímulo de la conciencia.

Así lo establece (Marinello Juan, 2011) y afirma que no se trata solo de la voz sino de la calidad cuando se utiliza la voz ante el micrófono, lo que se llama “voces radio eufónicas” ya que el locutor o locutora, no tiene por qué elevar su tono de voz, ni aumentar su intensidad o volumen, ni colocarla de manera que se proyecte a distancia.

Al respecto se ha comprobado que hay locutores o locutoras de noticias que son excelentes lectores; lo hacen con cierta rapidez y ritmo, sin perder la vocalización y la dicción. Antes que leer la noticia la cuenta, y tienen convicción en sus entonaciones, para darle veracidad a las informaciones que presentan.

Ante esto para hacer una elocución agradable y convincente existen elementos que pueden llegar a suplir o complementar, en lo posible, la falta de esa cualidad exquisita en la voz. Entre ellos se resaltan los siguientes:

- Articulación y dicción claras.
- Valorización de la elocución en cuanto a las pausas, inflexiones, fraseo y énfasis. Se debe entonar bien.
- Naturalidad
- Tono e intensidad de voz apropiados para la radiodifusión.
- Dominar la técnica del micrófono.
- Manejar el tema que se trata –por haber estudiado y enriquecido un buen libreto–, que permita una correcta improvisación.
- Conocimiento absoluto de todas o algunas de las especialidades de la locución.

Todos los que utilizan la palabra para comunicarse a través del micrófono, deben cuidar el empleo correcto de los elementos que la conforman. Hay que articular bien. La pronunciación clara de todos los fonemas y sílabas compensa, en parte, cualquier pequeña deficiencia de la elocución, incluso hasta la carencia de una voz de perfección radio eufónica.

Hay que tener presente que la lectura correcta en radio y televisión no sólo se logra observando los signos ortográficos propiamente dichos, sino también aquellos, como las pausas

y pausitas, que facilitan la naturalidad expositiva. Es necesario acudir además a los signos convencionales de prevención que situamos en el texto.

Habría que redactar un listado de normas para comunicadores, sobre todo si su nivel cultural despierta sospechas:

- ❖ Utilizar un lenguaje sencillo. No te compliques la vida
- ❖ Nunca se debe utilizar palabras o frases que jamás diría en tu lenguaje cotidiano. Si se quiere utilizar una "palabra nueva", primero hay que buscarla en el diccionario y asegurarse de lo que quiere decir.
- ❖ No copiar expresiones de los demás.
- ❖ Cuidado con los sinónimos.
- ❖ Nadie obliga en el periodismo a utilizar palabras que jamás se diría en la calle o ni siquiera en la redacción con los compañeros.
- ❖ Muchos políticos dicen barbaridades para “enriquecer” sus exposiciones.
- ❖ Estudiar. Si se tiene carencias lingüísticas o de vocabulario, hay que seguir formándose.

Ahora bien, no se trata de utilizar un lenguaje de un nivel académico altísimo, ni mucho menos se ha de utilizar un lenguaje muy sencillo que llegue a un público lo más numeroso posible. Si se habla con un vocabulario al nivel de catedráticos de literatura, sólo entenderán las personas que tengan esa formación. Se trata de que escuche el mayor número de personas posible. Por eso, se ha de exigir utilizar un lenguaje sencillo que sirva tanto para oyentes o espectadores con una nula formación como para el catedrático antes mencionado.

Estrategias de locución que permitan al crecimiento profesional de los comunicadores radiales

Es fundamental comunicarse con eficacia, y sacarle el máximo rendimiento a la voz, por ello son muchas las estrategias que se pueden encontrar para manejar correctamente y con soltura, una de ellas es aprender a leer correctamente; la voz y la dicción; y coordinarlo con el lenguaje corporal, elaborar y estructurar las comunicaciones orales, son procesos importantes de conocer y perfeccionar si se está interesado en iniciar una carrera en los medios de comunicación.

A su vez dominar el lenguaje y la expresión corporal detrás de una cámara son retos a los que todo presentador debe enfrentar, y para una buena formación de debe desarrollar y mejorar las habilidades que permitirán hablar en público y delante de una cámara, pues es el instrumento a través del cual se va a transmitir, y a hacer posible que la información llegue a otras personas.

Es también importante tener muy claro el contenido que va a comunicar, y ensayarlo. Esta información deberá ser tratada, las presentaciones pueden ser más cortas, y la simplicidad en la escritura es fundamental para realizar fácilmente la presentación, se recomienda usar frases cortas, lenguaje sencillo y breve.

Igualmente, un buen locutor no solo debe cuidar su voz, también debe obtener unos conocimientos mínimos sobre la profesión de locutor que le permitan enfrentarse de manera confiada y profesional al trabajo diario. Algunos de los consejos son:

1. Durante la locución, debe evitarse mover la cabeza a los lados del micrófono o producir con nuestras manos o cuerpo ruidos, manteniendo una intensidad constante en nuestra voz.

2. Estudiar, leer sobre muchos temas diferentes, ya que un locutor debe enfrentarse a numerosas temáticas y, cuanto más sepa de ellas, menos margen de error habrá en la locución. La cultura general es un punto importante de esta profesión.
3. Aprender, a base de practicar, a realizar correctamente los signos de puntuación, ya que gracias a ellos las palabras y frases que leeremos durante la locución tendrán el sentido que tienen que tener.
4. Escucharse a sí mismo es un ejercicio de gran utilidad, ya que esta acción nos ayuda a conocer nuestros puntos débiles y nuestros puntos fuertes como locutor.
5. Y ante todo, un locutor, además de una voz más o menos personal o bonita, o una perfecta dicción, debe transmitir emociones en cualquier situación (alegría, pena, etc...)

Un buen locutor de radio siempre debe tener a punto su herramienta de trabajo

Interacción entre el locutor y el oyente

El oyente de radio inicia a través de la escucha radiofónica un proceso perceptivo y cognitivo que culmina con la comprensión y el recuerdo del mensaje, y que involucra multitud de subprocesos psicocognitivos, como la formación de impresiones, la estimulación de sensaciones, la creación de imágenes mentales, la atención o el recuerdo.

La integración bimodal de ambos estímulos (sonoro y visual) obtiene una respuesta cognitiva diferente en la audiencia, alterando el modo en que el oyente configura sus impresiones, otorga efectividad al emisor, crea imágenes mentales, atiende y recuerda el mensaje. Sin embargo la mayoría de esas investigaciones se han realizado a partir de un material audiovisual en movimiento. De modo que, a pesar de haberse convertido en una situación comunicativa cotidiana de los oyentes del medio, aún existen pocos estudios que

investiguen las diferencias perceptivas y cognitivas que se producen ante la escucha de la voz del locutor aislada frente a la voz acompañada de la imagen de su emisor. (Olatz 2014)

En este espacio comunicativo el hablante principal es el locutor, quien es el mismo en todas las interacciones que se realizan en el programa. Asimismo, es el encargado de abrir el acto comunicacional. Por su parte, el oyente varía en cada interacción, ya que este depende de la persona que llame a solicitar una canción al programa.

La categoría de interacción se manifiesta a través de las consideraciones de imagen, es decir, que el hablante desarrolla, guiándose por la índole específica de la situación comunicativa; estrategias que sirven para reforzar la imagen positiva de su interlocutor o para prevenir que la imagen negativa del mismo se vea amenazada (p. 51). La palabra imagen se emplea para designar la personalidad de alguien, ya sea positiva o negativa. Este trabajo describe las estrategias comunicativas del locutor frente al oyente y viceversa, las cuales develan expresiones sociales encaminadas hacia la cortesía. (Ayola, 2017)

Desarrollo profesional del locutor

El locutor profesional debe tener la producción de un programa televisivo o radial, donde contiene todos los detalles de lo que se realizará en vivo (diálogos, cortes, menciones) o si es el caso de lo que se grabará para difundirlo en diferido.

Además necesita aprender a improvisar, a soltar la lengua a correr la aventura de hablar sin papeles, establecer la improvisación no consiste en decir lo primero que me venga a la boca sino que exige la preparación adecuada. El profesional radial debe hacer un esquema de ideas, tener los materiales a punto, estar en forma. Una vez listos, como deportistas bien entrenados, desplegamos las alas delta y echamos a volar nuestras palabras vivas desde la antena radiante hasta el oído del receptor.

Estos factores como la capacidad de improvisación, la fluidez de palabras, depende de una actitud permanente de curiosidad, de observar el mundo para conocerlo, de interesarse en los demás, de charlar sobre los más variados temas. El vicio propio de locutores y locutoras por decirlo así son los libros, las revistas, el periódico, sin mucha lectura te será difícil improvisar sobre ningún tema.

En cada uno de estos ámbitos como Locutor se tendrá que tener el conocimiento necesario para introducir invitados, contestar llamadas en vivo, hacer comentarios sobre las noticias que se estén comunicando y actualizar los datos de manera rápida y eficaz cuando sea requerido. En caso de que el trabajo se desarrolle dentro de una radio donde la música sea el principal móvil, seguramente la tarea del Locutor tenga más que ver con la presentación de cantantes y de temas musicales y la actualización de toda la información relacionada con este ámbito que tendrá que investigar por su cuenta o que será proporcionada por algún equipo colaborador con el que esté trabajando.

Cabe recalcar que los medios de comunicación constituyen el espacio fundamental para el desarrollo profesional de los locutores. Así la radio será el destino por excelencia pero también la televisión, las publicidades y hasta la conducción constituye un campo disponible.

Dentro de estos medio el trabajo puede formalizarse por cuenta propia, sobre todo una vez que ya se fue sumando experiencia, o puede trabajarse en relación de dependencia suscribiéndose a un formato de programa o trabajo impuesto por quien contrate el servicio del locutor.

Los locutores también pueden asociarse a determinada empresa para constituir la “voz” mediante la que la empresa se dirija hacia su público y también trabajar para determinadas marcas, firmas u organizaciones dirigiendo eventos de todo tipo. Por su locuacidad y capacidad

de expresión, en algunos casos los locutores trabajan como voceros de personalidades a las que representan en eventos.

Locución y locutores en Radio Son de Manta y Radio Marejada

Radio Son de Manta y Marejada son Radios que proponen un informativo matutino atrayendo los conceptos más modernos en el manejo de la noticia, con un gran equipo de locutores y colaboradores para ofrecer la máxima calidad. También contiene espacios musicales, de tertulia y mucha diversión.

Por su parte RADIO MAREJADA 100.9 Stereo Digital “el poder musical”, es una emisora totalmente distinta a las que están en el mercado de la comunicación. Emite su señal desde San Pablo de Manta y cubre los 22 cantones de la Provincia de Manabí desde febrero de 1998.

Cuenta con Locutoras y Locutores, que animan a los oyentes, apoyados por Controles de Sonido y un equipo de Noticias conformado por Periodistas y Reporteros. En estos años de transmisión ininterrumpida, hemos creado hábitos y costumbres positivas que han redundado en el beneficio de los oyentes.

RADIO MAREJADA S.A. 100.9 FM, desde sus inicios ha tenido una programación variada de música para todas las edades, con programas interactivos de llamadas al aire. Quizá, por ello Radio Marejada se ha posicionado en Manabí tanto así que el 80% de sus pautas es de Clientes Nacionales, compartiendo el 20% con Clientes Locales. La seriedad y cumplimiento que se tiene, hacen que Radio Marejada 100.9 sea una emisora diferente y que siga innovándose para así ir mejorando cada día.

Por otro lado Radio Son de Manta, tiene una fuerte orientación comunitaria, en ella participan locutores, empleados y profesionales de la comunicación, esta estación difunde las

noticias locales, como obituarios o anuncios de interés público; lo que convierte a este medio no solo en un nexo entre la comunidad y sus locutores, sino como actor mediático relevante en sí mismo, que forma parte de la cotidianidad de los habitantes de su circunscripción.

Periodismo radial

El periodismo radiofónico analiza y difunde de manera organizada, clara y concisa los hechos de interés público a través de las ondas radiales, en el momento en que ocurren, con la carga informativa o emotiva y en el menor tiempo posible, posee características propias, no se puede cometer el error de creer que informar a través de la radio es lo mismo que informar a través de la prensa u otro medio.

Es muy importante conocer las características que ofrece un medio ciego por naturaleza como la radio, para no cometer los mismos errores, para hacer de la creatividad la principal fortaleza en el ejercicio del periodismo radiofónico.

De igual manera dice Espinoza, (2013) el periodismo radial se basa en la recopilación de información, ya sea gráfico, escrito, u oral, son parte de la sociedad desde años atrás y con el tiempo se ha ido mejorando cada vez más. La aparición de la radio fue pieza fundamental para que la prensa escrita avanzara conforme a la tecnología de la época, es así que la llegada de la radio en el Perú a pesar de la crisis, hizo que la información llegara a un público aún selecto.

Por otro lado el periodismo radial, se vale de la palabra del locutor para que sea interpretada de la mejor forma es decir la noticia se debe regir netamente en los hechos sucedidos, obteniendo los siguientes formatos:

- La palabra
- La música
- El silencio

La noticia con su grado de interés al implementar estos formatos, en sí tendrá un peso extra cuando el locutor presta más énfasis en informar dicho hecho al ser un medio auditivo, tiende a no poder repetirse La información recibida casi siempre no es exactamente lo que se dice del hecho No tener más información que solo la palabra

El informador en radio debe saber hablar radiofónicamente y poner todos los conocimientos inherentes a un locutor, a estos se le tiene que agregar la audacia y vocación informativa, la capacidad de memoria cultivada mediante los procedimientos propios de su trabajo, la cultura general, extremadamente amplia como requisito fundamental; y el dominio absoluto del idioma en toda su perfección, sin olvidar el conocimiento de idiomas extranjeros

Por su parte así lo señala Aslan, (2012) y dice la radio y sus mensajes se mueven con su audiencia. Pueden ser escuchados en el trabajo, en la playa, en la bañera, en la silla del dentista o en las tiendas, su amplitud se mueve al ritmo de la sociedad por ello se debe señalar lo siguiente:

- El mensaje de la radio debe ser audaz y creativo
- El oyente no tiene que estar pendiente para escuchar su mensaje
- La radio permite la selección por grupo de enfoque basado en la geografía.

Y por ende los oyentes están concentrados en el área definida por la señal de la estación y la radio tiene un atractivo local que puede enlazar su mensaje a los eventos locales o al tiempo, para dar énfasis en la relevancia de su mensaje.

El mensaje que da el periodista a través de su voz puede ser amistosa, seria, triste, puede tener un tono machista o de humor, o que se acomode a su mensaje y todo aquello lo percibe el oyente. Sobre todo, la voz puede tener un tono conversacional, una cualidad que lo hace fácil de escuchar y entender.

El periodista radial y su relación con la comunidad

Es necesario que dentro de cualquier medio de comunicación comunitario se involucre a los ciudadanos, los medios comunitarios no pueden verse simplemente como medios alternativos, sino que deben lograr trabajar de la mano con este importante actor, y allí en gran medida puede verse una de las debilidades actuales.

Pero involucrar a los ciudadanos también trae grandes retos, ya que se debe lograr que estos piensen periodísticamente, en uno de los practicantes de esta nueva corriente llama como “periodista por cuenta propia”.

La radio asociativa, comunitaria, es libre, popular, alternativa, participativa, ciudadana, cultural, insurgente, educativa, municipal, indigenista, comunal, rural, representa un modelo claramente diferenciador frente a los modelos clásicos dominantes del sector público tradicional y privado comercial así lo establece Chaparro, (2012).

Dentro de la radio se asocia a una comunidad sin fines ánimo de lucro y su objetivo principal es brindar una oportunidad a la comunidad para que haga algo por ella misma, en la búsqueda de respuesta a sus necesidades dichas emisoras se han convertido en una herramienta indispensable para que las personas puedan reconocerse, identificarse y comunicarse entre ellas; la radio libre se niega a la comunicación mercantil, ya que toda la programación que allí se elabora y emita debe ser en pro de la comunidad, para mejorar sus condiciones sociales y su calidad de vida.

En si esto los representan un puente de encuentro en la localidad donde se visibilizan los temas municipales a partir de la participación ciudadana. Es decir, medios con cobertura local y de acuerdo a lo estipulado por el Estado, sólo se adjudican una frecuencia en cada municipio.

La radiodifusión es quien prestará en gestión indirecta a las comunidades una acción colaborativa y organizadas, este servicio está orientado a difundir programas de interés social

para los diferentes sectores de la comunidad, que propicien su desarrollo socioeconómico y cultural, el sano esparcimiento y los valores esenciales de la nacionalidad, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana, Pereira (2001).

Manejo del contenido radial

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 cerrado es la radio especializada en la emisión constante y reiterada de uno o varios contenidos prioritarios –información de actualidad, música, deporte..., etc.–, que se completa con otros espacios complementarios, fórmula, durante las veinticuatro horas del día, de acuerdo a una frecuencia de repetición determinada por la duración de la fórmula, unidad que acostumbra a ser la hora en el formato musical y entre los quince o treinta minutos en el Todo noticias.

Como radio especializada que es, la mayor segmentación de la fórmula conlleva un target más homogéneo y una mayor reiteración del contenido. El formato desarrolla un relato reiterativo en la antena para cumplir con la constancia de la especialización y la preferencia inmediata del target estableciendo una convención con el oyente en cuanto a la insistencia y la reiteración de la fórmula y los tiempos de escucha. Este condicionamiento está presente en el diseño de la fórmula y en su combinación horaria, en particular en el Todo noticias que, por lo

general, dispone de un tipo de escucha de menor duración. En este sentido, Cebrián Herreros señala que la audiencia de este formato es una audiencia fiel no a la continuidad, sino a determinados horarios y segmentos programáticos. No así en el formato musical, donde la escucha –a modo de radio compañía– dispone de períodos más prolongados en su seguimiento.

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

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

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

Parte de la identidad de la emisora se refleja en la selección de sus contenidos, un elemento que necesita una organización conforme a unos criterios de armonía y coherencia según los objetivos institucionales de la emisora y el modelo programático elegido. Junto al criterio de selección, también se aplica un criterio de dosificación y ordenación del contenido en el tiempo radiofónico de la antena con respecto de los tiempos sociales, las características del tipo de

audiencia a lo largo de las diferentes horas del día, sus expectativas radiofónicas y los recursos de la emisora.

La dosificación se refiere a la distribución de los contenidos según criterios de equilibrio o de predominio de unos sobre otros en la parrilla. Por su parte, la ordenación establece la secuencialidad. Se busca adecuar el tipo de contenido al horario más apropiado según el público al que se dirija la emisora. Una vez definidos temáticamente los tiempos radiofónicos principales de la programación se ordena el resto del contenido en la parrilla. Esta sucesión genera la combinación temática de la continuidad del relato radiofónico de la programación. El modo en que el programador realice dicha definición influirá, entre otros factores, en que una emisora se distinga de otra aun compartiendo el tipo de radio y modelo de programación.

Por lo general, la continuidad temática de la radio generalista de lunes a viernes gira en torno al desarrollo de la información de actualidad del momento, el análisis y reflexión que suscita, la información servicio y de servicio público, la información deportiva, económica, cultural, social, los asuntos de la vida cotidiana que disponen de un mayor o menor grado de vinculación con la actualidad, los denominados asuntos de lo actual o de interés permanente que tienen un propósito diversivo, formativo o divulgativo, el diálogo permanente con la audiencia más próxima, el entretenimiento, el humor, la música, etc. (Moreno, 2010)

Locución radial

La locución radial es un acto esencialmente profesional en todo sentido. Las mejores locutoras y locutores que he conocido en más de cuarenta años de trabajo en la Radio han sido seres humanos de una gran responsabilidad ante el micrófono. En ellos he notado, antes de salir al aire o previo a una grabación, ese especial bichito profesional que los tensa y a la vez modula. Luego nos dejamos llevar por el encanto de sus voces que llegan a cualquier parte de nuestro

hogar, en el trabajo, en la calle, en el campo, en las montañas con ese sello personal que va quedando grabado un día tras otro en la memoria colectiva de los oyentes.

Nadie crea que la locución es un acto de pura voluntad. Ser locutora o locutor supone transitar por estudios previos que califican para hablar frente a un micrófono. A esta idea tendría que agregar una serie de aspectos que se tienen que dominar ante un micrófono abierto.

Se sabe que la locución se integra a partir de una correspondencia del tono, ritmo o intencionalidad con los temas que se estén abordando. A ello se suma el nivel afectivo con los oyentes, esa empatía especial que logra en los sintonizan el programa el agradable encuentro esperado.

Un aspecto esencial que he mencionado es el ritmo que puede ser dinámico, intermedio, lento, justamente en correspondencia con los temas que se estén tratando y que se interrelacionan con la función, la forma y el destinatario del programa.

Un director de programas de Radio en cualquiera de sus posibilidades de forma debe ajustar convenientemente el balance de voces, en el caso de que las llevara. Ello le permitirá calidad en los diálogos si el programa lo acepta. Y la calidad del diálogo entre dos profesionales de la locución se establece siempre sobre la base de la coherencia. No ser coherente en un programa radial es fatal, o como diría un buen amigo, desastrosamente fatídico.

Otro aspecto primordial en la locución es la adecuada utilización del idioma. En esta especialidad radial mientras más se domine la lengua materna se obtendrán mayores resultados que mucho se aprecia en la calidad de un programa.

En cuanto al terreno de la improvisación el lenguaje tiene que ser directo y claro y siempre alejado de esas musarañas idiomáticas que nos dejan como esa aseveración popular colgados de la brocha.

En la locución los tonos deben ser respetados esencialmente ya sea feriado, alegre, triste, pesimista, sobrio, conversacional, didáctico, intimista, romántico, siempre en correspondencia con los temas que trata el programa, la función y la forma y el destinatario del programa.

La locución de excelencia reúne intencionalidades y matices que marcan y aportan su sello personal y distintivo de la calidad de un profesional de la palabra. No se puede olvidar que un mensaje se enriquece en la voz radial cuando la intencionalidad profesional lo proyecta con los mensajes que se pueden derivar desde el fondo de cada palabra misma. (Menéndez, 2010)

Técnicas de la Locución

La importancia de la entonación en radio es tal que sin una entonación correcta no existirá una buena interpretación, por tanto, la lectura pierde el valor de la palabra y el mensaje no llega al oyente. Es importante tener en cuenta en énfasis en cada oración o palabra para proyectar el entendimiento de lo que estamos diciendo al oyente.

Por norma, la entonación en radio es similar a la de la expresión coloquial. La entonación marca las inflexiones y las pausas. No olvidemos que requiere de una respiración adecuada. No confundamos la entonación radiofónica con la lectura en voz alta, el factor importante es la naturalidad. El oyente no debe percibir que estamos leyendo.

A todo esto le añadimos la persuasión y el ritmo. No olvidemos que estos factores dependen de lo que estamos transmitiendo. Existen 4 cualidades diferentes que conforman nuestra voz:

- Intensidad: es el volumen o la fuerza con la que el aire es impulsado desde los pulmones hacia las cuerdas vocales. Si el sonido es fuerte, entonces hay más intensidad. Si es débil, existe menos intensidad en nuestra voz.
- Tono: Es el número de veces que vibran las cuerdas vocales. Cuanto más vibren, más aguda es la voz y más alto es el tono. Unas cuerdas con poca vibración produce una voz grave y un tono bajo
- Duración: Es el tiempo que se mantienen las cuerdas vocales en vibración y puede ser largo o corto
- Timbre: Es lo que define a las voces, su ID. Es diferente en cada persona: dos sonidos con igual intensidad, igual tono e igual duración, pueden diferenciarse al oído por el simple hecho del timbre.

A través de estas cuatro cualidades, podemos perfeccionar nuestra locución, imprimiéndole una modulación adecuada a nuestra narración. Para ello, tendremos que imprimir un ritmo que no sea monótono haciendo buen uso de los silencios y que combine tonos altos y bajos con diferentes intensidades.

Expresiones lingüísticas que deben tener los locutores para informar durante su ejercicio periodístico

El tono y la intensidad, el volumen de la voz, son en ellos absolutamente distintos de los que utilizan los oradores en un público, o los actores y actrices en el escenario de un teatro, por ello los profesionales de la voz tienen que estar conscientes que con su trabajo están actuando sobre la razón, o sea, sobre el estímulo de la conciencia.

Así lo establece (Marinello Juan, 2011) y afirma que no se trata solo de la voz sino de la calidad cuando se utiliza la voz ante el micrófono, lo que se llama “voces radio eufónicas” ya que el locutor o locutora, no tiene por qué elevar su tono de voz, ni aumentar su intensidad o volumen, ni colocarla de manera que se proyecte a distancia.

Al respecto se ha comprobado que hay locutores o locutoras de noticias que son excelentes lectores; lo hacen con cierta rapidez y ritmo, sin perder la vocalización y la dicción. Antes que leer la noticia la cuenta, y tienen convicción en sus entonaciones, para darle veracidad a las informaciones que presentan.

Ante esto para hacer una elocución agradable y convincente existen elementos que pueden llegar a suplir o complementar, en lo posible, la falta de esa cualidad exquisita en la voz. Entre ellos se resaltan los siguientes:

- Articulación y dicción claras.
- Valorización de la elocución en cuanto a las pausas, inflexiones, fraseo y énfasis. Se debe entonar bien.
- Naturalidad
- Tono e intensidad de voz apropiados para la radiodifusión.
- Dominar la técnica del micrófono.
- Manejar el tema que se trata –por haber estudiado y enriquecido un buen libreto–, que permita una correcta improvisación.
- Conocimiento absoluto de todas o algunas de las especialidades de la locución.

Todos los que utilizan la palabra para comunicarse a través del micrófono, deben cuidar el empleo correcto de los elementos que la conforman. Hay que articular bien. La pronunciación clara de todos los fonemas y sílabas compensa, en parte, cualquier pequeña deficiencia de la elocución, incluso hasta la carencia de una voz de perfección radio eufónica.

Hay que tener presente que la lectura correcta en radio y televisión no sólo se logra observando los signos ortográficos propiamente dichos, sino también aquellos, como las pausas

y pausitas, que facilitan la naturalidad expositiva. Es necesario acudir además a los signos convencionales de prevención que situamos en el texto.

Ahora bien, no se trata de utilizar un lenguaje de un nivel académico altísimo, ni mucho menos se ha de utilizar un lenguaje muy sencillo que llegue a un público lo más numeroso posible. Si se habla con un vocabulario al nivel de catedráticos de literatura, sólo entenderán las personas que tengan esa formación. Se trata de que escuche el mayor número de personas posible. Por eso, se ha de exigir utilizar un lenguaje sencillo que sirva tanto para oyentes o espectadores con una nula formación como para el catedrático antes mencionado.

Estrategias de locución que permitan al crecimiento profesional de los comunicadores radiales

Es fundamental comunicarse con eficacia, y sacarle el máximo rendimiento a la voz, por ello son muchas las estrategias que se pueden encontrar para manejar correctamente y con soltura, una de ellas es aprender a leer correctamente; la voz y la dicción; y coordinarlo con el lenguaje corporal, elaborar y estructurar las comunicaciones orales, son procesos importantes de conocer y perfeccionar si se está interesado en iniciar una carrera en los medios de comunicación.

A su vez dominar el lenguaje y la expresión corporal detrás de una cámara son retos a los que todo presentador debe enfrentar, y para una buena formación de debe desarrollar y mejorar las habilidades que permitirán hablar en público y delante de una cámara, pues es el instrumento a través del cual se va a transmitir, y a hacer posible que la información llegue a otras personas.

Es también importante tener muy claro el contenido que va a comunicar, y ensayarlo. Esta información deberá ser tratada, las presentaciones pueden ser más cortas, y la simplicidad en

la escritura es fundamental para realizar fácilmente la presentación, se recomienda usar frases cortas, lenguaje sencillo y breve.

Igualmente, un buen locutor no solo debe cuidar su voz, también debe obtener unos conocimientos mínimos sobre la profesión de locutor que le permitan enfrentarse de manera confiada y profesional al trabajo diario. Algunos de los consejos son:

6. Durante la locución, debe evitarse mover la cabeza a los lados del micrófono o producir con nuestras manos o cuerpo ruidos, manteniendo una intensidad constante en nuestra voz.
7. Estudiar, leer sobre muchos temas diferentes, ya que un locutor debe enfrentarse a numerosas temáticas y, cuanto más sepa de ellas, menos margen de error habrá en la locución. La cultura general es un punto importante de esta profesión.
8. Aprender, a base de practicar, a realizar correctamente los signos de puntuación, ya que gracias a ellos las palabras y frases que leeremos durante la locución tendrán el sentido que tienen que tener.
9. Escucharse a sí mismo es un ejercicio de gran utilidad, ya que esta acción nos ayuda a conocer nuestros puntos débiles y nuestros puntos fuertes como locutor.
10. Y ante todo, un locutor, además de una voz más o menos personal o bonita, o una perfecta dicción, debe transmitir emociones en cualquier situación (alegría, pena, etc...)

Un buen locutor de radio siempre debe tener a punto su herramienta de trabajo

Interacción entre el locutor y el oyente

El oyente de radio inicia a través de la escucha radiofónica un proceso perceptivo y cognitivo que culmina con la comprensión y el recuerdo del mensaje, y que involucra multitud de

subprocesos psicocognitivos, como la formación de impresiones, la estimulación de sensaciones, la creación de imágenes mentales, la atención o el recuerdo.

La integración bimodal de ambos estímulos (sonoro y visual) obtiene una respuesta cognitiva diferente en la audiencia, alterando el modo en que el oyente configura sus impresiones, otorga efectividad al emisor, crea imágenes mentales, atiende y recuerda el mensaje. Sin embargo la mayoría de esas investigaciones se han realizado a partir de un material audiovisual en movimiento. De modo que, a pesar de haberse convertido en una situación comunicativa cotidiana de los oyentes del medio, aún existen pocos estudios que investiguen las diferencias perceptivas y cognitivas que se producen ante la escucha de la voz del locutor aislada frente a la voz acompañada de la imagen de su emisor. (Olatz 2014)

La categoría de interacción se manifiesta a través de las consideraciones de imagen, es decir, que el hablante desarrolla, guiándose por la índole específica de la situación comunicativa; estrategias que sirven para reforzar la imagen positiva de su interlocutor o para prevenir que la imagen negativa del mismo se vea amenazada (p. 51). La palabra imagen se emplea para designar la personalidad de alguien, ya sea positiva o negativa. Este trabajo describe las estrategias comunicativas del locutor frente al oyente y viceversa, las cuales develan expresiones sociales encaminadas hacia la cortesía. (Ayola, 2017)

Desarrollo profesional del locutor

El locutor profesional debe tener la producción de un programa televisivo o radial, donde contiene todos los detalles de lo que se realizará en vivo (diálogos, cortes, menciones) o si es el caso de lo que se grabará para difundirlo en diferido.

Estos factores como la capacidad de improvisación, la fluidez de palabras, depende de una actitud permanente de curiosidad, de observar el mundo para conocerlo, de interesarse en los

demás, de charlar sobre los más variados temas. El vicio propio de locutores y locutoras por decirlo así son los libros, las revistas, el periódico, sin mucha lectura te será difícil improvisar sobre ningún tema.

Cabe recalcar que los medios de comunicación constituyen el espacio fundamental para el desarrollo profesional de los locutores. Así la radio será el destino por excelencia pero también la televisión, las publicidades y hasta la conducción constituye un campo disponible.

Dentro de estos medio el trabajo puede formalizarse por cuenta propia, sobre todo una vez que ya se fue sumando experiencia, o puede trabajarse en relación de dependencia suscribiéndose a un formato de programa o trabajo impuesto por quien contrate el servicio del locutor.

Los locutores también pueden asociarse a determinada empresa para constituir la “voz” mediante la que la empresa se dirija hacia su público y también trabajar para determinadas marcas, firmas u organizaciones dirigiendo eventos de todo tipo. Por su locuacidad y capacidad de expresión, en algunos casos los locutores trabajan como voceros de personalidades a las que representan en eventos.

Locución y locutores en Radio Son de Manta y Radio Marejada

Radio Son de Manta y Marejada son Radios que proponen un informativo matutino atrayendo los conceptos más modernos en el manejo de la noticia, con un gran equipo de locutores y colaboradores para ofrecer la máxima calidad. También contiene espacios musicales, de tertulia y mucha diversión.

Por su parte RADIO MAREJADA 100.9 Stereo Digital “el poder musical”, es una emisora totalmente distinta a las que están en el mercado de la comunicación.

Emite su señal desde San Pablo de Manta y cubre los 22 cantones de la Provincia de Manabí desde febrero de 1998.

Cuenta con Locutoras y Locutores, que animan a los oyentes, apoyados por Controles de Sonido y un equipo de Noticias conformado por Periodistas y Reporteros. En estos años de transmisión ininterrumpida, hemos creado hábitos y costumbres positivas que han redundado en el beneficio de los oyentes.

RADIO MAREJADA S.A. 100.9 FM, desde sus inicios ha tenido una programación variada de música para todas las edades, con programas interactivos de llamadas al aire. Quizá, por ello Radio Marejada se ha posicionado en Manabí tanto así que el 80% de sus pautas es de Clientes Nacionales, compartiendo el 20% con Clientes Locales. La seriedad y cumplimiento que se tiene, hacen que Radio Marejada 100.9 sea una emisora diferente y que siga innovándose para así ir mejorando cada día.

Por otro lado Radio Son de Manta, tiene una fuerte orientación comunitaria, en ella participan locutores, empleados y profesionales de la comunicación, esta estación difunde las noticias locales, como obituarios o anuncios de interés público; lo que convierte a este medio no solo en un nexo entre la comunidad y sus locutores, sino como actor mediático relevante en sí mismo, que forma parte de la cotidianidad de los habitantes de su circunscripción.

El desarrollo profesional que tienen los administrativos y locutores de ambas radios debe de ser efectivo para saber informar, no existe una comunicación radial segura sin informantes preparados es por ello que se pretende evaluar a los locutores para conocer el grado de profesionalismo y desarrollo que ellos tienen de acuerdo a la materia.

11. PROCESO METODOLÓGICO

La culminación, presentación y ejecución de la presente tesis de grado titulada “Locución radial y su influencia en el desarrollo profesional del comunicador social Caso radio Marejada y Son de Manta” se utilizó diversos tipos de estudios que permitieron obtener una información confiable.

Unidad de análisis

Como área de estudio se tomó en cuenta a las Radios Marejada y Son de Manta de la ciudad de Manta ubicado en Km. 25, Vía Manta Montecristi.

11.1.- TIPO O NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se determinó que sería en su base transversal, un estudio cualitativo y a la vez fue una investigación analítica y descriptiva, porque se recurrió al análisis.

Cualitativo

Intenta acercarse al conocimiento de la realidad social a través de la observación o el estudio de los Locutores de las distintas Radios mencionadas.

Cuantitativa

Se utilizó con el fin de obtener, recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes.

11.2.- MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Analítica

Es el estudio y la comprobación de lo se está que investigando, si hay desarrollo profesional del comunicador social como locutores.

Descriptiva

Aquí se aplicó el objeto a estudiar, es decir las Radios Marejada y Son de Manta, se centran en recolectar datos del personal que describan las ventajas y desventajas del desarrollo profesional del comunicador.

11.3.- TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Para la obtención de la información de campo se utilizaron varias técnicas e instrumentos que a continuación se detallan.

Entrevista

Para la veracidad de la recolección de la información se entrevistó al personal administrativo de las Radios Marejada y Son de Manta.

Encuesta

Para la autenticidad de los resultados de la información se encuestó a los locutores de las Radios Marejada y Son de Manta.

Observación

Permitió analizar cada aspecto que se necesitaba saber para recolectar información importante y oportuna

Universo

La investigación se realizó en las instalaciones de las Radios las Radios Marejada y Son de Manta como muestra de estudio se tomaron en cuenta a los públicos internos que son los integrantes que dirigen dichas Radios.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Una vez culminada la recolección de la información se procedió a ordenarla luego se graficó haciendo un análisis cuantitativo y cualitativo. Los resultados obtenidos en esta investigación demuestran que un buen comunicador aprende a comunicar desde la vulnerabilidad de su Ser, aunque esto represente un RIESGO. Para desarrollar un estilo personal se tiene que enseñar lo que realmente hay dentro de uno mismo. Aprender a expresar lo que se siente realmente. Para hacerlo hay que tener valor.

Para el efecto se elaboraron dos instrumentos de vaciamiento de datos mediante tabulación organizado de la siguiente manera.

INSTRUMENTO # 1: Datos proporcionados por los locutores que integran las radios Marejada y Son de Manta

Aquello ayudó también a la formulación, conclusiones y recomendaciones que se presentan en esta investigación.

DIAGNÒSTICO O MUESTRA DE ESTUDIO

ANÁLISI DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOCUTORES DE RADIO MAREJADA Y SON DE MANTA

1) ¿Considera usted que locutores de radio deben tener un título profesional de periodista?

Indicadores	Radio marejada		Radio Son de Manta	
	Total de respuestas	Porcentaje	Total de respuestas	Porcentaje
a) Si	7	70%	9	82%
b) No	3	30%	2	18%
c) No es necesario	0	0%	0	0%
Total	10%	100%	11	100%



Fuente: **Radio Marejada y Son de Manta**

Elaborado por: **Rossana Margarita Ortiz Panezo**

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

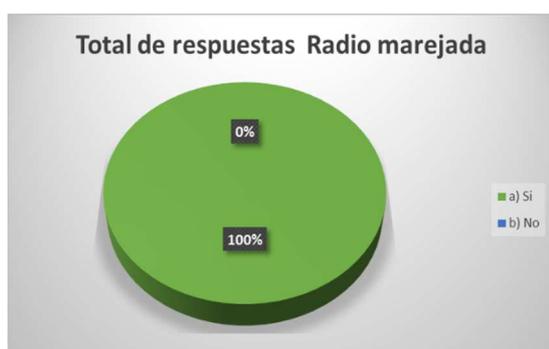
Tener un título profesional de periodista para ser un locutor puede favorecer la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección, por otro lado no poseerlo podría ser una desventaja para los medios de comunicación ya que no hay título que respalde la información dada.

El gráfico señala que el 70% de los locutores de radio Marejada manifiestan que Si es necesario tener un título profesional de periodista, mientras que el 30% dijo que No. A su vez los locutores de Radio Son de Manta opinaron con el 82% que Sí y el 18% que NO, tomando en consideración lo que opinan los periodistas radiales se establece que el título profesional amplía el camino a dar una información veraz y de calidad.

Los resultados concuerdan con el objetivo general de la investigación, que es influencia de la locución radial en el desarrollo profesional de los comunicadores de las radios Marejada y Son de Manta.

¿Le agrada ser locutor?

Indicadores	Total de respuestas	Porcentaje	Total de respuestas	Porcentaje
	Radio marejada		Radio Son de Manta	
a) Si	10	100%	11	100%
b) No	0	0%	0	0%
Total	10%	100%	11	100%



Fuente: **Radio Marejada y Son de Manta**

Elaborado por: **Rossana Margarita Ortiz Panezo**

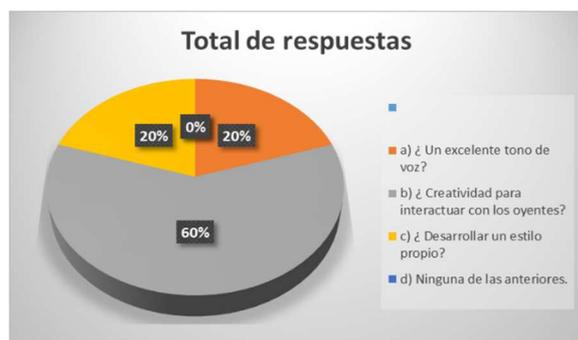
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Ser locutor va más allá que narrar o hablar bonito sobre alguna noticia o hecho, es tener un poder comunicacional y de alcance como lo tiene el estar detrás de un micrófono en una cabina radio, suscita a actuar con ciertas actitudes profesionales, para así respetar a todos los oyentes quienes sintonizan su programa.

Los resultados de las encuestas expresan que el 100% de los periodistas de Radio Marejada y Son de Manta Si les agrada ser Locutores (as), por lo que se puede apreciar que un buen locutor recibe respeto y cariño de su público, a través de su labor marcan un arquetipo de ejemplo social y de aspiración de mejora para muchos jóvenes de las comunidades.

¿Cuáles son las cualidades que debe tener un locutor?

Indicadores	Total de respuestas	Porcentaje	Total de respuestas	Porcentaje
	Radio marejada		Radio Son de Manta	
a) ¿Un excelente tono de voz?	2	20%	3	27%
b) ¿Creatividad para interactuar con los oyentes?	6	60%	6	55%
c) ¿Desarrollar un estilo propio?	2	20%	2	18%
d) Ninguna de las anteriores.	0	0%	0	0%
Total	10	100%	11	100%



Fuente: **Radio Marejada y Son de Manta**

Elaborado por: **Rossana Margarita Ortiz Panezo**

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

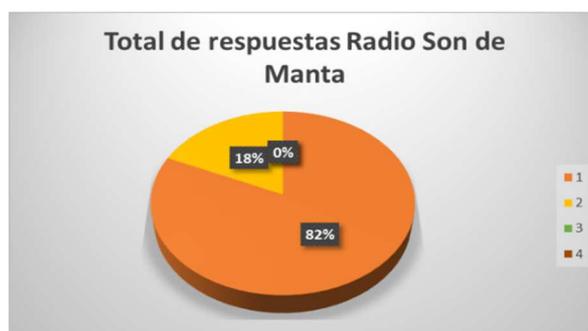
Las cualidades que posee o debe poseer un buen locutor son habilidades y capacidades primordiales que permiten alcanzar el éxito y mantener una mente abierta a ser receptivos a la retroalimentación que se recibe cuando nos comunicamos.

De acuerdo a los resultados, los profesionales de la comunicación en Radio Marejada señala con el 60% que una de las cualidades que debe tener un locutor es la Creatividad para interactuar con los oyentes, el 20% dice que hay que tener un excelente tono de voz, y el otro 20% afirma que hay que desarrollar un estilo propio. Por otro lado en Radio Son de Manta el 55% enfatizó que la Creatividad es necesaria para interactuar con los oyentes, el 27% un Excelente tono de voz y el 18% un estilo propio.

Por lo que se establece que estas habilidades o cualidades de los comunicadores deben ponerse en práctica para así tener una audiencia que prefiera escuchar y haya elecciones por parte de los radioyentes.

¿De qué manera influye el no tener un título de periodista profesional en un locutor?

Indicadores	Total de respuestas	Porcentaje	Total de respuestas	Porcentaje
	Radio marejada		Radio Son de Manta	
a) Mucho	7	70%	9	82%
b) Poco	3	30%	2	18%
c) Nada	0	0%	0	0%
d) Ninguna de las anteriores.	0	0%	0	0%
Total	10	100%	11	100%



Fuente: **Radio Marejada y Son de Manta**

Elaborado por: **Rossana Margarita Ortiz Panezo**

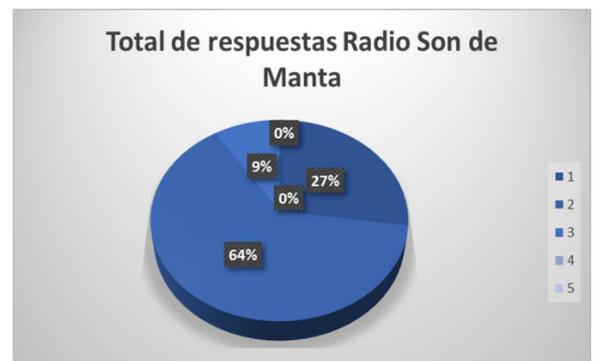
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La titulación periodística influye en la calidad y la responsabilidad del manejo de la información dentro de un medio de comunicación, la elaboración de la noticia en los medios deberá estar a cargo solo de periodistas profesionales o comunicadores sociales titulados, así lo establece la ley de comunicación en el art. 47 de la ordenanza dice: “Los medios de comunicación deben construir condiciones que favorezcan la información oportuna a través de periodistas responsables.

El 70% de los locutores de Radio Marejada respondieron que el no tener un título profesional influye Mucho y el 30% Poco; Por su parte el 82% de encuestados en Radio Son de Manta dijeron que influye Mucho y el 18% Poco. Ante esto se señala que la comunicación va más allá de especialidades es preparación genuina es obtener un título con responsabilidad.

¿Cuál es el nivel profesional que tiene como locutor en la radio donde labora?

Indicadores	Total de respuestas		Total de respuestas	
	Radio marejada	Porcentaje	Radio Son de Manta	Porcentaje
a) Muy alto	2	20%	3	27%
b) Alto	7	70%	7	64%
c) Medio	1	10%	1	9%
d) Bajo	0	0%	0	0%
e) Muy bajo	0	0%	0	0%
Total	10	100%	11	100%



Fuente: **Radio Marejada y Son de Manta**

Elaborado por: **Rossana Margarita Ortiz Panezo**

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

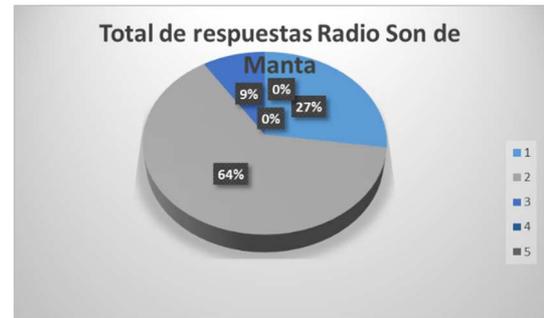
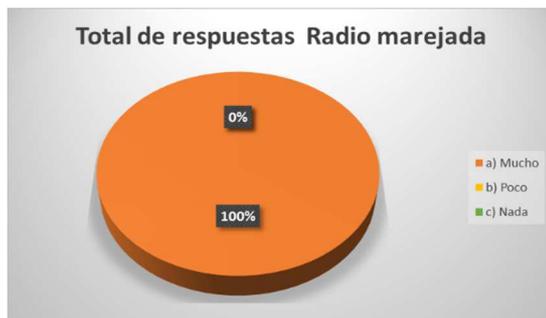
El nivel de profesionalismo de un locutor se mide por el contacto directo con las personas, donde sienten energía positiva como energía negativa, dependiendo de lo que transmita y como se transmita. Así mismo el locutor es el instrumento de comunicación más importante, no sólo por el mensaje que lleva, sino por el cómo, a quien y su porque, plantea. Por tanto, la mayor responsabilidad de un locutor es ser un comunicador efectivo.

Locutores de Radio Marejada sostuvieron que el nivel de profesionalismo que tienen es Alto con el 70%, el 20% Muy Alto y el 10% nivel Medio: Al respecto el 64% de Radio Son de Manta dijeron que su nivel de profesionalismo es Alto, el 27% Muy Alto y el 9% Medio.

Un locutor profesional ayudará a obtener materiales de la más alta calidad, y ahorrar dinero al ofrecer siempre un servicio excelente que ayude a atraer nuevos clientes.

¿Cómo influye el periodismo radial en el desarrollo profesional como comunicador donde labora?

Indicadores	Total de respuestas	Porcentaje	Total de respuestas	Porcentaje
	Radio marejada		Radio Son de Manta	
a) Mucho	10	100%	3	27%
b) Poco	0	0%	7	64%
c) Nada	0	0%	1	9%
Total	10	100%	0	0%



Fuente: **Radio Marejada y Son de Manta**

Elaborado por: **Rossana Margarita Ortiz Panezo**

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

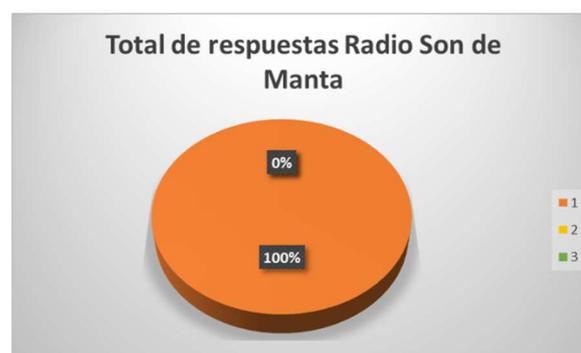
Este enfoque de desarrollo en la radiodifusión para comunicadores alcanza el éxito con la audiencia, sobre todo si lo que se pretende es que la misma sea masiva, mostrando la creatividad y matices estéticos que son fácilmente decodificadas por el oyente.

Con el 100% los locutores de Radio Marejada afirman que el desarrollo profesional influye Mucho como comunicadores para ejercer su labor; Por otro lado el 64% en Radio Son de Manta afirma que influye Poco el periodismo radial como profesional, el 27% Mucho y el 9% no influye Nada.

Por lo que se establece que la comunicación radial exige a los profesionales que trabajan en ella una excelente preparación para ejecutar un trabajo de inmejorable calidad de fondo y forma que contribuya con el desarrollo integral de los receptores. Para lograr esto hay que competir a diario, minuto a minuto y sin detenerse.

¿Cómo periodista radial considera que La locución es una profesión que crece y se abre paso?

Indicadores	Total de respuestas	Porcentaje	Total de respuestas	Porcentaje
	Radio marejada		Radio Son de Manta	
a) Si	8	80%	11	100%
b) No	2	20%	0	0%
c) Nada	0	0%	0	0%
Total	10	100%	11	100%



Fuente: **Radio Marejada y Son de Manta**

Elaborado por: **Rossana Margarita Ortiz Panezo**

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

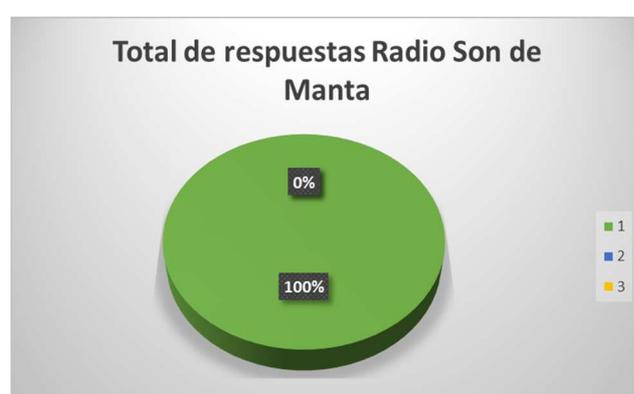
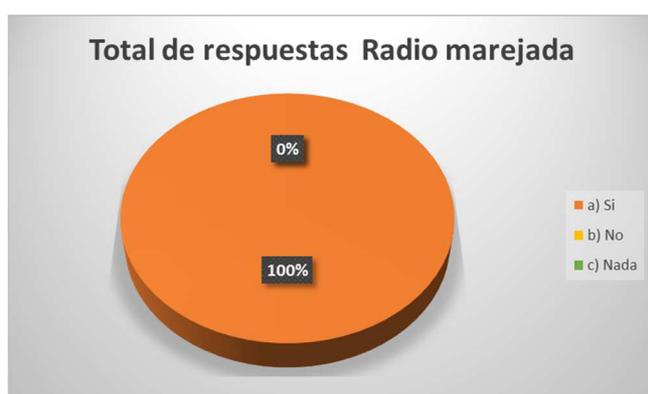
La locución es una profesión maravillosa y gratificante en muchos momentos, pero también exige lo máximo y un nivel de rapidez e inmediatez, al exigir lo máximo el tiempo no se detiene ni por un instante, como una corriente interminable por lo que la locución cada día trae nuevas formas y diseños para llegar a la radio audiencia y seguir encaminándose por senderos de profesionalismo.

Ante esto el 80% de los locutores de Radio Marejada opinaron que Si, se abre nuevos pasos para crecer como profesional en la locución, el otro 20% dijo que No. A diferencia de Radio Son de Manta afirman con el 100% que la locución Si se abre paso al profesionalismo.

Por lo cual se establece que la locución se sintetiza en el esfuerzo colectivo interdisciplinario que confluye en la producción mediática-cultural y establecen una relación directa con las audiencias y espectadores que construye una singular mediación entre los productores y receptores mediante la cual adquieren imagen pública y gran reconocimiento social.

¿Conoce la responsabilidad y ética que el periodista debe tener?

Indicadores	Radio marejada		Radio Son de Manta	
	Total de respuestas	Porcentaje	Total de respuestas	Porcentaje
a) Si	10	100%	11	100%
b) No	0	0%	0	0%
c) Nada	0	0%	0	0%
Total	10	100%	11	100%



Fuente: **Radio Marejada y Son de Manta**
Elaborado por: **Rossana Margarita Ortiz Panezo**

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El periodista influye en la conciencia de la sociedad: Tiene una responsabilidad política e ideológica. Por lo tanto, debe verificar los datos, contrastar las fuentes, averiguar y presentar los antecedentes noticiosos. Deberá buscar y llegar a la verdad, verificando la información a través de diversas fuentes, adoptando una comprobando a sus afirmaciones. Solo así podrá llegar a la verdad propiamente dicha, ya que si obtiene una verdad a medias, será una verdad mutilada, de forma nefastas consecuencias para la sociedad en su conjunto.

Por lo que se señala que ambas Radios Marejada y Son de Manta dice que Si conocen sus responsabilidades y la ética como periodistas.

Ante estas respuestas lo que se puede conocer es que si conocen sus responsabilidades deben actuar, de manera veraz, objetiva y oportuna y de ponerse al servicio del bien común. Por tanto, “supeditarse a las mencionadas responsabilidades máximas, que ningún interés particular de ésta puede vulnerar”

ESQUEMA DE ENTREVISTA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE RADIO MAREJADA Y SON DE MANTA

1) ¿Como analiza usted la influencia del desarrollo profesional de los comunicadores de las radios Marejada y Son de Manta?

Indicadores	Total de respuestas		Porcentaje	
	Radio marejada		Radio Son de Manta	
a) Satisfactorio	2	25%	2	20%
b) Muy Satisfactorio	6	75%	7	70%
c) Poco Satisfactorio	0	0%	1	10%
Total	8	100%	10	100%



Fuente: **Radio Marejada y Son de Manta**
Elaborado por: **Rossana Margarita Ortiz Panezo**
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El desarrollo profesional de los comunicadores de radios debe estar sujeto a capacidades, habilidades y conocimientos en lo respecta a la locución, para así tener una influencia positiva y llegar a un público específico.

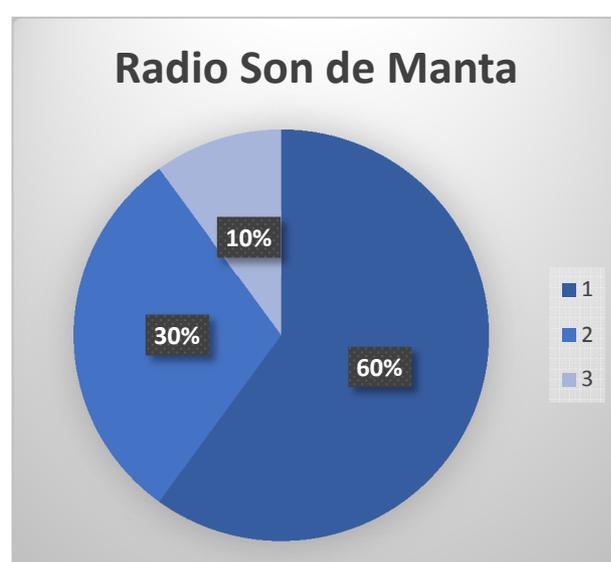
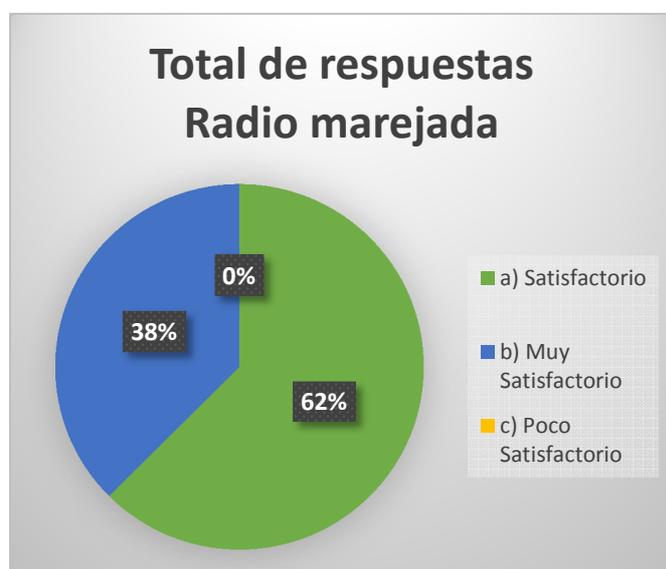
Por lo consiguiente los administrativos de Radio Marejada respondieron que la influencia del desarrollo profesional de los comunicadores es Muy Satisfactoria con un 75% y un 25% satisfactoria, igualmente los administrativos de Son de Manta hay un 70% Muy Satisfactorio, el 20% Satisfactorio y un 10% Poco Satisfactorio.

Ante estos resultados se señala que el locutor, en el ejercicio de la profesión, es un multiplicador de valores, contribuye al mejoramiento de la vida en el entorno cultural donde se

desempeña, potencia el cambio de los sistemas de vida de los pobladores a través del respeto, sin violentar valores ni imponer criterios, ni patrones, da consejos, sugiere y propone.

2) ¿Cuál es el nivel profesional que tienen como locutores radiales de Marejada y son Manta?

Indicadores	Total de respuestas		Porcentaje	
	Radio marejada	Porcentaje	Radio Son de Manta	Porcentaje
a) Satisfactorio	5	62%	6	60%
b) Muy Satisfactorio	3	38%	3	30%
c) Poco Satisfactorio	0	0%	1	0%
Total	8	100%	10	100%



Fuente: **Radio Marejada y Son de Manta**
 Elaborado por: **Rossana Margarita Ortiz Panezo**
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

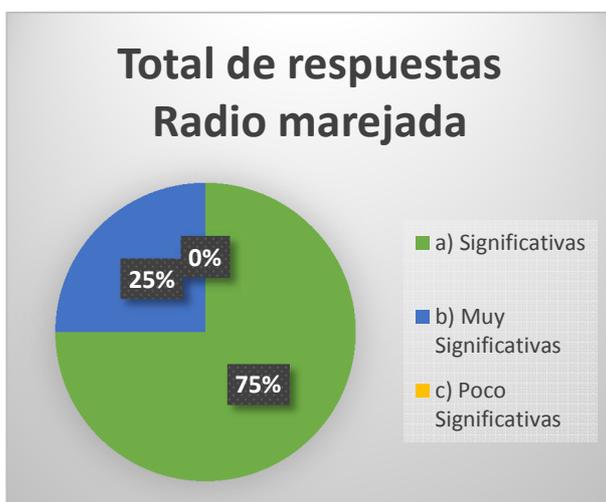
El nivel profesional que deben de tener los locutores es mantener vivo el interés del radioescucha a lo largo de un programa, deben de ser cordiales, amables y estar genuinamente agradecidos, serán los portadores de un profesionalismo eficaz y de influencia.

Dentro de las entrevistas a los administradores de ambas radios se obtuvieron los siguientes resultados Radio Marejada con 62% el nivel que tiene un locutor profesional es Satisfactorio, el 38% tienen un nivel Satisfactorio. Mientras que en Radio Son de Manta el 60% dijeron que les parece satisfactorio, el 30% Muy satisfactorio y el 10% Poco Satisfactorio.

Por lo cual se establece que habilidad primordial en la comunicación radial es la capacidad de hablar acerca de un tema y hacerlo interesante para el oyente. También es de gran ayuda tener buena memoria para recordar fechas, nombres, acontecimientos, anécdotas etc.

3) ¿Cómo son las expresiones lingüísticas que tienen los locutores para informar durante su ejercicio periodístico?

Indicadores	Total de respuestas		Porcentaje	
	Radio marejada		Radio Son de Manta	
a) Significativas	6	75%	8	80%
b) Muy Significativas	2	25%	2	20%
c) Poco Significativas	0	0%	0	0%
Total	8	100%	10	100%



Fuente: **Radio Marejada y Son de Manta**
 Elaborado por: **Rossana Margarita Ortiz Panezo**
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las expresiones lingüísticas que tiene los locutores para informar deben de tener creatividad que surge de varias necesidades: designar nuevas realidades, contar con un estilo y una expresividad que marquen diferencias y eviten repeticiones, conectar con la sociedad mediante códigos ajenos al deporte y formar fórmulas breves.

Ante lo cual se establece con un 75% que las expresiones lingüísticas que usan los locutores radiales es Significativa y un 25% Muy significativo en radio Marejada. Por otra parte en radio Son de Manta el 80% dijo que las expresiones lingüísticas son Significativas y el 20% Muy Significativas.

Por ello se establece que dentro de ambas radios los locutores deben de tener un profesionalismo con eficiencia para saber dirigirse a un pueblo que merece estar bien informado.

4) ¿Cómo personal administrativo sugiere estrategias de locución que permitan el crecimiento profesional de los comunicadores radiales?

Indicadores	Total de respuestas		Porcentaje	
	Radio marejada	Porcentaje	Radio Son de Manta	Porcentaje
a) Pocas veces	0	0%	2	20%
b) Muchas Veces	8	100%	8	80%
c) En ocasiones	0	0%	0	0%
Total	8	100%	10	100%



Fuente: **Radio Marejada y Son de Manta**
Elaborado por: **Rossana Margarita Ortiz Panezo**

Las estrategias de locución deben estar presente diariamente para así mejorar la calidad de la información y el desarrollo de la expresión oral, deben de ser creativas, y con una s de manera interactuante, en el sentido de emitir opiniones, solicitar información, compartir ideas,

En Radio Marejada se dan estrategias de locución para mejorar la información y con un 100% los administradores dijeron que son necesarias y Radio Son de Manta con el 80% dice que Muchas veces dan estrategias y un 20% Pocas veces.

Es responsabilidad de los administrativo tener personas preparadas en sus radios ya que así se efectúa una información veraz y de calidad.

5) ¿Considera usted que locutores de radio deben tener un título profesional de periodista?

Indicadores	Total de respuestas		Porcentaje	
	Radio marejada		Radio Son de Manta	
a) Si	0	0%	0	20%
b) No	8	100%	10	80%
c) No es necesario	0	0%	0	0%
Total	8	100%	10	100%



Fuente: **Radio Marejada y Son de Manta**
 Elaborado por: **Rossana Margarita Ortiz Panezo**

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Todo profesional de la comunicación debe estar enteramente preparado para ejercer locución, y por lo consiguiente debe tener su título profesional, a la vez es una de las leyes de la Ley de comunicación ecuatoriana.

Con el 100% ambas radios Marejada y Son de Manta opinan de la misma manera y dicen que es necesario un título profesional.

CONCLUSIONES

Luego de un análisis completo de esta tesis, las encuestas, las entrevistas y la observación general se plantean las siguientes conclusiones:

- ❖ Los locutores y administrativos tanto de Radio Marejada y Son de Manta consideran que han alcanzado un nivel alto de profesionalismo durante su instancia en la radio, considerando así que es difícil ser exitoso pero ellos lo han conseguido, esto les permite influenciar en la comunidad donde se desarrolla la noticia, abriendo así puertas y obteniendo mejores oportunidades en la etapa profesional del periodismo radial.
- ❖ Así mismo locutores y personal en general de radio Marejada desempeñan diversas funciones con el uso del micrófono, es decir presentan diversas programaciones como noticias, deportes, música etc., aportando así a una mayor audiencia en la comunidad mantenses, esto les permite influir en el desarrollo de la profesión actuando con responsabilidad. La música en ocasiones se vuelve determinante y aplasta al resto de componentes. En algunos casos llega a representar más del 70% del programa. Así, deja de ser un componente para convertirse en "la estructura" prácticamente. Alguien por eso definió: se trata de "programas de música salpicados de noticias y comentarios"
- ❖ En Radio Son de Manta señala que les agrada ser locutores y locutoras donde se percibe que hay cualidades, habilidades y técnicas donde se desarrolla la creatividad para interactuar con los públicos.
- ❖ Dentro de las expresiones lingüísticas que tienen los locutores de ambas radios para informar durante su ejercicio periodístico influye altamente en los comportamientos y actitudes como función informativa del lenguaje en una crónica permite al cronista informar a su receptor, por ejemplo un oyente de radio, con expresiones de confianza y familiaridad.
- ❖ La locución radial contiene aspectos muy profundos, los trabajos ponen a pruebas estas habilidades y propician el éxito total para desarrollar un nivel de profesionalismo.

RECOMENDACIONES

- ❖ Poner mayor peso e importancia en al desarrollo lingüístico para que al momento de informar a la audiencia haya una fluidez de palabras claras y muy precisas.
- ❖ Ampliar conocimientos de acuerdo al periodismo radial actuando con responsabilidad, tomando en cuenta que se sirve a la comunidad con el mayor compromiso posible.
- ❖ Desarrollar un estilo propio sin imitar a otras emisoras, ya que Radio Marejada y Son de Manta pertenecen al mismo cantón pero no ejercen igual los contenidos, ni horarios parecidos.
- ❖ Promover y apoyar a la comunidad en distintas áreas cubriendo las necesidades de esta manera se familiariza y el desarrollo como profesional de la locución aumenta.

Bibliografía

- Alvarez Andres. (2012). *La radio y sus características*. Obtenido de Revista Ejemplode.com. Obtenido 01, 2012, de https://www.ejemplode.com/53-conocimientos_basicos/2048-la_radio_y_sus_caracteristicas.html)
- Alvaréz, C. (2015). *La locución de radio: Tipos*. Obtenido de <https://www.formacionaudiovisual.com/blog/radio/locucion-de-radio-tipos/>
- Antón, E. R. (2003). *Locución radiofónica*. Obtenido de https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/resena.php?art_id=135
- Aslan, A. (2012). *Periodismo impreso, radial y televisivo*. Obtenido de <https://b-enemakio.blogspot.com/2012/02/periodismo-impreso-radial-y-televisivo.html>
- Ayola, A. C. (2017). *EXPRESIONES DE CORTESÍA EN LA INTERACCIÓN LOCUTOR-OYENTE DEL PROGRAMA MARCANDO A TIEMPO, DE RADIO TIEMPO CARTAGENA*. UNIVERSIDAD DE CARTAGENA. Obtenido de repositorio.unicartagena.edu.co:8080/.../Trabajo_de_grado-Andrea-Argemiro_%2807...
- Balsebre, A. (1994). *El lenguaje radiofónico*. Obtenido de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/30929887/balsebre.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1533245308&Signature=9TK4r8oOPEXKQ7dvBb8yNN%2FWI5M%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DEl_lenguaje_radiofonico.pdf
- Camargo, J. G. (1980). *La Radio por dentro y por fuera*. Obtenido de <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/53840.pdf>
- Chaparro, M. (2012). *La Asociación de Radios Comunitarias*. otro modelo radiofónico posible. Obtenido de www.telos.fundaciontelefonica.com
- Comisión de Derechos radiales. (2016). *La radio tiene un impacto social y proporciona acceso a la información*. Obtenido de <http://www.diamundialradio.org/2016/es/theme/la-radio-tiene-un-impacto-social-y-proporciona-acceso-a-la-informacion/>
- Espinoza, L. (2013). *Periodismo Radial*. Obtenido de <https://prezi.com/txiuybdvmxxi/periodismo-radial/>
- Juan Carlos Flores A. (2011). *HISTORIA DE LA RADIO EN EL ECUADOR*. Obtenido de <http://historadio.blogspot.com/2011/06/historia-de-la-radio-en-el-ecuador.html>
- Marthuky. (2014). *LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN*. Obtenido de <https://abicabmacc.wordpress.com/2014/03/18/la-radio-como-medio-de-comunicacion-ensayo/>
- Mata, M. C. (2012). *La Radio: Una relación Comunicativa*. Obtenido de <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/74-revista-dialogosLa-Radio-una-relacion-comunicativa.pdf>

- Menéndez, R. R. (2010). *Locución radial*. Obtenido de <http://www.radiocubana.cu/articulos-especializados-sobre-la-radio/12-locucion/74-locucion-radial>
- Moreno, E. (2010). *Las “radios” y los modelos de programación radiofónica*. Obtenido de https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=65
- Olatz Larrea Estefanía. (2014). *Análisis del proceso perceptivo y cognitivo del oyente*. Universidad de Barcelona. Obtenido de www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/292736/tole.pdf?sequence=1
- Pereira, J. M. (2001). *Radiosifusión Sonora de Interés Público*.
- Ramos, P. D. (2015). *EL LENGUAJE RADIOFÓNICO*. Obtenido de http://www.academia.edu/7188061/EL_LENGUAJE_RADIOF%C3%92NICO
- Romo Gil. (1987). *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*. Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/pacheco_p_fl/capitulo2.pdf
- Serrano, C. A. (2014). *Nivel de influencia de radio en el desarrollo profesional*. Obtenido de <https://www.ecorfan.org/bolivia/handbooks/ciencias%20sociales%20I/Articulo%2011.pdf>
- Ucha, F. (2013). *Importancia de la Radio*. Obtenido de <https://www.importancia.org/radio.php>
- UNESCO. (2015). *UNESCO: Día Mundial de la Radio focaliza la importancia que sea hecha “Por jóvenes, para jóvenes*. Obtenido de <http://www.lr21.com.uy/mundo/1216356-unesco-dia-internacional-radio-2015>
- VozLocutores. (2016). *El Locutor Profesional*. Obtenido de <http://voxlocutores.com/el-locutor-profesional/>

ANEXOS

Anexo # 1 Encuesta

INSTRUCCIONES: Estimado profesional de la comunicación, le agradecemos por su gentil colaboración en esta investigación sobre: Locución radial y su influencia en el desarrollo profesional del comunicador social Caso radio Marejada y Son de Manta de la ciudad de Manta, marcar con una X la respuesta que considere más conveniente de acuerdo a la convergencia del tema.

Encuestador: Rossana Margarita Ortiz Panezo.

- 5) **¿Considera usted que locutores de radio deben tener un título profesional de periodista?**
a) Si ()
b) No ()
c) No es necesario ()
- 6) **¿Le agrada ser locutor?**
a) Si ()
b) No ()
- 7) **¿cuáles son las cualidades que debe tener un locutor?**
a) Un excelente tono de voz ()
b) Creatividad para interactuar con los oyentes ()
c) Desarrollar un estilo propio ()
d) Ninguna de las anteriores ()
- 8) **¿De qué manera influye el no tener un título de periodista profesional en un locutor?**
a) Mucho ()
b) Poco ()
c) Nada ()
- 9) **¿Cuál es el nivel profesional que tiene como locutor en la radio donde labora?**
a) Muy Alto ()
b) Alto ()
c) Medio ()
d) Bajo ()
e) Muy Bajo ()
- 10) **¿Cómo influye el periodismo radial en el desarrollo profesional como comunicador donde labora?**
a) Mucho ()
b) Poco ()
c) Nada ()
- 11) **¿Cómo periodista radial considera que La locución es una profesión que crece y se abre paso?**
a) Si ()
b) No ()
c) No sabe ()
- 12) **¿Conoce la responsabilidad y ética que el periodista debe tener?**
a) Si ()
b) No ()
c) No sabe ()

Anexo# 2

Fotos de las encuestas en Radio Marejada



Anexo# 3

Fotos de las encuestas en Radio Son de Manta

