



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN**

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO:

La importancia de un departamento de producción con recursos físicos y humanos para generar contenidos educativos, dirigidos a jóvenes de 16 a 18 años de edad, en las radios Alfa Radio y Onda Cero de la ciudad de Guayaquil, desde el 20 de octubre al 20 de diciembre de 2014.

AUTORAS:

Espín Velásquez, Erika Janina
Ruiz Quezada, Karla Melissa

**Trabajo de Titulación previo a la obtención
del Título de:
Licenciada en Comunicación Social**

TUTOR:

Mgs. Blanca Leticia Tinoco Cruz

**Guayaquil, Ecuador
2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación
Comunicación Social**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Espín Velásquez, Erika Janina; Ruiz Quezada, Karla Melissa** como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Licenciada en Ciencias de la Comunicación.**

TUTORA

Mgs. Blanca Leticia Tinoco Cruz

REVISOR(ES)

DIRECTOR DELA CARRERA

Mgs. Luna Mejía Efraín

Guayaquil, a los 19 del mes de marzo del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación
Comunicación Social**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, **Espín Velásquez, Erika Janina; Ruiz Quezada, Karla Melissa**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación **Espín Velásquez, Erika Janina; Ruiz Quezada, Karla Melissa** previa a la obtención del Título de **Licenciada en Ciencias de la Comunicación**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 19 del mes de marzo del año 2015

AUTORAS

Erika Janina Espín Velásquez

Karla Melissa Ruiz Quezada



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación
Comunicación Social**

AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Espín Velásquez, Erika Janina; Ruiz Quezada, Karla Melissa**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **La importancia de un departamento de producción con recursos físicos y humanos para generar contenidos educativos, dirigidos a jóvenes de 16 a 18 años de edad, en las radios Alfa Radio y Onda Cero de la ciudad de Guayaquil, desde el 20 de octubre al 20 de diciembre de 2014**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 19 del mes de marzo del año 2015

AUTORAS

Erika Janina Espín Velásquez

Karla Melissa Ruiz Quezada

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Católica Santiago de Guayaquil por el espacio de investigación. A los profesores que me permitieron llevar a cabo el trabajo de indagación. A la unidad de observación por el espacio permitido para el trabajo. Al tutor por guiarme durante el trabajo.

Espín Velásquez, Erika Janina

A mis profesores del jardín, de la escuela y colegio, por haberme ofrecido todos sus conocimientos, enseñanzas y consejos.

A todos mis profesores de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, por todo lo aprendido y ganado en estos años de carrera.

A la Magister Leticia Tinoco, directora de tesis, por su paciencia y convicción que me demostró en el asesoramiento de este estudio. Por ser un excelente catedrático le extiendo invaluable reconocimientos.

Gracias a todos los que me ayudaron directamente e indirectamente en la ejecución de esta tesis, porque sin ustedes no lo hubiera logrado.

Ruiz Quezada, Karla Melissa

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, al sacrificio de mis padres, y demás familiares, a cada persona que me ayudó y colaboró en las investigaciones para la producción del trabajo final, por la atención de mis profesores y a mis tutores que me acompañaron en el transcurso del proyecto de investigación.

Espín Velásquez, Erika Janina

Principalmente dedico mi trabajo a mi Dios Santísimo, por haberme dado todo lo que tengo, porque sin él todo sería imposible.

A mis padres, que me han regalado la educación y que con su amor infinito han logrado formarme, lo que me ha servido y me servirá para toda mi vida.

A mis abuelos, a mí tía Anita, a mis hermanos: María y Marcos y a toda mi familia en general, por el amor incondicional que me han ofrecido y por haber puesto la esperanza en mí, de que algún día alcanzaría mi meta.

A mi enamorado, por haberme acompañado en todos los momentos de mi tesis y por demostrarme cada día lo mucho que me ama.

Ruiz Quezada, Karla Melissa

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN
(Se colocan los espacios necesarios)

Mgs. Blanca Leticia Tinoco Cruz
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR

PROFESOR DELEGADO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación
Comunicación Social

CALIFICACIÓN

Mgs. Blanca Leticia Tinoco Cruz
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR

ÍNDICE GENERAL

Introducción.....	1
Capítulo 1. El Problema.....	3
1.1. Planteamiento del “hecho científico” o “situación problemática”.....	3
1.2. Formulación del problema de investigación.....	3
1.3. Justificación de la investigación.....	3
1.4. Marco institucional.....	6
1.5. Preguntas de investigación.....	7
1.6. Objetivos del proyecto.....	7
1.6.1. Objetivos General.....	7
1.6.2. Objetivos Específicos.....	8
Capítulo 2. Marco Teórico.....	9
2.1. Antecedentes.....	9
2.2. Comunicación.....	19
2.3. Comunicación educativa.....	22
2.4. Medios de comunicación y educación.....	26
2.5. La Radios y sus funciones.....	28
2.6. Departamento de producción.....	30
2.7. La Radio en Ecuador.....	33
2.8. Una radio como medio para la educación.....	36
2.9. Jóvenes consumidores de las radios.....	38
2.10. Marco Legal.....	42
Capítulo 3. Metodología.....	49
3.1 Tipo de investigación.....	49
3.2 Formulación de hipótesis.....	49
3.2.1 Definición conceptual de Variables.....	50
3.2.2 Definición Real de Variables.....	50
3.2.3. Definición Operacional de la Variable.....	51
3.3. Diseño del tipo de investigación.....	53
3.4. Población y Muestra.....	53
3.5. Método de Investigación.....	55
3.6. Técnicas de Investigación.....	55
3.7. Selección de Procedimientos para Elaboración, Procesamiento, y Análisis de la información.....	57
3.8. Cobertura y Localización.....	72
3.9. Actividades y Tareas.....	72

Capítulo 4. Resultados y Análisis.....	73
4.1. Resultados de entrevistas.....	73
4.2. Resultados de grupos focales.....	139
4.3. Resultados de la observación de campo.....	150
4.4. Comprobación de la hipótesis.....	154
Conclusiones.....	156
Recomendaciones.....	160
Bibliografía.....	162
Anexos.....	168-255

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Radios FM. en Guayaquil.....	14
Tabla 2. Radios FM. juvenil En Guayaquil.....	15
Tabla 3. Grilla de Programación Alfa Radio.....	16
Tabla 4. Programación de Radio Onda Cero.....	18
Tabla 5. Definición Operacional de la Variable.....	51-52
Tabla 6. Involucrados en la Radio Alfa Radio y Onda Cero.....	54
Tabla 7. Involucrados en la Radio Alfa Radio y Onda Cero.....	54

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Modelos Pedagógicos.....	24
Gráfico 2. Proceso De Comunicación.....	38
Gráfico 3. Qué le falta a la radio hoy, Historia y Comunicación Social.....	40

RESUMEN (ABSTRACT)

El presente trabajo de titulación, consiste en demostrar la importancia de un departamento de producción con recursos físicos y humanos para generar contenidos educativos, dirigidos a jóvenes de 16 a 18 años de edad, en las radios Alfa Radio y Onda Cero de la ciudad de Guayaquil.

Las radios seleccionadas son FM, sintonía del target jóvenes de 12 a 22 años de edad, de nivel socioeconómico alto, medio y bajo en la ciudad de Guayaquil.

Para poder fundamentar la necesidad de un departamento de producción realizamos entrevistas a los trabajadores de las radios escogidas (Gerentes, Locutores y Productores), a expertos en contenidos educativos y producción radiofónica, así como la observación de campo para comprobar la existencia de los recursos tanto físicos como humanos que cuentan dichas radios para la elaboración de contenidos educativos. Se realizó un grupo focal con jóvenes de 16 a 18 años para definir si existe el interés en consumir contenido educativo.

La metodología de la investigación, comienza como descriptiva y finaliza como correlacional.

Palabras Claves: Comunicación, Medios de Comunicación, Radio, Departamento de Producción, Producción de contenidos educativos, Jóvenes consumidores de las radios.

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación en general cumplen un papel fundamental en la sociedad. Su deber es informar y comunicar. La radio, por ser de mayor accesibilidad y tenencia al público, es el medio susceptible para fomentar la educación y la cultura.

La radio frente a otros medios de comunicación, tiene como cualidad la palabra hablada, es decir, captar sus mensajes no demanda saber leer. Además, alcanzan un gran número de personas al mismo tiempo.

Se establece como un medio asequible en el cual realizar una producción educativa cuesta menos que en otros medios de comunicación como la televisión. Indudablemente su costo-beneficio es más ventajoso y posible para tenerse en los hogares, ubicándola como un espacio alternativo para la educación.

Es un medio que puede llegar a los sectores más apartados y rurales, zonas donde se exterioriza la mayor cantidad de analfabetos. Situándose en los lugares más desprovistos y necesitados de la educación que puede aportar ante las urgentes necesidades de las masas populares.

Todos estos provechos hacen de la radio, el medio ideal para generar contenidos educativos que beneficien a los jóvenes de 16 a 18 años de edad.

Los programas educativos son especulados generalmente como aburridos y que no obtienen la captación del público. La finalidad es que las radios ejecuten contenidos educativos, capaz de conseguir la atención y el interés del receptor. Para lograrlo, es indispensable la presencia de un departamento de producción que cuente con recursos tanto físicos como humanos que puedan responder a la pedagogía educativa que los adolescentes ameritan.

Cabe recalcar, que el ser humano no solamente se educa en el proceso escolar, sino que la educación es un dinamismo consistente que engloba toda clase de condiciones y estímulos. Incluyendo de esa forma a los conocimientos formales y los informales, estos últimos absorbidos del medio ambiente, del contexto familiar y social, de los medios masivos de comunicación como la radio.

El autor Carlos Camacho cita a Mario Kaplún, en el *artículo Investigar lo popular hoy ¿Qué es? Miradas ciudadanas desde las radios populares para entender* dice que la:

Educación radiofónica será entendida en un sentido amplio: no solo las emisiones especializadas que imparten alfabetización y difusión de conocimientos elementales (...), sino también todas aquellas que procuran la transmisión de valores, la promoción humana, el desarrollo integral del hombre y la comunidad; las que se proponen elevar el nivel de conciencia, estimular la reflexión y convertir a cada hombre en agente activo de la transformación de su medio natural, económico y social. (Camacho cita a Kaplún, 2012: 7).

CAPÍTULO 1. EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del “hecho científico” o “situación problemática”

La importancia de un departamento de producción con los recursos tanto físicos como humanos para generar contenidos educativos, dirigidos a jóvenes de 16 a 18 años de edad.

Para la investigación se ha seleccionado las radios Alfa Radio y Onda Cero de la ciudad de Guayaquil.

1.2. Formulación del problema de investigación

¿Cómo afecta un departamento de producción con limitados recursos físicos y humanos en la realización de contenidos radiales educativos, dirigidos a jóvenes de 16 a 18 años de edad, en las radios Alfa Radio y Onda Cero de la ciudad de Guayaquil, desde el 20 de octubre al 20 de diciembre de 2014?

1.3. Justificación de la investigación

A.- La radio es un elemento principal para informar, entretener y especialmente educar a la sociedad en general. Al percibir la necesidad que se transmitan contenidos educativos radiales que sean dirigidos a los jóvenes de 16 a 18 años de edad, se toma en cuenta la importancia de que el departamento de producción cuente con los suficientes recursos físicos y humanos.

Sin embargo, los contenidos educativos que sean difundidos por las radios requieren una argumentación que pueda contribuir a la formación, es decir, se debe producir un material educativo bajo los parámetros que amerite.

En el Ecuador, la producción radial es considerada por los expertos como de mala calidad, por la carencia de dinamismo y profesionalismo al ser elaborada. La falta de producción radial ha sido uno de los factores que ha influenciado en qué el contenido que escuchamos no tenga en lo absoluto una calidad educativa. En nuestro país hay radios que carecen de todos los recursos tanto físicos como humanos que necesita un departamento de producción, el cual ayudaría a que los contenidos que se transmiten en este medio de comunicación sean más provechosos y beneficiosos para la educación del público en general, en especial en los jóvenes de 16 a 18 años de edad, que se encuentran en un período de desarrollo social y formativo.

Incursionar en la radio como medio educativo permite a los jóvenes aprender desde su propio contexto, el cual está lleno de la palabra hablada, ya no de tantas letras, como de sonidos e imágenes dentro de su mundo audiovisual, y construir tejidos comunicativos que faciliten la comunicación entre una generación y otra.

Es importante comprender que la radio al igual que los otros medios de comunicación tiene responsabilidad en el contexto social y que la clave está en saber orientar su enorme influencia para el provecho de la comunidad, el colegio, la familia y la sociedad en general.

La formación en medios de comunicación educa no de manera formal, pero sí a través de un trabajo de comunicación que aumenta los conocimientos, fomenta los valores, las actitudes y prácticas para mejorar las condiciones de vida de una comunidad.

La mala calidad de producción radial se debe a que las tareas de producción y grabación de anuncios, promociones, mensajes de servicio público y contenidos en general se acaban asumiendo desde varios departamentos a la vez y con un mismo e insuficiente cantidad de personal. En las grandes emisoras si se dispone de un departamento de producción con los equipos necesarios y el personal indicado para producir contenido radiofónico.

Cabe recalcar y cuestionar el papel que ha venido desarrollando la radio para aportar en el desarrollo, aceptación y conocimiento de este tipo de contenidos educativos en los jóvenes. También es debatible la participación y el compromiso que los medios han desarrollado en este ámbito para el aporte pedagógico.

Es por ello, que se cree que existe la necesidad de demostrar la importancia de la existencia de un departamento de producción tanto física como humana en las radios para generar o mejorar los contenidos transmitidos, en especial los educativos y ponerlo en consideración en el funcionamiento de la misma, con el fin de contribuir en la educación de su público objetivo.

Entre las radios del Ecuador se escogieron a las radios Alfa Radio y Onda Cero de la ciudad de Guayaquil, por categorizarse como radios juveniles, teniendo como público objetivo jóvenes de 16 a 18 años de edad. Ubicadas con un mejor rating dentro la audiencia juvenil, la radio Alfa Radio en el 3er lugar como una de las más escuchadas y Onda Cero en el puesto 18, de 46 emisoras ordenadas por radioyentes de edades de entre 12 a 24 años de edad (Estudio realizado por la empresa de medición de rating Mercados & Proyectos)

B.- Líneas de investigación.- La carrera de Comunicación Social, busca definir compendios que admitan a los estudiantes instituir procesos de investigación a partir de diversos lineamientos de la comunicación. La Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, es una institución educativa que busca ser la guía en la orientación de la acción investigativa con las preferencias constituidas en los dominios de la exploración teniendo como finalidad buscar respuestas a los requerimientos de la sociedad para el desarrollo del país.

1.4. Marco institucional

Se acentuó este proyecto de investigación en: *Educación en convergencia de medios*, líneas de la Carrera de Comunicación Social, en consonancia las del Sistema de Investigación y desarrollo y del Plan Nacional de Desarrollo.

Los medios de comunicación tienen la responsabilidad de educar por medio de sus contenidos. En esta investigación se requiere demostrar la importancia de un departamento de producción con recursos físicos y humanos para generar contenidos educativos en las radios.

1.5. Preguntas de investigación

- ✓ ¿Cuáles son los recursos físicos y humanos con los que cuenta el departamento de producción en las emisoras Alfa Radio y Onda Cero?
- ✓ ¿Cuál es el estado de producción radial educativa en las emisoras Alfa Radio y Onda Cero?
- ✓ ¿Cuál es la preparación en cuanto a producción radial educativa, que tiene el personal de las emisoras Alfa Radio y Onda Cero?
- ✓ ¿Qué métodos de investigación emplean para producir los contenidos actuales?
- ✓ ¿Cómo incide la presencia de los recursos físicos y humanos en el departamento de producción radial para generar contenidos educativos?
- ✓ ¿Cuáles son los principales intereses que tienen los jóvenes de 16 a 18 años, en cuanto a contenidos educativos generados en las radios Alfa Radio y Onda Cero?

1.6. Objetivos del proyecto

1.6.1. Objetivo General

Comprobar la afectación de un departamento de producción con limitados recursos físicos y humanos en la generación de contenidos radiales educativos, dirigidos a jóvenes de 16 a 18 años de edad, en las radios Alfa Radio y Onda Cero de la ciudad de Guayaquil, realizando una investigación de campo, entrevistas en las emisoras involucradas, expertos en el área y un grupo focal con sus audiencias, para establecer la importancia y el grado de producción de contenidos educativos.

1.6.2. Objetivos Específicos

- ✓ Examinar la existencia de un departamento de producción en las radios Alfa Radio y Onda Cero de la ciudad de Guayaquil, revisando el organigrama y realizando una observación de campo, para evidenciar el funcionamiento de este recurso tanto físico como humano.
- ✓ Determinar la importancia de la existencia de un departamento de producción con los recursos físicos y humanos en la generación de contenidos educativos, en las radios Alfa Radio y Onda Cero de la ciudad de Guayaquil, entrevistando a los gerentes, directores, productores, expertos y locutores de ambas estaciones, para demostrar las falencias que tienen en dicho departamento.
- ✓ Diagnosticar las necesidades de los radioescuchas de ambas estaciones, mediante un grupo focal constituido por jóvenes, de entre 16 y 18 años de edad, para identificar si existe interés en consumir contenido educativo en estas emisoras.
- ✓ Identificar la producción en cuanto a contenido educativo para jóvenes de 16 a 18 años, que realizan las radios Alfa Súper Estéreo y Onda Cero de la ciudad de Guayaquil.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

Tema

La importancia de un departamento de producción con recursos físicos y humanos para generar contenidos educativos, dirigidos a jóvenes de 16 a 18 años de edad, en las radios Alfa Radio y Onda Cero de la ciudad de Guayaquil, desde el 20 de octubre al 20 de diciembre de 2014.

2.1. Antecedentes

Los medios de comunicación son requeridos en la colectividad para comunicar e informar a la sociedad. Rutinariamente, las personas y las colectividades consumen el material informativo que relata, revela y analiza datos y sucesos políticos, sociales, culturales, económicos y educativos, ya sea a nivel local como en el entorno global.

Los medios de comunicación por ser influyentes y por tener una gran allegada al público, exigen un mayor grado de atención de parte de los sujetos que laboran en el mundo del periodismo.

Los medios son una fuente de información que incluso puede llegar a modificar los hábitos de quienes los observan. Por eso, es indispensable abordar la historia de la radio por su accesibilidad y alcance al radioescucha.

- **Historia de la radio**

Es complicado adjudicar la creación de la radio a un solo personaje, pues su descubrimiento es resultado de años de investigación y de valiosos aportes de varios científicos que se percataron de la necesidad del hombre por comunicarse a largas distancias.

Los antecedentes más remotos podrían situarse en 1875, cuando Graham Bell propicia el nacimiento de la telefonía. Este inventor consiguió que los sonidos pudieran propagarse a través de un cable. A continuación, los científicos británicos James Clerk Maxwell y Rudolf Hertz desarrollaron las ondas electromagnéticas, que permiten que el sonido viaje por el aire y se trasladen desde una fuente emisora, hasta una base receptora. Maxwell, por su parte, desarrolló la teoría de las ondas electromagnéticas en 1873 y Hertz desarrolló las ondas de radio, que en su honor se denominarían ondas hertzianas y obtuvo cruciales avances en el estudio de la velocidad de la luz en 1888.

En 1896 el ruso Alexander Popov consiguió, por medio de una antena constituida por hilo metálico, la mejor forma para enviar y captar las ondas.

Posteriormente, Guillermo Marconi logra en 1894 un transmisor-receptor de ondas electromagnéticas para telegrafía sin hilos o radiotelegrafía. Este último, logró en 1901 enviar señales de una orilla a otra del Atlántico.

De lo que no cabe duda es que, aunque la radio al principio fue perfilada para poder comunicarse desde lugares lejanos, en su desarrollo ha conseguido más de lo esperado, convirtiéndose en un artefacto de vital importancia para la sociedad y que repercutió de manera directa en la cotidianidad de las personas.

En el artículo *Interpretaciones y transformaciones tecnológicas en los procesos de globalización*, encontrado en la página Scielo, Edgar Vieira cita a Fazio, que afirma que:

Fue en el último tercio del siglo XIX cuando apareció una serie de objetos sin los cuales sería difícil imaginar las sociedades del siglo XIX: el motor de combustión interna, la radio, el teléfono, el gramófono, la lámpara eléctrica, la bicicleta, la máquina de escribir, las fibras sintéticas y ramas industriales que convulsionarían la historia en las décadas siguientes, como la microbiología, la bioquímica, la física subatómica y la bacteriología. (Vieira, 2011: 3).

Su uso en un principio fue dispuesto como una poderosa arma de beligerancia en las grandes y sangrientas guerras de la historia. "Sin el altavoz, nunca habríamos conquistado Alemania", señala Adolf Hitler en el Manual de Radio Alemana. Durante su mandato, el altavoz de las radios domésticas alemanas ocupó casi todo en frente del aparato en una clara señal del desequilibrio dictatorial entre emisión y selección. Asimismo ocurrió en la Guerra Civil Española, donde se dio la ocultación y utilización de emisoras de radio por parte de los partidarios del bando sublevado y también la escucha clandestina de emisoras prohibidas.

La radio también fue un recurso de gran utilidad para los ejércitos, las compañías comerciales y los transportes ferroviario y naval. Un ejemplo de ello es el famoso naufragio del transatlántico Titanic en 1912; en él se evidenció la eficacia de la radiotelegrafía, puesto que la noticia se propagó a través de las ondas de radio que los barcos en altamar emitían y recibían.

Fazio sintetiza la valiosa aportación que hizo la invención de la radio en el área de las telecomunicaciones, reduciendo a un mínimo el espacio de tiempo del envío y la recepción del mensaje; un logro imprescindible para el avance de una sociedad que necesita la comunicación para su desarrollo.

La radio no solo permite que la información sea transmitida, sino es un medio fundamental para el desarrollo de la educación y el entretenimiento, puesto que contribuyó a transformar la vida familiar convirtiéndose en un pequeño teatro en la sala de los hogares; esto permitió a la ciudadanía asistir, a través de ella, a los grandes eventos que tenían lugar en la ciudad.

Sarlo manifiesta que:

Como innovación realiza fantasías que no son sólo tecnológicas: la comunicación inalámbrica a distancia, la captación de ondas invisibles, la manipulación de la recepción sobre todo en los aparatos a galena, la presencia de la voz y la música sin cuerpo, que remite a la desmaterialización y al tránsito de una cultura basada en la visión no mediada a una cultura sostenida sobre la mediación. (Sarlo, 2004: 16-17).

El fenómeno conocido como “la locura de la radio” inicialmente vivido en Estados Unidos e Inglaterra, pero que rápidamente se esparció por el mundo, impulsó la experimentación casera de artefactos para la emisión y la recepción de señales sonoras, a la vez que le daba popularidad entre diferentes grupos de aficionados.

Así, poco a poco la radiodifusión se convirtió en un nuevo género cultural en sentido estricto porque permitía la conformación de espacios de intercambio de experiencias e interacción para las relaciones entre las prácticas culturales y la masificación mediática.

En Argentina se implementó dos radios que transmitían de forma regular en 1923; éstas eran Radio Colón y Radio Sudamérica que operaban en la ciudad de Buenos Aires.

El mismo año en Brasil, se transmitió el primer programa desde el Corcovado. Posteriormente, en 1924 se realizó la instalación de la estación Praia Vermelha patrocinada por el Radio Club do Brasil.

En 1921 se realizan en México varias transmisiones de prueba en una estación que a continuación se conocería como XEN. En junio de 1925 se inaugura la radio OAX en Perú y en 1928 se emitían programas de gran calidad desde la Radio Oriental en Uruguay.

En Ecuador, el nacimiento de la radio se dio de forma primitiva debido al escaso avance científico y tecnológico de la época. Fue precisamente la curiosidad de los radioaficionados lo que produjo que en junio de 1929 “Los Cordovez”, iniciaran las transmisiones por ondas hertzianas.

El mismo año, aparece la primera emisora del Estado llamada HC1DR, que en 1932, se convertiría en HCK.

En 1935 Aurelio Gómez Jurado funda La voz de Imbabura, en la ciudad de Ibarra. Un año después Radio Bolívar es inaugurada en Quito. En el año de 1938 la comunicación telegráfica mejora considerablemente por la creación de la Radio Nariz del Diablo que estaba relacionada con la empresa Estatal de Ferrocarriles

Así fue como la radiodifusión en el Ecuador experimentó un rápido crecimiento, sobre todo en las emisoras de Frecuencia Modulada. Ya en 1940 la radio se había convertido en un medio importante que además de informar, entretenía al difundir historias creadas y dramatizadas en la propia estación por talentos nacionales.

Las audiencias tenían la capacidad de informarse con inmediatez, escuchar música, radionovelas, etc. sin que esto les impida desarrollar sus actividades normalmente.

- **La radio en el Ecuador**

Según una investigación de la *Corporación Centro de Investigación de la Comunicación del Ecuador*, CIDCCE, “hasta el año 2010 existían en el Ecuador, 1196 radioemisoras de carácter comercial: 882 FM (frecuencia modulada) 314 AM (amplitud modulada)”. (CIDCCE)

- **En Guayaquil**

La ciudad de Guayaquil posee una amplia gama de radiofusasoras. Para la investigación se ha seleccionado a las radios Alfa Radio y Onda Cero de la ciudad de Guayaquil.

DIALES

RADIOS DE FRECUENCIA MODULA EN GUAYAQUIL		
María - 88.1	Platinum FM - 94.5	RTU - 101.7
Galaxia - 88.50	La Otra - 94.9	La Estación - 101.3
Diblu - 88.90	Cupido - 95.3	RTU - 101.7
City - 89.3	Metro - 95.70	WQ - 102.1
Punto Rojo - 89.7	Onda Cero - 96.1	Hcjb2 la conexión - 102.5
Radio Colon - 92.9	Tropicana - 96.5	FLUX - 102.9
Romance - 90.1	Más Candela - 96.9	Joya Stereo- 103.3
Canela - 90.50	Nuevo Tiempo - 97.3	Sonorama - 103.7
Radio Mix - 90.9	Centro - 97.7	Alfa Radio - 104.1
Tropicálida - 91.3	Morena - 98.1	RQP - 104.5
Antena 3 - 91.7	JC La Bruja - 98.5	11Q - 104.9
Estrella - 92.1	i99 - 98.9	Radio Publica del Ecuador - 105.3
Forever Music - 92.5	Sabor Mix - 99.3	Fabu - 105.7
Armónica - 92.9	Elite - 99.7	BBN Radio - 106.1
América - 93.3	La Prensa - 100.1	Fuego - 106.5
Radio Líder - 93.9	R.S.N. (La Radio Somos Nosotros) - 100.5	Rumba - 107.3
Disney - 93.7	Asamblea Nacional - 100.9	San Francisco 107.7
Onda Positiva - 94.1	Radio Centro - 101.3	

Tabla 1. Radios FM en Guayaquil. Autoría Propia (2015).

A continuación, el listado de las radios de frecuencia modulada (F.M.) de género musical, cuyo grupo objetivo es el público juvenil, de las cuales se ha seleccionado a dos de ellas: Alfa Radio y Onda Cero.

RADIOS JUVENILES EN GUAYAQUIL
Punto Rojo - 89.7
Radio Mix - 90.9
Armónica - 92.9
Disney - 93.7
Metro - 95.70
Onda Cero - 96.1
Tropicana - 96.5
JC La Bruja - 98.5
i99 - 98.9
WQ - 102.1
Joya Stereo- 103.3
Alfa Radio - 104.1
Fabu - 105.7

Tabla 2. Radios FM juvenil en Guayaquil. Autoría Propia (2015).

Radio Alfa Radio (104.1)

Inició en 1996, con música latina pop; su fundador es el señor Alejandro Aguilar. Tiene un alcance nacional, es decir, llega a ciudades del país como Quito, Guayaquil, Cuenca y Portoviejo-Manta.

Tiene 17 años y desde sus inicios se enfocó en ser una radio juvenil, con contenido de entretenimiento.

Desde el 2012 la radio se especializó en el género electrónico.

GRILLA DE PROGRAMACIÓN ALFA RADIO						
HORARIO	LUNES a JUEVES	VIERNES	HORARIO	SÁBADO	HORARIO	DOMINGO
06h00-09H00	Good Moornig Ecuador Nestor Mendez	Good Moornig Ecuador Nestor Mendez	06h00-09H00	Alfaweekend	06h00-09H00	Alfaweekend
			10h00-11H00	JuicyLand Juicy-M	10h00-12H00	A State of Trance Armin Van Buuren
			11h00-12H00	Alfaweekend		
09h00-12H00	Prime Time Gerardo Díaz	Prime Time Gerardo Díaz	12h00-14H00	Tiesto presents "Club Life" Tiesto	12h00-13H00	Alfaweekend
12h00-15H00	Para La Oreja Mafer Freire/Gerardo Díaz	Para La Oreja Mafer Freire/Gerardo Díaz	14h00-15H00	Alfaweekend	14h00-15H00	Alfaweekend
15h00-18H00	Alfashow Carol Brunes	Alfashow (Top 20) Carol Brunes	15h00-16H00 programa alternado por semana	From the House Radio (DANNIC)	15h00-16H00	Sunday party DiscoRocks
18h00-18h30				Combate Radio		
18h30-21h00	Alfamanía Nestor Mendez/Carol Brunes	Alfamanía Nestor Mendez/Carol Brunes	16h00-17h00	Alfaweekend	16 h00 - 17h00	Alfaweekend
		Hardwell on Air (19h00-20h00) Hardwell	17 h00 - 18h00	Protocolo radio Nicky Romero	17 h00 - 19h00	Global Radio Carl Cox
21h00-00H00	La noche A Mafer Freire	Alfamix Fernando Heredia/Hector Brocell	18h00-00H00	Alfamix Fernando Heredia/Hector Brocell	19h00-00H00	Alfaweekend
00H00-06H00	MUSICA CONTINUA					

Tabla 3. Grilla de programación Alfa Radio. Fuente: Alfa Radio (2015).

Radio Onda Cero (96.1)

La radio Onda Cero fue fundada en la ciudad de Guayaquil, el 15 de Agosto de 1996, por el señor Antonio Parras Quil.

El 24 de octubre del año 2000, logra una cobertura nacional. Por cuestiones administrativas, el departamento de producción se traslada a la ciudad de Quito. Sin embargo, las instalaciones de la radio funcionan en la ciudad de Guayaquil. Onda cero es una radio juvenil. Su público objetivo desde sus inicios hasta la actualidad son los jóvenes de 12 a 18 años de edad. Su target es popular, medio y alto. La radio se ha caracterizado por ser musical y de entretenimiento.

No existen escritos que recojan su historia en detalle. Según los representantes de la radio, no tienen misión ni visión.

PROGRAMA	DESCRIPCIÓN	HORARIO	PERIODO
Agarra la Onda	El desayuno musical más energético onda, junto a Betty Recalde , que trae la más diversa información del mundo y del arte mezclados con frescura y espontaneidad de la buena música que está en boga.	06h00 a 10h00	Lunes a Viernes
Planeta Cero	Aquí sientes que la adrenalina está a tope. Un ritmo frenético; lo actual y lo alternativo se mezclan para complacerte. Concursos y locos segmentos para entregarte energía y diversión bajo la conducción espectacular de G. Castro .	10h00 a 14h00	Lunes a Viernes
Hasta las pata	Atrapa tus sentidos con su informalidad y alegría desbordante. El Pop, los éxitos de moda, las noticias y los chismes te han sentir diferente, los más locos e interesantes concursos y segmentos. Te hacen sentir ¡Hasta las Patas! Con la energía desbordante de Rony Cachorro	14h00 a 18h00	Lunes a Viernes
Con las pilas puestas	El punto de encuentro con los más grandes artistas de la actualidad. Programa interactivo con el público y los éxitos, solo éxitos en boga. Conduce Adrian Castro	18h00 a 22h00 (L) 18h00 a 21h00 (M-X), 18h00 - 21h00 (J) 18h00 a 21h00 (V)	Lunes a Viernes
Onda Mix	Las mejores mezclas en vivo para preparar y armar la farra como solo Onda Cero sabe hacerlo con la música que está en boga sintonizando con todos los jóvenes que están listos a pasar un fin de semana con toda la energía juvenil que te atrapa!!!! Con el Dj Adrian Castro .	21H00 A 22H00 (J) 21H00 A 23H00 (V) 18h00 a 23h00 (S)	Jueves a Sábados
Heineken World Chart Show	El equipo "The World Chart Show" Te trae las mejores canciones del planeta, sigue de cerca el mundo de la música actual, los escenarios del entretenimiento, noticias de última hora, jugosos chismes y más...	21h00 A 22h00	Lunes y Martes
Onda Weekend	El espacio más entretenido y loco en donde harás amigos escuchas lo último de lo último, la música los artistas en el fin de semana con Rony Cachorro , con quien vas a vivir al máximo. Alegramos tu fin de semana con excelente música, farándula para un fin de semana espectacular.	10h00 a 14h00	Sábado
Onda Nitro	El espacio de la radio donde alegramos tú mañana y tarde con excelente música, proyección de éxitos y las mejores canciones a nivel nacional e internacional.	10h00 a 14h00	Domingo

Tabla 4. Programación de Radio Onda Cero. Fuente: Onda Cero (2015).

Campo de Investigación

- ✓ Medios de Comunicación
- ✓ Comunicación Educativa
- ✓ Radio
- ✓ Departamento de Producción
- ✓ Contenido educativo

2.2. Comunicación

La comunicación es sustancial para la vida de los seres humanos ya que no podrían subsistir sin participar del proceso comunicativo que se concibe a cada momento. Es fundamental para llegar a un acuerdo entre individuos y poder producir ideas, opiniones, comentarios y todo aquello que construye el lenguaje.

Armand Mattelard en su libro *La invención de la comunicación*, explica que:

La comunicación se tomará aquí en un sentido más amplio, que engloba los múltiples circuitos de intercambio y circulación de bienes, personas y mensajes. Esta definición abarca, a la vez, las de intercambio simbólico, tales como las exposiciones universales, la alta cultura, la religión, la lengua y, por supuesto, los medios. (Mattelard, 1995:11).

La comunicación inicia a partir de que el emisor se encarga de enviar un mensaje al receptor haciendo uso de la retroalimentación y si este responde a esta intención, se da un proceso comunicativo. En el proceso comunicativo, el diálogo es encabezado por el emisor en un acto de interacción y enviado hacia el receptor a través del medio. La comunicación optimiza al ser vivo; su generosidad permite las relaciones con cualquier clase de individuo sin importar la ideología o creencia que este posea.

Para Habermas, la acción comunicativa tiene que ver con una determinada concepción de lenguaje y entendimiento: “el concepto de acción comunicativa desarrolla la intuición de que al lenguaje le es inmanente el telos del entendimiento”. (Habermas, 1999: 79).

El autor señala que los asuntos de acepción no pueden alejarse del todo de las expresiones de validez. Indica que lo primordial de la teoría del significado es entender qué es lo que se quiere decir o cómo comprender una expresión lingüística y en cuáles contextos esa palabra es concebida como permitida. Esto es importante en la utilización de una expresión lingüística en términos de su aplicación. En los pronunciamientos lingüísticos existe una guía de validez, la cual corresponde a las situaciones pragmáticas, no sólo a la comprensión, sino al propio entendimiento del lenguaje, que está profundamente acoplado con la dimensión del significado y la dimensión de la validez.

Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor destinado, pero el receptor no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo del emisor para que la comunicación se realice.

Según Martín Satz Tol, afirma que:

La comunicación es un fenómeno de carácter social que comprende todos los actos mediante los cuales los seres vivos se comunican (...). La comunicación inicia con el surgimiento de la vida en nuestro planeta y su desarrollo ha sido simultáneo al progreso de la humanidad. Se manifestó primero a través de un lenguaje no verbal. (Satz, 2009: 8).

En palabras de Satz, la comunicación insoslayablemente es la plataforma de todo acto que implique la participación de individuos; es el primer proceso que permite captar y conocer las complejas variables de los seres humanos. La comunicación no verbal se da antes de la evolución del lenguaje, nace con los indicios del ser humano, la necesidad del hombre de transmitir algo, ya sea por un lenguaje corporal, lenguaje visual y paralenguaje.

En el libro *Teorías de la Comunicación Humana* de tres estudiosos se expone que [...] “la imposibilidad de no comunicarse es un fenómeno de interés no sólo teórico (...) puesto que incluso el sinsentido, el silencio, el retraimiento, la inmovilidad (silencio postural) o cualquier otra forma de negación constituye en sí mismo una comunicación”. (Watzlawick, 1985: 51).

Es inadmisibile no estar inmerso en un proceso de comunicación, pues se efectúa durante todo el día, año, década, siglo, etc. Aunque un individuo niegue que en una situación concreta no esté realizando el acto comunicativo, sigue comunicándose, porque hasta la negación es comunicación. Es así como plantean los teóricos a la comunicación.

Consideramos que el individuo no deja de comunicar pero si llega a limitar la comunicación cuando ha llegado a la invariabilidad, porque si el ser humano muere, su cuerpo físico queda inmóvil y su comunicación se monopoliza en un solo acto.

Entonces la comunicación es la causa mediante la cual se puede transferir información de un sujeto a otro. Los métodos de comunicación son interacciones operadas por símbolos entre al menos dos personas que defieren un mismo ramillete de códigos y poseen iguales reglas semióticas anteriormente pactadas. En el comienzo de la existencia del ser humano la comunicación se produjo de forma no verbal, por lo que el individuo se comunica en todo momento ya sea con o sin intención.

2. 3. Comunicación Educativa

La comunicación es una ciencia social que está ligada a diferentes disciplinas, de las cuales la educación es fundamental, puesto que se necesita de un previo conocimiento para acceder a una información.

Mario Kaplún al referirse sobre *¿Qué es un material (o un mensaje) educativo?* dice que:

Retomamos aquí un aspecto específico de un trabajo anterior, desarrollándolo de modo mucho más amplio. Precisamente por eso conviene resumir algunas ideas centrales de aquel trabajo, de modo de comprender mejor el sentido de lo que aquí diremos. Entendemos por material educativo un objeto que facilita una experiencia de aprendizaje. O, si se prefiere, una experiencia mediada para el aprendizaje. Esta definición aparentemente simple tiene varias consecuencias. La que nos importa aquí es que un material educativo no es solamente un objeto (texto, multimedia, audiovisual o cualquier otro) que proporciona información sino que, en un contexto determinado, facilita o apoya el desarrollo de una experiencia de aprendizaje. Es decir: una experiencia de cambio y enriquecimiento en algún sentido: conceptual o perceptivo, axiológico o afectivo, de habilidades o actitudes, etc. (Kaplún, 1998: 1).

Es necesario mencionar la comunicación educativa como proceso interaccional y que también requiere referentes esenciales como a priori (no depende de la experiencia) ya posteriori (depende de la experiencia, hecho); estos conocimientos ayudarán a tener un mejor entendimiento.

Mario Kaplún al hablar de comunicación educativa menciona que:

Estamos siempre buscando, de una y otra manera, un resultado formativo (...) ya que expresamos mensajes que nos permiten decodificar para llegar a una discusión de información, y así entender (...) que cada tipo de educación corresponde una determinada concepción y una determinada práctica de la comunicación. (Kaplún, 1998: 17).

Para llegar a un resultado se debería tener una base de conocimiento que se lo adquiere en la educación y con la práctica; la comunicación mejora para poder expresarse con fluidez; esto determina que la experiencia debe estar sujeta a un concepto, el cual muchas veces está ligado a modelos pedagógicos para ejercicios específicos, y para Díaz Bordenavese los puede agrupar de la siguiente manera:

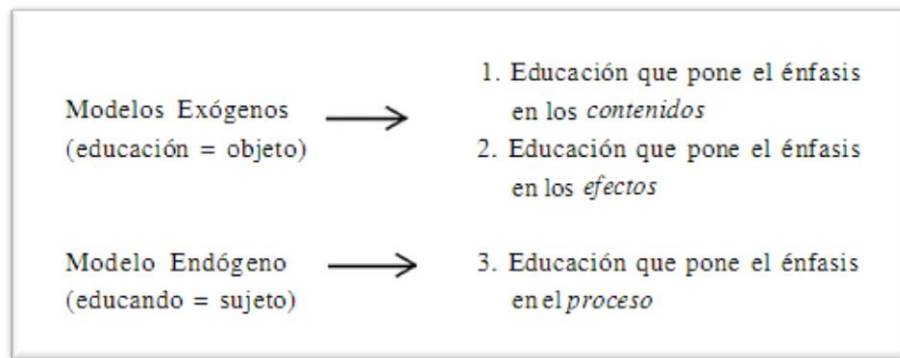


Gráfico 1. Modelos pedagógicos, (Díaz citado por Kaplún, 1998, 18).

Cada modelo está entrelazado uno con otro pero con distintos propósitos. El modelo Exógeno tiene como finalidad enfatizarse primero en los contenidos que adquiere por parte de alguien externo y segundo en los efectos, que habla sobre los cambios que generan en el destinatario con un objetivo antes establecido, es decir, un objeto que se percibe será el estímulo para el estudio. Mientras que el modelo Endógeno resalta al proceso como una “transformación” que irá educando al sujeto como ente particular.

Es necesario que se tenga un previo conocimiento puesto que no todo lo percibido es conocido, y se necesita del uso de la razón (verdades) que determine una información.

Al instruir a otro individuo es necesario primero conocer lo que se impartirá, tener un estudio previo, para que el proceso comunicacional y a su vez educativo, este filtrada al momento de dar dicha información. Se puede determinar que en el estudio también se podrá delimitar las ideas establecidas.

En la lógica de la acción en gestión, José Serlin recalca que debe existir [...] “una transacción construida socialmente toma la forma de una realidad objetiva especificada y externa, donde las partes de la transacción juegan roles” (Serlin, 2011: 45).

Como ya se ha mencionado antes, la interacción de la comunicación debe ser participativa; esto quiere decir, que un individuo al recibir una información (verbal o no verbal) va a transmitir un significado, para que luego sea decodificado; con ello las interacciones de los sujetos se decodifican por medio de los roles que cada uno representa.

Se puede evidenciar que en una comunicación educativa se transmiten conocimientos, debido al estudio previo de un objeto y que el mensaje pasa por los medios de comunicación tradicional o tecnológicos.

El conocimiento no debe ser circular, lo óptimo es avanzar para que no sea solamente superficial debido que [...] “todo individuo debe tener la posibilidad de aprender durante toda su vida”. (Faure, citado por Requejo, 2009: 67).

En la cita de Requejo recalca que para Faure la educación debe ser permanente y no estática, como lo menciona en su libro Aprender a ser. Los seres humanos están en constante evolución y por ello sus conocimientos se van incrementando a través del tiempo, partiendo desde una educación inicial hasta llegar a una superior. Es por eso que esta información dada debe reforzarse para que llegue a concretarse con un conocimiento crítico y así poder elegir e interpretar el mensaje como verdadero según sus referentes.

Según el artículo *Experiencia educativa de la radio en América Latina* de la página Scielo, existen tres tipos de contenidos educativos:

1) Contenidos educativos formales: típicos de las llamadas Escuelas Radiofónicas que en los años 60 y 70 se extendieron por varios países de América Latina como Guatemala, Costa Rica, República Dominicana, Venezuela, Ecuador y Bolivia. En este tipo de estrategias, los programas educativos formales incluyen contenidos pedagógicos, se ubican dentro de las normas establecidas por el estado y generalmente son reforzados con materiales impresos y el monitoreo presencial de maestros correctores. Brindan una segunda oportunidad a las personas adultas que no terminaron la escuela durante su juventud y por medio de exámenes formales les posibilitan recibir diplomas oficialmente reconocidos que les permiten continuar estudios dentro del país.

2) Contenidos educativos no-formales: las radiodifusoras ofrecen actividades educativas organizadas y sistemáticas, pero que no están incluidas en el sistema escolar formal. Temas sobre salud, técnicas agrícolas, de cría de animales y otros, son tratados en los espacios que transmiten las emisoras en su programación regular.

3) Contenidos educativos informales: sin organización especial, las emisoras en sus programas incluyen contenidos y enfoques que provocan en los oyentes la adquisición de conocimientos, aptitudes y actitudes. Son espacios radiofónicos con contenidos muy relacionados con las organizaciones comunitarias y la cultura popular. (Prieto; Durante; Ramos, 2008: s.n.).

Para una comunicación educativa es necesario un conocimiento establecido y no solo basarse en la experiencia, puesto que el objeto de estudio debe pasar por una investigación para poder ser impartida y así construir una interacción crítica, compartiendo los potenciales que cada individuo desarrolla.

2.4. Medios de comunicación y Educación

Los medios de comunicación han estado siempre en la línea de representación de información para los consumidores. Los medios entregan una agenda de información para quien lo recepte pueda elegir su mejor opción.

Lo que se transmite en los medios debería ser estructurado en una visión también educativa, puesto que estos tienen el poder de influir en el receptor. El avance educativo en cuanto a sus materiales didácticos ha estado a la espera de la evolución de los medios y sus maneras de reproducir información.

Los medios de comunicación asienta una agenda de información en donde se producen significados para quienes lo consumen, generando así una variedad de contenidos para que los consumidores puedan tener una información crítica, ya que [...] “el receptor no es un creador puro, pero tampoco el emisor es omnipotente” (García Canclini, Sunkel, 2006: 92).

Al momento de producir contenidos el receptor ya está con informaciones necesarias y el medio, es decir el emisor, no será su único intermediario de transmitir dicho discurso.

En el libro Aspectos críticos de una reforma educativa, de los autores Villar y Cabero, hacen referencia a los Mass-media, los cuales han estado sumergidos en la producción de significados y esto se ha copado por las múltiples informaciones que se dan y la agenda que establecen para el receptor. Los autores antes mencionados citan a Martínez quien dice que:

“Los Mass-media son una realidad, su negación no significa su desaparición, estos medios proporcionan una cultura, pero ésta no puede hacerse con los parámetros que se suele hacer” (Martínez, citado por Villar y Cabero, 1995: 76).

Es decir, que al generar información se va proporcionando una cultura que en ocasiones se satura y llega a hacer una distorsión de información y cultura, por eso la agenda que se transmite en los medios debe estar dirigida en un parámetro crítico.

Esta concepción se basa en el consumismo de los Mass-media, que al transmitir contenidos, generan en su mayoría una cultura motivada por publicidad y en donde la audiencia la recibe con poco discurso crítico, dando así menos significados propios.

En la educación debería ser la manera de buscar información para acumular contenidos que sirvan de discurso crítico, ya que [...] “la información debe merecer su búsqueda; para que valga la pena adquirirla debe demostrar que sirve para fines útiles” y no quedarse en la memorización de contenidos que reduzcan su capacidad crítica, Masterman menciona que (...) “es menos importante que los alumnos recuerden la información que el que sepan donde encontrarla y que sean capaces de usarla” (Masterman, 2001: 93).

Puesto que el estudiante, es decir el receptor, debe recordar una información crítica para que pueda usarla en sus discursos, ya que al memorizar tiende a olvidar ciertos significados, en comparación a la discusión crítica.

Al hablar de memorización Freire también manifiesta que [...] “es posible memorizar en la medida en que yo aprehendo el objeto” (Freire, 1990: s.n.), es decir, que el objeto a estudiar se debe aprehender para poder producir significados críticos que ayuden a la interacción.

Se puede concluir que los medios de comunicación y la educación deben estar entrelazados, para así poder generar discursos críticos; y mientras fluctúa la transición de información, el individuo logre una selección de significados que se puedan intercambiar en las interacciones.

2.5. La Radio y sus funciones

La radio es un medio de comunicación sin fronteras. Portátil y económico, su frecuente uso pone de manifiesto que ni siquiera la nueva tecnología ha logrado desplazar del todo a la radiodifusión, por el contrario, ambas se han acoplado uniendo sus capacidades y dándole paso al cyberadio, pero ¿cuáles son las funciones y características que han permitido que la audiencia siga haciendo uso de este artefacto tradicional?

En sus inicios la radio fue un arma poderosa como propaganda al servicio de la guerra, pero poco a poco fue ganando acogida en millones de hogares al ser una herramienta útil para la información, la educación y los cambios en la cultura.

La radio no es un medio de comunicación que se limita vanamente a informar, o ser mero transmisor de mensajes, sino que intenta ir más allá de aquello y a pesar de la brevedad y ubicuidad para construir su contenido, también cumple con una función social que es la de educar.

Gómez acota:

Como ocurre en los “mass media” en general, es muy difícil fijar e identificar de forma inequívoca los efectos de esta forma de comunicación sobre las audiencias. Pero creemos, y ese es para nosotros su principal merecimiento y su atractivo, que su mayor valor lo tiene como medio de influencia genérica y, más a medio o largo plazo, de influencia concreta en materia política como cultural y económica, tres vectores que confluyen en una misma meta. (Gómez, 1994: 89).

El autor nos indica con este enunciado que una de las principales funciones de la radio es la de crear influencia en la audiencia al transmitir mensajes que han ejercido a lo largo de la historia una repercusión social, por lo que lo definen como un genuino medio de propaganda que puede ser utilizado para la educación de su audiencia. Este hecho reafirma la importancia de la preparación de quien está detrás del micrófono y de quien prepara su contenido, ya que son los estrategas del cambio social.

Escobar afirma que:

El comunicador es y debe ser una persona amplia en conocimiento sobre diferentes temáticas y manejo técnico de equipos de trabajo, es una persona propositiva que debe estar atenta a nuevas estrategias por proponer o desarrollar y ante todo, debe ser una persona sumamente humana que pueda sostener relaciones interpersonales con su grupo de trabajo y con el receptor, intentando frecuentemente decodificar sus mensajes, peticiones, sugerencias, que entre otras cosas, siguen siendo más exigentes. (Castrillón, 2013: 22).

El autor recalca la importancia de la preparación y características que se debe tener en cuenta, dado que la radio es un medio que tiene como principal recurso la imaginación y el radiodifusor debe tener la capacidad de explotar este recurso a tal punto de captar las peticiones de la audiencia.

La radio se la conoce como un tradicional medio de divulgación que tiene como objetivos brindar información, promover la participación ciudadana y el entretenimiento de sus radioescuchas, por lo que es de suma importancia que los productores de contenidos mantengan sus funcionalidades y capten, a través de diferentes medios, las necesidades y prioridades de la audiencia.

De esta manera puede afirmarse que la radiodifusión genera influencia en la audiencia, por lo que debe contar con un alto grado de confiabilidad en todos los sectores socioeconómicos para suplir su tarea de llevar información, entretenimiento y cultura a la audiencia en general.

2.6. Departamento de Producción

En la radio, como en otros medios de comunicación, es necesaria la organización de cada una de las áreas que la conforman. El departamento de producción está dividido en recursos tanto humanos como físicos, ambos con gran importancia para el funcionamiento de una emisora radial. En los recursos humanos se puede mencionar al productor, director, guionista, operador, asistente de operador, locutores. Y entre los recursos físicos: locutorio, controles, cabina.

En la Revista TELOS de Pensamiento sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad, Vidales rescata en su artículo Viejas nomenclaturas, nuevas competencias que el [...] “productor de programas: profesional que, con amplios conocimientos del sistema productivo radiofónico, coordinará los recursos, posibilitará los medios necesarios para la realización, gestionará contenidos para la emisión y realizará el seguimiento y control presupuestario de los programas”. (Vidales; Sobrino, 2011: 7).

El productor debe estar capacitado para mantener el control de la radio y saber tomar decisiones. Así pues, también tiene la capacidad de organizar, tanto al personal como el contenido y hasta del rendimiento del componente económico. Así, estructurará cada departamento de manera que, tanto el trabajo humano, como físico, estén lejos de desaparecer con el objetivo de favorecer la operatividad de producción de la radio.

Petit Torres en su artículo *El cambio tecnológico en el modelo de producción radial* encontrado en la página científica Scielo dice que:

Esta nueva estructura organizativa, impulsa a la radio hacia un nuevo patrón de producción sostenido por computadoras, además, por la integración de la voz, sonido, imagen, vídeo y texto; recursos que para ser fusionados técnicamente demandan la sistematización del conocimiento a través de equipos de trabajo interdisciplinarios. De allí surge la importancia de la evolución en la preparación y la labor de los profesionales del medio radial. (Petit, 2003: 10).

La radio ha tenido que irse ajustando a los cambios que la sociedad y las Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (NTIC) han demandado. Todo esto para no ser desplazada por la televisión, en un inicio, y ahora, por la alta demanda del internet. Así pues, el perfil del comunicador ha ido evolucionando, para poder cubrir las nuevas necesidades comunicacionales. Basándose en eso, algunos productores optan por reducir personal delegando así muchas tareas a muy pocos colaboradores. En otros casos, el productor cumple todas las funciones que un departamento de producción abarca y, tratando de hacer más conveniente el factor económico.

Asimismo Petit Torres menciona en su artículo que:

La participación, la descentralización, la cooperación, son manifestaciones de la nueva lógica, que entre otras cosas, se orienta a la revalorización de la audiencia de la radio. La evolución es hacia la radio como una organización plana donde todos los integrantes y hasta la propia audiencia son los responsables del diseño e implantación de estrategias y acciones de cambio continuo. (Petit Torres, 2003: 19).

La radio necesita de un grupo de individuos que mantengan en pie su funcionamiento. Si bien, la tecnología facilita muchos aspectos de la radiodifusión, por otro lado no implica la supresión de un departamento de producción en el que cada integrante tome un papel para cada aspecto que se debe cubrir dentro una radio. Sostener un equipo de producción implica también una creciente de estrategias evolutivas para la radio y para su producción, con respecto a los nuevos retos de la misma.

López y Ortiz en la Revista TELOS de Pensamiento sobre Comunicación y Sociedad, de la Fundación Telefónica se dice que:

Ahora las empresas radiofónicas demandan profesionales capaces de recalificarse continuamente y que sepan dominar el proceso de elaboración de una gran mayoría de productos audiovisuales: planificar, redactar, editar son acciones que forman parte del básico de un periodista de hoy. Atrás quedan los pack tiempos en los que un periodista de radio concluía su trabajo al poner en antena la consabida crónica. (López, Ortiz, 2011: 1).

En la producción radiofónica, el elemento más relevante -desde la perspectiva del comunicador- es la de utilizar el lenguaje y de traducirlo al código radiofónico.

2.7. La radio en Ecuador

La educación como se ha mencionado anteriormente es un pilar fundamental para el crecimiento crítico y con ello la radio como herramienta mediática, forma parte de la construcción de espacios educativos.

En 1972 se funda la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) donde su misión en ese momento era [...] “asesorar a los miembros integrantes a pedidos de los mismos en aspectos de planificación, programación y evaluación” (Correa, 1988: 20).

Se conoce además que las emisoras que realizaban trabajos relacionados a la educación formal, con el fin de estimular una radio educativa, también se agruparon a esta asociación. Dicha entidad esperaba cumplir con una de sus misiones: capacitar a los trabajadores de la comunicación con el fin de generar mayor desempeño en sus labores.

Punín y Rivera aclaran que:

Con relación a la radiodifusión en Ecuador, sus inicios están en manos de un club de radio-aficionados. (...) Esta organización inicia sus primeras transmisiones el 13 de junio de 1929, en la ciudad de Riobamba. Radio Prado, en 1939 realizó sus últimas transmisiones debido a que los propietarios deciden radicarse en los Estados Unidos. Las emisiones se realizaban de 21 a 23 horas durante varios días por 5 horas diarias. Para entonces no existían leyes que regularan la radiodifusión (...) las transmisiones estaban marcadas por la espontaneidad de sus locutores, recuérdese que aún no podemos hablar de la profesionalización del periodismo. (Punín; Rivera, 2014: s.n.).

Los medios de comunicación para esa época tenían tendencia a convertirse en monopolios mediáticos por lo que sus dueños, la mayoría de ellos no capacitados, asignaban a los medios el rol que mejor les convenía, como instrumentos de cultura o incultura.

Espinel indica que [...] “la Radio La Voz del Valle empezó a finales de los años 50 en Machachi (...) se transmitían comerciales, comunicados de ofertas de trabajo, casualmente llegaban los boletines de noticias o se hacía el enlace con emisoras de Quito, Guayaquil y Cuenca”. (Espine, 2014: s.n).

El autor aclara la función informativa y de entretenimiento que fue adoptando la radio en el Ecuador, razón por la que tuvo gran acogida en la sociedad ecuatoriana, por su sintonía y el aporte cultural, ya que la información de primera mano frecuentemente tenía las primicias locales, además de que reivindicaba el sentir nacional con la música tradicional que era escuchada tarde a tarde en los hogares.

En el transcurso de los años la radio decreció su actividad radial y se la cambió a un consumo comercial, pero las alternativas de radio han fomentado espacios que [...] “transcenden el propio medio al representar proyectos de vida ligados a luchas y reivindicaciones de grupos y movimientos diversos” (Peppino, 1999: 36).

Como lo menciona la autora, esto permitiría la creación e implementación de otros contenidos radiales que ayuden a los espacios de construcción comunitaria, cultural y educativa.

Pineda y Alvarado aclaran que:

Cada día las radios tratan de innovar sus programaciones para captar el mayor número de radioescuchas, debido a la alta competencia del mercado. Por esta razón, los productores tienen que poner al aire programas de corte “popular”, sin respetar la formalidad que en su origen la radio tuvo, a veces exagerado y como consecuencia llegando al extremo de la vulgaridad. Pero al parecer hay público para todo tipo de programa, ya que estos cuentan con una gran sintonía que se identifica con ellos. (Pineda; Alvarado, 2011: s.n.).

Las radios han demostrado poseer poco interés en saber sobre sus audiencias, puesto que no realizan estudios exclusivos a su público, eso impide que los contenidos que se transmitan sean acorde a los intereses del escucha. Normalmente se coloca un contenido estándar de entretenimiento sin preocuparse de contenidos educativos.

Punín y Martínez [...] “El proyecto de investigación “Mapa de la Comunicación de Ecuador” nos revela que el sector en el cual existe mayor necesidad de capacitación y titulación de tercer nivel está en la radio, que es además uno de los sectores más amplios en el país”. (Punin; Martínez, 2013: s.n.).

Como se ha mencionado anteriormente, la educación es un pilar fundamental para el crecimiento crítico, mientras que la radio, como herramienta comunicacional, formaría parte de la construcción de espacios educativos. Se debe tener en cuenta que la relación entre el radioescucha y la radio no debe ser necesariamente trivial sino también debe tener un fin cultural.

La radio estimula una parte de la imaginación del oyente, la cual se ha perdido con los medios audiovisuales. Los recursos y formatos que se podrían utilizar en la radio incentivarían a convertirse en una herramienta educativa y no solo como un medio de entretenimiento.

2.8. Una radio como medio para la educación

Con el transcurso de los años la radio, como los demás medios de comunicación, también ha evolucionado desde sus formatos radiofónicos hasta su estilo. Los diferentes elementos comunicacionales y pedagógicos que se pueden requerir en este medio de comunicación permiten consentir de mejor manera los contenidos educativos.

La existencia de la radio ha sido gracias al soporte que ha tenido en la comunicación y para las autoras María Rodríguez e Irene Melgarejo esto es evidenciable debido a que la radio ha conseguido [...] “recrear auténticos ambientes, escenas y poner en acción a los personajes de los cuentos a través del uso adecuado de los distintos elementos del lenguaje radiofónico”. (Rodríguez; Melgarejo, 2010: 109).

Este espacio dentro de la radio permite tener un ambiente de imaginación en donde los personajes y el receptor generan una construcción social, convirtiéndose en recursos de entretenimiento, educativos y estilos de vida. En el transcurso de los años la recepción de la radio dejó de ser colectiva para transformarse en individual, en donde los niños y jóvenes ya elegían que escuchar, impulsando con esto la instauración de nuevos formatos radiales; siendo la recepción individual la que les permite transportar la radio a sus diferentes espacios.

Para transmitir contenidos educativos en el medio de comunicación radial según el documento *Asignatura: Taller de prácticas y lenguajes en comunicación* se debe [...] “Reconocer los múltiples elementos que convergen en el lenguaje radiofónico. Reconocer las características fundamentales de los géneros radiales, haciendo hincapié en los géneros informativos. Reconocer las características principales y ejercitar distintos formatos de producción radiofónica”. (Peñaranda, s.f, 4)

Es indispensable que el personal de la radio que realice el contenido educativo tome en cuenta los elementos comunicacionales y pedagógicos para que el mensaje llegue de una manera más efectiva al escucha.

Paola Garzón menciona que hay que:

Colaborar en el proceso de ir entendiendo que los educadores pueden hacer productos radiofónicos “caseros” como un instrumento de acercamiento hacia los niños; y que los educados a pesar de sus limitaciones por la edad pueden realizar pequeños productos radiofónicos donde identifiquen sus voces, sus palabras, su habla. (Garzón, 2012: 10).

Garzón impulsa un trabajo radiofónico como parte del proceso de comunicación educativa, el cual coloca un radiodrama como alternativa de enseñanza, y la importancia que tiene como trabajo educativo radiofónico, en donde el locutor con su perspicacia hace llegar el mensaje al receptor y se convierte en una comunicación interaccional.

Aunque la radio haya tenido un desplazamiento por los nuevos medios, este no perderá la cercanía con su oyente, debido a la facilidad de manejo y traslado. Salvador Gómez hace referencia a las publicaciones de Sintonía en donde mencionaba que [...] “sería un error no reconocer la importancia de la radiodifusión, influyendo en la vida escolar como aglutinante entre la escuela y el hogar; la radio, con tan amplias posibilidades como el libro”. (Gómez, 2011: 148).

La radio en la temporada escolar es de gran importancia puesto que sirve como medio educativo para estimular el pensamiento crítico desde la imaginación, la lectura, los radioteatros y otros formatos. Así, al transmitir un mensaje, el receptor lo acoge y lo transmite en su círculo social, es decir, que al recibir el mensaje no solo escucha una persona, puesto que este genera más información a otros, tal y como se muestra en el grafico siguiente.

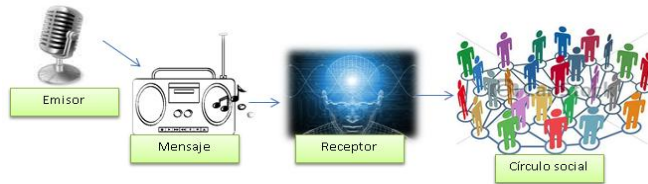


Gráfico 2. Proceso de Comunicación, Autoría Propia (2015).

Como se ha interpretado anteriormente, la radio mediatiza a la educación y con ello, fomenta el arte literario como medio didáctico, dando lugar a otros formatos radiofónicos que se han ido perdiendo con el tiempo por la comercialización. Al observar diversos trabajos realizados se concibe que la radio musical y comunitaria pueda formar parte de la educación y puede constituirse como una importante herramienta didáctica la cual fomente el interés del participante.

2.9. Jóvenes consumidores de las radios

Actualmente la internet abarca gran parte de los medios de comunicación; los mass media se han posicionado en el mundo laboral y de entretenimiento de tal forma que su vertiginoso crecimiento la ha convertido en una herramienta imprescindible para la comunicación interactiva. Sin embargo, el consumo de los medios tradicionales mantienen su evolución. Los jóvenes continúan consumiendo radio y televisión en las mismas condiciones que hace décadas, aunque quizás sus reproducciones se hayan extendido a los medios digitales. Lo cierto es que los contenidos ofrecidos en sus respectivas parrillas de programación no han sufrido grandes cambios a lo largo del tiempo, lo que es necesario en la actualización de programación educativa para los jóvenes.

López y Gómez afirman que:

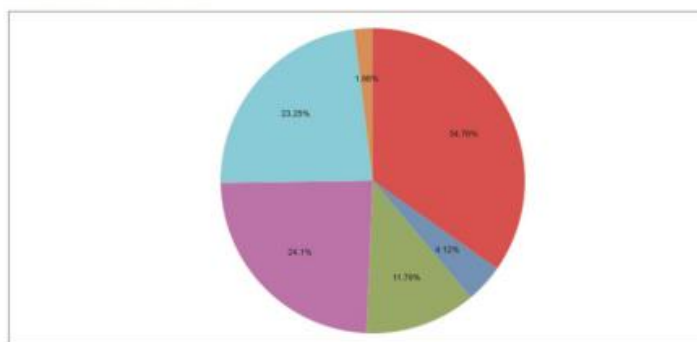
El consumidor joven de radio, sea ésta generalista o especializada, apuesta por una mayor calidad en los contenidos que ofrece el medio (...) se constata que la radio sigue enganando al público, aunque habrá que fijarse en cuál es el perfil de este nuevo consumidor de la oferta radiofónica actual y cómo está cambiando sus usos y preferencias para ajustar las futuras parrillas, máxime teniendo en cuenta que, junto a la posibilidad de participar en los contenidos radiofónicos emitidos, los "oyentes-usuarios" de la radio hoy también pueden intervenir en "la personalización de la programación, el orden de recepción e –inclusive– el diseño del medio. (López y Gómez, 2014: 31-53).

El autor emite la urgente necesidad que tiene la radio por renovar y actualizar las parrillas de contenido donde, indudablemente, debe existir un amplio espacio que este diseñado para la educación de los jóvenes puesto que este medio cuenta con una mejor aceptación entre el público juvenil, respecto a la televisión por ser considerado un medio económico y móvil, además de que informar y entretener son las principales funciones que la audiencia juvenil dice atribuir al medio radiofónico, según la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares españoles correspondiente a 2012, realizada por el Instituto Nacional de Estadística.

El mismo estudio pone de manifiesto que [...] "el sector de la audiencia radiofónica demanda, principalmente, una radio con "ideas renovadoras" (34,7%), "otro tipo de música alternativa" (24,1%) y más "programas culturales y educativos" (23,25%)". (López y Gómez, 2014, 31-53).

18-25 años | | N: 956

Provincia: Todas Participantes según sexo: 490 H / 496 M Edad: 18-25 años N° total de participantes: 956
p. 9/16: Cree que a la radio le falta:



Historia y Comunicación Social
Vol. 19.Nº Esp.Febrero (2014) 327-340

Fuente:  CENDI

Gráfico 3. Qué le falta a la radio hoy. *Historia y Comunicación Social* (López y Gómez, 2014, 327).

En la Revista Latina de Comunicación Social, García Dávila y Meza Tovar en su trabajo investigativo *De radio en radio: el escenario radiofónico*, citan a Figueroa que sentencia que:

La función de la programación está centrada en prestar un servicio diverso, respetuoso y dinámico a un público que ya no se conforma con la música de fondo y los programas pasivos que se originaron en la primera época de la frecuencia modulada. (...) El reto de la radio consiste en que un director de programas sea capaz de centrar su interés en el mundo del espectáculo y el de la información, que propicie nuevas alternativas de servicio a la sociedad y abra nuevos horizontes en el servicio al aire. Por ello no debe pasar inadvertido que el producto de una empresa radiofónica puede ser tan bueno como el hombre que propicia, supervisa y mejora constantemente su desarrollo y crecimiento programático. (Figueroa, citado por García D. y Meza T., 1997: 389).

En este texto el autor recalca la importancia que tiene la renovación e innovación de contenidos educativos en los programas radiofónicos, dado que el mismo es de vital importancia en la influencia que ejerce en el comportamiento de los jóvenes de nuestra sociedad.

En el texto *Embarazo, hábitos de lectura y consumo de radio y televisión en adolescentes peruanas: explorando relaciones de asociación* de la página Scielo Romaní y Vílchez aseguran que:

Actualmente las adolescentes prefieren usar la radio y televisión como fuentes de información y le conceden menor importancia a las fuentes impresas, lo cual se explica por el atractivo que presentan los medios audiovisuales y su pobre desempeño lector, como han señalado los resultados de las pruebas nacionales e internacionales realizadas (...) lo que necesitamos es que dichos programas ofrezcan mayores espacios de discusión y análisis que permitan a los adolescentes reflexionar sobre su historia de vida a partir de la información recibida. (Romaní, Vílchez, 2008: 17).

De esta manera es fácil deducir que los contenidos educativos de la radio generan un gran impacto en la sociedad juvenil y de estos dependen en gran medida su desarrollo o estancamiento. Si la parrilla radiofónica es planificada adecuadamente, priorizando un objetivo educativo y extendiendo la oferta cultural sin que los contenidos dejen de exponerse atractivos e interesantes, sin duda alguna se podrá visualizar un cambio tanto en la sociedad como el mantenimiento o el aumento de la audiencia.

Lalinde agrega que:

Esta línea de programación juvenil, o dirigida a públicos jóvenes, les permite a las cadenas renovar su público que ha ido envejeciendo. Los directores de este tipo de emisoras coinciden en afirmar que su intención es ésta: captar audiencias para las cadenas. (...) Al respecto Alejandro Nieto afirma: La radio juvenil tiene que ser un peldaño para que la gente se meta en La Cadena y siga pegada a otras emisoras. Por eso tenemos tanta relación con los noticieros y por eso nos paran tantas bolas. Nosotros queremos que la gente sepa quién es Juan Gossaín, quien es Antonio José Caballero, quién es Julio Nieto". (Lalinde, 2013: 13).

Este texto explica que el objetivo de todas las empresas radiofónicas es captar audiencia, entre otras cosas, para garantizar su estadía entre las empresas de comunicación. Este objetivo puede ser perfectamente concertado con la finalidad de educar a un público juvenil que busca entretenimiento y contenidos que llamen su atención y que los eduque.

2.10. Marco legal

El 28 de Septiembre de 1928, el presidente Dr. Isidro Ayora establece el primer reglamento de instalaciones radioeléctricas privadas, en el cual hace relación a la telefonía y radiotelegrafía.

En Ecuador, la Asamblea Nacional aprobó La Ley Orgánica de comunicación el 14 de Junio de 2013.

A continuación los artículos de la Ley de Comunicación que hacen requerimiento sobre como la radio debe clasificar los contenidos que transmite.

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

TÍTULO I

Art. 5.- Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones pública, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de **radio** y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos.- Los medios de comunicación, en forma general, difundirán **contenidos** de carácter informativo, **educativo** y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

TÍTULO IV

REGULACIÓN DE CONTENIDOS

Art. 60.- Identificación y clasificación de los tipos de contenidos.- Para efectos de esta Ley, los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en:

1. Informativos -I;
2. De opinión -O;
3. Formativos/educativos/culturales -F;
4. Entretenimiento -E;
5. Deportivos -D; y,
6. Publicitarios -P.

CAPÍTULO V

DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DEL EJERCICIO PROFESIONAL DE COMUNICADORES Y PERIODISTAS

Artículo 29.- Prevalencia de contenidos informativos, educativos y culturales.- En la programación de los medios de comunicación públicos, privados, y comunitarios se dará prevalencia a contenidos con fines informativos, educativos y culturales. Esta disposición no podrá, en ninguna circunstancia, utilizarse como mecanismo directo o indirecto de censura o intervención en los medios de comunicación.

TÍTULO VI

Artículo 105.- Gestión del espectro radioeléctrico.- El espectro radioeléctrico, es un bien de dominio público del Estado, inalienable, imprescriptible e inembargable.

La administración para el uso y aprovechamiento técnico de este recurso público estratégico la ejercerá el Estado central a través de la autoridad de telecomunicaciones.

En ningún caso, la administración del espectro radioeléctrico implica realizar actividades de control sobre los contenidos de los medios de comunicación.

Artículo 106.- Distribución equitativa de frecuencias.- Las frecuencias del espectro radioeléctrico destinadas al funcionamiento de estaciones de radio y televisión de señal abierta se distribuirá equitativamente en tres partes, reservando el 33% de estas frecuencias para la operación de medios públicos, el 33% para la operación de medios privados, y 34% para la operación de medios comunitarios. (Ley Orgánica de comunicación, 2013).

Asimismo *El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom)* expidió, el 19 de septiembre del 2014, el reglamento que establece los parámetros técnicos para la definición de audiencias, horarios, organización de contenidos y programas.

La normativa dispuesta, instituye que todos los medios de comunicación, de radio y televisión, tienen que adaptarse al reglamento hasta 60 días después de su aprobación.

TÍTULO II

AUDIENCIAS Y FRANJAS HORARIAS

Artículo. 5.- Parámetros técnicos para la definición de audiencias.- Para la definición de audiencias se establecen los siguientes parámetros técnicos:

a. Familiar: Incluye a todos los miembros de la familia, es decir comprende todos los segmentos etarios de la población.

1. Niñas, niños y adolescentes: de 0 a 12 años de edad.

2. Adolescentes y jóvenes: de 12 a 18 años de edad.

3. Personas adultas: de 18 años de edad en adelante.

b. Responsabilidad Compartida: Esta audiencia está compuesta por adolescentes y jóvenes de 12 a 18 años de edad con supervisión y control de personas adultas.

c. Adultos: Esta audiencia está compuesta por personas mayores de 18 años de edad.

TÍTULO III CLASIFICACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I CLASIFICACIÓN DE PROGRAMACIÓN

Artículo 7.- Parámetros técnicos para la clasificación de la programación.- La clasificación de programación tendrá los siguientes parámetros técnicos de conformidad con lo establecido en la Ley Orgánica de Comunicación:

a. Programación de clasificación “A”: FAMILIAR.- Son aquellos programas que se han diseñado y realizado para:

1. Satisfacer las necesidades de formación, educación, información y entretenimiento de niñas, niños y adolescentes que comprenden las edades entre cero a doce años, cuya narrativa y lenguaje responde al perfil de esta audiencia; y,

2. Satisfacer las necesidades de formación, educación, información y entretenimiento de adolescentes y jóvenes de ambos sexos, entre doce y dieciocho años de edad, cuya narrativa y lenguaje responde al perfil de esta audiencia; y,

3. Satisfacer las necesidades de formación, educación, información y entretenimiento de la familia. Estos programas deberán ser aptos para ser vistos por toda la familia.

Los contenidos que se difundan en estas franjas deberán contar con enfoque de inclusión y respeto a los derechos de los grupos de atención prioritaria.

b. Programación de clasificación “B”: RESPONSABILIDAD COMPARTIDA.- Son aquellos programas que se han diseñado para:

Satisfacer las necesidades de formación, educación, información y entretenimiento de las personas de 12 a 18 años de edad, con supervisión de las personas adultas. Estos programas deberán ser aptos para toda la familia con enfoque de inclusión y respetando los derechos de los grupos de atención prioritaria.

c. Programación de clasificación “C”: ADULTOS.- Son los programas que han sido diseñados y realizados para:

Satisfacer las necesidades de formación, educación, información y entretenimiento exclusivamente para las personas adultas.

CAPÍTULO II

CALIFICACIÓN DE CONTENIDOS

Artículo 8.- Parámetros técnicos para la Calificación de Contenidos.- Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios de radio y televisión, así como los sistemas de audio y video por suscripción que operen un canal propio, deben identificar la calificación del tipo de contenido que transmiten, de acuerdo a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Comunicación y los parámetros de este reglamento.

Artículo 9.- Contenidos informativos, educativos y culturales.- Los siguientes contenidos podrán transmitirse en toda franja horaria, con prevalencia en el fomento de la educación y cultura para la construcción del Buen Vivir.

1. Contenidos que fortalezcan el aprendizaje desde el arte, la ciencia y la tecnología.
2. Contenidos que estimulen las capacidades cognitivas de las niñas y los niños.
3. Contenidos que mejoren la prestación de servicios educativos de nivel básico, bachillerato o que orienten la elección de educación universitaria.
4. Contenidos que mejoren la prestación de servicios educativos para las personas con discapacidad.
5. Contenidos que mejoren la prestación de servicios educativos en procesos de alfabetización, post alfabetización, alfabetización digital tomando en cuenta el segmento etario.
6. Contenidos especializados sobre educación en derechos sexuales y reproductivos que cuenten con información científica y con pertinencia cultural, tomando en cuenta el segmento etario.
7. Contenidos en formato tutorial para el aprendizaje de las lenguas originarias del Ecuador e idiomas extranjeros.
8. Contenidos en formato tutorial para el aprendizaje del lenguaje de señas y braille.
9. Contenidos que promuevan la lectura y la lectura crítica de medios de comunicación.
10. Contenidos que aborden la identidad cultural.

11. Contenidos que reflejen la cosmovisión y las realidades de los pueblos y nacionalidades desde una mirada descolonizadora de la historia al resaltar los valores y conocimientos diversos.
12. Contenidos que traten sobre la relevancia de los saberes ancestrales, así como la protección y promoción de conocimientos y saberes diversos.
13. Otros contenidos que tengan una función educativa, formativa o cultural, los cuales deberán cumplir los parámetros previstos en este reglamento para su difusión.

SECCIÓN II

DERECHOS DE LIBERTAD

Art. 36.- Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional.-

Todos los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios tienen el deber de difundir tales contenidos, a solicitud de sus productores, hasta en un espacio equivalente al 5% de su programación, sin perjuicio de que por su propia iniciativa, los medios de comunicación amplíen este espacio. El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación establecerá los mecanismos y la reglamentación para el cumplimiento de esta obligación.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

Los medios de comunicación social de carácter público, privado y comunitario, de radio y televisión, incluidos los sistemas de audio y video por suscripción que tengan canales propios, tendrán un plazo de sesenta (60) días contados a partir de la aprobación de este reglamento para adecuar su parrilla de programación. (CORDICOM, 2014)

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

El paradigma metodológico de esta investigación es Positivista, por su predicción en el interés en la verificación y comprobación de la afectación de un departamento de producción con limitados recursos físicos y humanos para generar contenidos radiales educativos, dirigido a jóvenes de 16 a 18 años de edad, en las radios Alfa Radio y Onda Cero de la ciudad de Guayaquil.

3.1. Tipo de Investigación

Este estudio comienza como descriptivo porque determina la importancia de la existencia de un departamento de producción en las radios Alfa Radio y Onda Cero de la ciudad de Guayaquil, y finaliza como correlacional puesto que, compara el interés de consumo de contenido radial de los adolescentes y jóvenes, de entre 16 y 18 años de edad con la parrilla de programación de dichas radios.

3.2. Formulación de Hipótesis

La existencia de un departamento de producción con recursos tanto físicos como humanos en las radios Alfa Radio y Onda Cero, ayudará a generar contenidos educativos mediante la inclusión de producciones radiofónicas dirigidas a jóvenes de 16 a 18 años de edad, de la ciudad de Guayaquil.

Variables:

- Contenidos educativos
- Departamento de producción

3.2.1. Definición Conceptual de Variables

En este estudio, se contextualizan a las variables de investigación a partir de los criterios de distintos investigadores.

Según el experto, David Montoya:

Los radioescuchas no serán sujetos pasivos expuestos al bombardeo inmisericorde de mensajes, abrochados a sus sillas sin posibilidad de moverse y ni siquiera hablar. (...) Serán los nuevos oyentes los que dispongan que mensajes quieren recibir, en que horarios y hasta la periodicidad de los mismos. Ellos determinarán también el direccionamiento de los contenidos, de acuerdo con su necesidad. (Montoya, 2010, 149).

El escritor Herrera, explica que [...] “La producción de sentido está fundamentada en el desarrollo e implica el reconocimiento de los múltiples grupos sociales-culturales que conforman la ciudad, región y el país.” (Herrera, 2012, 69).

3.2.2. Definición Real de Variables

En la investigación se requirió analizar la definición real de las variables.

El contenido que una radio proporciona establece el discernimiento de sus radioescuchas. Reflexionando lo que menciona Montoya, gracias al mensaje que transmiten dichas radios, sus oyentes serán activos y podrán decodificar los mensajes que difunden. Por eso es importante que las transmisiones posean un contenido educativo para su posterior selección, según su realidad.

La importancia de un departamento de producción genera la construcción de un estudio de contenido que se sustente en el sentido más allá de la técnica. Una producción en su desarrollo debe velar, según Herrera, por el mejoramiento de su población activa que se edificará dependiendo de la manera en que la producción radiofónica cuide el conocimiento de cada emisión.

3.2.3. Definición Operacional de la Variable

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Contenidos educativos	Presencia de contenidos educativos	Personal encargado de la elaboración del contenido educativo	Locutor Director Productor Programador Oyente Pedagogo
		Recursos utilizados para elaborar el contenido educativo	Música Efectos Llamadas Claquetas
		Participantes en la locución del contenido educativo	Niños Adolescentes Adultos
	Producción de contenidos educativos	Interés en producir contenidos educativos	Si No Más o menos

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Área de producción	Un departamento de producción gestiona contenidos	Presencia de recursos físicos y humanos para elaborar contenidos.	Producción de contenidos educativos Producción de contenidos de entretenimiento
		Profesionales especializados para estar dentro de un área de producción	Director Productor Locutor Programador
	Área de producción desarrolla una versátil gama de contenidos educativos	Existencia de un departamento de producción mejora la elaboración de contenidos	Aceptación de un área de producción Aceptación de la no existencia de un área de producción
		Desarrollo de procesos de contenidos educativos con la no existencia de un área de producción.	Cantidad de Elaboración de programas educativos Cantidad de Elaboración de programas entretenimiento
	Personal capacitado para el departamento de Producción	Preparación para el personal del departamento	Influencia del personal en el área al elaborar contenidos.

Tabla 5. Definición Operacional de la Variable. Autoría Propia (2015).

3.3. Diseño del Tipo de Investigación

El diseño de esta investigación es experimental, transeccional descriptivo, porque determinó la importancia de la existencia de un departamento de producción en las radios Alfa Radio y Onda Cero de la ciudad de Guayaquil, para generar contenido educativo, desde el 20 de octubre al 20 de diciembre de 2014.

Luego de desarrollar un diseño experimental, transeccional descriptivo se llegó al correlacional, puesto que compara el interés de consumo de contenido radial de los jóvenes, de entre 16 y 18 años de edad con la parrilla de programación de dichas radios.

3.4. Población y Muestra

La población es el conjunto global de una investigación en donde el fenómeno a estudiar permitirá la exploración que se determine.

La investigación de estudio tiene la selección de la muestra no probabilística donde se comprueba la importancia de un departamento de producción para generar contenidos educativos, dirigido a jóvenes de 16 a 18 años de edad, en las radios Alfa Radio y Onda Cero de la ciudad de Guayaquil, desde el 20 de octubre al 20 de diciembre de 2014.

Involucrados en la radio Alfa Radio y Onda Cero

Gerentes de las radios	2
Productores de las radios	2
Locutores de las radios de contenidos educativos	2
Expertos - Productores Independientes	4
Fans de las radios	13
Total	23

Tabla 6. Involucrados en la radio Alfa Radio y Onda Cero. Autoría Propia (2015).

La modalidad escogida para la selección de la muestra no probabilística es intencional en donde se seleccionó casos típicos a partir de los esquemas metodológicos investigados.

Involucrados	Muestra	Tipo de muestra	Técnicas
Gerentes de las radios	2	Intencional	Entrevista
Productores de las radios	2	Intencional	Entrevista
Locutores de las radios de contenidos educativos	2	Intencional	Entrevista
Productores Independientes	4	Intencional	Entrevista
Fans de las radios	13	Intencional	Grupo Focal
Total	23		

Tabla 7. Involucrados en la radio Alfa Radio y Onda Cero. Autoría Propia (2015).

3.5. Método de Investigación

El paradigma metodológico de esta investigación es Positivista, por su predicción en el interés de determinar la importancia de un departamento de producción con recursos para generar contenido educativo dirigido a jóvenes de 16 a 18 años de edad, en las radios Alfa Radio y Onda Cero de la ciudad de Guayaquil, desde el 20 de octubre al 20 de diciembre de 2014.

3.6. Técnicas de Investigación

Antes de comenzar a nombrar las técnicas utilizadas en este estudio, es necesario definir la importancia de las mismas dentro del campo de exploración. Las técnicas de investigación aprueban la existencia de indicadores, dimensiones y variables.

Por eso, a partir del desprendimiento de las variables en dimensiones e indicadores, se debe escoger las técnicas de investigación para la sistematización de los datos conseguidos.

Las técnicas seleccionadas son:

- **Investigación Bibliográfica:**

Este trabajo investigativo se basó a partir de información obtenida a través de textos sociales, científicos, académicos y filosóficos, cuyo contenido ha sido establecido ya sea por medio de gráficos, textos, ilustraciones, cuadros estadísticos, tablas, que ayudaron a comprender con mayor claridad y representación el tema de investigación.

- **Observación de campo:**

Consiste en inspeccionar meticulosamente y minuciosamente los diferentes detalles dentro del espacio a investigar.

El centro de estudio de esta investigación, son las radios Alfa Radio y Onda Cero de la ciudad de Guayaquil, desde el 20 de octubre al 20 de diciembre de 2014.

- **Entrevistas**

Se usaron entrevistas abiertas y cerradas para la recopilación de información de los diferentes personajes involucrados en la investigación

- **Escala de información**

La técnica permitió resumir las diferentes actitudes de los entrevistados el cual recolectó información para el análisis del trabajo investigativo.

- **Grupo focal**

Esta técnica sirvió para observar el interés de los jóvenes de 16 a 18 años en consumir contenidos educativos en las radios Onda Cero y Alfa Radio.

3.7. Selección de Procedimientos para elaboración, procesamiento, y análisis de la información

VARIABLE

Contenidos educativos

1. DIMENSIÓN: Presencia de contenidos educativos

INDICADOR: Personal encargado de la elaboración del contenido educativo

ITEMS:

- Locutor
- Director
- Productor
- Programador
- Oyente
- Pedagogo

TECNICAS

A. Entrevista Estandarizada

- 1. ¿Tienen difusión de contenidos educativos en la radio?**
 - a) Si
 - b) No
- 2. ¿Quién o quiénes elaboran los contenidos educativos en la radio?**
 - a) Locutor
 - b) Director
 - c) Productor
 - d) Programador
 - e) Oyente
 - f) Pedagogo
 - g) Otros

3. ¿Quién o quiénes son los encargados de locutar el contenido educativo?

- a) Locutor
- b) Director
- c) Productor
- d) Programador
- e) Oyente
- f) Pedagogo
- g) Otros

4. ¿Existe una pre-producción y producción del contenido educativo?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

5. ¿Consideran pedagógico el contenido educativo que emite la radio?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

6. ¿Qué recursos utilizan para elaborar el contenido educativo?

- a) Música
- b) Efectos
- c) Llamadas
- d) Claquetas
- e) Asesoramiento externo
- f)

B. Escala de actitud de información

1) ¿Qué tiempo promedio se invierte en la preparación del contenido educativo?

1.2 INDICADOR: Recursos utilizados para elaborar el contenido educativo

ITEMS:

- Música
- Efectos
- Llamadas
- Claquetas

Técnica:

A. Entrevista

- 1) ¿Cómo debe ser la redacción de un contenido radial?**
- 2) ¿De dónde se saca la información para la elaboración de contenidos educativos?**
- 3) ¿Inclusión de contenidos educativos en radios comerciales que se caracterizan musicales**
- 4) Nivel de importancia; rating y contenido o contenido y rating**
- 5) ¿Existe algún estudio que demuestre que los contenidos educativos disminuyen audiencia?**
- 6) ¿Tienen asesoramiento para elaborar contenidos educativos?**
- 7) Para desarrollar contenidos educativos se necesitan de expertos en el área, ¿cómo buscan asesoría externa para realizar sus contenidos?**
- 8) ¿Cómo se han preparado para producir contenidos educativos?**

1.3 INDICADOR: Participantes en la locución del contenido educativo

ITEMS:

- Niños
- Adolescentes
- Adultos

Técnica:

A. Entrevista

- 1) ¿Existiría interés en los jóvenes si se le brindaría contenidos educativos?**

- 2) ¿En qué beneficiará al joven la emisión de contenidos educativos?**

- 3) ¿Con la producción de contenidos que dispone la LOC, se educaría al oyente a escuchar otros contenidos radiofónicos?**

- 4) ¿Cree Ud. que el contenido educativo quizás no pueda captar la atención de los radioescuchas?**

- 5) ¿Analizan a su público objetivo para recibir sugerencias de contenidos y evaluar su interés?**

2. DIMENSIÓN: Producción de Contenidos Educativos

INDICADOR: Interés en producir contenidos educativos

ITEMS:

- SI
- NO

1. ¿Existe el interés en producir contenidos educativos?

- a) Si
- b) No
- c) Más o menos

Por qué

2. ¿Por qué tienen interés en producir contenido educativo?

3. ¿Cuáles cree usted que son las necesidades de los radioescuchas adolescentes y jóvenes, de entre 12 y 18 años de edad?

4. ¿La ley les exige transmitir contenido educativo?

5. ¿Para realizar el contenido educativo es necesario un departamento de producción?

6. ¿Por qué en las radios de Guayaquil se escucha poco contenido educativo?

VARIABLE

Departamento de producción

1. **Dimensión:** Un departamento de producción gestiona contenidos educativos.

1.1 Indicador: Presencia física y humana en la elaboración de contenidos

Ítem: Producción de contenidos educativos

Producción de contenidos de entretenimiento

Técnica

A. Entrevista estandarizada: Director

¿Cuáles son los contenidos que tienen mejor apertura dentro de la radio?

Musicales	Noticias	Deporte	Farándula
Contenido educativo	Cultural		

Por qué

¿Quiénes integran el departamento de producción?

Locutor	Director	Productor	Programador
---------	----------	-----------	-------------

¿Quién o quiénes son los encargados de elaborar contenidos?

Productor	Locutor	Director	Programador
-----------	---------	----------	-------------

Por qué

¿En qué se basan los directores para elaborar contenidos?

A. B. Entrevista estandarizada: Productor

¿Cada cuánto tiempo elaboran contenidos de entretenimiento durante la programación?

Todo el día	2 horas en el día	1 hora al día
Menos de una hora al día		

Técnica:

A. Entrevista estandarizada: Director

¿Quiénes integran el equipo humano de producción?

Locutor Director Productor Programador

¿Profesionales especializados que integren el equipo de producción?

Locutor Director Productor Programador

Guionista

2. Dimensión: ÁREA DE PRODUCCIÓN DESARROLLA UNA VERSÁTIL GAMA DE CONTENIDOS EDUCATIVOS

2.1. Indicador: Existencia de un departamento de producción mejora la elaboración de contenidos.

Ítem: Aceptación de un área de producción.

Aceptación de un área de producción.

Técnica:

A. Entrevista abierta: Gerente

Para desarrollar contenidos ¿es importante contar con un departamento de producción?

Si No Por qué

¿Cuál sería la falencia si no existiera un área exclusiva de producción?

Sí existiera un respaldo hacia el área de producción, los contenidos educativos mejorarían en cuanto al desarrollo de producción

B. Entrevista abierta: Director

Para desarrollar contenidos, ¿es importante un departamento de producción?

Si No Por qué

¿En qué favorece un área de producción para el desarrollo de contenidos educativos?

Sí existiera un respaldo hacia el área de producción, ¿los contenidos educativos mejorarían en cuanto al desarrollo de producción?

¿Es necesario que solo el locutor o productor realice la producción total de contenidos?

Si No Por qué

C. Entrevista abierta: Productor/Locutor

¿Está de acuerdo que en la radio exista un departamento exclusivo para la producción?

¿En qué favorece un área de producción para el desarrollo de contenidos?

Si existiera un respaldo hacia el área de producción, ¿los contenidos educativos mejorarían en cuanto al desarrollo de producción?

¿Cuál es la falencia que encuentra como productor para la elaboración de un contenido?

2.2 Indicador: Desarrollo de procesos de contenidos educativos con la no existencia de un área de producción.

Ítem: Cantidad de elaboración de programas educativos

Cantidad de elaboración de programas de entretenimiento

Técnica:

A. Entrevista: Gerente

La no existencia de un área de producción, ¿igual garantiza la producción de contenido educativo?

Si No Por qué

A.B Entrevista: Director

La no existencia de un área de producción, ¿igual garantiza la producción de contenido educativo?

Si No Por qué

¿Cada cuánto tiempo se ordena producir contenidos educativos?

1 vez a la semana 2 veces a la semana Toda la semana

¿Cada cuánto tiempo se ordena producir contenidos de entretenimiento?

1 vez a la semana 2 veces a la semana Toda la semana

A.C Entrevista: Productor/Locutor

¿Cada cuánto tiempo desarrollan contenidos educativos?

1 vez a la semana 2 veces a la semana Toda la semana

¿Cada cuánto tiempo desarrollan contenidos de entretenimiento?

1 vez a la semana 2 veces a la semana Toda la semana

Con la existencia de un área exclusiva para la producción de contenidos educativos, ¿cada cuánto tiempo se elaborarían los contenidos?

2 vez a la semana

3 veces a la semana

Toda la semana

B. Escala de información: Productor

¿Está de acuerdo que debería existir un área de producción dentro de la radio?

Totalmente

Totalmente

Satisfecho 5 4 3 2 1

Insatisfecho

¿Cree que para desarrollar contenidos educativos no se necesita de un área de producción?

Totalmente

Totalmente

Satisfecho 5 4 3 2 1

Insatisfecho

¿Está de acuerdo que únicamente se produzcan programas de entretenimiento?

Totalmente

Totalmente

Satisfecho 5 4 3 2 1

Insatisfecho

¿Coincide que deberían trabajar exclusivamente profesionales dedicados a la producción dentro de un departamento de producción?

Totalmente

Totalmente

Satisfecho 5 4 3 2 1

Insatisfecho

3. Dimensión: Personal capacitado para el departamento de producción

Indicador: Preparación para el personal del departamento

Ítem: Influencia del personal en el área al elaborar contenidos.

Técnica

A. Escala de información: Productor/Locutor

¿Coincide que deberían trabajar exclusivamente profesionales dedicados a la producción dentro de un departamento de producción?

Totalmente

Totalmente

Satisfecho

5 4 3 2 1

Insatisfecho

Técnica:

A. Focus Group

- 1. ¿En qué horario escuchas más radio o en qué momento del día?**
- 2. ¿Qué te gusta escuchar de tu radio/ o gustaría escuchar?**
- 3. ¿Qué entiendes por contenidos educativos?**
- 4. ¿Has escuchado en tu radio algún contenido educativo?**
- 5. ¿Te gustaría escuchar capsula, programas, que tengan contenidos de formación, cultural, historia, tecnología, ciencia?**
- 6. ¿Prefieres escuchar programas de entretenimiento que contenido educativo?**
- 7. ¿Te parece aburrido el contenido educativo?**
- 8. ¿Cómo te gustaría que sea un programa con capsulas de contenidos educativos?**

9. ¿Crees que los jóvenes si tienen interés en consumir contenidos educativos?
10. ¿Piensas que tu radio puede ofrecerte contenidos educativos mientras te entretiene por medio de la música?
11. ¿Ustedes como oyentes tienen algún interés de escuchar contenidos educativos?
12. ¿En qué favorece que tu radio transmita contenidos educativos?
13. ¿Has escuchado contenido educativo en las radios de Guayaquil?
14. ¿Por qué creen que las radios no transmiten contenido educativo?

Preguntas de audios escuchados

1. ¿Qué audio te interesó y prestarías atención?
2. ¿Te aportó en algún conocimiento el audio?
3. ¿Les pareció aburrido o poco interesante el audio que escucharon?
4. Si los contenidos que escucharon los implementarán en Alfa Radio y Onda Cero, ¿seguirían sintonizando?
5. ¿Los contenidos que tienen efectos de sonidos, ambientales, dramatizados y un texto corto, lo escucharían en sus radios Alfa Radio y Onda Cero?

- **Entrevistas a Expertos**

1. **¿Es importante contar con un departamento de producción y el personal correspondiente para realizar contenidos educativos?**
2. **¿Cómo debería equiparse un área de producción?**
3. **¿Está de acuerdo que debería existir un área exclusiva de producción dentro de la radio?**
4. **¿En qué favorece un área de producción al desarrollo de contenidos educativos?**
5. **¿Quiénes son los encargados que integran un departamento de producción?**
6. **¿Quiénes deberían gestionar los contenidos educativos dentro de una radio?**
7. **¿Qué es producción radiofónica?**
8. **¿Cómo se logra un contenido educativo, formativo, cultural?**
9. **¿Qué recursos utilizan para elaborar el contenido educativo?**
10. **¿Deberían las emisoras que se caracterizan por ser musicales incluir contenidos educativos?**

- 11. ¿Otros formatos que se pueden utilizar para realizar contenidos educativos?**
- 12. ¿Por qué a las radios se les complica la producción de contenidos?**
- 13. ¿La multitarea del personal reduce el desarrollo de contenidos y su producción por causa de la optimización de recursos dentro de las radios?**
- 14. ¿Cree que se deberían capacitar los trabajadores que integren el área de producción?**
- 15. ¿Cómo se refleja la contradicción de un organigrama y la observación de campo, al ver que no existe el personal suficiente para el desarrollo de producción en contenidos?**
- 16. ¿Cómo se puede definir contenidos educativos dentro de una radio, si los directores de las radios mencionadas han comentado que educan también con la música y los contenidos que emiten?**
- 17. Por optimizar recursos las radios producen un solo formato, como lo es la capsula con su locución y música de fondo, ¿cree usted que estos trabajos están dentro en el paquete de una producción?**
- 18. ¿La excusa de no haber presupuesto es un factor para no equipar un departamento de producción?**

19. ¿Se puede contradecir la administración de escasez con las funciones de quienes integran el área de producción?

20. ¿Cree usted que si existiera vinculación entre las radios y las universidades de comunicación podrían transmitir las emisoras contenidos educativos?

21. Si existiera un respaldo hacia el área de producción, ¿los contenidos educativos mejorarían en cuanto al desarrollo de producción?

3.8. Cobertura y localización

El presente trabajo de investigación fue realizado dentro de las radios Alfa Radio y Onda Cero de la ciudad de Guayaquil.

Alfa Radio y Onda Cero, son radios dirigidas a jóvenes de 12 a 22 años. El contenido que transmiten a los radioescuchas es netamente musical.

Su target proviene de diversos sitios de la ciudad, siendo de status social: bajo, medio y alto.

3.9. Actividades y Tareas

Dentro del cronograma de trabajo, se realizaron las entrevistas a los involucrados de las radios Alfa Radio y Onda Cero, desde el 20 de octubre al 20 de diciembre. En ese mismo lapso se cristalizó la observación de campo y la ejecución del grupo focal con la participación de los fans de dichas radios. Contrastando las entrevistas a los expertos.

CAPÍTULO 4

RESULTADOS Y ANÁLISIS

4.1. Resultados de entrevistas

Para el análisis del proyecto de investigación, se realizaron entrevistas a expertos en producción radiofónica y educación, asimismo a los agentes involucrados de las radios Alfa Radio y Onda Cero de la ciudad de Guayaquil, con el objetivo de conocer el sistema, la elaboración y la organización en cuanto a la producción de contenidos educativos, para resaltar la importancia de un departamento de producción con recursos tanto físicos como humanos. A continuación el oficio de los agentes entendidos:

Expertos en Producción Radiofónica y Educación

- **Cecilia Esthela Novoa Uquillas:** Coordinadora de Contenidos Educativos del Proyecto de Teleeducación (EDUCA), realizado por el Ministerio de Educación.

Educomunicadora y contenidista del “Buen Vivir”.

Productora de programas con productos comunicacionales con desarrollo integral Infantil y juvenil.

- **Juan David Montalvo:** Licenciado de Comunicación Social con mención en Producción de Televisión y Multimedia.

Docente de la Universidad Casa Grande.

Productor de música y audio para publicidad y audiovisuales.

- **Magíster Efraín Luna:** Docente de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte.

Director y catedrático de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Director General de la radio UCSG.

- **Magíster Guillermo del Campo:** Docente y Jefe del Dpto. de Comunicaciones y medios digitales del Sistema de radio y televisión de la UCSG. Community Manager y locutor de la radio UCSG.

Personal de la radio Alfa Radio

- **Fernando Heredia:** Director de Programación.

- **Cristian Aroca:** Productor de la radio.

Personal de la radio Onda Cero:

- **Rene Endara:** Gerente de la radio.

- **Luigi Villacis:** Dir. Producción/productor.

- **Betty Recalde:** Locutora de los contenidos educativos de la radio.

- **Entrevista a Expertos**

1. **¿Qué es producción radiofónica?**

Efraín Luna: Es la observación del momento en que se colocarán los efectos de sonidos, los ambientales, el tiempo de corte cada párrafo. El encargado de realizar dicho trabajo de contenido es el productor y junto con la asesoría del programador mezclarán todos los sonidos y el contenido que han elegido.

Juan David Montalvo: Producción es la organización o administrar tiempo, recursos humanos, técnicos y monetario para la elaboración de un contenido para radio.

Cecilia Novoa: La producción ejecuta la propuesta hasta tener el producto que saldrá al aire. El producto al aire nació de una idea que reúne a un equipo multidisciplinario para pensar el producto: conceptualización del contenido, formato, equipo técnico.

Análisis: La producción radiofónica, es la realización especializada de un producto, que está sujeta al concepto y al contexto del programa que se transmitirá, abarcando todo lo que tiene que realizarse para la emisión en el espacio radial, sin importar la temática y el tiempo de duración.

En la producción radiofónica tanto el recurso humano como el instrumental son de ardua importancia puesto que representa la unión de los recursos sonoros, instrumentales o pausas que deben ser utilizados en conjunto con la organización y asesoría del programador.

2. ¿Cómo debería equiparse un área de producción?

Efraín Luna: Consola, micrófono, computadora para grabar.

David Montalvo: En primer lugar, debe tener un espacio físico. Y este debe estar compuesto por consola, computadora, micrófono y la internet. El detalle está en administrar el tiempo para la producción y con ello el personal que labora ahí.

Cecilia Novoa: Anteriormente se requería una consola con canales, entradas y salidas de audios, micrófonos, audífonos. Se supone que tienen la señal. Actualmente una computadora con programa (software) y micrófono.

Análisis: Un departamento de producción debe poseer todos los recursos necesarios que permitan captar la locución, editar, y de la internet para investigar y compartir contenidos que puedan ayudar a la producción de contenidos. Asimismo, es necesaria la existencia de un espacio que permita la interacción entre quienes conforman dicho departamento de producción.

3. ¿Quiénes deberían ser los encargados de integrar un departamento de producción?

Efraín Luna: Los encargados de integrar el departamento son el director, productor y los editores-programadores, de esa manera se trabajan para producir los contenidos.

También están los colaboradores en la realización del contenido, que son los locutores.

En el departamento se trabaja de la siguiente manera; el productor tiene la idea del contenido, el director aprueba dicha idea, y los editores-programadores son quienes producen, y concretan la idea de contenido, en este caso manejan el software para la edición del contenido y la musicalización, mezcla contenido y sonido. Los locutores se encargan de transmitir el contenido que el productor ha realizado, en algunos casos generan sus contenidos.

Guillermo del Campo: Deben ser un productor, los realizadores, programador y locutor.

Cecilia Novoa: Investigadores que generan contenidos y diseñan formatos. Equipo técnico: locutores, entrevistadores, operadores de audio, personas responsables de las áreas de contenidos y producción.

Análisis: Los entrevistados indican que la radio como medio de comunicación masivo debe tener un personal especializado que integre el departamento de producción. Cada uno tiene una responsabilidad asignada, aunque teniendo en cuenta el cargo, puede también expandirse en su función para variar y aportar al contenido. Se debe tener asesoría especializada en las diferentes ramas, de acuerdo al contenido que se está abordando.

4. ¿Qué entiende por contenido educativo?

Cecilia Novoa: Un contenido educativo para radio es aquel que considera las dinámicas culturales de las audiencias en sus espacios de realización personal. En estos espacios se configuran las nuevas sensibilidades.

Estas transformaciones de lo simbólico y la producción de sentido implican comprender que educar, comunicar y hacer radio es una reflexión-acción que

se piensa, imagina y diseña desde un nuevo ecosistema comunicacional que articula las dinámicas tanto de la cultura como de la educación.

El ecosistema comunicativo actual describe nuevas relaciones entre las tecnologías y las sensibilidades emergentes, nuevos modos de percibir y de sentir, de oír y de ver, de reconocer y representar, de ver y hacer televisión, de pensar la educación y ponerla en la radio.

Juan David: Es un contenido que no solo va a entretener, sino que su propósito es el de educar. Cabe recalcar, que no es lo mismo informarse o formarse, ya que en la educación aprendes temas diferentes, independientemente de los valores, que son los que permiten la formación del individuo.

Un contenido educativo tiene el propósito de enseñarte un tema específico y hacerte entender un proceso sistémico.

Guillermo del Campo: Primero se debe tener un resultado del contenido, es decir, medirlo. En base a la respuesta del oyente. Y el único programa, en la ciudad de Guayaquil que es educativo, se llama Capacítate que trabaja conjunto a la UCSG, radio City y El Universo. Tienen resultados, porque las personas que escuchan el programa, realizan una evaluación para poder recibir su diploma, certificando que participaron en los demás cursos.

En cambio, los demás medios de comunicación realizan solo contenidos informativos, culturales, que no dejan de ser importante porque se le está dando al oyente una información diferente. Para que sea validado el modelo educativo debe ser calificado por una institución.

Análisis: Los contenidos educativos, son todos aquellos que permiten aprender de manera sistémica, ordenada, significativa y coherente. Que se entrelazan en temas y subtemas que llegan a la enseñanza universal.

5. ¿Quiénes deberían ser los encargados de gestionar los contenidos educativos dentro de una radio?

Efraín Luna: El educador es quien debería gestionar los contenidos, porque es el encargado de educar a través de la comunicación.

En las universidades del Ecuador, debería existir una especialización de maestría para esta rama de la comunicación, porque existe una carencia de profesionales que lleven la educación a los medios de comunicación.

Guillermo del Campo: El productor, que debe tener conocimiento de locución, producción, programación, y dirección para la elaboración de un modelo de producción, o nuevos formatos. Y un comunicador especializado en educación para la generación de dichos contenidos.

Juan David Montalvo: Debería estar un comunicador social y educadores que estén especializados, muy aparte del productor, locutor y director de programación.

Cecilia Novoa: Es necesario advertir que se requieren perfiles creativos para conceptualizar, proponer objetivos en base a las necesidades contextuales, definir narrativas, estéticas, producción y postproducción, programación.

Análisis: En síntesis, se recalca la importancia de la existencia de un comunicador social, educador, o ambas, que se encarguen específicamente del área de contenidos educativos dentro de un departamento de producción. De esa forma, el producto que se transmitirá, estará acorde a su público objetivo.

6. ¿Es importante contar con un departamento de producción y el personal indicado para realizar contenidos educativos?

Efraín Luna: Sí es importante, y ya las universidades están proporcionando periodistas capacitados que cumplan todas las funciones que el medio requiere en producción.

Es por esta razón que las radios deberían asesorarse con un área de pedagogía para convertir productos científicos en contenidos de fácil entendimiento para su público.

La radio siempre ha sido educativa, si hablamos de formatos radiofónicos, existe el diálogo didáctico que se caracteriza de una conversación entre dos personas que hablan de un problema y el resultado de ese diálogo puede ser de enorme ayuda e interés para quien lo escuche. Se llama didáctico porque ofrece las habilidades para poder entender de mejor manera un tema. Esto se realiza con una planificación para poder realizar dichos contenidos didácticos.

Guillermo del Campo: Es indispensable contar con un área de producción. Sí, porque el departamento es el filtro de todo lo que se va a realizar, armar y poner en marcha para que sea puesto al aire.

Los medios de comunicación tienen una mala percepción de lo que es contenido, ya que muchas veces ellos hacen un contenido en base a lo que creen, o les parece que le agrada al oyente, sin antes hacer un análisis del mismo.

Y la radio se ha quedado estancada por un pensamiento de presunción, porque se está repitiendo modelos caducos. Lo que se ha visto en los últimos años es una comunicación unidireccional, una sola vía, de lo que hoy se observa que solo se tiene una respuesta. Sin ver que tienen nuevos desafíos comunicacionales.

Ya no se debería hacer producción para alguien sino con alguien, lo que significa que el oyente sea parte activo del desarrollo del contenido y su producción, dándole espacios e introduciéndolos de diferentes formas.

Juan David Montalvo: Sí, la preocupación viene hacia el lado de la formación de esos departamentos. La radio muchas veces tiene a una o dos persona a cargo del área que es su productor o director, ya que los dueños o gerentes no lo ven como prioridad. Es importante el departamento de producción pero más importante es que puedan mantenerlo.

Análisis: El espacio físico de un departamento de producción, ayuda a que la producción radiofónica se centre únicamente en “producir”.

El personal de producción es imprescindible para generar contenidos, pero no debería ser un personal estándar sino que deberían tener conocimientos especializados para el área educativa, de esta forma se podría convertir el lenguaje técnico en contenidos atractivos y accesibles para la audiencia y no estancarse con procedimientos caducos que no aportan al desarrollo de la sociedad.

7. ¿En qué favorece un área de producción al desarrollo de contenidos educativos?

Efraín Luna: Favorece en mejorar los contenidos que la radio realiza, y deberían utilizar estrategias para que sus contenidos sean más didácticos en sus diálogos.

Es por eso, la importancia de una planificación en cuanto a sus contenidos, para poder realizarlos. Se debe también analizar a su público objetivo para observar las necesidades que tengan, y luego de eso asesorarse de expertos que manejen áreas educativas.

De esta manera se crea el producto comunicacional al público objetivo. Y finalmente ofrezco contenidos educativos dentro de la programación haciendo participe al público captando interés, todo depende del desarrollo de la producción del contenido.

Por ejemplo; las radios podrían colocar el contenido de manera promocional y al final de la capsula mencionar que es un trabajo educativo, con esto están entretenimiento y educando.

Guillermo del Campo: En el trabajo de nuevos formatos, ya que el departamento de producción debería ir en la línea editorial que maneja el medio, previamente planificada.

Y conjunto al productor con equipo de trabajadores se encargarán del contenido, que se debe ordenar para desarrollarlo según el público objetivo. Esto se da bajo la planificación que el productor realiza.

Y muchas veces por querer acaparar por costos la producción del contenido, el medio sigue un mismo modelo, que sería el musical.

Juan David Montalvo: Permite que el personal del departamento de producción pueda trabajar con mayor concentración y sobre todo establecer esa distancia con otros departamentos.

Análisis: El área de producción enriquecería su contenido con la aportación de personal especializado en generar contenidos educativos, puesto que se planificaría con el público objetivo y material didáctico con diferentes estrategias o formatos que capten mayor audiencia y la formen al mismo tiempo. Se debe producir de tal manera que el oyente pueda captar, y entender dicho mensaje, con un lenguaje claro, y este acompañado de entretenimiento para la atención.

Se realiza bajo un sistema de pre, pro y post producción para el desarrollo de contenidos. Y todo el equipo debe estar involucrado en lo que se va a realizar y no solo uno decida lo que se producirá.

Debería existir un espacio físico, en donde se pueda desarrollar el departamento de producción. Un espacio que establezca su función y que quienes lo integran, sepan respetar su ocupación. Asimismo, esto ayudaría a que el trabajo de producción pueda tener una mejor preparación.

8. ¿La multitarea del personal reduce el desarrollo de contenidos y su producción por causa de la optimización de recursos dentro de las radios?

Efraín Luna: Si. La causa de este problema se debe porque en algunas radios no se tiene definida la organización, y se deja cargo a una sola persona que maneje la realización del contenido desde gestionarlo hasta la producción.

Se puede mencionar que existe una carencia de organización. Ya que no se necesita tener recursos sino saber organizarse. Se debe tener al creativo que es el productor, el programador y el director.

Pero en la realidad de las radios muchas veces no se observa aquello, y una persona se encarga de ser “todólogo”. Es por eso que se deben dividir tareas de producción y elaboración de contenidos.

Con este desequilibrio de personal se daña un poco el producto, porque primero mientras más personas se distribuyan el trabajo mejor saldrá la producción. Ya que hasta un buen productor puede estar equivocado si no tiene un equipo de trabajo o alguien que lo asesore.

Es necesario que un departamento de producción se trabajen en equipo 3 personas claves; el director encargado de aceptar el contenido, productor es el creativo y el editor-programador de ejecutar la producción. Las radios si pueden trabajar con estos tres miembros, pero en Guayaquil hay algunas radios que no están organizadas.

El problema de aquello es que en Guayaquil la radio está muy desmejorada, y los trabajos que se realizan no son eficientes por la falta de organización y se cometen errores cayendo en la improvisación. Así también otro problema que se da, es en cuanto al personal, ya que por la falta de estudio desconocen términos radiofónicos para el desarrollo de producción y contenido.

Guillermo del Campo: En el proceso de producción una persona debería acompañarse con el locutor que le facilite los contenidos para desarrollarlo. Para este caso el productor general conoce la línea de producción, su público objetivo; y los temas lo determinan según la óptica del medio.

Estaría desde el punto de vista de las decisiones de los Jefes Supremos para determinar los contenidos que se desarrollaran y el productor termina siendo el canal reproductor del comunicado interno.

Juan David Montalvo: En los departamentos de producción se cuenta muchas veces con una o dos personas como máximo. Eso perjudica el desarrollo de la producción de contenidos, ya que no solo tienen que hacerlo en menos tiempo, sino que sus propuestas o sus objetivos se quedan en la nada.

Análisis: Los entrevistados coinciden en que la organización es un tema de primera necesidad en cuando al desarrollo y producción de contenidos. El hecho de que una sola persona asuma todas las tareas es sinónimo de baja calidad y mediocre improvisación. El personal encargado debe saber

distribuirse el trabajo, pero todos deben conocer los términos radiofónicos y manejar eficazmente la forma de educar a través de ellos.

Las multitareas que se deben realizar en un departamento de producción, disminuyen o impiden la producción de contenidos, porque cuentan con un personal limitado, lo que obliga a que un mismo individuo realice la mayor parte del trabajo. El tiempo, la calidad, son dos variables que se conjugan negativamente al momento que el único personal de producción está realizando su función.

9. ¿Se debería capacitar a los trabajadores que integran el área de producción?

Efraín Luna: Deberían capacitar cada cierto tiempo sobre los contenidos de la radio, los nuevos formatos, y también realizar evaluaciones permanentes para su audiencia y poder observar el interés.

Juan David Montalvo: Se debe capacitar a quienes pertenecen al departamento de producción cada cierto tiempo, ya que es indispensable que ellos estén preparados para realizar productos radiofónicos tanto de producción como de contenidos, para que puedan hacer un mejor trabajo.

Análisis: Es importante que se capacite a quienes integran el departamento de producción. Los medios de comunicación manejan todo tipo de contenidos, en especial la radio, por la accesibilidad y la rapidez que la caracteriza. No obstante, el personal de la radio debe estar preparado para manejar todo tipo de contenidos. Porque no es lo mismo producir contenido de entretenimiento y educativo. Cada uno debe ser manejado y producido independientemente.

10. ¿Cómo se refleja la contradicción de un organigrama y la observación de campo, al ver que no existe el personal suficiente para el desarrollo de producción en contenidos?

Efraín Luna: Lastimosamente en muchas empresas los organigramas son realizadas por personas que de alguna manera tienen idea de cómo debe ser una organización, pero lamentablemente en ocasiones esto no se cumple, aunque existe una planificación como tal.

Análisis: El organigrama en ocasiones es solo una pantalla para el público, pero en el diario vivir la organización se cumple a medias, irrespetando parámetros muy importantes al momento de producir.

11. ¿Cómo se puede definir contenidos educativos dentro de una radio, si los directores de las radios mencionadas han comentado que educan también con la música y los contenidos que emiten?

Efraín Luna: En este caso se debe separar la palabra educar, porque es un campo diferente y que se requiere más elaboración. Es por eso que no se debería hablar de radio educativa, ya que involucra otros contenidos. Cuando hablamos de educación se debe tener una certificación, es decir, que debe estar acompañada de una institución que avale dicho aprendizaje; eso significa educar, y no se puede hacer fácilmente con los medios de comunicación.

Las radios aquí en Ecuador, en su mayoría lo que hacen es una radio formativa, es decir, contiene contenidos de formación para el oyente.

Y de esta manera se está confundiendo el tema de radios educativas, con formativas, cultural. Y no se puede decir que es totalmente educativa, que hay pedacitos de educación está bien.

Si queremos hablar de temas ya pedagógicas, de cómo está pidiendo las Leyes, tenemos que establecer técnicas de comunicación y didácticas, de manera puntual y no segmentada, es decir, emitir contenidos variados sin tener una planificación.

Guillermo del Campo: No, porque la apuesta creativa depende del desarrollo de contenidos y la música se lo está poniendo solo para entretener. A diferencia que si a la música se le coloca contenido y hace un recorrido histórico con personas de trayectoria, ahí se estaría educando, dependiendo de la creatividad del productor y su equipo.

Un modelo educativo debe tener una retroalimentación. Hay una confusión entre lo que es educativo, cultural e informativo, y la Ley en ese aspecto es ambigua, puesto que abarca que es un contenido educativo y que va dentro de ese ítems, pensamos que porque generamos un contenido cultural ya es educativo y hay que saber diferenciar los conceptos generales: educativos, cultural, informativo, entretenimiento.

Si hay modelos educativos medibles y que se validan para el aprendizaje, que no tengan impacto es otro detalle ya que se observa el panorama.

El aprendizaje no se mide por el rating porque también es ambiguo, un contenido educativo es un canal de conocimiento que se puede medir, cuando se pierde este concepto la producción decae.

Juan David Montalvo: No están educando, porque contenidos educativos va en otra línea de la educación, una retroalimentación para su aprendizaje.

Análisis: Los contenidos educativos, a diferencia de los de entretenimiento deben ser más elaborados a través de técnicas de comunicación y didácticas con una previa planificación.

No se debe confundir contenidos educativos, con contenido informativo o cultural puesto que el educativo no se mide por rating y requiere una retroalimentación.

12. ¿Por qué a las radios se les complica la producción de contenidos?

Efraín Luna: Porque carecen de costos para el desarrollo, pero no es excusa el presupuesto si se realizaran trabajos cortos de producción.

Esto también depende del tipo de contenidos que quieran realizar utilizando los otros recursos de la radio y el consumo que le den, pero si se puede producir con bajo presupuesto, solo se tiene que saber administrar la escasez buscando formas para trabajar.

Por ejemplo, se puede hacer convenios con las universidades para la producción de contenidos culturales.

Guillermo del Campo: Claro que sí, pero lamentablemente la radio al igual que los otros medios se mueven en función de sus intereses y esto se ha convertido en un acervo cultural, que viven en función de generar sus propios recursos, primero la radio y luego el personal.

Pero si hay emisoras que están arriesgando un poco para presentar una propuesta diferente, aun desde lo comercial son escasas pero existe y esa apuesta debería ser más general para que los demás medios la apliquen. Pero aquí viene una premisa importante, ¿de dónde se saca el recurso humano para presentar un producto de calidad? Y esa respuesta debe venir desde la universidad y desde hace tiempo debió existir un mayor compromiso, unión, para que las universidades tengan apertura, y ver que productos están sacando y cuál es el que requiere el medio.

Análisis: A las radios en realidad no se les complica la producción de contenidos, más bien, sus representantes no tienen una buena organización y administración del presupuesto que se destina para producir contenidos, ya que buscan facilidad y conformismo en lo que realizan. Porque si fuera cuestión de presupuesto, se lo podría manejar por medio de convenidos con alguna entidad e institución que esté interesada en compartir sus proyectos. Y de esa forma, habría mayor producción y los futuros comunicadores emprenderían producción radiofónica, y con esto los productores y locutores cumplirían su función en seguir desarrollando contenidos que formen a su oyente.

13. ¿Deberían las emisoras que se caracterizan por ser musicales incluir contenidos educativos?

Efraín Luna: Para poder unir los contenidos educativos dentro de los emisores comerciales se debe tener en primer lugar el interés para desarrollarlos.

Por ejemplo; realizar capsulas de microprogramas con una duración máxima de 2 minutos, con temas que se refieran a algo específico, en este caso que se utilice temas sobre “Como usar el lenguaje correctamente” y esto se lo puede pasar cada hora durante toda la programación, y de esta forma se está ayudando a la formación del oyente. Si se puede entrelazar contenidos educativos en una programación musical, con pequeñas capsulas. Pero lamentablemente no existen personas que se encarguen de gestionar estas producciones.

Guillermo del Campo: Claro que debería incluir en su parrilla de programación contenidos educativos para poder formar así a su oyente, y a su vez estarían cumpliendo con las normativas que la CORDICOM solicita a los medios de comunicación.

La Ley con este pedido de incluir contenidos educativos está pidiéndole a los medios, en especial a las radios abrir sus espectros y que no solo sean de entretenimiento, con ello la radio estaría cumpliendo lo que dice la Ley en cuanto a su función de educar, formar, entretener.

Se debe insertar desde la creatividad y el interés de producir nuevos contenidos, formatos que faciliten contenido y entretenimiento.

Juan David Montalvo: Si es importante, porque la gente aprende y no solo en lo formal sino también en lo informal, ya que ningún contenido educativo hará daño a quien escuche porque tiene corto tiempo, la importancia esta como se la une al formato de la radio para que no choque con el oyente.

Cecilia Novoa: Si. Es cuestión de cómo se aborda el tema juvenil musical. Se pueden incluir segmentos: entrevistas a jóvenes con distintas identidades; profundizar en algún tema de manera sustancial; hacerlo interactivo y transmedial.

Análisis: Aunque las emisoras musicales tengan como prioridad el entretenimiento del oyente, se debe incluir en la parrilla de programación contenidos educativos con pequeñas capsulas que ayuden a instruir y cumplir con una de las normativas de la CORDICOM, que es formar y educar al radioescucha.

14. ¿Qué elementos comunicacionales y pedagógicos se deben tomar en cuenta para realizar un programa educativo radial?

Cecilia Novoa: Se pueden incluir segmentos: entrevistas a jóvenes con distintas identidades; profundizar en algún tema de manera sustancial; hacerlo interactivo y transmedial. Los códigos, los formatos, la narrativa, siempre imprimen una direccionalidad en las audiencias, si se cuenta con la escucha. Pero me gustaría nombrar tres programas porque educan a sus escuchas en ámbitos que personalmente disfruto:

-Encuentro (Radio Visión). Difusión de música de todo el mundo, con insertos de temas de actualidad nacional y mundial.

-Sueños de papel (Radio Visión). Se comparten fragmentos de textos literarios para niños y niñas, jóvenes, adultos. Al final de la tarde, es una hora propicia para emocionarse con los fragmentos literarios y conocer anécdotas y cortitos de la biografía del autor o autora.

-Prohibido prohibir (Radio Pública). Diálogos sobre derechos humanos, culturas urbanas y música. Imprescindible en Ecuador garantista de los derechos humanos

Guillermo del Campo: Debe producirse de tal manera que el oyente pueda captar, y entender dicho mensaje, con un lenguaje claro, y este acompañado de entretenimiento para la atención.

Se realiza bajo un sistema de pre, pro y post producción para el desarrollo de contenidos. Y todo el equipo debe estar involucrado en lo que se va hacer y no solo uno decida lo que se producirá.

Juan David Montalvo: Se podría utilizar formatos como un dramatizado histórico que sea corto, con voces actuadas y no sería algo narrado. Esto son producciones que si se han realizado afuera, vendría la pregunta.

¿Si la radio realiza convenios con productores independientes que se encarguen en la producción de estos contenidos, con efectos, voces, musicalización? Se podría elaborar producciones apropiadas para la línea que maneja la radio, y con contrataciones de un año para los diferentes proyectos.

Análisis: La radio es uno de los medios de gran trascendencia social, el impulso pedagógico que puede facilitar en el transcurso de educación y como puede penetrar en la colectividad a través del desarrollo de los jóvenes.

La importancia en la enseñanza, que este medio de comunicación social posee la ventaja de la transmisión rápida de sus mensajes, simpleza en la realización y utilización, precio asequible y de gran allegada, es una herramienta magnífica para el análisis de los tipos de idiomas y lenguajes, enseñanza de la voz, instauración y ajuste de contenidos radiofónicos, el conocimiento de la lengua, la expresión oral y la lectura, asimismo, ejecutar un destino social conservando transmisiones pedagógicos y de dinamismo cultural.

Al programar canciones, discursos, efectos sonoros y textos parlamentados, por medio de frecuencias sonoras, la radio logra vincular toda esta armonía con las secciones curriculares de aprendizaje, como las lecturas de cuentos, poesías, trabalenguas para literatura y lengua, documentales y biografías, música para la instrucción de la matemáticas, conocimientos de idiomas etc. ya que las particulares de la voz, como humor, tono, entonación, acento, rapidez, énfasis, exclamación, formalidad, sarcasmo, formalidad, vigorizan la intención del mensaje y favorecen para que la comunicación sea de una manera vertiginosa y eficiente.

Además, producir una programación radial demanda un proceso de investigación, exploración, elección y análisis de asuntos que expide al ámbito educativo y social-comunitario. Involucra la identificación de ideas, disposiciones y sondeo de compromisos para conseguir producciones radiales de una buena calidad.

15. ¿Si existiera un respaldo hacia el área de producción, los contenidos educativos mejorarían en cuanto al desarrollo de producción?

Efraín Luna: Claro que mejoraría, pero en muchas radios los gerentes o directores no observan importante equipar con más personal esta área por un tema de costo, y optan por no cubrir esa necesidad, se da también porque están una zona de confort, es decir, que se conforman con lo que transmiten y la música que emiten.

Guillermo del Campo: Más allá de lo técnico que todas las radios cuentan en la producción, se desarrollaría mejor si se enfocaran en la preparación, capacidad y conocimiento para el desarrollo de contenidos y los locutores, comunicadores le apostarían por el cambio de contenidos. Ya que hay personas que vienen realizando sus bases radiofónicas con su producción diferente.

Lo que hacen actualmente algunos medios de radio son contenidos de web leído en notas, uno que otra capsula, para asumir que eso es producción sin contar que se han olvidado de los elementos radiofónicos.

Análisis: Si los representantes de las radios, le dieran más importancia al equipamiento tanto físico como humano del departamento de producción, se generaría o mejoraría el contenido educativo. Porque se contaría con los instrumentos necesarios y el personal indicado que pueda desempeñarse en esta área. Sin embargo, los dirigentes de las radios no prestan la atención en

aquello y se preocupan por otros ámbitos, ignorando que si existiera una buena producción de contenidos sus resultados en cuestiones de audiencias y aporte al desarrollo cambiaría.

16. ¿Los contenidos educativos restan el rating a las radios?

Guillermo del Campo: No, eso es presunción, pues no podrían saber sin antes enseñar a sus oyentes a escuchar contenidos educativos.

Se da la presunción porque el medio está acostumbrado a transmitir lo mismo. Y los demás medios repiten. Y esto ha causado que los jóvenes escuchen menos radios, o crean que la única manera de escuchar radio es a través de la música.

Juan David Montalvo: No. Todo depende de cómo se realice ese contenido educativo, y que su producción sea acorde a la audiencia que lo escucha. No es lo mismo realizar un contenido educativo para niños que para jóvenes. Existe una mentalidad muy retrógrada, que piensan que solo lo entretenido llama la atención del escucha.

Análisis: Muchos de los encargados de las radios, piensan que solo la música y el entretenimiento llaman la atención del escucha. Sin embargo, creen que si se transmite contenidos educativos el público disminuirá. Son prejuicios que se forman negativamente y que no tiene un soporte que lo argumente.

17. ¿Por qué la radio en Guayaquil no ha apostado en la generación de contenidos educativos?

Guillermo del Campo: Por los modos de producción, porque la mala percepción en la radio de decir que lo educativo es aburrido, que no entretiene,

y si fuera por esta premisa en los medios televisivos no se vería contenidos educativos en canales como Discovery.

Todo viene desde el modo y forma de producción, como se desarrolla el contenido.

Juan David Montalvo: El problema está en que se han copiado programas del exterior que han funcionado y los han querido implementar aquí, como programas de entretenimiento, farándula, deportivos y eso no ha impactado como tal, puesto que se quedan en un formato de trabajo.

Porque las radios aquí no han generado contenidos educativos, es porque temen en invertir en algo nuevo que no “pegue”, desgraciadamente la radio y televisión aquí viven del rating, es decir, si se logra el éxito de audiencia que tiene un programa, lo adapto para que me funcione a mí y eso significa que tendré más pauta en mi programa. Aquí no hay la mentalidad de: Vamos a crear algo que beneficie a la audiencia, que ofrezca entretenimiento sano con contenido que les ayude en su conocimiento. La mentalidad es rating, sacar dinero de todo lo que se puede adaptar para ganar rating.

Análisis: En el Ecuador, quienes manejan los medios de comunicación en especial las radios. Temen en apostar por otra clase de contenidos que no sean de entretenimiento, porque suponen que el radioescucha no le interesa consumir algo diferente. Se manejan bajo sus intereses, no optan por invertir en producir contenidos nuevos, por cuestiones de prejuicios del rating y económicos.

18. ¿La Ley debería ser el único medio por el cual se generen contenidos educativos?

Cecilia Novoa: Los contenidos son una responsabilidad de las y los comunicadores por cuanto su labor requiere conciencia política, formación para hacer ciudadanización.

Guillermo del Campo: La ley no debería ser un ente dictatorial, sino la regulación de las formas de producción y elaboración contenidas. Pero los problemas se pueden observar desde la historia de los medios de comunicación, ya que en su mayoría han estado en manos de lo privado, lo cual, no se ha tenido mucho conocimiento de la verdadera función del medio, que es educar, entretener e informar. Y con los años los medios privados dejaron de lado dos vértices y se dedicaron a entretener y muchas veces mal llevado.

Juan David Montalvo: No debería ser una causa, pero desgraciadamente así va hacer, ya que la radio no le da la importancia a este tipo de contenidos, y porque se manejan atrás del rating.

Análisis: La ley no debería ser la única causa para que los medios de comunicación como la radio generen contenidos educativos, porque su función también es educar al radioescucha. Educar a través de sus producciones radiofónicas que puedan aportar al desarrollo y crecimiento del país.

Análisis de audios escuchados

Audios de “contenidos educativos” de Alfa Radio y Onda Cero

Respuesta de expertos: Los expertos coincidieron en qué la producción de los audios de “contenidos educativos” de radio Alfa y Onda Cero, son de tipo comercial, ya que la voz de la locutora da a entender como una intención de

publicidad y eso desenfoca al oyente porque no oye algo distinto de la programación, es una producción de baja calidad, aunque tienen colillas que capta la atención, el contenido como tal no se entiende, el texto está mal redactado con error de sintaxis, la locución no va acorde y el tema es trivial de las curiosidades, y no tiene relevancia.

Se necesita de una planificación. Se puede tener temas de curiosidades pero con un texto mejor redactado para radio.

Audios de contenidos educativos de Radioteca.net

Radioteca es un portal conformado por redes y radios de América Latina, como también otros lugares del mundo. Se disponen los derechos de producciones radiofónicas.

Respuesta de expertos: Los expertos manifiestan que los audios que escucharon de Radioteca.net captan la atención por la forma que están locutados, tienen un texto bien gramaticalmente y para radio, su contenido es relevante para el joven.

La música se podría cambiar aunque si esa es la línea de la radio es aceptable. Ya que la intención de la voz del locutor hace que se capte la atención al contenido que está transmitiendo.

Esta campaña de concientización está en estructurado de tal manera que cuenta con un contenido claro y preciso y los efectos respectivos, con dramatizados que acompaña el mensaje que se quiere transmitir.

- **Entrevista al personal de la radio**

Análisis del Personal de Onda Cero y Alfa Radio

1. **¿Cuáles son los contenidos que tienen mejor apertura dentro de la radio?**

- **Onda Cero:**

Rene Endara, Gerente: Musicales. Con las sugerencias de la Ley luego tuvimos que enfocarnos en trabajar contenidos culturales y educativos.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: Musicales. Pero dentro de la programación ponemos contenidos en pequeñas fracciones de: noticias, deporte y entretenimiento. Ahora estamos desarrollando contenidos educativos.

Análisis: En este análisis se observa que las radios son netamente musicales. El Gerente de Onda Cero, revela que los demás contenidos se introdujeron por pedido de la Ley Orgánica de Comunicación que requiere que los medios de comunicación introduzcan dentro de la programación, contenidos educativos, culturales, informativos. Mientras que Fernando Heredia, alude que dentro de su programación si le han dado apertura a diferentes tipos de contenidos.

2. **¿Tienen difusión de contenidos educativos en la radio?**

- **Onda Cero:**

Rene Endara, Gerente: Sí, los divididos en cultura, historia y ciencia.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: Sí.

Cristian Aroca, Productor: Sí, aparte del noticiero que es un contenido general para la Red de Radios, Alfa desarrolla pequeños contenidos de cultura, tecnología e historia.

Análisis: Los directivos de las radios confirman que sí difunden contenidos educativos, a pesar de tener pocos fragmentos ya que lo dividen en ciencia, historia y cultura.

3. ¿En qué tiempo generan contenidos de entretenimiento durante su programación?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: Menos de media hora, los contenidos tienen una duración total de 15 minutos al día, divididos en 45 notas, entre temas noticiosos, informativos, tecnológicos, culturales y educativos.

Betty Recalde, Locutora: Es el mismo contenido educativo separado por segmentos.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: Todo el día.

Cristian Aroca, Productor: Todo el día, ya que nuestra radio es juvenil y se dedica a animar y entretener a nuestro público objetivo.

Análisis: Se puede observar que el personal de las diferentes radios investigadas tiene segmentados sus contenidos para poder diferenciarlos. Para Onda Cero los contenidos de entretenimiento tienen relación con los

educativos, donde se transmiten menos de media hora, con un total de 45 notas. A diferencia de Alfa Radio que tiene una programación de entretenimiento durante todo el día porque se proyectan como radio juvenil.

4. ¿Cuál es el tiempo que generan contenidos educativos durante toda la programación?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: Menos de media hora, los temas se presentan en cápsulas. Se engloban en un solo contenido de noticias, información, tecnología, cultura y educación.

Luis Villacís, Dir. Producción/productor: Se tiene establecida una programación y así mismo las camas de contenido, en donde se le indica al locutor que dentro de una hora se tienen que transmitir 4 o 5 pastillas educativas variadas, como farándula, historia del Ecuador, deporte, folklore, entre otros.

Betty Recalde, Locutora: Cada locutor, transmite 4 horas de lunes a viernes; y cada dos canciones se informa de contenido educativo, es decir, que tiene un total de 15 minutos por cada hora, además de los contenidos culturales.

Constantemente, se tiene 3 salidas cada hora; por ejemplo: la hora educativa, cultural, histórica y a veces datos actuales, como por ejemplo sobre las vacunas; existen notas que son culturales pero que al mismo tiempo son educativas e informativas, que pueden fusionar y ser transmitidas en una sola nota.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: Media hora.

Cristian Aroca, Productor: Un total de una hora durante toda la programación englobando todas las cápsulas que se transmiten divididas en cultura, tecnología y deporte.

Análisis: Bajo esta respuesta Onda Cero resalta que sus contenidos son educativos y de entretenimiento, ya que las notas que transmiten sí “educan” al oyente. No obstante, Alfa Radio, emite entre media hora y una hora de contenidos educativos durante toda la programación, según mencionó su director de programación y productor, que lo fragmentan en “cultura, tecnología y deporte”.

5. ¿Cuántas cápsulas se transmiten al día?

- **Onda Cero**

Luis Villacís, Dir. Producción/productor: Las cápsulas no son más de 40 segundos, en horarios de 6 de la mañana a 7 de la noche. Se transmiten en promedio cada hora: 4 o 5 pastillas como mínimo y son cápsulas producidas por Onda Cero, tanto en contenidos como en la forma de desarrollarlas, que puede ser a través del locutor o de pastillas pregrabadas.

- **Alfa Radio**

Cristian Aroca, Productor: Aproximadamente tenemos 20 cápsulas por mes, con una duración de 2 minutos. Durante toda la programación del día, se transmiten 10 cápsulas.

Análisis: Los productores de Onda Cero y Alfa Radio transmiten un total máximo de 10 cápsulas al día, cuya duración fluctúa entre 40 segundos hasta 2 minutos según el contenido. Se puede evidenciar que estos contenidos tienen poca apertura dentro de la programación y que frecuentemente son realizados por los mismos locutores.

6. ¿Cuál es el personal que integra su departamento de producción?

- **Onda Cero:**

Rene Endara, Gerente: Gerente y el director de producción.

Luis Villacís, Dir. Producción/productor: Toda decisión se toma en base a la aprobación mía, y cuento con 1 locutor y 1 locutora.

Betty Recalde, Locutora: Lo integran: el productor, locutor, director, y programador; en Quito; existe apoyo por parte de todo el equipo; Rene se encarga de todas las funciones.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: Es el Locutor, director, productor, programador.

Cristian Aroca, Productor: Dentro de la producción trabajamos 2 personas que nos dividimos para la Red de Radios que se maneja aquí adentro, yo trabajo para Alfa y otras dos, en programación se encuentra el director y los locutores de Alfa Radio. Como departamento nos dividimos.

Análisis: Bajo este análisis el personal de Onda Cero evidencia que el departamento de producción está integrado por el director de producción y dos

locutores, mencionando que el departamento físicamente se encuentra en la ciudad de Quito.

Alfa Radio cuenta con dos productores que se dividen para la Red de Radios de empresa, se observó que en este caso el productor de la radio Alfa, es quien se encarga de desarrollar los contenidos que los locutores transmiten.

7. ¿Qué entiende por contenidos o cápsulas educativas?

- **Onda Cero**

Luis Villacís, Dir. Producción/productor: Son todos los contenidos que sirven para educarnos, ya sea lo que se escuche o se vea, y se da de forma didáctica.

- **Alfa Radio**

Cristian Aroca, Productor: Toda información que se ofrece en base a la verdad, informa y educa a los jóvenes con contenidos generales, ya son educativos.

Análisis: En este espacio sobre el significado de contenidos educativos, los productores de las emisoras mencionaron que “es toda información que llegue a educar”, pero según Kaplún, los contenidos educativos proporcionan y ayudan al aprendizaje. Es decir, no se puede educar en toda la información que se transmite día a día. En palabras de Cecilica Novoa, los contenidos educativos son: “transformaciones de lo simbólico y la producción de sentido implican comprender que educar, comunicar, es una reflexión-acción que se piensa, imagina y diseña desde un nuevo ecosistema comunicacional que articula las dinámicas.

8. ¿Cómo debe redactarse un contenido radial?

- **Onda Cero**

Betty Recalde, Locutora: Con un lenguaje fácil de entender para los diferentes oyentes.

- **Alfa Radio**

Cristian Aroca, Productor: Debería ser claro, preciso y conciso, es decir, directa y a su vez repetitiva para que el oyente pueda captar la información.

Análisis: Se puede concretar que un contenido radial debe tener una redacción clara, precisa, directa y reiterante, puesto que la información que se transmite debe quedarse en el conocimiento del oyente.

9. ¿Cuál es la importancia de un departamento de producción?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: Es importante para el desarrollo de los contenidos que se producirán. Se encargarían de producir, investigar, buscar, desarrollar todos los contenidos y sugerir la manera de transmitir la información que va al aire.

Luis Villacís, Dir. Producción/productor: Sí, justamente es para que uno haga la pastilla o lo que se llama cortina. Por ejemplo puse la pastilla “la onda educativa”, en ese momento aparece la música que va de acuerdo a lo que se quiera decir y allí el locutor deberá decir el contenido en ese tiempo, y el todo se produce en base al tiempo.

Betty Recalde, Locutora: Sí, todas las radios ya sea que tengan más o menos infraestructura cuentan con un departamento de producción.

Existen muchas radios que no solo son netamente musicales, son informativas y hay un departamento creativo y de producción que se encarga de cada programa; se debe buscar la forma de vender el programa.

No solo para temas educativos, para todas las áreas de las radios; se necesita de un departamento de producción; en especial de contenido

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: En la medida que el área de producción esté bien estructurada, se podrá elaborar mejores contenidos. Se logrará crear, buscar información y producir los contenidos investigados. Cada quién realizaría el trabajo correspondiente porque si alguien no trabaja en su función, el contenido estará mal producido.

Cristian Aroca, Productor: Sí porque es elemental, ya que el departamento se encarga de vestir a la radio, le da forma, imagen auditiva, es decir, el plus que necesita cada radio y la identificación que la hace distinta.

También poder trabajar en cualquier proyecto, eso le da la tranquilidad que el producto va salir bien.

Análisis: En el siguiente análisis se puede observar que un departamento de producción es de gran importancia ya que se destinaria para investigar, producir y desarrollar los contenidos que se transmitirán, se concreta que un área permite que las diferentes funciones se repartan adecuadamente para un mejor trabajo. El departamento es la base en la generación creativa en contenidos. Confirmando lo que el experto Guillermo del Campo menciona “el departamento es el filtro de todo lo que se va a realizar, armar y poner en marcha para que sea puesto al aire”.

10. ¿Realizan una pre-producción y producción del contenido educativo en su radio?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: Sí existe, aunque no hay una persona que se encargue solamente a esta producción de contenidos y creo que ninguna radio lo tiene.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: Si tenemos una pre-producción y ahora estamos en búsqueda de alguien que se encargue de generar contenidos educativos.

Análisis: Se puede observar que las dos emisoras resaltaron que sí existe una preproducción de contenidos educativos en sus radios, sin embargo no dejan de recalcar la carencia de un personal encargado de la generación de contenidos educativos.

11. ¿En qué favorece un área de producción para el desarrollo de contenidos educativos?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: Favorece en la inmediatez, rapidez y que exista más rotación en las noticias. Estamos ahora realizando un folleto de noticias e información en general, el locutor ya sabe cuáles son los temas que saldrán al aire, cuando se termina el folleto se debe coordinar con el director de producción y conmigo para generar más información.

Luis Villacís, Dir. Producción/productor: Son quienes se encargan de generar la información, de la elaboración de un guión, que en lo posterior tiene que ser aprobado por la gerencia.

Un área de producción debería de poseer los equipos y el espacio adecuado, ya que el área de producción requiere de un espacio físico que sea amplio y que esté ausente del ruido ambiental externo, en base de parámetros que no sea simplemente un cuarto. En la parte humana debe de contar con un jefe y personas que sirvan de respaldo para el contenido del área de producción.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: En crear contenidos enfocados al público objetivo como tal.

Cristian Aroca, Productor: Le da una mano a la radio en cuanto a la producción y lo que se debe colocar al aire, para que se brinden productos auditivamente aceptables.

Los locutores tienen la oportunidad de buscar asesoría en cuanto a producción y corrección de redacción.

Análisis: Para el personal de las radios investigadas, un departamento de producción favorece a la generación de contenidos, creación de formatos radiofónicos e inmediatez en producción. De esta manera beneficia a la transmisión de más contenidos educativos y que las radios se involucren en la elaboración de dichos productos. De la misma manera lo destaca el experto en producción Juan Montalvo, que “el personal del departamento de producción pueda trabajar con mayor concentración y sobre todo establecer esa distancia con otros departamentos”.

12. ¿Cuál sería la falencia si no existiera un área exclusiva de producción?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: La producción sería básica, no habría producción radiofónica y sería a lo que salga, es decir, música de fondo y la locución.

Luis Villacís, Dir. Producción/productor: El área de producción es el cerebro de la radio, sin producción no hay radio. Es más, uno puede poner música al aire, la producción es la imagen de la radio, hay campos en donde tú puedes estar y el mejor campo es la producción en donde está la imaginación y la creatividad, es algo básico.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: Sería incompleta la producción de contenidos

Cristian Aroca, Productor: Se debe trabajar de la mano con la producción, grabaciones pre-producidas y se debe ir practicando para desarrollar un mejor producto, ofreciendo al oyente un audio limpio y sin error.

Aunque el desarrollo de las pre-producciones hacen que el locutor se vuelva dejado, es decir, que solo transmita lo que ya está desarrollado

Análisis: La producción sería simple y poco elemental, es decir, la pre-producción no existiría, y los contenidos finales estarían basados en una locución con música, mas no habría creatividad. Al no existir dicho departamento, la producción de los audios quedaría sin ser desarrollados adecuadamente.

13. ¿Cada cuánto tiempo desarrollan contenidos de entretenimiento?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: Cada 15 días se actualiza el folleto de contenidos, porque todo está relacionado.

Luis Villacís, Dir. Producción/productor: En realidad la información ya está generada, los locutores van directamente a su banco de información y en ese momento escogen el contenido dependiendo del momento.

Una pastilla debe de escoger la trama y crear el banco de información, en base a fijar un tema. Muchas veces, hay que contrastar que la información sea verídica para no transmitir algo falso.

Betty Recalde, Locutora: La información se la actualiza cada 15 días con el folleto que me facilitan.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: Todos los días se actualiza información.

Cristian Aroca, Productor: Los contenidos se realizan toda la semana en diferentes segmentos.

Análisis: En este análisis se contrastó el tiempo en el que se desarrollan los contenidos. Para Onda Cero su actualización de contenidos llega cada 15 días, con un folleto que se refresca; recordando que los contenidos de entretenimiento y educativos van de la mano. Mientras tanto Alfa Radio, reajusta todos los días dichos contenidos de entretenimiento, debido a su línea juvenil.

14. ¿Cada cuánto tiempo desarrollan contenidos educativos?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: Cada 15 días se actualiza el folleto de contenidos que sirve para toda la semana.

Luis Villacís, Dir. Producción/productor: Se realiza constantemente, se conversa de la parte educativa en coordinación con la Dirección General de la Radio en Guayaquil, y en base a lo planificado con Rene, se toma la decisión de realizar pastillas educacionales. Como *la onda educativa*, en donde cada locutor se encarga de pasar dichas pastillas cada cierto tiempo y con duración de 30 a 40 segundos, y ellos al aire darán la información que no siempre va a ser la misma.

Betty Recalde, Locutora: Cada 15 días se realiza el folleto para los nuevos contenidos.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: 3 veces por semana se desarrollan los contenidos que van a transmitirse, ya que los temas son atemporales.

Cristian Aroca, Productor: Toda la semana desarrollamos los contenidos de curiosidad, tecnología y educativos, se realizan dos cápsulas, una vez por semana.

Análisis: Bajo esta premisa, Onda Cero desarrolla sus contenidos educativos cada 15 días, la misma que ofrece entretenimiento. En Alfa Radio la actualización de los contenidos educativos bajaron a dos o tres veces por semana, con temas atemporales; divididos en tecnología, curiosidades.

15. ¿Quiénes realizan la elaboración de contenidos?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: El director de producción y mi persona, elaboramos los contenidos publicitarios y educativos. El locutor solamente transmite lo que se desarrolló en el folleto y en caso que desee mencionar un tema, lo busca el mismo.

Luis Villacís, Dir. Producción/productor: Es en conjunto con gerencia y el departamento de producción, aceptando sugerencias del mismo público, por ejemplo sobre la música del Ecuador. Tomamos en cuenta la recomendación de los locutores, ya que ellos son los que están en contacto con la gente.

Betty Recalde, Locutora: En Quito se realizan las grabaciones y en Guayaquil se hacen las respectivas audiciones; nuestro trabajo es locutar, aportar con información actual, siempre y cuando se verifique la fuente. Existen grabaciones que se las leen desde Guayaquil y otras que salen al aire desde Quito; como por ejemplo: información cultural y educativa.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: Los locutores, ellos buscan la información que tengo que aprobarles, se aprueban los textos y se los dirigen al área de producción, lo trabajan y se lo transmite.

Cristian Aroca, Productor: Yo no me encargo de elaborar los contenidos, más bien mi función es programar, supervisar, producir los contenidos que realizan los locutores.

Locutores, quienes redactan y animan sus propios contenidos; también el director de programación.

Análisis: La importancia de quiénes desarrollan los contenidos en general, es relevante para observar el manejo de producción dentro de las emisoras. El folleto que realiza Onda Cero, lo produce el gerente y el productor. Mientras tanto, en Alfa Radio los encargados de realizar dichos contenidos son los locutores, quienes buscan y elaboran sus textos, luego de aquello, el productor se encarga de gestionar la producción para poder transmitirla.

16. ¿Quiénes elaboran los contenidos educativos?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: No tenemos quien produzca esos contenidos como tal, por dos razones: la primera; porque dentro de una radio no se ha profesionalizado el personal como debe de ser y la segunda; por tema presupuestario.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: Tenemos a una locutora que es la encargada de redactar y gestionar los contenidos.

Análisis: En este aspecto se observa la falencia del personal adecuado para la producción de contenidos educativos. Se puede definir que una de las causas, es el no profesionalismo y la falta del personal, ya que no están capacitados para elaborar dicho contenido.

17. ¿Quiénes deberían ser los encargados en gestionar contenidos?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: Debería ser un libretista o guionista encargado de los contenidos como tal, y el otro sería el productor enfocado a la sonorización y estructura.

Luis Villacís, Dir. Producción/productor: Deberían ser un programador, un libretista, el productor y el director.

De esta manera, se aplicaría la pirámide estructural, y cada información va subiendo hacia este punto, en donde se decidirá qué información se debe de tomar o no.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: Es el locutor y la redactora.

Análisis: Los directivos de las diferentes radios mencionaron que un guionista especializado en contenidos educativos es quién debería gestionarlos. Pero por su parte el experto Mg. Efraín Luna, entrevistado en el análisis de investigación, resaltó que “el educador es quién debería gestionar los contenidos, porque es el encargado de educar a través de la comunicación”.

18. ¿Es necesario que solo el locutor o productor realice la producción total de contenidos?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: No, porque estaría realizando varias funciones y no se concentraría en trabajar en su área, aunque tenga la capacidad le quitaría tiempo a su función.

Luis Villacís, Dir. Producción/productor: Se lo puede hacer, pero ¿quién está produciendo esa información?, la pregunta es ¿de dónde se está sacando esa información?, eso ya es producción. Porque el locutor puede llegar y puede simplemente leer y transmitir en vivo, pero en este caso la información debe ser ordenada

Betty Recalde, Locutora: Nosotros tenemos periódicamente reuniones donde se aportan ideas y donde se crean los diferentes textos; cada uno lo hace para su programa y otros para los programas de los demás.

Dependiendo del locutor; la preparación que tenga, que esté acorde a los parámetros de la radio.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: No, porque estaría cumpliendo otras funciones que no le corresponde, pero como no contamos con alguien más por un tema de costo, la locutora de igual forma está en la capacidad de desarrollar contenidos, aunque si no realiza bien su trabajo, buscaremos personas que estén especializadas y se enfoquen a desarrollar más contenidos.

Análisis: El personal de ambas radios, concordaron que una sola persona no debe encargarse de toda la realización del contenido, ya que esto produciría la reducción de labores y contenidos no adecuados para el público objetivo. Aunque no se resta la capacidad que tienen los locutores en la producción de contenidos, el producto final no se realizaría de la mejor manera, ya que los locutores no se encuentran capacitados para ejecutarlos.

19. ¿La multitarea del personal reduce el desarrollo de contenidos y su producción?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: Sí, porque si tuviésemos a la persona indicada, se dedicaría a elaborar los contenidos. Ya que el individuo que está a cargo de la producción, aparte de elaborar todo tipo de contenidos, también debe preocuparse por producir las pautas comerciales, los identificativos de la radio, y yo (gerente) me dedico a la labor gerencial de la radio y también a la elaboración de contenidos, entonces no se tiene una función enfocada a la producción como tal.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: No, porque si el personal sabe que función le toca realizar y con planificación, lo efectuará bien y la producción saldrá excelente, pero si lo hacen al apuro, el producto saldrá mal.

Análisis: Como se ha analizado anteriormente la multitarea del personal, sí reduce el desarrollo y producción de contenidos, porque según los directivos la función no se enfoca de la mejor manera, y el trabajo no tendría la planificación previa y saldría mal, es decir, que su calidad sería menor, argumentándolo con el experto Efraín Luna que dice que “la causa de este problema, es porque en algunas radios no se tiene definida la organización, y se deja a cargo a una sola persona, que maneje la realización del contenido desde gestionarlo hasta la producción”.

20. ¿El contenido educativo es/no novedoso?

- **Onda Cero**

Luis Villacís, Dir. Producción/productor: Si es novedoso siempre y cuando se lo produzca de tal forma que sea didáctico.

- **Alfa Radio**

Cristian Aroca, Productor: Es novedoso dependiendo de las características que rindas a la investigación del contenido y a la creatividad que se coloca en la producción, pero esto es difícil porque una radio comercial se maneja por el rating.

Análisis: Para los productores de las radios, el contenido es novedoso si se lo produce de manera creativa, que capte la atención del público objetivo; aunque se pudo observar que ante estos contenidos prima un punto clave, que es el rating, el que maneja de cierta manera su estatus como emisora y bajo esto los contenidos que transmiten, siendo emisoras musicales.

21. ¿Consideran pedagógico los “contenidos educativos” que emite su radio?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: A veces. Ya que trato de hacer lo más sencillo posible para el entendimiento; de universalizar la comunicación para todos quienes nos

escuchan. Porque igual no hay una persona encargada exclusivamente de generarlos.

El director de producción tiene la colaboración de los locutores que laboran dentro de la radio para poder desarrollar los contenidos.

Luis Villacís, Dir. Producción/productor: Sí completamente, se busca que vaya enfocado a un nivel educativo, guiándonos con un pedagogo o profesional de la educación que nos oriente.

Betty Recalde, Locutora: Sí, siempre.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: Sí, enseñamos porque nosotros emitimos los contenidos de manera que nuestros oyentes nos entiendan, y lo realizamos a través de temas de curiosidades, *¿Sabías que?*

Nosotros nos mantenemos en educar a través de la música, colocando canciones que vayan acorde a las edades y que no degeneren a la persona, solo porque es la moda de aquella música como tal.

Cristian Aroca, Productor: Sí pero podría mejorar, nosotros lo educamos presentando contenidos para que los jóvenes se olviden de los malos hábitos, costumbres, etc.

Análisis: Según la información que el personal pronunció, se observa que sí consideran pedagógicos los contenidos que emiten, aunque mencionan que podrían mejorar su producción. En el análisis se observó que el gerente de Onda Cero menciona que sus contenidos son pedagógicos en ocasiones, a veces; recalando que no existe una persona encargada en generar dicho contenido. Contrastando lo que el experto Efraín Luna menciona sobre el

significado de los contenidos educativos que se transmiten: “si queremos hablar de temas ya pedagógicos, de cómo está pidiendo las Leyes, tenemos que establecer técnicas de comunicación y didácticas”.

22. ¿Cuáles son los recursos que utilizan para producir contenidos educativos?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: Una música para la presentación, locución y música de base según el contenido

Betty Recalde, Locutora: Lo que se utiliza para las notas educativas es la información, efectos para la nota; no se realizan llamadas.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: Se utilizan solos las locuciones, y el audio de fondo.

Cristian Aroca, Productor: Lastimosamente las librerías musicales están fuera del alcance económico de la radio, por eso optamos por conseguir jingles de artistas nacionales.

En las cápsulas manejamos cortinas de fondo, efectos, presentación y despedida junto con la locución del contenido.

Análisis: Para la producción de contenidos educativos el personal a cargo mencionó que la utilización de la locución, música de entrada y de fondo, son los recursos de la producción. Por su parte Alfa Radio manifestó que sus cortinas si tienen efectos, presentación y despedida.

23. ¿Existe interés de la radio por producir contenidos educativos?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: Sí, estamos produciendo contenidos, cápsulas culturales, notas informativas, dentro de nuestra programación, y de una u otra manera han sido elaboradas de tal forma que sean digeribles para nuestros oyentes.

Pero el asunto va por los oyentes que no tienen interés, esto se da por un tema cultural de los radioyentes que no están acostumbrados, y se conforman con lo que transmiten las radios.

Luis Villacís, Dir. Producción/productor: Todo es progresivo, en realidad se está creando la cultura de contenido educativo y la ley ha incentivado a que se desarrollen estos temas.

El éxito del área de producción está en poder producir mayor cantidad de cosas, es decir crear algo más que pueda aportar a la sociedad.

Betty Recalde, Locutora: Sí, muy aparte de las notas de espectáculo; siempre estamos aportando con datos de tecnología; como por ejemplo la aplicación para los no videntes.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: Sí, poco a poco hemos ido colocando más contenidos educativos, culturales. Ahora tenemos un departamento de noticias que se encargan de generar los contenidos de información.

Antes de la LOC ya producíamos en pocas proporciones contenidos, pero desde segmentos de curiosidades, con ese tipo de información estábamos educando también.

Cristian Aroca, Productor: Claro que sí, por nuestro deber con la sociedad, cumpliendo un eje principal de la radio, que es educar.

Análisis: Aunque tengan una calidad menor de producción, las radios investigadas afirman que sí están interesadas en producir contenidos educativos, sin olvidar que es un proceso de adhesión de estos contenidos a su programación, generando consumismo en los jóvenes.

24. ¿Se necesita de la presencia de un pedagogo para la elaboración de contenidos educativos?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: No necesariamente se necesita a un pedagogo porque la persona que sepa de redacción, es decir, un libretista junto con el productor, se pueden asesorar externamente.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: La presencia del pedagogo sería para una consultoría externa, es necesario las consultas de los expertos pero no su presencia física en la radio por el tema de costo, operaciones.

Pero si tenemos a una persona que se encarga de buscar la información para generar los contenidos.

Análisis: La respuesta referente a la presencia de un pedagogo, los directivos mencionaron que debería existir pero de una manera externa, ya que un libretista podría ocuparse de la generación de contenidos.

25. ¿Qué personal faltaría de integrar el equipo de producción?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: Un libretista, que desarrolle el contenido educativo, formativo, noticias y culturales.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: Nos hace falta un guionista que se encargue de los contenidos educativos y que ayuden en el proceso de producción.

Cristian Aroca, Productor: Sería importante un docente o comunicador que se especialice en educación, porque su experiencia aportaría mucho al desarrollo de contenidos, ya que se debe tener cuidado con lo que se elabora.

Análisis: Entre los directores se define, que en el departamento de producción, sería necesaria la presencia de un libretista o un comunicador especializado en educación para la elaboración de contenidos educativos, ya que se encargaría específicamente de generarlos.

26. ¿Cuáles son los profesionales que deberían integrar un equipo de producción?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: Director, productor, programador, guionista

Director: Persona encargado de seleccionar los temas.

Guionista: Encargado de modificar el texto de manera sencilla para el oyente.

Productor: Será quién desarrolle el contenido desde la producción.

Luis Villacís, Dir. Producción/productor: Serían los locutores profesionales y de personas que cuenten con la genialidad y variedad de voces, que sepan transmitir el mensaje.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: Director, productor, programador, guionista

Cristian Aroca, Productor: Contamos con un equipo bien conformado, y nuestros locutores son comunicadores y ellos tienen la capacidad de desarrollar contenidos. También el director tiene la función del programador, puesto que es director en programación.

Análisis: Se pudo establecer que un director, programador, guionista y productor deberían ser los que integren el departamento de producción para la generación de los diferentes contenidos. Debido a que cada uno tiene la experiencia para ejecutar las funciones correspondientes sin caer en una multitarea laboral. Concordando con la respuesta del experto entrevistado Efraín Luna, al referirse que “el productor tiene la idea del contenido, el director aprueba dicha idea, y los editores-programadores son quienes producen, y

concretan la idea de contenido. Los locutores se encargan de transmitir el contenido que el productor ha realizado, en algunos casos generan sus contenidos”.

27. ¿Cuál es la falencia que encuentra como productor?

- **Onda Cero**

Luis Villacís, Dir. Producción/productor: En postergar producciones comerciales que son mi especialidad, por enfocarme solito a la producción de contenidos educativos, entretenimiento, aunque me dan los textos, y tenga un personal que de igual manera me ayuda, se me dificulta el producir porque debo velar por la gramática, ya que no tenemos un encargado de la elaboración.

- **Alfa Radio**

Cristian Aroca, Productor: El tener que muchas veces corregir locución mal redactada, ya que me ocupo de otras radios que se maneja en la Red de Radios, pero si fuera una sola radio a la que produjera encantado de ayudar en la redacción de los contenidos.

También me resta la función que me toca hacer al momento de producir los contenidos, porque si contáramos con una persona que solo se dedique hacer guiones nos ayudaría mucho porque al momento de hacer las grabaciones no tendríamos que preocuparnos de la estructura gramatical del texto.

Análisis: La falencia que se encontró entre las respuestas de los productores es que muchas veces tienen que corregir textos, es decir, la estructura aunque tengan personal que les ayuden. Bajo este análisis se pudo también observar, que al productor de Alfa Radio se le dificulta la producción, debido a que es el

encargado de gestionar los contenidos de dos radios más, pertenecientes a la Red de Radios de la empresa a la que trabaja.

28. ¿Tienen asesoramiento para elaborar contenidos educativos?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: No.

Luis Villacís, Dir. Producción/productor: En realidad en esta área deberían de trabajar solamente personas con conocimientos y preparación.

Betty Recalde, Locutora: No tenemos asesoría externa.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: No.

Cristian Aroca, Productor: No, aunque en algún momento si tuvimos un convenio con una radio externa y pasábamos cápsulas de entretenimiento, pero lo dejamos de tener porque observamos que nuestros locutores también podían realizar lo mismo.

Es importante una asesoría externa, porque nosotros no somos expertos en esta rama y regularmente nos auto-asesoramos con colegas de otros medios.

Análisis: Según contestaciones del personal de Onda Cero y Alfa Radio, no cuentan con asesoría externa, sino que realizan autogestiones con otros colegas. Villacís recalca que dentro del departamento deberían trabajar profesionales con un grado de preparación. Bajo estas premisas se analizó que las emisoras buscan gestionar contenidos por sus propios medios y que tienen escases de recursos humanos en su departamento de producción.

29. ¿La ley debería ser la única causa para que las radios generen contenidos educativos?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: No, porque debería ser iniciativa de nosotros, de proporcionar en un grado contenidos educativos y formativos.

Pero muchas radios no publicarían contenidos educativos si la Ley no lo hubiera exigido, o en extender más contenido.

Luis Villacís, Dir. Producción/productor: Una de las principales causas reales por la que existe la radio es para educar y enseñar a los radioescuchas.

Betty Recalde, Locutora: No, debido a que a veces por tener rating puedes tener una producción que no está dirigida a educar.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: No, aunque nosotros en pequeñas proporciones estábamos educando a través de temas cívicos, históricos con segmentos de “*Sabias qué*”, aportamos con la generación de contenidos educativos.

Cristian Aroca, Productor: No, porque la Ley es simplemente un “tatequieto” en los manejos de contenidos que están llevando ciertas radios.

Es un llamado de atención para que lo medios de comunicación desarrollen contenidos educativos

Análisis: Al mencionar que si la ley debería ser la única causa para generar contenidos educativos, los entrevistados mencionaron que lamentablemente se dedicaron al entretenimiento, aunque en pequeñas cápsulas introducen

contenidos educativos. También se pudo comprobar una vez más que el rating se encuentra como una causa para el no desarrollo de contenidos educativo. El experto Guillermo del Campo reafirma que se debe porque “los medios privados dejaron de lado dos vértices y se dedicaron a entretener y muchas veces mal llevado”. El Mgs. Efraín Luna, alude que el presupuesto no es una excusa, que todo se debe a la organización y a la planificación de los dirigentes de la radio.

30. ¿Deben incluirse contenidos educativos en radios que se caracterizan por ser musicales?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: Sí, porque somos un medio que también debe educar, nosotros tenemos una comunicación verde, es decir, educar reflexivamente, crear conciencia en el oyente.

Y ahora que existe una obligación por generar contenidos educativos, algunos los están haciendo a su medida, pero llegará un momento que deberán realizarlo por completo, porque no es justo que unos nos alineemos con lo que manda la ley y los otros no.

Luis Villacís, Dir. Producción/productor: Nosotros si tomamos en cuenta el tema de contenido educativo e informativo, que acompañen el contenido tradicional de entretenimiento y de farándula.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: Sí, porque en general somos un medio de comunicación y debemos educar a las personas, y nosotros estamos

educándolos a través de la música. Bien o mal, pero los estamos educando, porque la música es un arte también para educar.

Análisis: Los encargados de velar por la producción dentro de las radios resaltaron que es necesario incluir contenidos educativos en radios musicales, ya que educarían al oyente más allá de una programación netamente musical. Y bajo la determinación de implementar y colocar estos contenidos han aceptado el reto de producir contenidos que sea relevantes, observando también que su percepción de educación se basa en la forma en que transmiten dichos contenidos o con las músicas que reproducen, olvidando la complejidad de lo educativo dentro de las radios. Destacando lo que el Mgs. Guillermo del Campo menciona que “se debe insertar desde la creatividad y el interés de producir nuevos contenidos, formatos que faciliten contenido y entretenimiento” para la inclusión de contenidos.

31. ¿Cree usted que el contenido educativo quizás no pueda captar la atención de los radioescuchas?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: Con el tiempo los contenidos tendrán mayor apertura en radios musicales y así el joven aumentará su interés por que se informará mientras se entretiene.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: El hecho es que las radios líderes no hacen algo y por tanto las demás emisoras tampoco, pero esto se va a regular porque la ley lo dice, y no va hacer una tarea fácil pero nos beneficiaremos a futuro emitiendo contenidos educativos.

Análisis: El personal de la radio estableció que si creen que los contenidos educativos capten la atención en los jóvenes oyentes, pero se define de acuerdo a la manera de transmitir y producir dichos contenidos. Sin olvidar la preocupación de la generación de contenidos en las otras radios locales. Rescatando el beneficio a futuro de los radioyentes.

32. ¿Existiría el interés en los jóvenes si se les brindaría contenidos educativos?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: Interés no habría, pero si lo consumirían porque nosotros ofrecemos un contenido sencillo y entendible para su recepción de información.

Luis Villacís, Dir. Producción/productor: Al comienzo lo más probable es que no quieren tomarlo, pero con el tiempo por curiosidad se dedicarán a escuchar de qué se trata este tipo de contenido, a la larga si generará interés. Hay que saber realizarlo.

Cuando las personas encienden la radio buscan contenido que los entretenga y los distraigan mientras se están movilizándose.

Betty Recalde, Locutora: Porque no todo es diversión; en la actualidad existen jóvenes que se interesan en estar al día de lo que ocurre en el mundo; todo depende de la manera en cómo les ofreces la información. Considero que les puede gustar pero todo depende de la forma.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: Depende del enfoque al emitir el contenido educativo, ellos podrían digerir el contenido mas no que propongan querer consumirlo.

Cristian Aroca, Productor: Sí, porque al público se lo adapta, ya que ellos sin darse cuenta están aprendiendo algún concepto, pero todo depende de la creatividad que se produzca el contenido

Análisis: El personal de las emisoras concordó que en los jóvenes si existiría un interés por consumir contenidos educativos, teniendo una producción creativa que logre captar la atención. Por otra parte se resaltó la importancia de transmitir contenidos, ya que los adolescentes no solo deberían escuchar música sino también contenidos de relevancia, de esta manera se gestionaría la conciencia de producir, transmitir, formar, para que se entretenga y aprendan otros temas de importancia.

33. ¿En qué beneficiará al joven la emisión de contenidos educativos?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: En familiarizarse con otros contenidos y que se puede entretener mientras aprende temas de interés.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: En su atención hacia estos contenidos, porque todo está en darles música con contenidos sencillos,

entendibles y educativos que logre captar su atención. Y ellos te escucharán porque les ofreces música con contenido.

Análisis: En la transmisión de contenidos se pudo definir que beneficiará al joven en la cercanía con su emisora, en la fidelidad receptora que estas radios les proporciona en cuanto a sus contenidos y de los cuales deberán ser producidos de manera didáctica para una aceptación entre música y educación.

34. Con la existencia de un área exclusiva para la producción de contenidos educativos, ¿cada cuánto tiempo se elaborarían dicho contenidos?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: Toda la semana, se podría generar contenidos si se tiene a las personas exclusivamente para producir contenidos.

Esto ayudaría mucho al desarrollo del mismo, ya que beneficiaría tanto al que produce y al que investiga.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: Toda la semana, porque con la incrementación de más personal al área de producción se podrá desarrollar contenidos educativos diariamente.

Análisis: Se pudo rescatar que la existencia de un área de producción tanto físico como humano aportaría proporcionalmente a la elaboración de contenidos, refiriéndose que anteriormente estos contenidos se transmitían de dos a tres veces por semanas, y con un personal encargado de gestionarlo, su

desarrollo sería generado toda la semana según las contestaciones de los representantes de las radios.

35. ¿En un departamento de producción deberían trabajar profesionales dedicados a la producción?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: Totalmente, aunque esto no quita que podría trabajar un especialista de otra rama, pero más como asesoría para algún tema.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: Totalmente, porque si el locutor no está capacitado oral y gramaticalmente ¿qué podrá enseñar, transmitir y educar?, ya que los jóvenes siguen a ídolos o referencias públicas,

Ahora con lo dispuesto de la Ley, se aumentará el consumo cultural y fomentar los contenidos educativos.

Cristian Aroca, Productor: Sí porque mejoraríamos, aunque sería difícil cambiar de estrategia en cuanto a programación pero mejoraría lo que tenemos, o actualizaría los contenidos de manera creativa

Ya no tendríamos una idea sacada del internet sino sería una idea creada por una persona y ahí gestionamos contenidos

Análisis: En este analice se observó según las respuesta del personal de las emisoras investigadas, que dentro del departamento de producción es necesario que trabajen profesionales dedicados a esta rama, ya que mejoraría la programación en cuanto a contenidos, debido a la creatividad que se maneje en la producción y elaboración.

36. ¿Es necesario capacitar al personal que elabora dentro de un área de producción?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: Es importante para que tengan el conocimiento en la producción y desarrollo de contenidos.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: Se deberían capacitar a sus trabajadores para que maneje el área en las distintas ramas, y así no se colocaría a una persona que no esté capacitada para cumplir alguna función.

Cristian Aroca, Productor: Si deberíamos, cada cinco o seis meses coger taller de actualización, preparación para otras ramas pero lastimosamente eso parte de una organización y no se podría hacer así fácilmente

Entonces nos queda las reuniones entre el personal para ir mejorando entre nosotros, ver las falencias que tenemos, que podemos hacer, las correcciones.

Análisis: Con las respuestas mencionadas se observó la necesidad de capacitar al personal de un departamento de producción, gracias a que esto permitiría desarrollar mejor la producción de contenidos. Estos talleres según manifiestan debería realizarse periódicamente, cada cinco o seis meses, o anualmente. Destacando la importancia de la preparación del personal, Juan David menciona “que es indispensable que ellos estén preparados para realizar productos radiofónicos tanto de producción como de contenidos, para que puedan hacer un mejor trabajo”.

37. ¿Analizan a su público objetivo para recibir sugerencias de contenidos y evaluar su interés?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: No hemos hecho ningún estudio que demuestre cuáles son los intereses de consumo de nuestro público objetivo, que son jóvenes de 12 a 18 años.

Betty Recalde, Locutora: A través de las redes sociales; de las menciones se puede observar los intereses del público objetivo, las últimas tendencias y las mejoras respectivas para la radio.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: Nosotros lo analizamos a través del email, redes sociales, y con la retroalimentación para ver cómo estamos trabajando.

También vamos de la mano con el departamento de marketing para evaluar el rating, y cuáles son los programas que tienen falencia.

Hace dos años hicimos un cambio a nivel de la radio, nos fuimos a un solo género musical, es decir, especializada en electrónica.

Cristian Aroca, Productor: Por medio de redes sociales y las llamadas que ellos realizan. Se lo realiza por medio de su cercanía y análisis.

Análisis: Según las respuesta mencionadas por el personal de las diferentes emisoras se define que no existe un estudio corroborando el interés de los jóvenes, sino que se remiten a la retroalimentación que las redes sociales les permiten recibir de las opiniones o sugerencias que los oyentes realizan.

38. ¿Por qué en las radios del Guayaquil se escucha poco contenido educativo?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: Porque la radio busco su nicho, entretener, lo que redujo la investigación por elaborar otros contenidos formativos, ya que detrás de todo hay un negocio que genere más rentabilidad.

Luis Villacís, Dir. Producción/productor: Porque se debe a la especialización que se ha venido dando a las radios, por ejemplo hay radios que se han especializado como radio de contenido musical.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: Porque la mayoría de las radios son comerciales, y se dedicaron a esta rama descuidando el punto educativo, y por no administrar sus recursos de producción.

También porque si se produce un programa con contenidos educativos, los oyentes no responde al rating y al presupuesto.

Cristian Aroca, Productor: Porque se está muy prostituido, es decir, que se ha convertido en negocio para los dueños y directores.

Análisis: Entre las contestaciones pudimos observar que el poco contenido de transmisión de las radios de Guayaquil se debe por una arista comercial, donde su objetivo sirve para entretener a su oyente, dejando a un lado por completo la producción de contenidos educativos. También se pudo subrayar una vez más que el rating junto con el presupuesto radial son una de las causas, teniendo como resultado una administración poco sustentable para la producción. Argumentándolo con el experto Efraín Luna al referirse que “carecen de costos para el desarrollo, pero no es excusa el presupuesto si se realizaran trabajos cortos de producción”.

39. ¿Por qué la radio en Guayaquil ha perdido su horizonte de producción y contenido educativo?

- **Onda Cero**

Betty Recalde, Locutora: Lastimosamente piensan que para obtener más rating se debe aumentar el nivel de malas palabras, datos de crónica roja, sensacionalismo. Nosotros siempre hemos estado con datos informativos, variando con temas de espectáculo, nutrición y tips para los estudiantes.

- **Alfa Radio**

Cristian Aroca, Productor: Primero porque se ha dado mucha apertura a personas que tienen talento pero no experiencia, es decir, la voz que tienen y no comunican algo relevante a la información. También en cuanto a su producción dejan mucho que decir.

Análisis: Se puede analizar a raíz de las respuestas del personal, que la radio en Guayaquil se dedicó a mantener un rating gracias a los contenidos musicales y la libertad de locuciones en vivo, mencionando la poca preparación en la producción de otro tipo de contenidos. Por su parte Juan David Montalvo señala que “el problema está en que se han copiado programas del exterior que han funcionado y los han querido implementar aquí” argumentando una apuesta por desarrollo nacional.

40. ¿Si se transmiten contenidos educativos bajaría el rating de la radio?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: Sí bajaría, por un tema cultural, ya que no están acostumbrados a esos contenidos.

Betty Recalde, Locutora: Sí, porque nuestros consumidores de medio no tienen una buena información educativa y gracias a eso, los consumidores pueden sintonizar cualquier emisora sin responsabilidad.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: Si está bien estructurado y ubicado los contenidos no bajaría el rating, también debe ir acorde al concepto que ayude al joven.

Análisis: Según el personal entrevistado, los contenidos si harían bajar el rating por un tema de interés de consumo de dichos contenidos, mencionando que no están acostumbrados, se puede analizar que las radios han sido parte del imaginario que se crea de la falta de interés hacia el consumo de contenidos educativos, por su parte Heredia resalta que si la estructura tiene buenas bases no bajaría el rating, concretando que la producción sería fundamental en el desarrollo. Por su parte Juan Montalvo destaca que “todo depende de cómo se realice ese contenido educativo, y que su producción sea acorde a la audiencia que lo escucha”.

41. ¿Existe algún estudio que demuestre que los contenidos educativos disminuyen audiencia?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: No, pero por experiencia no aumentaría, porque a los jóvenes les gustan temas populares y no están interesados en oír contenidos educativos.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: No existe pero por experiencia sabemos que los jóvenes no consumen contenidos educativos, cuando uno está en este medio de comunicación lo reconoce, también porque si los oyentes no escuchan lo que les gustan, se van a la competencia que les ofrece música.

Análisis: Este análisis se da por un sesgo que los representantes de las radios tienen hacia los contenidos educativos y a la disminución de audiencia, debido a que no han realizado un estudio concreto y simplemente se han basado en sus propios imaginarios, y punto de vista recalcando que los jóvenes tienen interés por contenidos populares.

42. ¿Si existiera un respaldo hacia el área de producción, los contenidos educativos mejorarían en cuanto al desarrollo de producción?

- **Onda Cero**

Rene Endara, Gerente: Mejoraría la producción, pero eso no me daría más rentabilidad a la radio, porque aunque mejore contenidos no significa que suba de audiencia.

Betty Recalde, Locutora: Sí, haciendo una comparación con las radios de la Costa y Sierra; las de las Sierra tienen más cultura de producción; en las radios de la Costa se toma más en cuenta lo “populacho”, chistes doble sentido, lo que “la gente quiere”.

- **Alfa Radio**

Fernando Heredia, Dir. Programación: Mejoraría en contenidos, pero esto es una sinergia por costo y contenidos. Ya que se observa que si se coloca contenidos educativos baja el rating y por eso las personas dejan de invertir en publicidad.

Cristian Aroca, Productor: Lo que hacen las mayorías de las radios es ahorrar e invertir poco, porque mencionan que con poco recurso se puede trabajar y ante eso discrepo porque si no tienes el equipo y la ambientación no vas a saber que producto darás.

Análisis: Bajo las respuestas del personal se puede analizar la importancia que un departamento de producción tiene en la realización de contenidos, y según manifiesta que si habría respaldo hacia el área, sus contenidos aumentarían la calidad de producción sin dejar a un lado la problemática del costo y rating que para las emisoras es complejo trabajarlo en otras perspectivas. Resaltando lo que el Mgs. Guillermo del Campo se refiere “se desarrollaría mejor si se enfocaran en la preparación, capacidad y conocimiento para el desarrollo de contenidos y los locutores, comunicadores le apostarían por el cambio de contenidos”.

4.2. Resultados de grupos focales

En este punto se abordaron las respuestas de dos grupos focales con el fin de diagnosticar las necesidades de los radioescuchas jóvenes entre 16 y 18 años de edad para la identificación del interés en consumir contenido educativo de las estaciones Onda Cero y Alfa Radio.

El estudio de investigación se dividió en dos grupos de fans de las radios analizadas. El primer grupo son fans de Onda Cero y el segundo pertenece a Alfa Radio.

Para la realización del análisis se escogieron preguntas relevantes de la investigación. En el apartado Anexos se encuentra la transcripción completa del focus group. Los grupos se dividieron en siete y seis integrantes, respectivamente.

Participantes del primer grupo (Fans de Onda Cero):

-Juan (16 años)

-Daniela (16 años)

-Xavier (17 años)

-Génesis (17 años)

-Viviana (17 años)

-Sonia (18 años)

-Alexa (18 años)

Participantes del segundo grupo (Fans de Alfa Radio):

-Mario (16 años)

-Michelle (16 años)

-César (17 años)

-Vanesa (17 años)

-Adriana (18 años)

-Julie (18 años)

1. ¿En qué horario del día escuchan más radio?

Primer Grupo: En este grupo de fans se pudo rescatar que los jóvenes en su mayoría escuchan radio en la mañana “antes del colegio”, pero sin descartar que tres de ellos, dijeron que el horario en el que escuchan es desde la tarde hasta noche.

Segundo Grupo: A diferencia del primer grupo ellos escuchan su radio por la tarde, a partir de la “cinco de la tarde”.

Análisis: Se puede determinar que el horario ideal para que los jóvenes escuchen radio está entre la mañana antes de irse a sus colegios y en la tarde.

2. ¿Qué te gusta escuchar de tu radio/ o te gustaría escuchar?

Primer Grupo: Al realizar la pregunta los siete jóvenes coincidieron aparte de escuchar música, escuchan otros contenidos que transmiten las radios, como lo menciona Juan y Daniela: “Curiosidades” y “¿Sabías qué?”.

Segundo Grupo: Los seis entrevistados concordaron que también escuchan música pero se inclinan hacia las respuestas de lo que les gustaría consumir, como “curiosidades” o “más contenido de relevancia”.

Análisis: En esta pregunta se analiza, que no solo la música es lo primordial para los jóvenes. Se examina, según las respuestas dadas, que si les interesaría escuchar temas que puedan ayudar a agrandar sus conocimientos en diferentes ámbitos como es la ciencia, historia, tecnología y así poder recordar lo que hayan olvidado. Explorando el marco teórico de este proyecto de investigación, se cita a López y Gómez que establecen que [...] “el consumidor joven de radio, sea ésta generalista o especializada, apuesta por una mayor calidad en los contenidos que ofrece el medio”. (López, Gómez, 2014, 31-53).

3. ¿Qué entiendes por contenidos educativos?

Primer Grupo: Los jóvenes al momento de escuchar esta pregunta, coincidieron que los contenidos educativos los va a educar, así lo menciona Xavier: “Nos enseñan conceptos o cultura general”, también para Alexa significa que: “Me enseñarán temas de relevancia”.

Segundo Grupo: En este grupo también coincidieron sus contestaciones y entre sus respuestas están que “son temas que me ayudarán a aprender más en algo específico como la ciencia, arte, economía”.

Análisis: Los jóvenes de 16 a 18 años si tienen noción de qué son contenidos educativos. Para ellos son temas, que les facilitarán en recordar conceptos del colegio, o aprender más de historia general y que les ayudará a aumentar el conocimiento.

4. ¿Has escuchado en tu radio algún contenido educativo?

Primer Grupo: Los fans manifestaron que han escuchado, rara vez o más o menos, contenidos educativos en sus emisoras, se resumiría en lo que Viviana destaca: “por ratos cuando los locutores hablan de un tema, pero es corto”.

Segundo Grupo: Para este grupo las respuestas se entrelazan al subrayar que en sus radios escuchan “a veces contenidos educativos”, señalando que “solo los locutores hablan”.

Análisis: Según las opiniones de los dos grupos de fans, se determinó que escuchan “un poco, por ratos y son muy cortitos de segundos” los contenidos educativos en las radios Onda Cero y Alfa Radio.

5. ¿Te gustaría escuchar cápsulas, programas, que tengan contenidos educativos?

Primer Grupo: La respuesta se concretó en que los seis jóvenes entrevistados, mencionaron, que sí les gustaría escuchar cápsulas o programas que contengan contenidos educativos, para Juan estos contenidos le interesarían “porque es un aprendizaje que me enseñará algo más que entretenerme”, aunque recalcan que los escucharían si el contenido es “llamativo”.

Segundo Grupo: En este grupo la respuesta que prima, es el interés de escuchar contenidos educativos, para Vanesa “sería un buen apoyo para saber cosas que no prestamos atención” o como lo menciona Mario “daría otra información aparte de música”

Análisis: Se observó que en los dos grupos tienen interés y sí les gustaría escuchar cápsulas o programas con contenidos de formación, cultural, tecnología o ciencia, pero mencionando que deberían realizarse de manera entretenida o llamativa, sin dejar de ser relevante para el aprendizaje.

6. ¿Te parece aburrido el contenido educativo?

Primer Grupo: Les parecen aburridos en ocasiones, por la forma en que se transmiten. Viviana destaca que los contenidos se tornan así “a veces, cuando no tiene mucha imaginación creativa y didáctica que enganche la atención del oyente”.

Segundo Grupo: A comparación del primer grupo, estos jóvenes mencionaron que no les parecen aburridos los contenidos educativos, pero que dependen de la forma como se transmitan y desarrollen para que así capten la atención. Adriana y los demás entrevistados, destacaron la respuesta de que “si es corto y claro” no les parecería aburrido el contenido educativo.

Análisis: En el resultado de esta pregunta, se definió que no les parece aburrido un contenido educativo, siempre y cuando, sea de manera clara, precisa, y corta, añadiéndole la forma llamativa de desarrollar dicho contenido.

7. ¿Cómo te gustaría que sea un programa con cápsulas de contenidos educativos?

Primer Grupo: Se pudo observar el interés que tienen hacia un programa educativo, puesto que la mayoría contestó, que les gustaría que fuera “didáctico, puede ser un programa que nos ayude en nuestros trabajos del colegio ya que sería algo interactivo con el público que lo escucha” o “creativos, que inciten la imaginación, cuestionantes, con invitados incluso”

Segundo Grupo: Por su parte el segundo grupo concordó que les gustaría que el programa sea de manera participativa y creativa, en el cual tengan “datos, fichas históricas. Que no sea largo y que se repitan los datos importantes para recordarlos”.

Análisis: Los fans coinciden que deben ser programas participativos, creativos que estimulen a la imaginación y de esa forma puedan recordar dicho contenido. También se puntualizó, que el tiempo de duración del contenido educativo debe ser corto, para mayor atención.

8. ¿Piensas que tu radio puede ofrecerte contenidos educativos mientras te entretiene?

Primer Grupo: Los jóvenes respondieron que su radio si puede ofrecerles contenidos educativos, más allá del entretenimiento musical, para Xavier estos contenidos debería tener “algo que me enseñe de un tema en general”. Observando que el grupo concuerda que sus radios sí podrían transmitir estos contenidos, “porque me da otra información” lo recalca Génesis.

Segundo Grupo: En este grupo no fue la excepción definir que sus emisoras si les proporcionaría contenidos educativos, resaltando que escucharían más información “no solo escucharía música, ya que todo medio tiene varios factores que te puede ayudar y si lo hacen de una manera más entretenida con contenido puedes aprender mucho más”.

Análisis: El análisis de esta de esta pregunta se define como una puerta a la necesidad del radioescucha, puesto que piensan que sus radios sí pueden ofrecer contenidos educativos, que sean de manera creativa, llamativa y corta, ya que “ofrecería un contenido que tenga valor en conocimiento”

9. ¿En qué favorece que tu radio transmita contenidos educativos?

Primer Grupo: Bajo esta pregunta los fans mencionaron que las radios al transmitir contenidos educativos están “ayudando a que las personas se llenen de conocimientos involuntariamente y así consumir lo que la radio quiere”, sin dejar a un lado lo que Sonia resalta en el beneficio de transmitir contenidos educativos ya que sería un “cambio de pensamiento, cultura”.

Segundo Grupo: Para este grupo las respuestas que primaron en el favorecimiento de la transmisión de contenidos educativos fueron “que aprendemos otros temas generales de importancia”, de la misma manera para Julie, el beneficio es que “hace a la población más culta y conoces más de datos y fechas importantes”.

Análisis: Según las respuestas recopiladas, la transmisión de contenidos educativos favorece en gran medida porque cumplirían con unas de las tres funciones de la radio que es “educar”.

10. ¿Por qué creen que las radios no transmiten contenido educativo?

Primer Grupo: Los siete jóvenes mencionaron una de las causas más vistas en la falta de transmisión de contenidos educativos al prevalecer “porque no ven interés en los jóvenes y no lo hacen de una manera que llame la atención”, otra de las contestaciones fue la de Viviana resaltando que “algunos se dedican solo transmitir lo que al pueblo le gusta que es lo burlesco y grotesco.”

Segundo Grupo: Las respuestas de este grupo coinciden que la falta de transmisión de contenidos educativos se debe “porque la radio se ha dedicado hacer solo música, ya no es la misma radio de antes que nos daba información”, recalcando Julie que: “creen que las personas solo escuchan radio para bailar o diversión”.

Análisis: Bajo este análisis se puede determinar que la poca o nula transmisión de contenidos educativos se debe a la falta de compromiso que se tiene en producir estos contenidos, basados en imaginarios que se han construido en diferentes momentos, finalizando que los jóvenes pronunciaron un “porque nos acostumbraron a escuchar solo música”.

Análisis de audios escuchados

Audios de “contenidos educativos” de Alfa Radio y Onda Cero

¿Consideran aburrido los audios que escucharon?

Primer Grupo: Aludieron que los audios escuchados de las radios Alfa Radio y Onda Cero son aburridos, porque la locutora utiliza un vocabulario difícil de entender.

Segundo Grupo: Los audios escuchados les parecieron aburridos porque la locutora solo leyó el contenido educativo y no hizo ningún comentario. Opinaron que los audios solo tenían una música de fondo y que no iba acorde al contenido.

Análisis: Se puede establecer que los audios de contenidos educativos deben tener una producción acorde a lo que se está transmitiendo. No es suficiente, una voz bonita, sino que debe ser la indicada para transmitir dicho contenido dirigido a jóvenes de 12 a 18 años de edad.

Si los contenidos que escucharon de las radios Alfa Radio y Onda Cero, los pusieran con más frecuencia ¿seguirían sintonizando dichas radios?

Primer Grupo: Todos coincidieron en que cambiarían de emisora, porque no les parece llamativo ni educativo lo que han escuchado. Indicaron que la locutora hablaba demasiado rápido que casi no se le entendió.

Segundo Grupo: La mitad de este grupo de jóvenes, afirmaron que no lo escucharían con gran frecuencia porque es aburrido. Mientras que los otros afirmaron que no cambiarían la emisora pero que de igual forma no le prestarían atención a la enseñanza que trae consigo dicho contenido.

Análisis: Se puede rescatar, que a los jóvenes no les interesa escuchar el contenido que emiten las radios Alfa Radio y Onda Cero, porque no son entretenidos y son realizados de una forma aburrida que no puede enganchar la atención del oyente.

Audios de contenidos educativos de Radioteca.net:

Radioteca es un portal conformado por redes y radios de América Latina, como también otros lugares del mundo. Se disponen los derechos de producciones radiofónicas.

¿Consideran aburrido los audios que escucharon?

Primer Grupo: Las respuestas que primaron bajo esta pregunta, fue que “no, porque me dijo las cosas precisas y en corto tiempo”, para Xavier el audio escuchado no le pareció aburrido “porque tenía efectos y era corto”.

Segundo Grupo: En este grupo de jóvenes también la respuesta de sus integrantes se concretó en que no lo consideraron aburrido porque “tenía efectos, era entendible, llamaba la atención”, “el texto fue muy claro”, “me ofreció un contenido”.

Análisis: De lo observado se puntualiza que los audios con contenidos educativos deben realizarse de manera creativa, un texto claro con efectos, y ambientales para poder captar la atención, de esa manera les interesaría escuchar este tipo de contenidos.

Si los contenidos que escucharon los implementarán en Alfa Radio y Onda Cero, ¿seguirían sintonizando?

Primer Grupo: Todos declararon que sí, y que seguirían con más frecuencia sintonizando sus radios si transmiten contenidos educativos, Sonia expresa que lo escucharía “porque ofrecería un tema de interés, que capte nuestra atención”

por su parte Daniela manifiesta que “siempre y cuando sea corto, porque algunos lo sintonizamos para entretenernos”.

Segundo Grupo: Estos jóvenes destacaron que también escucharían sus emisoras si tienen contenidos educativos, como se puede manifestar en Julie al acentuar que “lo sintonizaría porque no solo me daría música sino también me enseñaría temas que no conozco o no he prestado atención”, para Michelle “porque sería de forma entretenida ya que algunos jóvenes no escuchamos porque nos parece aburrido”.

Análisis: Bajo este análisis se enfatizó que los jóvenes, fans de estas radios, si seguirían escuchando sus emisoras aunque implementaran contenidos educativos. Ellos resaltaron que debía ser corto, preciso sin olvidar su otro objetivo que es entretener; “siempre y cuando sea corto porque algunos lo sintonizamos por entretenernos”. También mencionaron que deberían ser frecuentes en las radios, es decir, casi todo los días, en diferentes temas, como el arte, historia, ciencia.

Los contenidos educativos que tienen efectos de sonidos, ambientales, dramatizados y un texto corto, ¿lo escucharían en sus radios Alfa Radio y Onda Cero?

Primer Grupo: Afirman que sí, recalcando que los contenidos educativos deben estar acompañados de “los efectos de sonidos y dramatizados porque son un complemento para el contenido”, de la misma manera Sonia opina que “es de una manera diferente, más llamativa”

Segundo Grupo: Este grupo manifestó que sí, porque los contenidos deben poseer otros recursos que “no solamente sean leídos, sino que tendría efectos que ayuden al contenido para que sea captado mejor”.

Vanessa indica que “eso ayuda al contenido a poder llegar a las personas que lo escuchan”.

Análisis: Los jóvenes sugirieron que las radios deben realizar audios con efectos para ser más llamativo, interesante y tenga un corto tiempo. También pronunciaron que les corresponde transmitir cápsulas de campañas con este tipo de ideas, dramatizados, efectos, que ayuden a crear conciencia y que de cierta manera “los están educando en la prevención de algo en específico, por ejemplo: campañas de salud”.

4.3. Resultados de la Observación de Campo

Consideramos la observación de campo, para definir los recursos físicos y humanos con los que cuenta el departamento de producción que poseen las radios a investigar.

Alfa Radio

Recursos Humanos:

-Presencia

Cristian Aroca, Productor
(Cabe mencionar que realiza
La producción de 2 radios más)

Recursos Físicos

-Presencia

Computadoras
Micrófonos
Consola de audio
Internet (Compartido con 4 radios más)



Onda Cero

Recursos Humanos:

Presencia:

Ing. Luis Villacís, Director de Producción
(Ingeniero en producción)

Recursos Físicos

-Presencia

Computadoras
Micrófonos
Consola de audio

-Ausencia

No tiene Internet



A. Observación de campo Onda Cero

	Productor	Director	Programador	Locutor
Personal de producción	X			X

	Consola	Cabina	Micrófono	Internet
Instrumentos dentro del departamento de producción	X	X	X	

	Si	No
Área de producción (FÍSICA)	X (QUITO)	

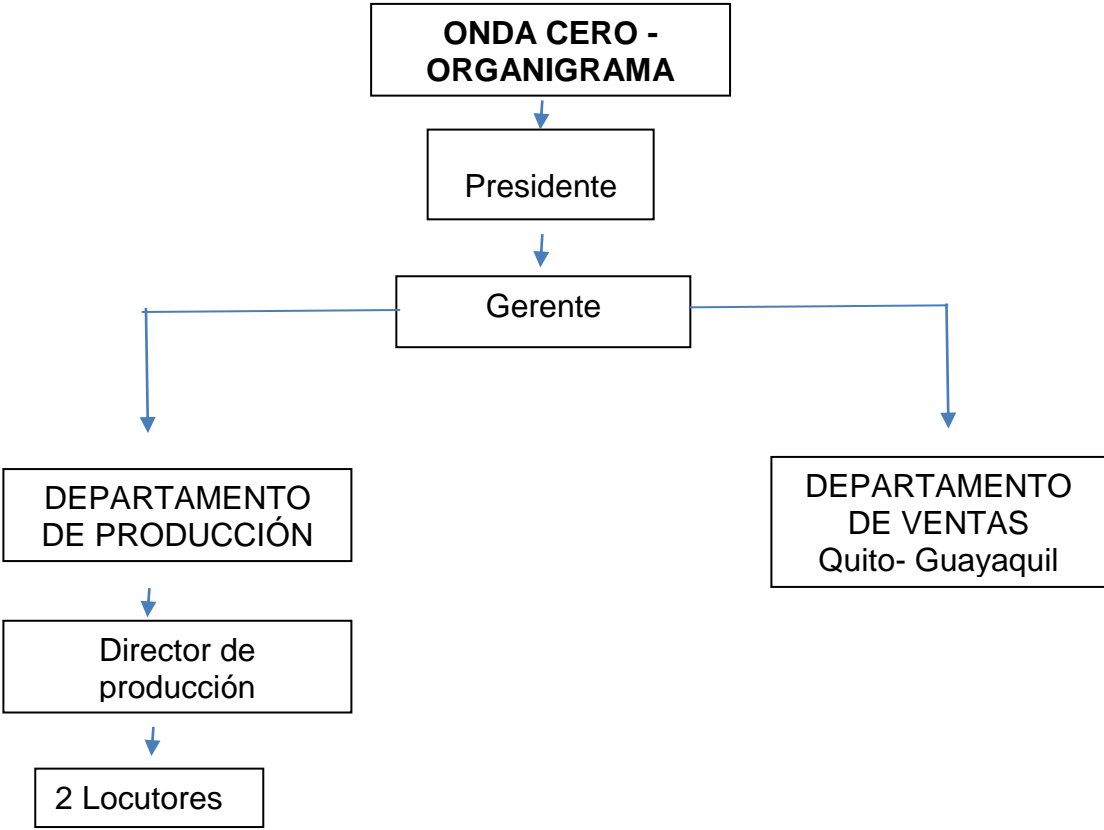
B. Observación de campo Alfa Radio

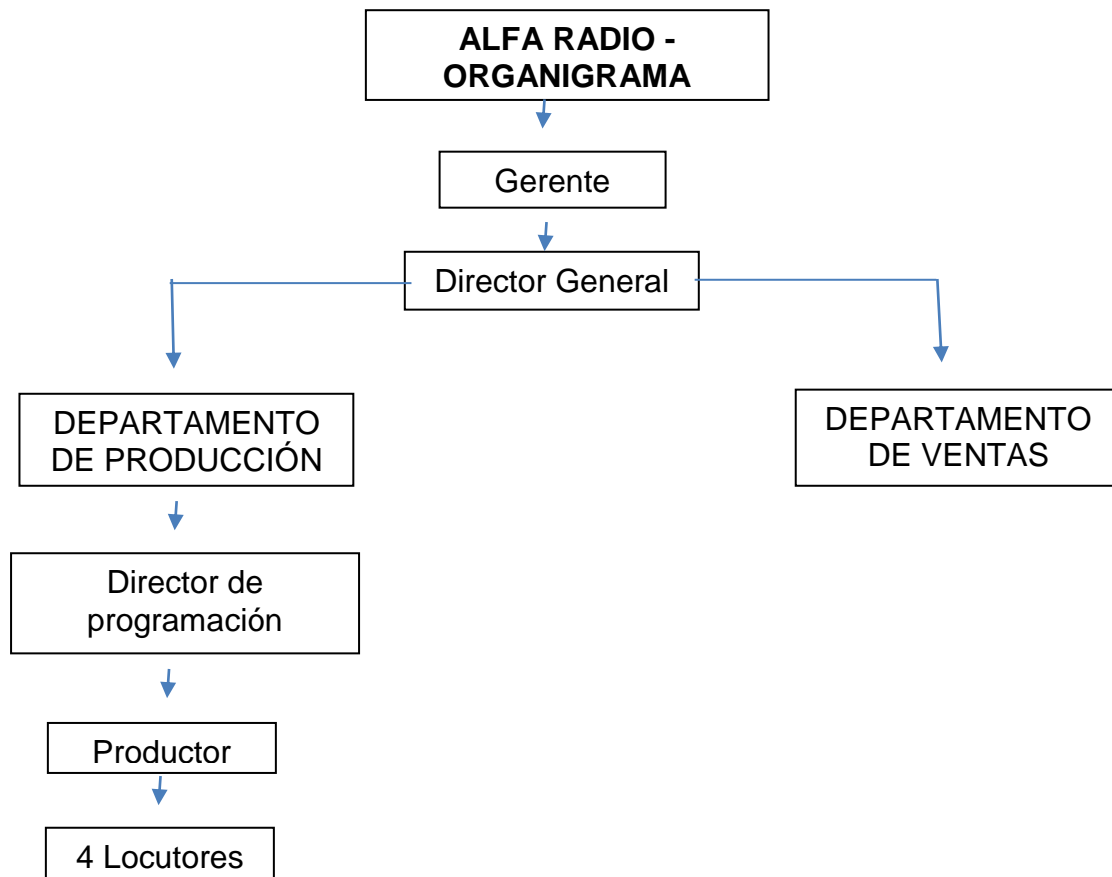
	Productor	Director	Programador	Locutor
Personal de producción	X			X

	Consola	Cabina	Micrófono	Internet
Instrumentos dentro del departamento de producción	X	X	X	X

	Si	No
Área de producción (FÍSICA)	X (USADO PARA LA RED DE RADIOS)	

- Organigrama





Las radios Alfa Radio y Onda Cero, cuenta con limitado recurso humano, porque en el departamento de producción trabaja una persona. La cual, tiene que realizar todas las multitareas que se requieren.

Con respecto, a los recursos físicos, el departamento de producción de la radio Onda Cero, se encuentra en la ciudad de Quito. Sin embargo, no cuentan con el recurso internet, para poderse comunicar con los encargados de la radio que se localizan en la ciudad de Guayaquil.

Mientras que, radio Alfa Radio, cuenta con un departamento de producción y un individuo encargado de la producción por la mañana, tanto el recurso físico como humano, es compartido para 2 radios más.

4.4. Comprobación de la hipótesis

Los resultados del proyecto de investigación permitieron comprobar la hipótesis: La existencia de un departamento de producción con recursos tanto físicos como humanos en las radios Alfa Radio y Onda Cero, ayudará a generar contenidos educativos mediante la inclusión de producciones radiofónicas dirigidas a jóvenes de 16 a 18 años de edad, de la ciudad de Guayaquil.

Para realizar la comprobación de la hipótesis de este proyecto de investigación, se aplicaron diferentes técnicas de investigación.

La presencia de un departamento de producción físicamente, con los recursos necesarios y el espacio para realizar las distintas funciones dentro las radios Alfa Radio y Onda Cero, facilitará que el personal de producción pueda trabajar respondiendo a la disponibilidad que el oficio requiere, sin tener como restricción el indicador tiempo y lugar para poder desempeñarse con la amplitud que demanda.

Con respecto a los recursos humanos, realizando el proceso de investigación, se pudo evidenciar que la figura de distintos cargos dentro de un departamento de producción permiten dividirse las multitareas que deben manejarse en dicha área, funciones que tienen que ser desempeñadas por el profesional indicado dentro de la rama de producción y que cuente con los conocimientos acordes a los temas de contenidos que se generarán.

Es indispensable que la presencia de este recurso físico y humano se coordinen dentro de un departamento de producción, de esa manera al desarrollar los contenidos educativos dirigidos a jóvenes de 16 a 18 años puedan ser realizados, estructurados y transmitidos adecuadamente al público objetivo.

Así los contenidos educativos que sean emitidos dentro de las radios puedan ser consumidos por el escucha, sin temer que lo producido no tenga la acogida necesaria. Consiguiendo que la radio, como medio de comunicación de fácil accesibilidad al público pueda cumplir con sus funciones, que son informar, entretener y sobre todo educar.

Finalmente se comprobó que la hipótesis de esta investigación es ACEPTADA, ya que al momento de cristalizar las técnicas de entrevistas con expertos en el tema, el personal de las radios Alfa Radio y Onda Cero, la observación de campo y el grupo focal, se pudo evidenciar que la existencia de un departamento de producción con recursos tanto físicos como humanos en las radios Alfa Radio y Onda Cero, ayudará a generar contenidos educativos mediante la inclusión de producciones radiofónicas dirigidas a jóvenes de 16 a 18 años de edad, de la ciudad de Guayaquil.

CONCLUSIONES

La radio es un medio de comunicación de accesible llegada al público, la importancia y la gravedad del papel que desempeña dentro de la rutina diaria del consumidor masivo, permite resaltar el interés de que se analice la presencia de un departamento de producción con los recursos tanto físicos como humanos.

Al realizar la observación de campo dentro de las radios Alfa Radio y Onda Cero, se ha podido comprobar la estructura de dichos recursos. En el caso de radio Alfa radio, es un medio de comunicación que cuenta con un departamento de producción compartido con 4 radios más, no tienen sus propios recursos físicos, ni la accesibilidad de producir en el momento que lo ameriten. Con respecto a sus recursos humanos, cuentan con solo un individuo que es el encargado de cometer todas las funciones de producción de la radio y de las 2 emisoras más.

Asimismo, en la radio Onda Cero, en el departamento de producción se desempeña un individuo que es el responsable de realizar toda la producción de la radio. Mencionando los recursos físicos, dicho departamento se encuentra en la ciudad de Quito. Y la comunicación con el director, gerente y locutor muchas veces es por vía telefónica, no cuentan con internet dentro del departamento y para que puedan revisar el material realizado para su aprobación, el productor tiene que buscar recursos comunicativos.

Las radios Alfa Radio y Onda Cero, no tienen un departamento de producción bien formado, tienen escasos recursos humanos para generar sus producciones. Poseen poco personal, eso involucra que una misma persona perpetre todas las multitareas que se deben cristalizar. Con respecto a los recursos físicos, radio Alfa Radio no dispone de un departamento de producción propio, tienen que compartirlo, por lo que el espacio, el tiempo, el personal; que solo es un individuo, es dividido para más radios.

Mientras que radio Onda Cero tiene un departamento de producción en la capital de Ecuador, recalcando que las instalaciones de la radio funcionan en la ciudad de Guayaquil. A pesar de su distancia, existe ausencia del recurso comunicativo para contrastar iniciativas e ideas con los responsables de la radio.

En conclusión las radios estudiadas no están preparadas para generar contenidos educativos, porque no gozan con los recursos físicos y humanos suficientes para realizar un buen trabajo radiofónico. Alfa Radio y Onda Cero, son radios juveniles con contenidos netamente musicales, La Ley de Comunicación, al reglamentar que la programación debe incluir un 5% de contenido educativo, las radios se encuentran en la obligación de producir dichos contenidos con los recursos disponibles.

-No se podrían realizar contenidos educativos dentro de las radios si no existiera un departamento de producción que posea los recursos tanto físicos y humanos. Porque si no existen los equipos, la tecnología necesaria, no se podrían producir dichos contenidos. Y sobre todo si el personal con el que disponen, no es el indicado y capacitado. Cabe mencionar, que no es suficiente el trabajo de un solo individuo que tenga la responsabilidad total para realizar

los contenidos educativos y todas las funciones más que abarca un espacio de producción radiofónica.

Al tener los contenidos educativos gran responsabilidad en quienes los escuchan, deben ser manejados y producidos con la mayor delicadeza. Porque si un contenido no es estructurado, realizado de la mejor manera, con un lenguaje adecuado y llevando consigo el sistema pedagógico que tiene la educación, no se podría ejecutar.

Es importante que las emisoras tomen en cuenta que la base de una radio es su producción. Un departamento de producción debe estar conformado, según expertos, por profesionales especializados en las siguientes áreas: producción, edición, comunicación y educación, para que se generen los contenidos educativos dirigidos a los jóvenes de 16 a 18 años de edad. Si los medios de comunicación radiofónicos fueran conscientes de la importancia de tener un departamento de producción se generarían contenidos de calidad y de gran aporte para la sociedad. Es por ello, que las radios Alfa Radio y Onda Cero, no pueden transmitir una programación diferente y su poco contenido “educativo” que transmiten es totalmente equívoco para el consumidor masivo, debido a que su lenguaje, la composición del texto, la estructuración, la voz, la sonorización, los efectos, no son los adecuados.

No obstante, según expertos, la excusa del presupuesto no es válida. Ya que se puede solicitar ayuda externa a instituciones, universidades y empresas públicas y privadas. Todo depende de la organización y el sistema que manejen dentro de la radio.

- Los jóvenes de 16 y 18 años si tienen interés en consumir contenidos educativos, siempre que estos sean producidos de una manera digerible y divertida. Ellos manifestaron que sus radios solo ofrecen entretenimiento y música, y consideran que aquello más bien es una cuestión de cultura, debido a que las emisoras los acostumbraron a consumir ese tipo de contenido. Esto quiere decir, que también ellas pueden generar contenidos positivos y distintos, que ayuden a los jóvenes a adquirir conocimientos válidos para su educación y buen vivir.

En las radios Alfa Radio y Onda Cero de la ciudad de Guayaquil, se identifica poca producción y transmisión de contenidos educativos. No emplean ningún método de investigación y lo poco que producen, según expertos es totalmente mediocre, porque no cuentan con nada más que solo voz y música, recursos que son mal empleados. Es decir, no tiene interés en precisar adecuadamente los elementos comunicacionales y pedagógicos. No existe una reproducción en cuanto a la selección de la voz, la estructura del texto, la música, porque no están preparados y desconocen cómo debería ser un contenido educativo. Lo que cumplen, lo ejecutan a partir de sus desconocimientos, no hay una preparación de por medio, no buscan capacitarse o ayuda de personas externas que puedan asesorarlos en el tema.

RECOMENDACIONES

Las radios deberían destinar más importancia a la formación de su departamento de producción, para analizar cuáles son los recursos físicos y humanos que requieren y de esa forma la calidad de su producción mejoraría, generando contenidos educativos adecuados para los jóvenes de 16 a 18 años de edad.

Solidificar ejemplos de radios locales u otros países que cuenten con una producción radiofónica bien estructurada, para que puedan aplicarlo en su medio de comunicación. Así como estudiar los elementos comunicacionales y pedagógicos que se debería tomar en cuenta para que dicho programa educativo tenga más acogida por parte de los jóvenes.

Es necesario que en las radios exista el personal capacitado que pueda generar contenidos, especialmente educativos. De esta forma podemos sugerir la propuesta de talleres y capacitaciones al personal encargado del departamento de producción, y de la misma manera dispongan de conocimientos para realizarlos. Recalcando que los seminarios a realizarse deberán ser periódicamente, buscando convenios con instituciones que brinden dichos temas.

También se podría conseguir la aportación de un productor independiente dentro de la producción de contenidos, generándolos en relación externa y esto se podría cristalizar si se pactan acuerdos con estos profesionales, destacando sus conocimientos en producciones radiales.

Cada una de las recomendaciones se las ha manifestado desde la observación, y análisis de la investigación estipulada.

Las estaciones también tienen la posibilidad de contratar profesionales independientes expertos en la producción de contenidos educativos dirigidos hacia un medio radial, debido a que estos previamente ya cuentan con los recursos tanto físicos como humanos para generarlos y ofrecerlos al medio que esté interesado.

Incluso, es de conocimiento público que los estudiantes universitarios, especialmente de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, también pueden generar producciones radiofónicas de una calidad aceptable, gracias a la gestión de un profesor o tutor. Esta aportación puede ser posible si se crearan convenios entre los medios y las universidades que posean facultades o carreras de Comunicación Social.

BIBLIOGRAFÍA

1. Alfa Radio. (2015). Grilla de programación. Guayaquil, Ecuador. Dial (104.1 FM)
2. Aparici, R. Masterman. (1996). *La revolución de los medios audiovisuales: educación y nuevas tecnologías*. Recuperado el 31/10/2014 URL : http://www.terras.edu.ar/biblioteca/11/11DID_Masterman_Unidad_4.pdf
3. Arce, E., & Eduardo, J. (2014). *Historia de la comunicación de Ecuador, prensa, radio, televisión, fotografía, y medios digitales*. Ecuador: Proyecto interuniversitario de investigación (El populismo en el poder: la era de Velasco Ibarra 1944-1962). Recuperado el 01/11/2014 en el URL: <http://www.dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/7457>
4. Asamblea Nacional del Ecuador (2013). Ley de Comunicación del Ecuador. Quito.
5. Bennett, N. (2004). *La Red Rusa de Información Rural. En Bruce, G. (Ed.). Secreto a voces Radio, NTICs e interactividad*. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.
6. Camacho, Carlos. (2012). *Investigar lo popular hoy ¿Qué es?* Cochabamba: Sistema OJS UCBCSP. Recuperado el 20/06/2014 en el URL <http://ucbconocimiento.ucbcba.edu.bo/index.php/rpc/article/viewFile/537/502>
7. Canclini, N. G. (1995). *Consumidores y ciudadanos*. México: Grijalbo.
8. Canclini, N. G. (1997). *El malestar en los estudios culturales*. Revista Fractal, N° 6. Recuperado el 13/08/2013, URL: <http://ecaths1.s3.amazonaws.com/metodosdelahistoria/NESTOR%20GARCIA%20CANCLIONI.%20EL%20MALESTAR%20EN%20LOS%20ESTUDIOS%20CULTURALES.pdf>

9. Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (2014). CORDICOM. Ecuador. Quito.
10. Correa, C., 1988, *La radio en Latinoamérica: experiencias autónomas*. Recuperado de la URL en Febrero 2015 http://gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/COM198862_18-27.pdf
11. Dávila, D. M. G., y Tovar, J. G. M. (1999). *De radio en radio: el escenario radiofónico*. Venezuela: Revista Latina de Comunicación Social, año 20. Recuperado el 30/11/2014 URL: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999eag/59mara.htm>
12. Escobar Castrillón, M. (2013). *Alternativas de comunicación y difusión del lenguaje radiofónico en contextos digitales*. COLOMBIA. Recuperado en el URL: <http://200.21.98.67:8080/jspui/bitstream/handle/10785/1347/MARIANA%20ESCOBAR%20CASTRILL%C3%93N.pdf?sequence=1>
13. Fazio, Hugo (2008). *Los caracteres fundamentales de la primera globalización*. Bogotá: Universidad de los Andes, Departamento de Historia. Ediciones Uniandes. Recuperado el 04/08/2014 en el URL file:///Users/User/Downloads/Caracteres_fundamentales_de_la_globalizacion.pdf
14. Fernández, P. G. (1994). *La radio española para el exterior: Estructura y funciones de la acción española en el marco de la radiodifusión internacional*. Doctoral dissertation, Universidad Complutense: Madrid. Recuperado en el URL: <http://eprints.ucm.es/1789/1/S3007801.pdf>
15. Garzón, P. (2012). *El radiograma como una alternativa para la enseñanza de niños. Una experiencia en el Centro de Educación Infantil Pekis de la Ciudad de Ibarra*. Recuperada de Tesis licenciatura el 21/08/2013 URL: <http://www.dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/2527>
16. Geert ; Oeyen (2001). *Grupo de radios que integran la Red Kiechwa Satelital*.
17. Gómez García, S. (2011). *Adoctrinando el futuro: las emisiones infantiles y juveniles de Radio Nacional de España durante el primer franquismo*. Zer: Revista de estudios de comunicación, N°30. Recuperado el 3/09/2013 URL: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer30-07-gomez.pdf>

- 18.** Habermas, J. (1999). *Teorías de la acción comunicativa*. Madrid, España: Taurus.
- 19.** Kaplún, G. (sf). (2002). *Contenidos, itinerarios y juegos. Tres ejes para el análisis y la construcción de mensajes educativos*. Uruguay: Universidad de la República, Montevideo, Uruguay, en Revista virtual Nodos N°3. Recuperado el 01/11/2015 del URL: http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/contenidos_itinerarios_y_juegos_-_kaplun.pdf
- 20.** Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- 21.** Kaplún, M. (2010). *A la educación por la comunicación*. Quito: Ciespal. Recuperado 27/05/2013 en el URL: <http://dSPACE.ciespal:8080/xmlui/handle/123456789/96>
- 22.** Kaplún, M. 1978. *Producción de programas de radio*. Edición Ciespal. Colección Inteyán. Recuperado URL en Febrero 2015 <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/49889.pdf>
- 23.** Lalinde Posada, A. M. (2013). *Radios juveniles o cómo construir una forma de ser joven*. Bogotá: Signo y Pensamiento.
- 24.** Larrea, M. I. P., & Haro, A. C. M. (2013). *La profesionalización periodística en Ecuador: ¿La experiencia en las calles o el conocimiento de las aulas?* Ecuador: Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 19(1), 505-517. Recuperado el 01/11/2014 en el URL: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/42535>
- 25.** López, José Ignacio (1997) "*Radialistas apasionados*". Quito: Artes Gráficas Silva.
- 26.** López, Ortiz (2011). *Revista de Pensamiento sobre Comunicación Tecnología y Sociedad*. España: Revista Telos. Recuperado el 13/01/2014 URL: http://telos.fundaciontelefonica.com/%20seccion=1268&idioma=es_ES&id=2011051109490001&activo=6.do#
- 27.** López; Gómez (2014). *Qué le falta a la radio hoy. Historia y Comunicación Social*.

- 28.** Masterman, L. (2001). *La enseñanza de los medios de comunicación*. España: ediciones de La Torre.
- 29.** Mattelard, Armand (1995). *La invención de la comunicación*. México: Siglo XXI.
- 30.** Melgarejo, I., Rodríguez, M. (2013). *La radio como recurso didáctico en el aula de infantil y primaria: los podcast y su naturaleza educativa*. Tendencias pedagógicas, N° 21. Recuperado el 31/08/2013
URL: http://digitool-uam.greendata.es//exlibris/dtl/d3_1/apache_media/L2V4bGlicmlzL2R0bC9kM18xL2FwYWNoZV9tZWVpYS82MDE4MQ==.pdf
- 31.** MODULADA, Y. S. I. E. E., & ENTRETENIMIENTO, E. *TESIS DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIALTEMA: "HISTORIA DE LAS PRIMERAS ESTACIONES DE RADIO EN AMPLITUD*. Recuperado el 01/11/2014 en el
URL: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/509/1/T-UTMACH-FCS-377.pdf>
- 32.** Onda Cero. (2015). Parrilla de programación. Guayaquil, Ecuador. Dial (96.1)
- 33.** Peñaranda, R., Warren, C., Fontcuberta, M. D., Lalinde Posadas, A. M., Nuñez Ladeveze, L., Clarín, M. D. E. D. C.,... & Halperín, J. Asignatura: Taller de prácticas y lenguajes en comunicación.
- 34.** Petit Torres, E. E. (2003). *El cambio tecnológico en el modelo de producción radial*. Venezuela: Revista de Ciencias Humanas y Sociales, vol.19, n.40 Recuperado el 03/01/2014 URL: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872003000100007&lng=es&nrm=iso. ISSN 1012-1587
- 35.** Prieto, I., Durante, E. Y Ramos, M (2008). *Experiencia educativa de la radio en América Latina*. Maricao: Revista de Ciencias Sociales, vol.14, n.1 Recuperado el 12/01/2015 URL: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182008000100006&lng=es&nrm=iso. ISSN 1315-9518.
- 36.** Punin, M. I., & Rogel, D. E. R. (2014). *Las primeras huellas del periodismo ecuatoriano. De la censura a la libertad de prensa*. España: Revista de la Asociación Española de Investigadores en

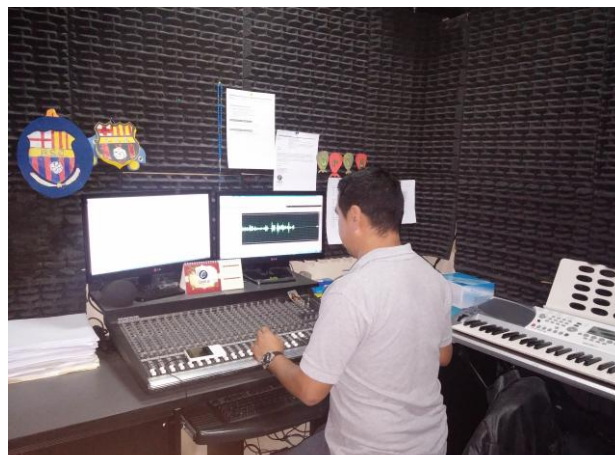
Comunicación, 1(1). Recuperado el 01/11/2014 en el URL: <http://www.novosmedios.org/revista/index.php/AEICp/article/view/68/53>

- 37.** Radioteca. *Red social de radialistas*. Recuperado el 01/11/2015 en el URL: <http://radioteca.net/quienes-somos>
- 38.** Requejo, A. (2009). *La Educación «no formal» de Adultos: Ciudad Educativa y «Ciudad sana» en el contexto del desarrollo comunitario y la intervención socioeducativa en la «Tercera Edad»*. Recuperado el 13/06/2013 URL: http://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/71740/1/La_Educacion_no_formal_de_Adultos_Ciudad.pdf
- 39.** Romaní Zegarra, S. L., Vílchez Román, C. (2008). *Embarazo, hábitos de lectura y consumo de radio y televisión en adolescentes peruanas: explorando relaciones de asociación* vol.17, n.4. Habana: ACIMED. Recuperado el 30/11/2014 URL: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352008000400008&lng=es&nrm=iso. ISSN 1024-9435.
- 40.** Sarlo, Beatriz (2004) *La imaginación técnica. Sueños modernos de la cultura argentina*. Buenos Aires: Nueva Visión. . Recuperado el 04/08/2014 en el URL <http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=LIBRO.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mfn=002305>
- 41.** Satz Tol, M. (2009). *Manual de comunicación para estudiantes universitarios*.
- 42.** Serlin, J. 2011, *La lógica de la acción en gestión*. Recuperado de la URL <http://www.econ.uba.ar/www/institutos/admin/ciap/publicaciones/documentos/La%20Logica%20de%20la%20Acci%F3n%20en%20Gesti%F3n.pdf> diciembre 2014:
- 43.** Sunkel, G., Canclini, N. G. (2006). *El Consumo Cultural en América Latina: Construcción Teórica y Líneas de Investigación*. Bogotá: Colección Agenda Iberoamericana.
- 44.** Vidales, N. L., Sobrino, M. Á. O. (2011). *Viejas nomenclaturas, nuevas competencias: perfiles profesionales en la radio española*. Madrid: Telos Cuadernos de comunicación e innovación, (87), 63-87. Recuperado el 30/11/2014 URL: http://telos.fundaciontelefonica.com/seccion=1268&idioma=es_ES&id=2011051109490001&activo=6.do#

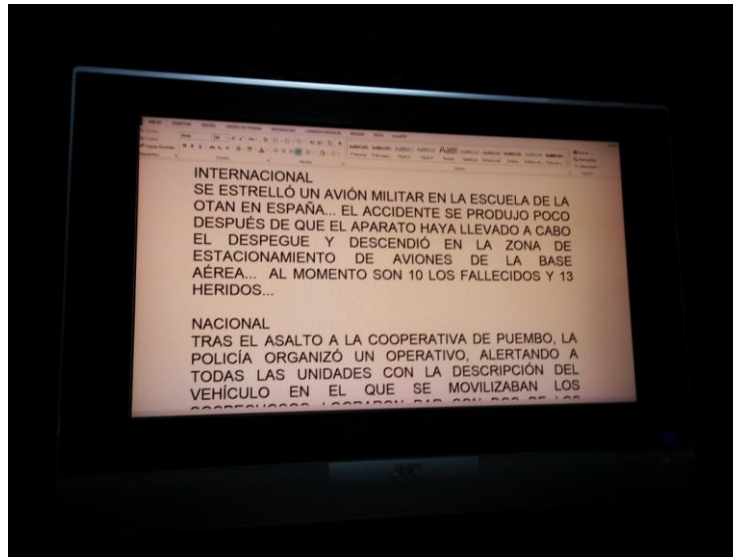
- 45.** Vidales, N. L., y Rubio, L. G. (2014). *La democratización del proceso comunicativo en radio: los jóvenes prosumidores*. España: Vivat Academia. Recuperado el 30/11/2014 URL: <http://vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/552/92>
- 46.** Vidales; Ortiz (2011). *Viejas nomenclaturas, nuevas competencias*. Madrid: Revista Telos. Recuperado el 30/12/2014 URL: <http://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2011051109490001&idioma=es>
- 47.** Vieira Posada, Edgar. (2011). Interpretaciones y transformaciones tecnológicas en los procesos de globalización. *Papel Político*, 16(2), 667-699. Recuperado el 23/02/2015 en el URL: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-44092011000200014&lng=en&tlng=es .
- 48.** Villar, L.M., Cabero, J. (1995). *Aspectos críticos de una reforma educativa*. España: Europa Artes Gráficas.
- 49.** Villar, L.M., Cabero, J. (1995). *Aspectos críticos de una reforma educativa*. España: Europa Artes Gráficas.
- 50.** Watzlawick, Paúl; Beavin, Janet & Jackson. (1985). *Teorías de la Comunicación Humana*. Barcelona, España: Herder.
- 51.** West, R., Turner, L. (2005). *Comunicación Teoría, análisis, aplicación*. Madrid: Editorial Mac Graw Hill.

ANEXOS

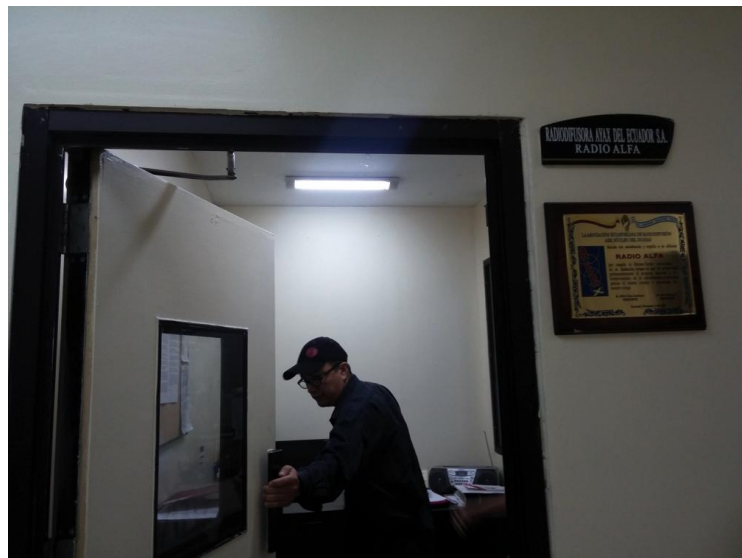
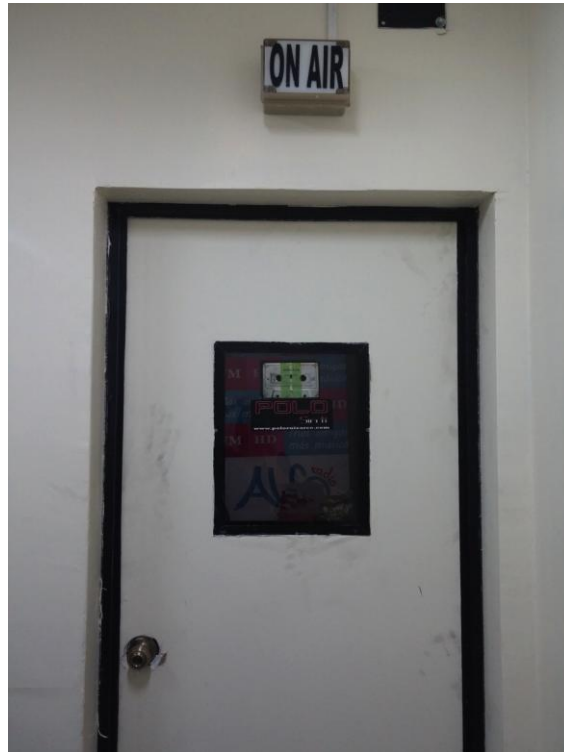
ANEXO 1. DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN DE LA RADIO ALFA RADIO (ESPACIO COMPARTIDO CON 5 RADIOS)

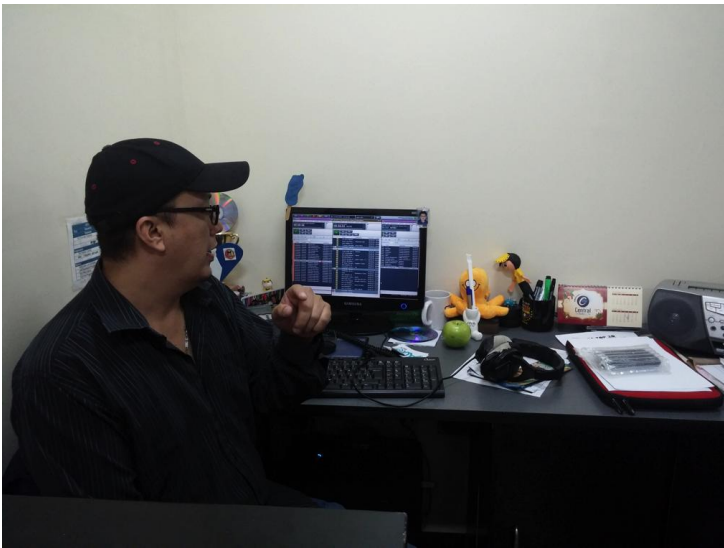






ANEXO 2. RADIO ALFA RADIO (EN VIVO)







ANEXO 3. DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN DE LA RADIO ONDA CERO





ANEXO 4. RADIO ONDA CERO, BIOGRAFÍA



Fundada:
 Guayaquil 15 de Agosto de 1996
 Quito 24 de Octubre del 2000 *de hecho nacional*

PROGRAMACION:
 La radio juvenil que te pone en onda con la música actual y los éxitos del momento.

TARGET: popular, medio y alto.

Edades: de 6 a 14 años, 15 a 20, 21 a 34, 35 y más.



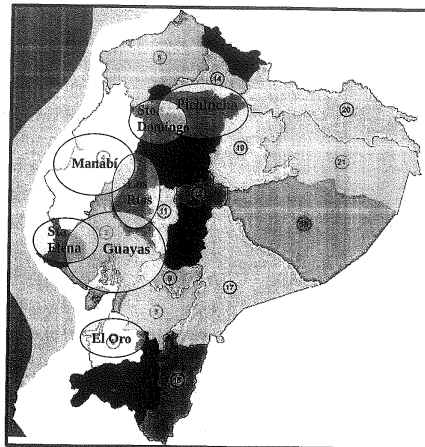





A esa musiquita que no te gusta ponle CERO.

Cobertura:

88.1 FM Salinas
 96.1 FM Guayaquil
 96.1 FM Milagro,
 Duran
 97.9 FM El Oro
 97.9 FM Los Ríos
 100.5 FM Manta
 100.5 FM Portoviejo
 103.3 FM Quito
 103.7 FM Santo Domingo





A esa musiquita que no te gusta ponle CERO.

PROGRAMA	DESCRIPCIÓN	HORARIO	PERIODO	DERECHOS	V. MENSUAL
Agarra la Onda	El desayuno musical más energético del día, para iniciar un día agarrando la onda, junto a Betty Recalde , que te trae la más diversa información del mundo y del arte mezclados con la frescura y espontaneidad de la buena música que esta en boga.	06h00 a 10h00	Lunes a Viernes	Presentación y Despedida 4 cuñas y 4 menciones.	1,650.00
Planeta Cero	Aquí sientes que la adrenalina está a tope. Un ritmo frenético; lo actual y lo alternativo se mezclan para complacerte. Concursos y locos segmentos para entregarte energía y diversión bajo la conducción espectacular de Francis Nolvos . <i>G. CASTRO</i>	10h00 a 14h00	Lunes a Viernes	Presentación y Despedida. 4 cuñas y 4 menciones.	1,800.00
Hasta las patas	Atrapa tus sentidos con su informalidad y alegría desbordante. El Pop, los éxitos de moda, las noticias y los chismes te hacen sentir diferente, los mas locos e interesantes concursos y segmentos te hacen sentir ¡Hasta las Patas! Con la energía desbordante de Rony Cachorro .	14h00 a 18h00	Lunes a Viernes	Presentación y Despedida. 4 cuñas y 4 menciones.	2,000.00
Con las pilas puestas	El punto de encuentro con los más grandes artistas de la actualidad. Programa interactivo con el público y los éxitos, solo éxitos en boga. Conduce Adrian Castro	18h00 a 22h00 (L); 18h00 a 21h00 (M-X) 18h00 - 21h00 (J) y 18h00 a 21h00 (V)	Lunes a Viernes	Presentación y Despedida 4 cuñas	950.00
Onda Mix	Las mejores mezclas en vivo para preparar y armar la ferra como solo Onda Cero sabe hacerlo con la música que esta en boga sintonizado con todos los jóvenes que están listos a pasar un fin de semana con toda la energía juvenil que te atrapa!!! Con el DJ Adrian Castro	21h00 a 22h00 (J) 21h00 a 23h00 (V) 18h00 a 23h00 (S)	Jueves a sábados	Presentación y Despedida. 4 cuñas	300.00
Heineken World Chart Show	El equipo "The World Chart Show" te trae las mejores canciones del planeta, sigue de cerca el mundo de la música actual, los escenarios del entretenimiento, noticias de última hora, jugosos chismes y más...	21h00 a 22h00	Lunes y martes	Presentación y Despedida. 4 cuñas	300.00
Onda Weekend	El espacio más entretenido y loco en donde harás amigos escuchas lo último de lo último, la música los artistas en el fin de semana con Rony Cachorro , con quien vas a vivir al máximo. Alegramos tu fin de semana con excelente música, farándula para un fin de semana espectacular.	10h00 a 14h00	Sábado	Presentación y Despedida. 4 cuñas y 4 menciones.	350.00
Onda Nitro	El espacio de la radio donde alegramos tú mañana y tarde con excelente música, proyección de éxitos y las mejores canciones a nivel nacional e internacional.	10h00 a 14h00	Domingo	Presentación y Despedida 4 cuñas	350.00

ANEXO 5. ENTREVISTAS DEL PERSONAL ONDA CERO Y ALFA RADIO

Radio: Onda Cero

Nombre: Rene Endara

Cargo: Gerente

Entrevista

¿Difusión de contenidos educativos en la radio?

Si

¿Personal que integra su departamento de producción?

Gerente, ósea yo, y el director de producción

¿Contenidos que tienen mejor apertura dentro de la radio

Musicales. Con las sugerencias de la Ley luego tuvimos que enfocarnos en trabajar contenidos culturales, educativos y entretenimientos.

¿Quiénes deberían ser los encargados en gestionar contenidos?

Debería ser un libretista o guionista encargado de los contenidos como tal, y el otro sería el productor enfocado a la sonorización y estructura.

¿Presencia de un pedagogo para la elaboración de contenidos educativos?

No necesariamente se necesita a un pedagogo porque la persona que sepa de redacción, es decir, un libretista junto con el productor, se pueden asesorar externamente.

¿Para desarrollar contenidos es necesario un departamento de producción?

Sí, porque se encargarían de producir, investigar, buscar, desarrollar todos los contenidos y sugerir la manera de transmitir la información que va al aire.

¿Tiempo que generan contenidos de entretenimiento durante toda la programación?

Menos de media hora, los contenidos tienen una duración total de 15 minutos al día, divididos en 45 notas, entre temas de noticioso, informativo, tecnología, cultural, educativo.

¿Tiempo que generan contenidos educativos durante toda la programación?

Menos de media hora, los temas se presentan en capsulas, y se engloba a un solo contenido de noticias, informativo, tecnología, cultural, educativo.

¿En qué se basan los directores para elaborar contenidos?

Nos basamos junto al director de producción en la investigación por internet, en libros, con especialistas principalmente históricos, contenidos relacionados a la historia de país y cuando es información de otros países la información se lo pedimos a las embajadas.

¿La existencia de una pre-producción y producción del contenido educativo en su radio?

Si existe, aunque no hay una persona que se encargue solamente a esta producción de contenidos, y creo que ninguna radio lo tiene.

¿Inclusión de contenidos educativos en radios comerciales que se caracterizan por la línea musical?

Sí, porque somos un medio que también debe educar, nosotros tenemos una comunicación verde, es decir, educar reflexivamente, crear conciencia en el oyente por el ambiente.

Y ahora que existe una obligación por generar contenidos educativos, algunos los están haciendo a su medida, pero llegara un momento que deberán realizarlo por completo porque no es justo que unos nos alineemos con lo que manda la Ley y los otros no.

¿En qué beneficia que los jóvenes escuchen contenidos educativos?

En familiarizarse con otros contenidos y que se puede entretener mientras aprende temas de interés.

¿Por qué en las radios del Guayaquil se escucha poco contenido educativo?

Porque la radio busca su nicho, entretener, lo que redujo la investigación por elaborar otros contenidos formativos, ya que detrás de todo hay un negocio que genere más rentabilidad

¿La ley debería ser la única causa para que las radios generen contenidos educativos?

No, porque debería ser iniciativa de nosotros proporcionar en un grado contenidos educativos, formativos. Pero muchas radios no publicarían contenidos educativos si la Ley no lo hubiera exigido, o en extender más contenido.

¿En qué favorece un área de producción para el desarrollo de contenidos educativos?

Favorece en la inmediatez, rapidez y que haya más rotación en las noticias. Estamos ahora sacando sacamos un folleto de noticias e información en general, el locutor ya sabe cuáles son temas que saldrán al aire y las locuta, cuando se termina el folleto se debe coordinar con el director de producción y conmigo para generar más información.

¿Es necesario que solo el locutor o productor realice la producción total de contenidos?

No, porque estaría realizando varias funciones y no se concentraría en trabajar en su área, aunque tenga la capacidad le quitaría su función.

¿Cuál sería la falencia si no existiera un área exclusiva de producción?

La producción sería básica, no habría producción radiofónica, y sería a lo que salga, es decir, música de fondo y locución.

¿Capacitación al personal que elabora dentro de un área de producción?

Es importante para que tenga el conocimiento en la producción y desarrollo de contenidos.

¿Frecuencia en que el personal de producción realiza talleres de producción?

No han realizado últimamente talleres.

¿Si existiera un respaldo hacia el área de producción, los contenidos educativos mejorarían en cuanto al desarrollo de producción?

Mejoraría la producción, pero eso no me daría más rentabilidad a la radio, porque aunque mejore contenidos no significa que suba de audiencia.

¿Si se elaborará contenidos educativos bajaría el rating de la radio?

Si bajaría, por un tema cultural, ya que no están acostumbrados a esos contenidos.

¿Si no existiera un área de producción, garantiza de igual manera el desarrollo de contenidos?

No garantiza una producción completa, puesto que no tendrían una investigación antes para producir los contenidos.

¿Tiempo que se ordena para producir contenidos educativos?

Cada 15 días se actualiza el folleto de contenidos que sirve para toda la semana.

¿Tiempo que se ordena para producir contenidos de entretenimiento?

Cada 15 días se actualiza el folleto de contenidos porque todo está relacionado.

Con la existencia de un área exclusiva para la producción de contenidos educativos, ¿cada cuánto tiempo se elaborarían dichos contenidos?

Toda la semana, se podría generar contenidos si se tiene a las personas exclusivamente a producir contenidos.

¿Deberían trabajar profesionales dedicados a la producción dentro de un departamento de producción?

Totalmente, aunque esto no quita que podría trabajar un especialista de otra rama, pero más como asesoría para algún tema.

¿Departamento físico como área de producción?

Sí, en Quito donde está la oficina de producción. Si contamos con un departamento de producción.

¿Recursos que se tiene dentro del departamento de producción?

Estudio de grabación, cabinas de locución, consola, micrófonos, máquinas para editar y sus archivos de efectos.

¿Personal que elabora contenidos está separado del grupo que realiza la producción?

El director de producción junto a mi desarrollamos los contenidos, y la producción netamente es del director de producción, la realiza me la enseña, la aprobamos, y se va al aire.

¿Cada cuánto tiempo desarrollan contenidos educativos?

Cada 15 días se actualiza el folleto de contenidos que sirve para toda la semana.

¿Cada cuánto tiempo desarrollan contenidos de entretenimiento?

Cada 15 días se actualiza el folleto de contenidos porque todo está relacionado.

¿Quiénes realizan la elaboración de contenidos?

Los encargados somos el director de producción que elabora los contenidos publicitarios y educativos, y yo que soy el Gerente. El locutor solamente transmite lo que se desarrolló y en caso que desee mencionar un tema lo busca el mismo.

¿Está de acuerdo que únicamente se produzcan programas de entretenimientos?

No, porque deben educarse en oír otros contenidos, pero si el oyente no quiere escuchar simplemente cambia de estación y escucha lo que desee, debido a que se acostumbraron a sintonizar programas populares.

Nosotros por eso hemos proporcionado en nuestra parrilla contenidos formativos.

¿Existe interés de la radio por producir contenidos educativos, noticioso y cultura?

Sí, estamos produciendo contenidos, capsulas culturales, notas informativas, dentro de nuestra programación, y de una u otra manera han sido elaboradas de tal forma que sean digeribles para nuestros oyentes.

Pero el asunto va por los oyentes que no tienen interés esto se da por un tema cultural de los radioyentes que no están acostumbrados, y se conforman con lo que transmiten las radios.

¿Con la producción de contenidos que dispone la LOC, se educaría al oyente a escuchar otros contenidos radiofónicos?

Si, aunque el tema es tan subjetivo, porque deberíamos centrarnos primero en identificar ¿Qué es educativo? Porque para mí educativo es todo lo que puedo aprender, pero la Ley como tal me dice noticias, informativas, culturales, educativas tres son educativos, y sigue siendo abierta y subjetiva.

También problema está que otras radios sigan colocando su programación normal y no sean sancionadas, no existe equilibrio.

¿Existe algún estudio que demuestre que los contenidos educativos disminuyen audiencia?

No, pero por experiencia no aumentaría, porque a los jóvenes les gustan temas populares y no están interesados en oír contenidos educativos.

¿Qué personal faltaría de integrar el equipo de producción?

Un libretista, que desarrolle el contenido educativo, formativo, noticias y culturales.

Con la existencia de un área de producción para desarrollar contenidos educativos, ¿cada cuánto tiempo elaborarían los contenidos?

Toda la semana, se podría generar contenidos si se tiene a las personas exclusivamente a producir contenidos.

Esto ayudaría mucho al desarrollo del mismo, ya que beneficiaría tanto al que produce, e investiga.

¿Locutores que cuenta su área de producción?

El director de producción tiene la colaboración de los 6 locutores que laboran dentro de la radio para poder desarrollar los contenidos.

¿Consideran pedagógico los “contenidos educativos” que emite su radio?

A veces. Ya que trato de hacer lo más sencillo posible para el entendimiento; de universalizar la comunicación para todos quienes nos escuchan. Porque igual no hay una persona encargada exclusivamente de generarlos.

El director de producción tiene la colaboración de los 6 locutores que laboran dentro de la radio para poder desarrollar los contenidos.

¿Existiría interés de jóvenes si le brindaran contenidos educativos?

Interés no habría, pero si lo consumirían porque nosotros ofrecemos un contenido sencillo y entendible para su recepción de información.

¿Analizan a su público objetivo para recibir sugerencias de contenidos y evaluar su interés?

No hemos hecho ningún estudio que demuestre cuáles son los intereses de consumo de nuestro público objetivo, que son adolescentes de 12 a 18 años.

Yo les he preguntado a mis estudiantes de 11 a 15 años y me indican que no les interesa el contenido educativo y que prefieren temas tecnológicos.

¿Cuál es la importancia de un departamento de producción?

Es importante para el desarrollo de las pautas comerciales, y los contenidos que se producirán.

¿La multitarea del personal reduce el desarrollo de contenidos y su producción?

Sí, porque si tuviésemos a la persona indicada, se dedicaría a elaborar los contenidos, ya que la persona que está a cargo de la producción aparte de elaborar contenidos también debe preocuparse por producir las pautas, comerciales, los identificativos de la radio, y yo (gerente) me dedico a la labor gerencial de la radio y también elaboración de contenidos, entonces no se tiene una función enfocada a la producción como tal.

¿Recursos que utilizan para producir contenidos educativos, informativos y culturales?

Una música para la presentación, locución y música de base según el contenido

¿Cree usted que el contenido educativo quizás no pueda captar la atención de los radioescuchas?

Con el tiempo los contenidos tendrán mayor apertura en radios musicales y así el joven aumentará su interés por que se informara mientras se entretiene

¿Quiénes elaboran los contenidos educativos?

No tenemos quien produzca esos contenidos como tal, por dos razones: una porque dentro de una radio no se ha profesionalizado el personal como debe de ser y lo segundo por tema presupuestario.

¿Profesionales que deberían integrar un equipo de producción?

Director, productor, programador, guionista

- **Director:** Persona encargado de seleccionar los temas.
- **Guionista:** Encargado de modificar el texto de manera sencilla para el oyente.
- **Productor:** Será quién desarrolle el contenido desde la producción.

¿Tienen asesoramiento para elaborar contenidos educativos?

No

¿Debería existir un personal que labore exclusivamente en el área de producción?

Sí, pero eso depende del presupuesto que tiene la radio. Ahora es mucho más complicado para la agencia pautar una publicidad por el tema de la Ley, y la radio como tal no es negocio y subsistimos con lo que se puede.

¿Cómo Uds. Se han preparado para producir contenidos educativos?

Nosotros nos hemos preparado con cada capsula de contenido que sale con su presentación indicando que tema se hablará, corto y preciso.

También existe información en vivo, esto se realiza a través de notas leídas, y tienen la misma base de producción.

Radio: Onda Cero

Nombre: Ing. Luis Villacís

Cargo: Director de Producción - Productor

Entrevista

¿Personal que integra su departamento de producción?

Todo decisión se toma en base a la aprobación mía, que cuenta con 1 locutor y 1 locutora, 2 colaboradores que son de planta.

¿Quiénes deberían ser los encargados en gestionar contenidos?

Deberían ser un programador, un libretista, el productor y el director.

De esta manera punto se aplicaría la pirámide estructural, y cada información va subiendo hacia este punto en donde se decidirá qué información se debe de tomar o no.

¿Tiempo que generan contenidos educativos durante toda la programación?

Se tiene establecida una programación y así mismo las camas de contenido, en donde se le indica al locutor que dentro de una hora se transmitan 4 o 5 pastillas educativas que tiene que ser variada como puede ser farándula, historia del Ecuador, deporte, folklore, entre otros

¿Inclusión de contenidos educativos en radios comerciales que se caracterizan musicales?

Nosotros si tomamos en cuenta el tema de contenido educativo e informativo, que acompañen el contenido tradicional de entretenimiento y de farándula.

¿Por qué en las radios del Guayaquil se escucha poco contenido educativo?

Porque se debe a la especialización que se ha venido dando a las radios, por ejemplo hay radios que se han especializado como radio de contenido musical.

¿La ley debería ser la única causa para que las radios generen contenidos educativos?

Una de las principales causas reales por la que existe la radio es para educar y enseñar a los radioescuchas.

¿En qué favorece un área de producción para el desarrollo de contenidos educativos?

Son quienes se encargan de generar la información, elaborándose de la elaboración de un guion que en posterior se lo entregara para la Gerencia para la respectiva aprobación.

Un área de producción debería de contar con los equipos y el espacio adecuado, ya que el área de producción requiere de un espacio físico que sea amplio y que esté ausente el ruido de afuera, en base de parámetros que no sea simplemente un cuarto. En la parte humana debe de contar con un jefe y personas que sirvan de respaldo para el contenido del área de producción.

¿Es necesario que solo el locutor o productor realice la producción total de contenidos?

Es que mira se lo puede hacer, pero quien está produciendo esa información, la pregunta es de donde se está sacando esa información eso ya es producción. Porque el locutor puede llegar y puede decir leo esto tomando el periódico y se saca al aire, pero en este caso la información debe ser ordenada

¿Cuál sería la falencia si no existiera un área exclusiva de producción?

El área de producción es el cerebro de la radio, sin producción no hay radio. Es más uno puede poner música al aire, la producción es la imagen de la radio, hay campos en donde tú puedes estar en la radio y el mejor campo es la producción en donde está la imaginación y la creatividad y es algo básico.

¿Cada cuánto tiempo desarrollan contenidos educativos?

Se realiza constantemente, se conversa de la parte educativa en coordinación con la Dirección General de Radio en Guayaquil, y en base a lo planificado con Rene se toma la decisión de realizar pastillas educacionales. Supongamos la onda educativa, en donde cada locutor se encargara de pasar dichas pastillas cada cierto tiempo y con duración 30 o 40 segundos, y ellos al aire darán la información que no siempre va a ser la misma.

¿Cada cuánto tiempo desarrollan contenidos de entretenimiento?

En realidad la información ya está generada, los locutores van directamente a su banco de información y en ese momento escogen el contenido dependiendo del momento, basándose en un gran banco información.

Una pastilla debe de escoger la trama y crear el banco de información, en base a fijar un tema. Es importante entender que no todo lo que exista en información es real y hay que escoger cual es la información principal es decir el contenido real. Muchas veces hay que poder visualizar que la información sea verídica para no transmitir algo falso.

¿Quiénes realizan la elaboración de contenidos?

Directamente como lo realizamos nosotros es en conjunto con Gerencia y el departamento de Producción, aceptando sugerencias del mismo público por ejemplo sobre música del Ecuador; o en su defecto la recomendación de los locutores ya que ellos son los que están en contacto con la gente.

¿Qué entiende por contenidos o capsulas educativas?

Son todos los contenidos que sirven para educar a la persona, sea que lo oiga o lo vea, y se da de forma didáctica.

¿El contenido educativo es/no novedoso?

Si es novedoso siempre y cuando se lo produzca de tal forma que sea didáctico.

¿Existe interés de la radio por producir contenidos educativos, noticioso y cultura?

Todo es progresivo, en realidad se está creando la cultura de contenido educativo y la ley ha incentivado a que se desarrolle estos temas.

El éxito del área de producción está en poder producir mayor cantidad de cosas, es decir crear algo más que pueda aportar a la sociedad, es decir la radio mejora y el contenido es mucho mejor.

¿Es necesario que solo el locutor o productor realice la producción total de contenidos?

Es que mira se lo puede hacer, pero quien está produciendo esa información, la pregunta es de donde se está sacando esa información eso ya es producción. Porque el locutor puede llegar y puede decir leo esto tomando el periódico y se saca al aire, pero en este caso la información debe ser ordenada

¿Cuál sería la falencia si no existiera un área exclusiva de producción?

El área de producción es el cerebro de la radio, sin producción no hay radio. Es más uno puede poner música al aire, la producción es la imagen de la radio, hay campos en donde tú puedes estar en la radio y el mejor campo es la producción en donde está la imaginación y la creatividad y es algo básico.

¿Cada cuánto tiempo desarrollan contenidos educativos?

Se realiza constantemente, se conversa de la parte educativa en coordinación con la Dirección General de Radio en Guayaquil, y en base a lo planificado con Rene se toma la decisión de realizar pastillas educacionales. Supongamos la onda educativa, en donde cada locutor se encargara de pasar dichas pastillas cada cierto tiempo y con duración 30 o 40 segundos, y ellos al aire darán la información que no siempre va a ser la misma.

¿Cada cuánto tiempo desarrollan contenidos de entretenimiento?

En realidad la información ya está generada, los locutores van directamente a su banco de información y en ese momento escogen el contenido dependiendo del momento, basándose en un gran banco información.

Una pastilla debe de escoger la trama y crear el banco de información, en base a fijar un tema. Es importante entender que no todo lo que exista en información es real y hay que escoger cual es la información principal es decir el contenido real. Muchas veces hay que poder visualizar que la información sea verídica para no transmitir algo falso.

¿Quiénes realizan la elaboración de contenidos?

Directamente como lo realizamos nosotros es en conjunto con Gerencia y el departamento de Producción, aceptando sugerencias del mismo público por ejemplo sobre música del Ecuador; o en su defecto la recomendación de los locutores ya que ellos son los que están en contacto con la gente.

¿Existe interés de la radio por producir contenidos educativos, noticioso y cultura?

Todo es progresivo, en realidad se está creando la cultura de contenido educativo y la ley ha incentivado a que se desarrolle estos temas.

El éxito del área de producción está en poder producir mayor cantidad de cosas, es decir crear algo más que pueda aportar a la sociedad, es decir la radio mejora y el contenido es mucho mejor.

¿Consideran pedagógico los “contenidos educativos” que emite su radio?

Si completamente claro se busca que vaya enfocado a un nivel educativo, guiándonos con un pedagogo o profesional de la educación que nos orienta.

¿Existiría interés de jóvenes sí le brindaran contenidos educativos?

Al comienzo lo más probable es que no quieren tomarlo, pero con el tiempo por curiosidad se dedicaran a escuchar de qué se trata este tipo de contenido, a la larga si generara interés. Hay que saber hacerlo y darlo.

Cuando las personas encienden la radio buscan contenido que los entretenga y los distraigan mientras se están movilizandose de un momento para otro.

¿Importancia de un departamento de producción?

Sí, justamente es para que uno haga la pastilla o lo que se llama cortina. Por ejemplo puse la pastilla “la onda educativa”, en ese momento aparece la música que va de acuerdo a lo que se quiera decir y allí el locutor deberá decir el contenido en ese tiempo, y el todo se produce en base al tiempo.

¿Cuál es la falencia que encuentra como productor?

Definitivamente no, ya que si no hay producción no hay algo que se puede producir, no se sabría cómo se la produce, y si no hay producción no hay algo que te guie sobre cómo se pueda transmitir al aire.

Para desarrollar contenidos educativos se necesitan de expertos en el área, ¿cómo buscan asesoría externa para realizar sus contenidos?

En realidad en esta área deberían de trabajar solamente persona con conocimientos que vengan con preparación.

¿Otros formatos que se pueden utilizar para realizar contenidos educativos?

En Onda Cero no puedo realizar un radio teatro, ya que el objetivo de mi radio es el entretenimiento y el mismo es para otro tipo de radios, existe varias formas de hacer radio. En realidad hoy los jóvenes no van a querer escuchar ese tipo de formatos.

¿Cuántas cápsulas se transmiten?

Las capsulas no son más de 40 segundos, en horarios de 6 de la mañana a 7 de la noche. Se transmiten en promedio cada hora 4 o 5 pastillas como mínimo y son capsulas producidas por Onda Cero tanto en contenido como en la forma de desarrollarla que puede ser a través del locutor o de pastillas pregrabadas.

¿Cuáles son las falencias que Ud. Considera que tiene las radios en el Guayaquil en sus departamento de producción, ya que si bien es cierto estas si cuentan con dicha área, pero quizás no tengan todos los recursos necesarios o no hay la presencia humana de personas que se dediquen en esta área?

Lo que pasa es que no puede ser una sola persona, debe ser un equipo ya que debe de estar el encargado, los asistentes y ayudantes de producción, gente que le colabore con la producción ya que existe el montaje, escoger la música, crear y una sola persona no podría. Para crear necesitas de algunas cosas y espacio y una sola persona no la hace.

En muchas ocasiones se menciona que una de las razones es la falta de presupuesto, recursos ¿considera que es una de las razones que no motivan al desarrollo de contenidos?

Es fundamental que se mantenga una inversión en el área de producción ya que la misma es la base de la radio, la cual debe de contar con el personal suficiente y capacitado, recursos físicos. Ya que por ejemplo para poner una canción es necesario saber en qué momento realizarlo, de saber que va antes o que va después.

Al poner un negocio lo que interese es captar clientes, en el caso de la radio es necesario captar oyentes y para hacerlo es necesario contar con una radio de excelente calidad, que se la puede ganar en base al contenido que tiene la misma y al final de todo se ve reflejada en la ganancia en base a una buena inversión que se realice.

Radio: Onda Cero

Nombre: Betty Recalde

Cargo: Locutora

Entrevista

¿Personal que integra su departamento de producción?

Lo integran: el productor, el locutor, el director, el programador; en Quito; existe apoyo por parte de todo el equipo; Rene se encarga de todas las funciones.

¿Tiempo que generan contenidos de entretenimiento durante toda la programación?

Es el mismo contenido educativo separado por segmentos

¿Tiempo que generan contenidos educativos durante toda la programación?

Cada locutor, trabaja 4 horas de lunes a viernes; y cada dos canciones se informa de contenido educativo, es decir, que tiene un total de 15 minutos por cada hora, espaciados no continuos, además de los contenidos culturales Constantemente, se tiene 3 salidas cada hora; por ejemplo: la hora educativa, la hora cultural, la hora histórica y a veces datos actuales, como por ejemplo las vacunas contra el Ébola; existen notas que son culturales pero que al mismo tiempo son educativas e informativas que se pueden ser fusionar y ser transmitidas en una sola nota.

¿La ley debería ser la única causa para que las radios generen contenidos educativos?

No, debido a que a veces por tener rating puedes tener una producción que no está dirigida a educar. Se tiene que manejar el contenido, los departamentos de producción siempre han existido; el contenido es lo que varía.

¿En qué favorece un área de producción para el desarrollo de contenidos educativos?

Buscaría a alguien que se encuentre investigando constantemente; que sepa editar y grabar bien.

¿Es necesario que solo el locutor o productor realice la producción total de contenidos?

Nosotros tenemos periódicamente reuniones donde se aportan ideas y donde se crean los diferentes textos; cada uno lo hace para su programa y otros para los programas de los demás.

Dependiendo del locutor; la preparación que tenga, que es este acorde a los parámetros de la radio.

¿Si existiera un respaldo hacia el área de producción, los contenidos educativos mejorarían en cuanto al desarrollo de producción?

Sí, haciendo una comparación con las radios de la Costa y Sierra; las de la Sierra tienen más cultura de producción; en las radios de la Costa se toma más en cuenta lo populacho, chistes doble sentido, lo que la gente quiere.

¿Si se elaborará contenidos educativos bajaría el rating de la radio?

Sí, porque nuestros consumidores de medio no tienen una buena información educativa y gracias a eso, los consumidores pueden coger cualquier emisora sin responsabilidad y sintonizar lo que deseen.

¿Si no existiera un área de producción, garantiza de igual manera el desarrollo de contenidos?

Si no existiera el departamento los contenidos se producirían en vivo, y todo lo que se hace antes lo tendrán que hacer mejor al aire, no se dependería del área de producción aunque es un elemento importante.

Finalmente sin el departamento el contenido sería básico, y el producto final no sería lo que se espera, tendría deficiencia.

¿Cada cuánto tiempo desarrollan contenidos educativos?

Cada 15 días se realiza el folleto para los nuevos contenidos.

¿Cada cuánto tiempo desarrollan contenidos de entretenimiento?

La información se los actualiza cada 15 días con el folleto que realizan.

¿Quiénes realizan la elaboración de contenidos?

En Quito se graba y en Guayaquil se hacen las respectivas audiciones; nuestro trabajo es locutar, aportar con información actual, siempre y cuando se verifique la fuente. Existen grabaciones que se las lee desde aquí y otras que salen desde al aire desde Quito; como por ejemplo información cultural y educativa.

Cada locutor lo elabora; pero es aprobado por Rene.

¿Existe interés de la radio por producir contenidos educativos, noticioso y cultura?

Sí, muy aparte de las notas de espectáculo; siempre estamos aportando con datos de tecnología; como por ejemplo la aplicación para los no videntes.

¿Consideran pedagógico los “contenidos educativos” que emite su radio?

Sí, siempre.

¿Existiría interés de jóvenes sí le brindaran contenidos educativos?

Porque no todo es diversión; en la actualidad existen jóvenes que se interesan en estar al día de lo que ocurre en el mundo; todo depende de la manera en cómo les ofreces la información.

Considero que les puede gustar pero todo depende de la forma.

¿Analizan a su público objetivo para recibir sugerencias de contenidos y evaluar su interés?

A través de las redes sociales; de las menciones se puede observar: los intereses del público objetivo; las últimas tendencias y las mejoras respectivas para la radio.

¿Cuál es la importancia de un departamento de producción?

Sí, todas las radios ya sea que tengan más o menos infraestructura cuentan un departamento de producción.

Existen muchas radios que no solo son netamente musicales, son informativas y hay un departamento creativo y de producción que se encarga de cada programa; Se debe buscar la forma de vender el programa.

No solo para temas educativos, para todas las áreas de las radio; se necesita de un departamento de producción; en especial de contenido

¿Recursos que utilizan para producir contenidos educativos, informativos y culturales?

Lo que se utiliza para las notas educativas es la información, efectos para la nota; no se realizan llamadas.

¿Tienen asesoramiento para elaborar contenidos educativos?

No tenemos asesoría externa

¿Cómo debe ser la redacción de un contenido radial?

Con un lenguaje fácil de entender para los diferentes de oyentes.

¿De dónde se saca la información para la elaboración de contenidos educativos?

Se investiga, por ejemplo, con ayuda de los datos históricos se confirma que la información de las diferentes fuentes sea verídica, para luego reducir la información; la información que se transmite en la radio debe ser fácil de entender, comprensible y debe ser dicha de una forma rápida y directa para nuestro público (Jóvenes).

¿Por qué la radio en Guayaquil ha perdido su horizonte de producción y contenido educativo?

Lastimosamente piensan que para obtener más rating se debe aumentar el nivel de malas palabras, datos de crónica roja, sensacionalismo. Nosotros siempre hemos estado con datos informativos, variando con temas de espectáculo, nutrición y tips para los estudiantes.

¿Los dueños de las radios deberían tomar importancia a que exista un área de producción y del personal?

Onda Cero toma importancia y está a la par de los cambios del mundo de hoy; lo que está de moda; tendencias de los oyentes, para generar contenidos

En muchas ocasiones se menciona que una de las razones es la falta de presupuesto, recursos ¿considera que es una de las razones que no motivan al desarrollo de contenidos?

Todas las radios cuentan con un área de producción, así como tienen un director musical, existe un director de contenido, cuando se sale al aire lo que se va a transmitir debe ser acorde con la misión y parámetros que tiene la radio.

¿Considera usted que sería bueno que Onda Cero tenga un departamento de producción aquí en Guayaquil?

Como lo hacemos está bien; pero si se podría tener un departamento de producción aquí sería algo más rápido.

¿Cómo suelen ser las transmisiones de radio?

Son interactivas; a través de redes sociales, el público objetivo puede escribir acerca del programa.

- **Radio: Alfa Radio**

Nombre: Fernando Heredia

Cargo: Director de programación

Entrevista

¿Difusión de contenidos educativos en la radio?

Si

¿Personal que integra su departamento de producción?

Es el Locutor, director, productor, programador.

¿Contenidos que tienen mejor apertura dentro de la radio?

Musicales. Pero dentro de la programación ponemos contenidos en pequeñas fracciones de noticias, deporte, entretenimiento, y ahora estamos implementando desarrollar contenidos educativos.

¿Quiénes deberían ser los encargados en gestionar contenidos?

Es el locutor y la redactora

La persona que trabajan dentro de producción es la encargada de gestionar los contenidos, que es una locutora, y a su vez redactora.

¿Presencia de un pedagogo para la elaboración de contenidos educativos?

La presencia del pedagogo seria para una consultoría externa, es necesario las consultas de los expertos pero no su presencia física en la radio por el tema de costo, operaciones.

Pero si tenemos a una persona que se encarga de buscar información para generar los contenidos.

¿Para desarrollar contenidos es necesario un departamento de producción?

Sí, porque cada quién realizaría el trabajo correspondiente, se podrá crear, buscar información, y producir los contenidos investigados.

En cambio si uno se dedica hacer todo descuida lo que realmente debe trabajar, Siempre se necesitara la ayuda de un personal en el área de producción.

¿Tiempo qué generan contenidos de entretenimiento durante toda la programación?

Todo el día

¿Tiempo que generan contenidos educativos durante toda la programación?

Media hora

¿En qué se basan los directores para elaborar contenidos?

Si tenemos una pre-producción y ahora estamos en búsqueda de alguien que se encargue de generar contenidos educativos.

¿Inclusión de contenidos educativos en radios comerciales que se caracterizan musicales?

Sí, porque en general somos un medio de comunicación y debemos educar a las personas, y nosotros estamos educándolos a través de la música. Bien o mal, pero los estamos educando, porque la música es un arte también para educar.

¿En qué beneficiará al joven la emisión de contenidos educativos?

En su atención hacia estos contenidos, porque el echo esta en darles música con contenidos sencillos, entendibles y educativos que logre captar su atención. Y ellos te escucharan porque les ofreces música con contenido.

¿Por qué en las radios del Guayaquil se escucha poco contenido educativo?

Porque la mayoría de las radios son comerciales, y se dedicaron a esta rama descuidando el punto educativo, y por no administrar sus recursos de producción.

También porque si es que se produce un programa con contenidos educativos, los oyentes y por ello no responden al rating y presupuesto.

Nosotros nos mantenemos en educar a través de la música, colocando canciones que acorde a las edades y que no degenera a la persona solo porque es la moda de aquella música como tal.

¿La ley debería ser la única causa para que las radios generen contenidos educativos?

No, aunque nosotros en pequeñas proporciones estábamos educando, a través de temas cívicas, históricas con segmentos de “Sabias que” aportamos con la generación de contenidos educativos.

¿En qué favorece un área de producción para el desarrollo de contenidos educativos?

En crear contenidos enfocados al público objetivo como tal.

¿Es necesario que solo el locutor o productor realice la producción total de contenidos?

No, porque estaría cumpliendo otras funciones que no le corresponde, pero como no contamos con alguien más por un tema de costo, la locutora de igual forma está en la capacidad de desarrollar contenidos, aunque si no realiza bien su trabajo buscaremos personas que estén especializadas y se enfoquen a desarrollar más contenidos.

¿Cuál sería la falencia si no existiera un área exclusiva de producción?

Sería incompleta la producción de contenidos

¿Capacitación al personal que elabora dentro de un área de producción?

Se deberían capacitar a sus trabajadores para que maneje el área en las distintas ramas, y así no se colocaría a una persona que no esté capacitada para cumplir alguna función.

¿Frecuencia en que el personal de producción realiza talleres de producción?

Anualmente recibimos talleres.

¿Sí existiera un respaldo hacia el área de producción, los contenidos educativos mejorarían en cuanto al desarrollo de producción?

Mejoraría en contenidos, pero esto es una sinergia por costo y contenidos. Ya que se observa que si se coloca contenidos educativos baja el rating y por eso las personas dejan de invertir en publicidad.

¿Si se elaborará contenidos educativos bajaría el rating de la radio?

Si está bien estructurado y ubicado los contenidos no bajaría el rating, también debe ir acorde al concepto que ayude al joven.

¿Si no existiera un área de producción, garantiza de igual manera el desarrollo de contenidos?

No garantiza una producción de contenidos. Y en caso de que no existiera un área se debería generar el departamento para desarrollar los contenidos.

¿Tiempo que se ordena para producir contenidos educativos?

3 veces por semana se desarrollan los contenidos que van a transmitirse ya que los temas son atemporales.

¿Tiempo que se ordena para producir contenidos de entretenimiento?

Todos los días se actualiza información

Con la existencia de un área exclusiva para la producción de contenidos educativos, ¿cada cuánto tiempo se elaborarían dicho contenidos?

Toda la semana, porque con la incrementación de más personal al área de producción se podrá desarrollar contenidos educativos diariamente.

¿Deberían trabajar profesionales dedicados a la producción dentro de un departamento de producción?

Totalmente, porque si el locutor no está capacitado oral y gramaticalmente ¿que podrá enseñar, transmitir y educar?, ya que los jóvenes siguen ídolos o referencias públicas.

Ahora con lo dispuesto de la Ley, se aumentará el consumo cultural, y fomentar los contenidos educativos.

¿Departamento físico como área de producción?

Si contamos con un departamento de producción

¿Recursos que se tiene dentro del departamento de producción?

Estudio de grabación, cabinas de locución, consola, micrófonos, y computadoras para editar.

¿Personal que elabora contenidos está separado del grupo que realiza la producción?

Los locutores tienen un computador dentro de la cabina de audio, ellos se encargan de gestionar sus contenidos, luego pasa por mi filtro, las reviso y desarrollo la producción desde mi escritorio.

¿Cada cuánto tiempo desarrollan contenidos educativos?

3 veces por semana se desarrollan los contenidos que van a transmitirse ya que los temas son atemporales.

¿Cada cuánto tiempo desarrollan contenidos de entretenimiento?

Todos los días se actualiza información

¿Quiénes realizan la elaboración de contenidos?

Los locutores, ellos buscan la información que pasa por mí, se aprueban los texto y se los dirige al área de producción, lo trabajan y se lo emite.

¿Está de acuerdo que únicamente se produzcan programas de entretenimientos?

Parcialmente, porque los adolescentes por lo general les gusta escuchar música, pero también algunos oyentes escuchan noticias, y deportes y por ellos gestionamos otros contenidos.

¿Existe interés de la radio por producir contenidos educativos, noticioso y cultura?

Sí, poco a poco hemos ido colocando más contenidos educativos, culturales.

Ahora tenemos un departamento de noticias que se encargan de generar los contenidos de información.

Antes de LOC ya producíamos en pocas proporciones contenidos pero desde segmentos de curiosidades, con ese tipo de información estábamos educando también.

¿Con la producción de contenidos que dispone la LOC, se educaría al oyente a escuchar otros contenidos radiofónicos?

Claro que sí, porque no se quedarán en otros contenidos, pero el problema viene cuando no hay equilibrio de contenidos en las radios, debido a que unas se regulan a lo solicitado por la Ley, y se esmeran, otros simplemente siguen su programación con el mínimo de contenido establecido por mantener un rating.

¿Existe algún estudio que demuestre que los contenidos educativos disminuyen audiencia?

No existe pero por experiencia sabemos que los jóvenes no consumen contenidos educativos, cuando uno está en el medio lo reconoce, también porque si lo oyentes no escuchan lo que les gusta, se van a la competencia que les ofrezca música.

¿Qué personal faltaría de integrar el equipo de producción?

Nos hace falta un guionista que se encargue de los contenidos educativos y que ayuden en el proceso de producción para emitir más contenidos educativos.

Con la existencia de un área de producción para desarrollar contenidos educativos, ¿cada cuánto tiempo elaborarían los contenidos?

Toda la semana, porque con la incrementación de más personal al área de producción se podrá desarrollar contenidos educativos diariamente.

¿Locutores que cuenta su área de producción?

Tenemos 4 locutores que generan en pocas porciones contenidos de lo que se emite

¿Consideran pedagógico los “contenidos educativos” que emite su radio?

Sí, enseñamos porque nosotros emitimos los contenidos de manera que nuestros oyentes nos entiendan, y lo realizamos a través de temas de curiosidades, ¿Sabías que?

¿Existiría interés de jóvenes sí le brindaran contenidos educativos?

Depende del enfoque que se le dé al emitir el contenido educativo, para que ellos puedan digerir mas no que propongan querer consumir.

¿Analizan a su público objetivo para recibir sugerencias de contenidos y evaluar su interés?

Nosotros lo analizamos a través del email, redes sociales, y con la retroalimentación para ver cómo estamos trabajando.

También vamos de la mano con el departamento de marketing para evaluar el rating, y cuales programas tienen falencia.

Hace dos años hicimos un cambio a nivel de la radio, nos fuimos a un solo género musical, es decir, especializada en electrónica.

¿Importancia de un departamento de producción?

En la medida que el área este bien estructurado se podrá elaborar mejores contenidos. Porque si alguien no trabaja bien en su función, el contenido estará mal producido.

¿La multitarea del personal reduce el desarrollo de contenidos y su producción?

No, porque si el personal sabe que función le toca realizar y con planificación y lo hace bien, la producción saldrá excelente, pero si lo hacen al apuro el producto saldrá mal.

¿Recursos que utilizan para producir contenidos educativos, informativos y culturales?

Se utilizan solos las locuciones, y el audio de fondo.

¿Cree usted que el contenido educativo quizás no pueda captar la atención de los radioescuchas?

El hecho es que las radios líderes no hacen algo y por tanto las demás emisoras tampoco, pero esto se va a general porque la ley lo dice, y no va hacer una tarea fácil pero nos beneficiaremos a futuro emitiendo contenidos educativos.

¿Quiénes elaboran los contenidos educativos?

Tenemos a una locutora que a su vez es la encargada de redactar los contenidos, ella gestiona los contenidos

¿Profesionales que deberían integrar un equipo de producción?

Director, productor, programador, guionista

¿Tienen asesoramiento para elaborar contenidos educativos?

No

¿Debería existir un personal que labore exclusivamente en el área de producción?

Por un tema de costo, no se podría cubrir todo el personal, pero sí se está buscando personal que integren el área para que me colaboren.

¿Cómo Uds. Se han preparado para producir contenidos educativos?

Con el desarrollo de más capsulas de información, cultural, y educativas, un lenguaje entendible y que el oyente capte dicha nota radial.

Equilibrio entre radios

Las radios de la competencia se han encargado de ofrecer al público contenidos irrelevantes, como chiste y música de doble sentido, y eso se le está enseñando a la masa en general, consumir este tipo de contenidos, porque es más fácil

Radio: Alfa Radio

Nombre: Cristian Aroca

Cargo: Productor

Entrevista

¿Difusión de contenidos educativos en la radio?

Sí, aparte del noticiero que es un contenido general para la Red de Radios, Alfa desarrolla pequeños contenidos de cultura, tecnología, historia.

¿Personal que integra su departamento de producción?

Dentro de producción trabajamos dos personas que nos dividimos para la Red de Radios que se maneja aquí adentro, yo trabajo para Alfa y otras dos, en programación se encuentra el director y los locutores de Alfa Radio. Como departamento nos dividimos

¿Tiempo que generan contenidos de entretenimiento durante toda la programación?

Todo el día, ya que nuestra radio es juvenil y se dedica a animar y entretener a nuestro público objetivo.

¿Tiempo que generan contenidos educativos durante toda la programación?

Un total de una hora durante toda la programación englobando todas las capsulas que se transmiten divididas en cultura, tecnología y deporte.

¿Por qué en las radios del Guayaquil se escucha poco contenido educativo?

Porque se está muy prostituido, es decir, que se ha convertido en negocio para los dueños y directores.

¿La ley debería ser la única causa para que las radios generen contenidos educativos?

No, porque la Ley es simplemente un “tatequieto” en los manejos de contenidos que están llevando ciertas radios.

Es un llamado de atención para que los medios de comunicación desarrollen contenidos educativos

¿En qué favorece un área de producción para el desarrollo de contenidos educativos?

Le da una mano a la radio en cuanto a la producción y lo que se debe colocar al aire, para que tenga brinde productos auditivamente bien.

Los locutores tienen la oportunidad de buscar asesoría en cuanto a producción, y corrección de redacción si se amerita.

¿Cuál sería la falencia si no existiera un área exclusiva de producción?

Se debe trabajar de la mano con la producción, grabaciones pre-producidas, y se debe ir practicando para desarrollar un mejor producto, ya que ofrece al oyente un audio limpio y sin error.

Aunque el desarrollo de las pre-producciones hacen que el locutor se vuelva dejado, es decir, que solo locute lo que ya está desarrollado.

¿Capacitación al personal que elabora dentro de un área de producción?

Si deberíamos, cada cinco o seis meses coger taller de actualización, preparación para otras ramas pero lastimosamente eso parte de una organización y no se podría hacer así fácilmente

Entonces nos queda las reuniones entre el personal para ir mejorando entre nosotros, ver las falencias que tenemos, que podemos hacer, las correcciones.

¿Sí existiera un respaldo hacia el área de producción, los contenidos educativos mejorarían en cuanto al desarrollo de producción?

Lo que hacen las mayorías de las radios es ahorrar e invertir poco porque mencionan que con poco recurso se puede trabajar y ante eso discrepo porque si no tienes el equipo y la ambientación no vas a saber que producto darás.

¿Si no existiera un área de producción, garantiza de igual manera el desarrollo de contenidos?

Hay radios que el locutor solo locuta, pero no tiene interacción con el público; se debe tener el personal adecuado; de acuerdo a la misión, visión, público objetivo y parámetros de la radios; estando al día con antecedes del mundo de hoy.

¿Deberían trabajar profesionales dedicados a la producción dentro de un departamento de producción?

Si porque mejoraríamos, aunque sería difícil cambiar de estrategia en cuanto programación pero mejoraría lo que tenemos, o actualizaría los contenidos de manera creativa

Ya no tendríamos una idea sacada del internet sino sería una idea creada por una persona y ahí gestionaos contenidos

¿Cada cuánto tiempo desarrollan contenidos educativos?

Toda la semana. Desarrollamos los contenidos de curiosidad, tecnología y educativos, se desarrollan dos capsulas una vez por semana.

¿Cada cuánto tiempo desarrollan contenidos de entretenimiento?

Los contenidos se realizan toda la semana en diferentes segmentos

¿Quiénes realizan la elaboración de contenidos?

Yo no me encargo de elaborar los contenidos, más bien mi función es programar, supervisar, producir los contenidos en base de lo que los locutores me facilitan

Locutores, quienes redactan y animan sus propios contenidos; también el director de programación. Existe un departamento que se encarga de gestionar los contenidos de noticias.

¿Existe interés de la radio por producir contenidos educativos, noticioso y cultura?

Claro que si, por nuestro deber con la sociedad, cumpliendo un eje principal de la radio, que es educar.

¿Qué personal faltaría de integrar el equipo de producción?

Sería importante un docente o comunicador que se especialice en educación ya que porque su experiencia aportaría mucho al desarrollo de contenidos, ya que se debe tener cuidado con lo que se elabora.

¿Consideran pedagógico los “contenidos educativos” que emite su radio?

Sí, pero podría mejorar, nosotros lo educamos presentando contenidos para que los jóvenes se olviden de los malos hábitos, costumbres, etc.

¿Existiría interés de jóvenes sí le brindaran contenidos educativos?

Sí, porque al público se lo adapta, ya que ellos sin darse cuenta están aprendiendo algún concepto, pero todo depende de la creatividad que se produzca el contenido

¿Analizan a su público objetivo para recibir sugerencias de contenidos y evaluar su interés?

Por medio de redes sociales y las llamadas que ellos realizan. Se lo realiza por medio de su cercanía y análisis

¿Cuál es la importancia de un departamento de producción?

Sí, porque es elemental ya que el departamento se encarga de vestir a la radio, le da forma, imagen auditiva, es decir, el plus que necesita cada radio, la identificación que la hace distinta.

También poder trabajar en cualquier proyecto, le da la tranquilidad que el producto va salir bien

¿Recursos que utilizan para producir contenidos educativos, informativos y culturales?

Lastimosamente las librerías musicales están fuera del alcance económico de la radio, y es por eso que optamos por conseguir jingles de artistas nacionales.

En las capsulas manejamos cortinas de fondo, efectos, presentación y despedida junto con la locución del contenido.

¿Profesionales que deberían integrar un equipo de producción?

Contamos con un equipo bien equipado, y nuestros locutores son comunicadores y ellos tienen la capacidad de desarrollar contenidos. También el director tiene la función del programador, puesto que es director en programación.

¿Tienen asesoramiento para elaborar contenidos educativos?

No, aunque en algún momento si tuvimos un convenio con una radio fuera, y pasábamos capsulas de entretenimiento, pero lo dejamos de tener porque observamos que nuestros locutores también podían realizar.

¿Cómo Uds. Se han preparado para producir contenidos educativos?

Tenemos proyectos en mente, estamos observando lo que tenemos y que aportan mucho al desarrollo del proyecto.

¿Cómo debe ser la redacción de un contenido radial?

Debería ser clara, precisa y concisa, es decir, directa y a su vez repetitiva para que el oyente pueda captar la información.

De dónde se saca la información para la elaboración de contenidos educativos?

No tengo conocimiento, los encargados de gestionar ese trabajo son los locutores-redactores

¿Cuál es la función del productor dentro de la Radio?

De pulir los detalles de los contenidos que ya vienen realizados, aunque muchas veces corrijo la redacción del mismo, porque auditivamente no se escucha bien.

En Alfa radio la cabeza principal que es el director de programación quien produce los contenidos que los locutores elaboran.

¿Cuál es la falencia que encuentra como productor?

El tener que muchas veces corregir locución mal redactada, ya que me ocupo de otras radios que se maneja en la Red de Radios, pero si fuera una sola radio a la que produjera encantado de ayudar en la redacción de los contenidos.

También me resta la función que me toca hacer al momento de producir los contenidos, porque si contáramos con una persona que solo se dedique hacer guiones nos ayudaría mucho porque al momento de hacer las grabaciones no tendríamos que preocuparnos de la estructura gramatical del texto.

¿Han visto algún interés en otros formatos radiofónicos para producir contenidos educativos y así entrelazarlos a su programación musical?

Sí, poco a poco debemos ir actualizando e innovando ciertos segmentos, y no porque la Ley nos lo pida sino es importante para la imagen de la radio.

¿Bajo su conocimiento, conoce que radio en Guayaquil está bien equipada en la área de producción?

Son pocas las que cuentan con un área completamente equipada, pero con lo poco que tienen saben administrar sus producciones.

¿Qué entiende por contenidos o capsulas educativas?

Toda información que me da en base a la verdad, me informa y educa a los menores en contenidos generales ya es educativo.

¿Creé que la radio ha aportado a la educación, siendo uno de sus principales objetivos?

Por supuesto que ha aportado porque es un deber que tiene con su público.

Y se debería incrementar la producción educativa ya que entretener e informar es lo más factible a comparación del educar.

¿Cuáles son las falencias que tienen en las transmisiones y desarrollo producción de los contenidos educativos?

Tenemos falencia en el desarrollo de producción en cuanto a los arreglos de los detalles, de voz, corrección gramatical

Para desarrollar contenidos educativos se necesitan de expertos en el área, ¿Cómo buscan asesoría externa para realizar sus contenidos?

Es importante una asesoría externa, porque nosotros no somos expertos en esta rama

Regularmente nos auto asesoramos con colegas de otros medios, puesto que el medio de la radio es pequeña y conocemos como se manejan los contenidos fuera y dentro del país

¿Relación entre su radio y la educación?

Tenemos muy poca relación, tiene cierta llegada en los oyentes, porque nuestro público son jóvenes, y nuestra relación es básica, es decir, darles mensajes de apoyo.

Es difícil que sean un complemento por la tecnología que ha invadido el interés de los jóvenes.

Si hubiera aumento de personal capacitado para la generación de contenidos ¿Aumentaría la transmisión de contenidos?

Por supuesto, mejoraría en la entrega de un buen producto a nuestro oyente, sería más pedagógico en la medida que vamos generando, ya que tendríamos que ver el tema de rating también.

¿Por qué la radio en Guayaquil ha perdido su horizonte de producción y contenido educativo?

Primero porque se ha dado mucha apertura a personas que tienen talento pero no experiencia, es decir, la voz que tienen y no comunican algo relevante a la información. También en cuanto a su producción dejan mucho que decir.

¿Otros formatos que se pueden utilizar para realizar contenidos educativos?

Es complicado realizar otro formato en una radio que es netamente musical, pero se puede ir enganchando al joven por medio de la música y de ahí darle información que les pueda servir.

¿Observan trabajos de producción de contenidos en otras radios locales e internacionales?

Nosotros nos guiamos de la información externa, pero si pudiéramos innovar con producción nuestra sería fantástica, lastimosamente no contamos con un equipo de investigación.

Este equipo de investigación ayudaría mucho a la producción de contenidos pero lo podríamos reemplazar como un comunicador.

¿El contenido cultural e histórico es un tema de contenidos educativo?

Sí, porque le enseñamos cultura general e histórica a los jóvenes.

¿El rating sería un factor por lo que no quieren producir contenidos educativos?

Por supuesto, porque la mayoría de los medios se maneja con el rating, lo que se puede vender, o vincularse con las agencias de publicidad

Nivel de importancia; rating y contenido o contenido y rating

Para nosotros lo más importante son los oyentes, y le damos lo que les gusta, indirectamente lo que salga en el resultado el oyente está contento

¿El contenido educativo es/no novedoso?

Es novedoso dependiendo de las características que le des a la investigación del contenido y la creatividad que se coloca a la producción, pero esto es difícil porque una radio comercial se maneja de lado rating.

Decisiones de los oyentes entre lo educativo y entretenimiento

Es novedoso dependiendo de las características que le des a la investigación del contenido y la creatividad que se coloca a la producción, pero esto es difícil porque una radio comercial se maneja de lado rating.

Equilibrio entre radios

No me parece justo que se produzca en unas radios contenidos y otras no, porque la Ley está para eso, para regularizar y sancionar a quienes no cumplan con las disposiciones.

¿Los dueños de las radios deberían tomar importancia a que exista un área de producción y del personal?

Si debería, porque no solo deberían ver el dinero, rating sino ver la educación en la comunicación por medio de la radio. Hay que limpiar

¿Cuántas cápsulas se transmiten?

Aproximadamente tenemos 20 cápsulas por mes con una duración de 2 minutos y al día se transmiten unas 10 en toda la programación.

ANEXO 5. ENTREVISTAS DE EXPERTOS

Mgs. Efraín Luna

Entrevista

¿Quiénes deberían ser los encargados que integren un departamento de producción?

Los encargados de integrar el departamento son el director, productor y los editores-programadores, de esa manera se trabajan para producir los contenidos. También están los colaboradores en la realización del contenido, que en este caso son los locutores.

En el departamento se trabaja de la siguiente manera; el productor tiene la idea del contenido, el director aprueba dicha idea, y los editores-programadores son quienes producen, y concretan la idea de contenido, en este caso son los que manejan el software para la edición del contenido y la musicalización, mezclan contenido y sonido. Los locutores se encargan de transmitir el contenido que el productor ha realizado, y en algunos casos generan sus contenidos.

Dentro de la radio para optimizar recursos, los mismos editores-programadores son los operadores de la radio, puesto que ellos conocen la parte operativa para la producción del contenido.

¿Quiénes deberían gestionar los contenidos educativos dentro de una radio?

El educador es quién debería gestionar los contenidos, porque es el encargado de educar a través de la comunicación.

Creo que en lo personal que en las universidades de Ecuador debería existir una especialización de maestría para esta rama de la comunicación, porque existe una carencia de profesionales que lleven la educación a los medios de comunicación.

¿La multitarea del personal reduce el desarrollo de contenidos y su producción por causa de la optimización de recursos dentro de las radios?

La causa de este problema se debe porque en algunas radios no se tiene definida la organización, y se deja cargo a una sola persona que maneje la realización del contenido desde gestionarlo hasta producirlo.

Se puede mencionar que existe una carencia de organización. Ya que no se necesita tener recursos sino saber organizarse. Se debe tener al creativo que es el productor, el programador y el director.

Pero en la realidad de las radios, muchas veces no se observa aquello, y una persona se encarga de ser “todólogo”.

Con este desequilibrio de personal se daña un poco el producto, porque, primero mientras más personas se distribuyan el trabajo mejor saldrá la producción, ya que hasta un buen productor puede estar equivocado si no tiene un equipo de trabajo o alguien que lo asesore.

Es necesario que un departamento de producción se trabajen en equipo de tres personas claves; el director encargado de aceptar el contenido, productor es el creativo y el editor-programador de ejecutar la producción.

Las radios si pueden trabajar con estos tres miembros, pero en Guayaquil hay algunas radios que no están organizadas.

El problema de aquello es que en Guayaquil la radio está muy desmejorada, y los trabajos que se realizan no son eficientes por la falta de organización y se cometen errores cayendo en la improvisación. Así también otro problema que se da, es en cuanto al personal ya que por la falta de estudio desconocen términos radiofónicos para el desarrollo de producción y contenido.

¿La excusa de no haber presupuesto es un factor para no equipar un departamento de producción?

No es excusa, ya que se debe tener un interés para la producción y esto abarca la organización del área.

¿Cómo se refleja la contradicción de un organigrama y la observación de campo, al ver que no existe el personal suficiente para el desarrollo de producción en contenidos?

Lastimosamente en muchas empresas los organigramas son realizadas por personas que de alguna manera tienen idea de cómo debe ser una organización, pero lamentablemente en ocasiones esto no se cumple, aunque existe una planificación como tal.

¿Deberían las emisoras que se caracterizan por ser musicales incluir contenidos educativos?

Para poder unir los contenidos educativos dentro de los emisores comerciales se debe tener en primer lugar el interés para desarrollarlos.

Por ejemplo; realizar capsulas de microprogramas con una duración máxima de 2 minutos, con temas que se refieran a algo específico, en este caso que se utilice temas sobre “Como usar el lenguaje correctamente” y esto se lo puede pasar cada hora durante toda la programación, y de esta forma se está ayudando a la formación del oyente. No sería precisamente lo educativo porque estaríamos midiéndolo bajo otros conceptos, pero si se informaría el uso del lenguaje.

Si se puede entrelazar contenidos educativos en una programación musical, con pequeñas capsulas. Pero lamentablemente no existen personas que se encarguen de gestionar estas producciones.

¿Cómo se puede definir contenidos educativos dentro de una radio, si los directores de las radios mencionadas han comentado que educan también con la música y los contenidos que emiten?

Cuando hablamos de educación se debe tener una certificación, es decir, que debe estar acompañada de una institución que avale dicho aprendizaje; eso significa educar, y no se puede hacer fácilmente con los medios de comunicación aquí porque no se ha trabajado en el campo.

Las radios aquí en Ecuador, en su mayoría lo que hacen es una radio formativa, es decir, contiene contenidos de formación para el oyente.

Y de esta manera se está confundiendo el tema de radios educativas, con formativas, cultural. Y no se puede decir que es totalmente educativa, que hay pedacitos de educación está bien.

Si queremos hablar de temas ya pedagógicas, de cómo está pidiendo las Leyes, tenemos que establecer técnicas de comunicación y didácticas, de manera puntual y no segmentada, es decir, emitir contenidos variados sin tener una planificación.

¿Cómo se logra un contenido formativo, cultural?

Se da por medio de planificación. También las radios deberían tener un mínimo 3 personas que trabajen en productos comunicacionales en donde entre estos aspectos de carácter educativos, pero que sean sistémicos.

¿Es importante contar con un departamento de producción y el personal correspondiente para realizar contenidos educativos?

Si es importante, y ya las universidades están proporcionando periodistas capacitados que cumplan todas las funciones que el medio requiere en producción.

Es por esta razón que las radios deberían asesorarse con un área de pedagogía para convertir productos científicos en contenidos de fácil entendimiento para su público.

La radio siempre ha sido educativo, si hablamos de formatos radiofónicos, existe el dialogo didáctico que se caracteriza de una conversación entre dos personas que hablan de un problema y el resultado de ese dialogo puede ser de enorme ayuda e interés para quien lo escuche.

Se llama didáctico porque ofrece las habilidades para poder entender de mejor manera un tema. Esto se realiza con una planificación para poder realizar dichos contenidos didácticos.

¿En qué favorece un área de producción al desarrollo de contenidos educativos?

Favorece en mejorar los contenidos que la radio realiza, y deberían utilizar estrategias para que sus contenidos sean más didácticos en sus diálogos y con ello formen a sus oyentes.

Es por eso la importancia de una planificación en cuanto a sus contenidos, para poder realizarlos. Se debe también analizar a su público objetivo para observar las necesidades que tengan, y luego de eso asesorarse de expertos que manejen áreas educativas. De esta manera se crea el producto comunicacional al público objetivo.

Y finalmente ofrezco contenidos educativos dentro de la programación haciendo participe al público captando interés, todo depende del desarrollo de la producción del contenido.

Por ejemplo; las radios podrían colocar el contenido de manera promocional y al final de la capsula mencionar que es un trabajo educativo, con esto están entretenimiento y educando.

¿Otros formatos que se pueden utilizar para realizar contenidos educativos?

Se pueden usar algunos formatos, solo depende del ingenio de quienes integran el área de producción para desarrollar los contenidos. Se podría usar un radio consultorio, que se caracteriza por llamadas de los oyentes para preguntar cosas de interés esto se lo une con música, para que sea más dinámico.

Para que haya un interés de los jóvenes la radio debe tener en cuenta la creatividad para generar programas con contenidos formativos, educativos, y con esto puedan ir ayudando a su público. Si existen formas para educar.

Por optimizar recursos las radios producen un solo formato, como lo es la capsula con su locución y música de fondo, ¿creé usted que estos trabajos están dentro en el paquete de una producción?

En este caso no hay producción porque se han encargado de solo transmitir una información de un sitio web, utilizando un lenguaje que muchas veces no es para radio.

Por ejemplo en radio se utiliza un lenguaje redundante para que el oyente pueda captar la idea del contenido y se afiance el conocimiento.

¿Qué recursos utilizan para elaborar el contenido educativo?

Música, Libreto, Claquetas, Efectos de sonido y ambientales

La música debe estar acorde al tema que se va a producir.

¿Qué es producción radiofónica?

Es la observación del momento en que se colocaran los efectos de sonidos, los ambientales, el tiempo de corte cada párrafo. El encargado de realizar dicho trabajo de contenido es el productor y junto con la asesoría del programador mezclara todos los sonidos y el contenido que han elegido.

¿Por qué a las radios se les complica la producción de contenidos?

Porque carecen de costos para el desarrollo, pero no es excusa el presupuesto si se realizaran trabajos cortos de producción.

Esto también depende del tipo de contenidos que quieran realizar utilizando los otros recursos de la radio y el consumo que le den, pero si se puede producir con bajo presupuesto, solo se tiene que saber administrar la escasez buscando formas para trabajar.

Por ejemplo, se puede hacer convenios con las universidades para la producción de contenidos culturales.

¿Se puede contradecir la administración de escasez con las funciones de quienes integran el área de producción?

No se puede contradecir, porque hay que tener en cuenta que si no cumplen con sus propias funciones el trabajo será con una menor producción, debido a que quisieron abarcar todo una o dos personas por querer administrar escasez.

¿Cree usted que si existiera vinculación entre las radios y las universidades de comunicación podrían transmitir las emisoras contenidos educativos?

Por supuesto porque habría mayor producción y los futuros comunicadores emprenderían producción radiofónica, y con esto los productores y locutores cumplirían su función en seguir desarrollando contenidos que formen a su oyente.

¿Cómo debería equiparse un área de producción?

Consola, micrófono, computadora para grabar

¿La multitarea del personal reduce el desarrollo de contenidos y su producción por causa de la optimización de recursos dentro de las radios?

Si se reduce porque los “todólogos” no realizan su trabajo bien, por su producción que ofrecen. Es por eso que se deben dividir tareas de producción y elaboración de contenidos.

Como recomendación lo que las Radios deberían de hacer es analizar a sus audiencias para evaluar su interés y observar que tiempo de contenidos desarrollar, realizando una planificación y que tenga un orden sistemático.

¿Está de acuerdo que debería existir un área exclusiva de producción dentro de la radio?

Si porque con ello se aumentaría la producción en cuanto a sus contenidos, y los profesionales trabajarían en sus funciones.

¿Cree que se deberían capacitar los trabajadores que integren el área de producción?

Deberían capacitar cada cierto tiempo sobre los contenidos de la radio, los nuevos formatos, y también realizar evaluaciones permanentes para su audiencia y poder observar el interés.

Si existiera un respaldo hacia el área de producción, ¿los contenidos educativos mejorarían en cuanto al desarrollo de producción?

Claro que mejoraría, pero en muchas radios los gerentes o directores no observan importante equipar con más personal esta área por un tema de costo, y optan por no cubrir esa necesidad, se da también porque están una zona de confort, es decir, que se conforman con lo que transmiten y la música que emiten, sin embargo esa zona de confort tiene un peligro cuando las otras radios están generando contenidos.

- **Mgs. Guillermo del Campo**

Entrevista

¿Quiénes deberían integrar un departamento de producción?

Deben ser un productor, los realizadores, programador y locutor

Es el equipo para la generación de contenidos partiendo de la asesoría pedagógica, para el desarrollo de la producción y no solo se quede en la reproducción de contenidos en un solo medio de comunicación.

El productor debe saber cómo interpretar la parte pedagógica para convertir el texto en un formato radiofónico, con lenguaje coloquial, amigable, entretenido.

¿Quiénes son los encargados que deberían gestionar los contenidos educativos dentro de una radio?

El productor, que debe tener conocimiento de locución, producción, programación, y dirección para la elaboración de un modelo de producción, o nuevos formatos.

¿La multitarea del personal reduce el desarrollo de contenidos y su producción por causa de la optimización de recursos dentro de las radios?

No, debería acompañarse con el locutor que le facilite los contenidos para desarrollarlo. Para este caso el productor general conoce la línea de producción, su público objetivo; y los temas lo determinan según la óptica del medio.

Estaría desde el punto de vista de las decisiones de los Jefes Supremos para determinar los contenidos que se desarrollaran y el productor termina siendo el canal reproductor del comunicado interno.

¿Cómo se puede entrelazar contenidos educativos en las radios comerciales, teniendo un público que solo escucha música?

Claro que debería incluir en su parrilla de programación contenidos educativos para poder formar así a su oyente, y a su vez estarían cumpliendo con las normativas que la CORDICOM solicita a los medios de comunicación.

La Ley con este pedido de incluir contenidos educativos está pidiéndole a los medios, en especial a las radios abrir sus espectros y que no solo sean de entretenimiento, con ello la radio estaría cumpliendo lo que dice la Ley en cuanto a su función de educar, formar, entretener.

Se insertar desde la creatividad y el interés de producir nuevos contenidos, formatos que faciliten contenido y entretenimiento.

¿Cómo se puede definir contenidos educativos dentro de una radio, si los directores de las radios mencionadas han comentado que educan también con la música y los contenidos que emiten?

No, porque la apuesta creativa depende del desarrollo de contenidos y la música se lo está poniendo solo para entretener. A diferencia que si a la música se le coloca contenido y hace un recorrido histórico con personas de trayectoria en la música dependiendo de la temática, ahí se lo está educando,

dependiendo de la creatividad del productor y su equipo. Un modelo educativo debe tener una retroalimentación.

Hay una confusión entre lo que es educativo, cultural e información, y la Ley en ese aspecto es ambigua, puesto que abarca que es un contenido educativo y que va dentro de ese ítem, pensamos que por generamos un contenido cultural ya es educativo y hay que saber diferencias los conceptos generales: educativos, cultural, informativo, entretenimiento

Sí hay modelos educativos medibles y que se validan para el aprendizaje, que no tengan impacto es otro detalle ya que se observa el panorama.

El aprendizaje no se mide por el rating porque también es ambiguo, un contenido educativo es un canal de conocimiento que se puede medir, cuando se pierde este concepto la producción decae.

¿Es importante contar con un departamento de producción y el personal correspondiente para realizar contenidos educativos?

Es indispensable contar con un área de producción. Sí, porque el departamento es el filtro de todo lo que se va a realizar, armar y poner en marcha para que se pueste al aire.

Si cumple un papel importante, pero nosotros hacemos una producción primaria, es decir, desde el emisor y no del receptor. Los medios de comunicación tienen una mala percepción de lo que es contenido, ya que muchas veces ellos hacen un contenido en base a lo que creen, o les parece que le agrada al oyente, sin antes hacer un análisis del mismo.

Y la radio se ha quedado estancada por un pensamiento de presunción, porque se está repitiendo modelos caducos. Colocando un ejemplo: ¿Cuántas emisoras aplican modelos de producción en sus contenidos, y que le den participación activa a su oyente? Y no a través de la línea telefónica, o redes sociales sino más bien participativo, es decir, que sean parte de un programa, o un modelo de producción dentro de cabina.

Lo que se ha visto en los últimos años es una comunicación unidireccional, una sola vía, de lo que hoy se observa que solo se tiene una respuesta. Sin ver que tienen nuevos desafíos comunicacionales.

Ya no se debería hacer producción para alguien sino con alguien, lo que significa que el oyente sea parte activo del desarrollo del contenido y su producción, dándole espacios e introduciéndolos de diferentes formas.

¿En qué favorece un área de producción al desarrollo de contenidos educativos?

En el trabajo de nuevos formatos ya que el departamento de producción dirige en la línea editorial que maneja el medio, previamente planificada.

Y conjunto al productor con equipo de trabajadores se encargaran del contenido, que se debe ordenar para desarrollarlo según el público objetivo. Esto se da bajo la planificación que el productor realiza.

Y muchas veces por querer acaparar por costo la producción del contenido, el medio sigue un mismo modelo, que sería el musical, enfocándose de la línea pop, rock, tropical, romántica.

¿Cree usted que si existiera vinculación entre las radios y las universidades de comunicación podrían transmitir las emisoras contenidos educativos?

Claro que sí pero lamentablemente la radio al igual que los otros medios se mueven en función de sus intereses y esto se ha convertido en un acervo cultural, que viven en función de generar sus propios recursos, primero la radio y luego el personal.

Pero si hay emisoras que están arriesgando un poco para presentar una propuesta diferente, aun desde lo comercial son escasas pero existe y esa apuesta debería ser más general para que los demás medios la apliquen. Pero aquí viene una premisa importante, ¿De dónde se saca el recurso humano para presentar un producto de calidad?

Y esa respuesta debe venir desde la universidad y desde hace tiempo debió existir un mayor compromiso, unión, para que las universidades tengan apertura, y ver que producto están sacando y cuál es el que requiere el medio. Lo que se ha estado haciendo en los últimos años es la educación de voz para locutar mejor contenidos de información, noticia, deporte, ya que el modelo ha sido preparar comunicadores en la parte periodística y lamentablemente no se le ha dado la apertura a la carrera de producción para tener más expertos en la rama.

¿Sí existiera un respaldo hacia el área de producción, los contenidos educativos mejorarían en cuanto al desarrollo de producción?

Más allá de lo técnico que todas las radios cuentan en la producción, se desarrollaría mejor si se enfocaran en la preparación, capacidad y conocimiento para el desarrollo de contenidos y los locutores, comunicadores le apostarían por el cambio de contenidos. Ya que hay

Personas que vienen realizando sus bases radiofónicas con su producción diferencia.

Lo que hacen actualmente algunos medios de radio son contenidos de web leído en notas, uno que otra capsula, para asumir que eso es producción sin contar que se han olvidado de los elementos radiofónicos.

¿Para desarrollar contenidos que requiere y necesita el medio?

Si la política del medio comercial es solo abarcar costo, y esa política está restringida por las decisiones de los dueños y lo que ahora están haciendo es ser un eco de lo que la Ley manda utilizando los modelos en pequeñas capsulas

Los medios funcionan en base a los requerimientos de una Ley, a las necesidades del oyente y la operación de las nuevas propuestas de producción radiofónica pero esas propuestas los medios muchas veces se eximen de realizar por una situación de costo, inversión.

¿Los nuevos formatos restarían el rating a las radios?

No, eso es presunción, pues no podrían saber sin antes arriesgarse a la realización de nuevos formato y enseñar a sus oyentes a escuchar contenidos educativos.

Se da la presunción porque el medio está acostumbrado a un solo modelo. Y los demás medios repiten sin ver que podrían fracasar porque no tienen el mismo público objetivo. Y esto ha causado que los jóvenes escuchen menos radios, o creen que la única manera de escuchar radio es a través de la música.

¿La radio se estancó en una frase “demos lo que el pueblo quiere”, por qué?

Sí, lamentablemente viene de un proceso que involucra desde las aulas, pero que hoy a través de la Ley se va a regularizar, pero no se debe tampoco caer en el síndrome de la titulitis sino del conocimiento compartido.

Y que se está haciendo, a medida que se rompa con esos modelos desde el cómo estoy enseñando en las universidades, los medios estarán en la capacidad de apostar y proponer por los nuevos formatos radiofónicos.

¿Por qué la radio en Guayaquil no ha apostado en la generación de contenidos educativos?

Por los modos de producción, porque la mala percepción en la radio de decir que lo educativo es aburrido, que no entretiene, y si fuera por esta premisa en los medios televisivos no se vería contenidos educativos en canales como Discovery

Todo viene desde el modo y forma de producción, como se desarrolla el contenido.

¿La Ley debería ser el único medio por el cual se genere contenidos educativos?

No debería ser la Ley un ente dictatorial, sino la regulación de las formas de producción y elaborar contenidos. Pero los problemas se pueden observar desde la historia de los medios, ya que en su mayoría han estado en manos de lo privado, lo cual, no se ha tenido mucho conocimiento de la verdadera función

del medio, que es educar, entretener e informar. Y con los años los medios privados dejaron de lado dos vértices y se dedicaron a entretener y muchas veces mal llevado.

¿Para mejorar los contenidos, y apostar por nuevos formatos, se debería comenzar por un departamento de producción?

Esto tiene que ver con el modelo del medio, y con la estructura de manejar la producción, enfocándose en establecer el personal que trabajaría dentro del departamento de producción para los diferentes contenidos a desarrollarse.

Mejoraría el contenido si existiría un equipo que se encargue de la elaboración y desarrollo del contenido en su producción.

Los contenidos educativos, deberían encargarse solo productores, ¿a quién se debe recurrir?

Se debe tener asesoría especializada en las diferentes ramas, siguiendo las aristas técnicas, humanas, y pedagogía, que son tres elementos importantes.

¿Es necesario un filtro de producción en el desarrollo de contenidos Para ser modelo educativo que debe tener?

Sí, porque debe producirse de tal manera que el oyente pueda captar, y entender dicho mensaje, con un lenguaje claro, y este acompañado de entretenimiento para la atención.

Se realiza bajo un sistema de pre, pro y post producción para el desarrollo de contenidos. Y todo el equipo debe estar involucrado en lo que se va hacer y no solo uno decida lo que se producirá.

¿Qué debe tener para ser un modelo educativo?

Primero se debe tener un resultado del contenido, es decir, medirlo. En base a la respuesta del oyente. Y el único medio aquí en Guayaquil autorizado se llama Capacítate que trabaja conjunto a la UCSG, radio City y El Universo. Tienen resultados porque las personas que escuchan el programa y realizan una evaluación para poder recibir su diploma, certificando que estuvo en los demás cursos.

Lo que los demás medios realizan son contenidos informativos, culturales, en que no dejan de ser importante porque se le está dando al oyente una información diferente.

Para que sea validado el modelo educativo debe ser calificado por una institución, el medio de comunicación y con la capacidad de transmitir información. Y para que sea efectivo debe ser calificado.

- **Lcdo. Juan David Montalvo**

Entrevista

¿Qué es producción radiofónica?

Producción es la organización o administrar tiempo, recursos humano y técnico y monetario para la elaboración de un contenido para radio.

¿Qué entiende por contenido educativo?

Es un contenido que no solo va a entretener sino que su propósito es de educar que no es lo mismo informarse o formarse ya que la educación es independiente a los valores porque aprendes temas para tu futuro aparte de valores que son los que te forman como persona.

Un contenido educativo que tiene el propósito de enseñarte un tema específico, hacerte entender un proceso o ayudarte.

¿En qué favorece un área de producción al desarrollo de contenidos educativos?

Permite que el personal del departamento de producción pueda trabajar con mayor concentración y sobre todo establecer esa distancia con otros departamentos.

¿Cómo debería equiparse un área de producción?

En primer lugar, debe tener un espacio físico. Y este debe estar compuesto por consola, computadora, micrófono y la internet. El detalle está en administrar el tiempo para la producción y con ello el personal que labora ahí.

El detalle está en administrar el tiempo para la producción y con ello el personal que labora ahí.

¿Para desarrollar contenidos educativos es importante contar con un departamento de producción?

Sí, aunque la radio ya cuenta con un departamento de producción. La preocupación viene hacia el lado de la formación de esos departamentos.

La radio muchas veces tiene a una o dos persona a cargo del área que es su productor o director, ya que los dueños o gerentes no lo ven como prioridad, salvo los de noticias que tienen su departamento.

Es importante el departamento de producción pero más importante es que mantengan el departamento de producción.

¿Quiénes deberían ser los encargados de gestionar los contenidos educativos dentro de una radio?

Debería estar un comunicador social y educadores que estén especializados, muy aparte del productor, locutor y director de programación.

¿Está de acuerdo como productor que el departamento de producción este fuera de la radio?

No me molesta, no es tan importante si el programa está bien editado y entrelazado. El problema está en la capacitación al personal, la calidad del producto final y eso lo da un experto en educación o comunicador.

¿Se debería capacitar a los trabajadores que integran el área de producción?

Se debe capacitar a quienes pertenecen al departamento de producción cada cierto tiempo, ya que es indispensable que ellos estén preparados para realizar productos radiofónicos tanto de producción como de contenidos, para que puedan hacer un mejor trabajo.

¿Los contenidos educativos restan el rating a las radios?

No. Todo depende de cómo se realice ese contenido educativo, y que su producción sea acorde a la audiencia que lo escucha. No es lo mismo realizar un contenido educativo para niños que para jóvenes.

Existe una mentalidad muy retrógrada, que piensan que solo lo entretenido llama la atención del escucha.

¿Ud. cree que los contenidos educativos son importantes dentro de una radio musical?

Es importante si pero las radio musical son de entretenimiento y fueron creadas para esa línea específica.

Si deseas hacer una radio educativa está bien, pero el Gobierno está obligando que las radio tengan estos contenidos, tiene su pro y contra porque su lado negativo es que ellos tienen una línea y que los cambien de una sola sería brusco, se debería ir a la línea que tiene la emisora, ósea el contenido educativo debe entrelazarse al formato.

Si es importante, porque la gente aprende y no solo en lo formal sino también en lo informal, ya que ningún contenido educativo hará daño a quien escuche porque tiene corto tiempo, la importancia esta como se la une al formato de la radio para que no choque con el oyente.

¿Cómo se podría definir contenidos educativos si los directores de las radios investigadas mencionan que educan por medio de sus contenidos?

No están educando, porque contenidos educativos va en otra línea de la educación, una retroalimentación para su aprendizaje.

¿La multitarea del personal reduce el desarrollo de contenidos y su producción por causa de la optimización de recursos dentro de las radios?

Sí, siempre ha sido así desde que me acuerdo, porque desde que entras a la radio tienes que cumplir varias funciones por el tema que no se cuenta con

mucho presupuesto para contratar a todos. Esto afecta porque la producción podría pararse por ir a realizar otras obligaciones.

En los departamentos de producción se cuenta muchas veces con una o dos personas como máximo. Eso perjudica el desarrollo de la producción de contenidos, ya que no solo tienen que hacerlo en menos tiempo, sino que sus propuestas o sus objetivos se quedan en la nada.

El problema será que aunque el gobierno ordene a tener contenidos educativos, no hará que las radios tengan más dinero porque no les dará algún subsidio y como ellos no están en la capacidad de hacerlo, su producto será de menor calidad.

Por optimizar recursos las radios producen un solo formato, como lo es una capsula con locución y música de fondo, ¿Cree usted que estos trabajos están dentro del paquete de producción?

Si están dentro de la producción, solo que serían una producción de baja valor, por el tema del personal, ya que solo uno o dos realizan aquella producción y por el costo que requiere una producción.

Pero lo que las radios de entretenimiento deberían hacer es contratar bajo un periodo de tiempo productores independientes que realicen este trabajo, y no sería costoso la ejecución porque si la emisora da los contenidos redactados el productor ejecutará con los demás recursos radiofónicos que cuenta, y se puede realizar una producción de contenidos con poco presupuesto porque él sería un proveedor de la radio.

¿Otros formatos que se pueden utilizar para realizar contenidos educativos?

Se podría utilizar formatos como un dramatizado histórico que sea corto, con voces actuadas y no sería algo narrado. Esto son producciones que si se han realizado afuera, vendría la pregunta.

¿Si la radio realiza convenios con productores independientes que se encarguen en la producción de estos contenidos, con efectos, voces, musicalización? Se podría elaborar producciones apropiadas para la línea que maneja la radio, y con contrataciones de un año para los diferentes proyectos.

¿Por qué la radio en Guayaquil no ha apostado en la generación de contenidos educativos?

El problema está en que se han copiado programas del exterior que han funcionado y los han querido implementar aquí, como programas de entretenimiento, farándula, deportivos y eso no ha impactado como tal, puesto que se quedan en un formato de trabajo.

Porque las radios aquí no han generado contenidos educativos, es porque temen en invertir en algo nuevo que no “pegue”, desgraciadamente la radio y televisión aquí viven del rating, es decir, si se logra el éxito de audiencia que tiene un programa, lo adapto para que me funcione a mí y eso significa que tendré más pauta en mi programa.

Aquí no hay la mentalidad de: Vamos a crear algo que beneficie a la audiencia que le dé un entretenimiento sano con contenido que les ayude en su conocimiento. La mentalidad es rating, sacar dinero de todo lo que se puede adaptar para ganar rating.

¿La Ley debería ser el único medio por el cual se genere contenidos educativos?

No debería ser una causa, pero desgraciadamente así va hacer, ya que la radio no le da la importancia a este tipo de contenidos, y porque se manejan atrás del rating.

¿Si usted tendría que calificar del 0 al 5, según su percepción la presencia de contenidos educativos en las radios de Guayaquil, cuál sería su calificación?

Yo le pondría uno porque si hay aunque poco, es que existe una carencia de contenidos educativos.

Análisis de audios escuchado

- **Audio de curiosidades escuchado de Alfa Radio/Onda Cero**

Producción

La producción es de tipo comercial, ya que la voz de la locutora da a entender como una intención de publicidad y eso desenfoca al oyente porque no oye algo distinto de la programación, es una producción de baja calidad, aunque tienen colillas que capta la atención, el contenido como tal no se entiende, el texto está mal redactado con error de sintaxis, la locución no va acorde y el tema es trivial de las curiosidades, y no tiene relevancia.

Se necesita de una planificación. Se puede tener temas de curiosidades pero con un texto mejor redactado para radio.

- **Audio de contenidos educativos de Radioteca.net**

Producción

- 1) Capta la atención por la forma que esta locutado, tiene un texto bien gramaticalmente y para radio, su contenido es relevante para el joven.

La música se podría cambiar aunque si esa es la línea de la radio es aceptable. Ya que la intención de la voz del locutor hace que se capte la atención al contenido que está transmitiendo.

- 2) Esta campaña de concientización está en estructurado de tal manera que cuenta con un contenido claro y preciso y los efectos respectivos, con dramatizados que acompaña el mensaje que se quiere transmitir.

¿Se puede adaptar los contenidos a una radio que tiene una programación musical, realizando su personal el mismo trabajo o exportándolo de productores independientes?

Los contenidos se pueden producir con los productores independientes no con el propio personal de la radio por que el producto final no será de buena calidad. Muchas de las agencias con las que he trabajado, primero se han ido a las distintas radios porque ellos le ofrecen realizar las cuñas por la pauta del mismo. Pero luego estas agencias regresan porque no quedan satisfechos con el producto. La radio no está preparado para realizar documental, dramatizados, periodístico, solo están para el entretenimiento, promoción y publicidad. Ellos necesitan un profesional especializado en los contenidos educativos para poder elaborar según la línea de la radio pero dando contenido. También necesitan recursos, pero humanos que colaboren en la elaboración del productor, como actores.

¿La falta de producción de contenidos educativos se debe por presupuesto?

Claro, por evitarse un gasto más. Pero si se tiene otra mentalidad de realizar producción para colaborar con la educación se podría hacer algo mejor. Se pueden asociar con otras instituciones que hacen responsabilidad social y no quedarse en el pensamiento que es un gasto que produce. También se podría realizar convenios con universidades de comunicación para que los alumnos puedan producir este tipo de contenidos y así ir progresando.

Si mejoras la calidad de producción podrás tener una audiencia fiel y que te escuche, todo está en la propuesta que las radios puedan dar. Cree que las radios comerciales podrán realizar contenidos educativos.

Será un proceso que llevara tiempo ya que hay que esperar la nueva generación de graduados de comunicación para que vayan generando contenidos educativos y formativos desde una línea juvenil y que tiene una duración corta de transmisión de contenidos.

- **Lcda. Cecilia Novoa Uquillas**

Entrevista

¿Qué es para usted un contenido educativo para radio?

Un contenido educativo para radio es aquel que considera las dinámicas culturales de las audiencias en sus espacios de realización personal. En estos espacios se configuran las nuevas sensibilidades.

Estas transformaciones de lo simbólico y la producción de sentido implican comprender que educar, comunicar y hacer televisión es una reflexión-acción que se piensa, imagina y diseña desde un nuevo ecosistema comunicacional que articula las dinámicas tanto de la cultura (que no es la alta, ni la culta, ni la popular, ni la folclórica, sino aquella que permite habitar el día a día llenándolo de sentido) como de la educación (que no es sólo la que pasa por la escuela, lo escolarizado, sino la que construye ciudadanos y forma para la convivencia pacífica y el encuentro con el otro en la vida cotidiana).

El ecosistema comunicativo actual describe nuevas relaciones entre las tecnologías y las sensibilidades emergentes, nuevos modos de percibir y de sentir, de oír y de ver, de reconocer y representar, de ver y hacer televisión, de pensar la educación y ponerla en televisión. Este ecosistema comunicativo obliga a pensar que la cultura hoy se refiere más a cómo los ciudadanos desarrollan una comprensión de su país que les capacite para ayudar a transformarlo, que a eventos de contenido artístico o culturalista.

Mencione al menos tres programas de radio ecuatorianos con contenido educativo.

Todos los programas son educativos. Los códigos, los formatos, la narrativa, siempre imprimen una direccionalidad en las audiencias, si se cuenta con la escucha. Pero me gustaría nombrar tres programas porque educan a sus escuchas en ámbitos que personalmente disfruto:

-Encuentro (Radio Visión). Difusión de música de todo el mundo, con insertos de temas de actualidad nacional y mundial.

-Sueños de papel (Radio Visión). Se comparten fragmentos de textos literarios para niños y niñas, jóvenes, adultos. Al final de la tarde, es una hora propicia para emocionarse con los fragmentos literarios y conocer anécdotas y cortitos de la biografía del autor o autora.

-Prohibido prohibir (Radio Pública). Diálogos sobre derechos humanos, culturas urbanas y música. Imprescindible en Ecuador garantista de los derechos humanos.

¿Qué hace un departamento de producción?

Un departamento de producción ejecuta la propuesta hasta tener el producto que saldrá al aire. El producto al aire nació de una idea que reúne a un equipo multidisciplinario para pensar el producto: conceptualización del contenido, formato, equipo técnico.

¿El departamento de producción de una radio debe tener un profesional en contenidos educativos?

Es necesario advertir que se requieren perfiles creativos para conceptualizar, proponer objetivos en base a las necesidades contextuales, definir narrativas, estéticas, producción y postproducción, programación.

¿Qué es un educador?

La persona educadora es aquella que aprovecha la comunicación para que las audiencias (en cualquier espacio: hogar, escuela, comunidad) transformen su realidad.

Es una persona que media un método para que las audiencias sean activas, críticas y productoras de sus propios contenidos.

¿Qué infraestructura (recursos físicos-) debe tener un área de producción de contenidos educativos para radio?

Anteriormente se requería una consola con canales, entradas y salidas de audios, micrófonos, audífonos. Se supone que tienen la señal.

Actualmente una computadora con programa (software) y micrófono.

¿Qué recursos humanos debe tener un área de producción de contenidos educativos para radio?

Investigadores que generan contenidos y diseñan formatos.

Equipo técnico: locutores, entrevistadores, operadores de audio, personas responsables de las áreas de contenidos y producción.

¿Qué leyes del Estado norman la difusión de contenidos educativos en la radio?

Ley Orgánica de Comunicación y CORDICOM, AER.

¿La Ley debería ser la única causa por la que se transmita contenidos educativos? o ¿existen otros motivos?

Los contenidos son una responsabilidad de las y los comunicadores por cuanto su labor requiere conciencia política, formación para hacer ciudadanía.

Califique del 0 % al 100%, según su percepción, la presencia de contenidos educativos en las radios del Ecuador.

Si se refiere a contenidos para ciudadanizar audiencias, 10%, desde una percepción no basada en estudios.

Señale al menos tres tipos de programas educativos en los que te gustaría que la radio invierta.

- Radioteatro con temas históricos, para audiencias infantiles
- Entrevistas a profundidad con adolescentes
- Música y distintos entornos locales.

¿Piensa que los profesionales de los medios de comunicación están capacitados para desarrollar contenidos educativos?

En tanto un profesional en comunicación asuma su misión de facilitar transformaciones sociales imprescindibles para ser parte de la construcción de las sociedades equitativas e inclusivas, la capacidad es de todas y todos para desarrollar la comunicación con sentidos.

¿Qué es entretenido en radio?

Es entretenido lo que nos permite identificarnos y sentirnos partícipes. Nos identificamos con lo que utiliza nuestro lenguaje, nuestros gustos. Nos sentimos partícipes cuando el abordaje de temas y la narrativa es la nuestra.

¿Qué es educativo en radio?

Lo que ciudadaniza.

Una radio con programación netamente juvenil musical, ¿cómo puede incorporar programas radiales con contenidos educativos?

Es cuestión de cómo se aborda el tema juvenil musical. Se pueden incluir segmentos: entrevistas a jóvenes con distintas identidades; profundizar en algún tema de manera sustancial; hacerlo interactivo y transmedial.

ANEXO 6. FOCUS GROUP

- **Primer Grupo**

1. ¿En qué horario escuchas más radio o en qué momento del día?

JUAN: Mañana.

DANIELA: Mañana.

XAVIER: Noche.

GÉNESIS: Tarde.

VIVIANA: Mañana.

SONIA: Tarde.

ALEXA: De mañana cuando me voy al expreso y luego del colegio.

2. ¿Qué te gusta escuchar de tu radio/ o gustaría escuchar?

JUAN: Música y curiosidades.

DANIELA: Música y tema “Sabias qué”.

XAVIER: Curiosidades.

GÉNESIS: La música y ciertas curiosidades que pasan.

VIVIANA: La música que transmiten.

SONIA: Sugerencias de nueva música de todo el mundo, noticias del mundo.

ALEXA: Música pop.

3. ¿Qué entiendes por contenidos educativos?

JUAN: Algo que nos va a educar.

DANIELA: Temas que nos ayuden a recordar cosas del colegio.

XAVIER: Que nos enseñaran conceptos o cultura general.

GÉNESIS: Que me va enseñar temas específicos.

VIVIANA: Temas que sean soporte de historia general.

SONIA: Que me educaran

ALEXA: Me enseñaran temas de relevancia.

4. ¿Has escuchado en tu radio algún contenido educativo?

JUAN: Más o menos.

DANIELA: Por ratos, temas de curiosidades.

XAVIER: No, las veces que he escuchado.

GÉNESIS: A veces.

VIVIANA: Por ratos cuando los locutores hablan de un tema, pero es corto.

SONIA: También por ratos.

ALEXA: Mas o menos.

5. ¿Te gustaría escuchar capsula, programas, que tengan contenidos de formación, cultural, historia, tecnología, ciencia?

JUAN: Si, porque es un aprendizaje que me enseñara algo más que entretenerme.

DANIELA: Si, pero que sea entretenida.

XAVIER: Depende de la información, y eso también me ayudaría aprendes otras cosas.

GÉNESIS: Sí, pero que los contenidos sea algo llamativo.

VIVIANA: Sí, por lo general si escucho spot en programas.

SONIA: Sí, pero que tengan contenido entretenido.

ALEXA: No mucho.

6. ¿Prefieres escuchar programas de entretenimiento que contenido educativo?

JUAN: Entretenimiento.

DANIELA: Las dos cosas, entretenimiento y educativo.

XAVIER: No mucho, prefiero escuchar programas de chistes, casi no me gusta lo educativo porque ya veo eso en el colegio y no necesito estar escuchando eso.

GÉNESIS: Entretenimiento.

VIVIANA: Entretenimiento.

SONIA: Entretenimiento con curiosidades, me enseñan.

ALEXA: Entretenimiento.

7. ¿Te parece aburrido el contenido educativo?

JUAN: No, según el contenido.

DANIELA: A veces por la manera como transmiten.

XAVIER: En ocasiones.

GÉNESIS: No, si es dinámico.

VIVIANA: A veces, cuando no tiene mucha imaginación creativa y didáctica que enganche la atención del oyente.

SONIA: A veces.

ALEXA: Sí.

8. ¿Cómo te gustaría que sea un programa con capsulas de contenidos educativos?

JUAN: Que se entretenga, por ejemplo programa concurso donde pueda aprender

DANIELA: Didáctico, puede ser un programa que nos ayude en nuestros trabajos del colegio ya que sería algo interactivo con el público que lo escucha

XAVIER: Que sea de manera participativa, que me enseñen algo.

GÉNESIS: Que tenga un contenido dinámico.

VIVIANA: Divertidos y cortos, que cuenten una historia de forma didáctica.

SONIA: Creativos, que inciten la imaginación, cuestionantes, con invitados incluso.

ALEXA: Que sean temas interesantes.

9. ¿Crees que los jóvenes si tienen interés en consumir contenidos educativos?

JUAN: Sí, porque nos darían otro tipo de enseñanza y si lo transmiten es con un propósito.

DANIELA: Algunos, dependiendo el interés, que sea entretenido.

XAVIER: Escucharían si fuera algo de interés.

GÉNESIS: Algunos.

VIVIANA: Algunos.

SONIA: Sí, pero creo que debe empezar esa cultura.

ALEXA: No

10. ¿Piensas que tu radio puede ofrecerte contenidos educativos mientras te entretiene por medio de la música?

JUAN: Si, porque me ayudarían en mis estudios.

DANIELA: Dependiendo si no es aburrido el contenido que me da.

XAVIER: Sí, siempre y cuando sea algo que me enseñe de un tema en general.

GÉNESIS: Si, porque me da otra información.

VIVIANA: Sí.

SONIA: Sí, de hecho lo hace aunque a veces el contenido que recepto es más de temas comerciales.

ALEXA: Tal vez, sí.

11. ¿Ustedes como oyentes tienen algún interés de escuchar contenidos educativos?

JUAN: Sí, porque me daría un aprendizaje y si la escucharía.

DANIELA: Sí, pero si es corto.

XAVIER: Solo he escuchado noticias.

GÉNESIS: Sí, para variar de información.

VIVIANA: No pero vienen por añadidura.

SONIA: Sí.

ALEXA: No solo quiero escuchar música.

12. ¿En qué favorece que tu radio transmita contenidos educativos?

JUAN: Que me enseñe otros temas.

DANIELA: Que aprenda más sobre temas generales.

XAVIER: Que logre captar la atención.

GÉNESIS: En que pueda aprender otros temas de interés para mi vida.

VIVIANA: Porque ayuda a que las personas que consumen se llenen de conocimientos involuntariamente y así consumir lo que la radio quiere.

SONIA: Cambio de pensamiento, cultura.

ALEXA: Solo transmiten educación.

13. ¿Has escuchado contenido educativo en las radios de Guayaquil?

JUAN: Solo noticias y entretenimiento.

DANIELA: No

XAVIER: Sí, para enseñarnos las noticias por medio de campañas y así aprender del tema.

GÉNESIS: No mucho

VIVIANA: En ciertas

SONIA: Sí

ALEXA: No mucho

14. ¿Por qué creen que las radios no transmiten contenido educativo?

JUAN: Porque no les llama la atención en crear.

DANIELA: Porque no ven interés en los jóvenes y no lo hacen de una manera que llame la atención.

XAVIER: Porque no están preparados para estos contenidos.

GÉNESIS: Porque algunos no les interesa.

VIVIANA: Algunos se dedican solo transmitir lo que al pueblo le gusta que es lo burlesco y grotesco su bien es cierto vende, y llama la atención. Pero no instruye no educa no tiene aportación a la ciudadanía, Es un consumo chatarra.

SONIA: No saben cómo hacerlo, y quienes lo hacen no lo hacen de forma creativa. La música realmente influye en todo sentido a nivel mundial, de hecho la propia música tiene contenido, si se acompaña de buenos mensajes sería genial.

ALEXA: Porque el público no le interesa escuchar eso en la radio.

Respuestas luego de los audios escuchados

1. ¿Qué audio te interesó y a cuál prestarías atención?

JUAN: Me intereso el audio que tenía efectos, que me contaba una historia para poder aprender algo.

DANIELA: El que menciono sobre la campaña, porque nos hace concientizar sobre un reglamento, el audio de Alfa Radio no entendía bien su locución.

XAVIER: Me intereso el audio que también tenía efectos, llamaba la atención, el otro solo lo hablan los locutores y no entendía muy bien.

GÉNESIS: El audio de la radio no me pareció interesante a comparación de las capsulas que tenían efectos, un dramatizados y me daba información que debía aprender, como por ejemplo precaución del semáforo.

VIVIANA: Me llamo la atención el audio que tenía música ambiental, efectos y también entendía solo se podría mejorar unas cositas pero su contenido me informo, a comparación del audio de curiosidades que era de Alfa, que no entendí lo que la locutora decía.

SONIA: Me gusto el audio que tenía efectos, mientras que el otro era solo un texto leído.

ALEXA: En lo personal me intereso el de la Campaña del Semáforo porque tenía efectos, mientras que el de Onda cero solo tenía un texto leído aparte de la música.

2. ¿Te aportó en algún conocimiento el audio?

JUAN: Este contenido me ayudo a recordar lo que ya sabía.

DANIELA: Sí me hizo recordar.

XAVIER: Sí, recordé algo que había olvidado.

GÉNESIS: Sí, en aprender otros temas.

VIVIANA: Sí, a recordar.

SONIA: Sí porque me dieron datos que me sirven.

ALEXA: Sí, en recordar también.

3. ¿Les pareció aburrido o poco interesante el audio que escucharon?

JUAN: No, porque me pareció dinámico.

DANIELA: No, porque me hablaron en un tono que capto mi atención.

XAVIER: No, porque tenía efectos y era corto.

GÉNESIS: No, porque nos estaban dando reflexiones de concientizar y eso también nos educa en algún tema específico.

VIVIANA: No, porque fue dinámico.

SONIA: No, porque me dijo las cosas precisas y en corto tiempo.

ALEXA: No, ya que tenía efectos.

4. ¿Si los contenidos que escucharon los implementarán en Alfa Radio y Onda Cero, seguirían sintonizando?

JUAN: Sí, porque no fue aburrido y largo.

DANIELA: Sí, siempre y cuando sea corto porque algunos los sintonizamos por entretenernos.

XAVIER: Sí.

GÉNESIS: Sí.

VIVIANA: Sí, porque el audio se entendía y no era aburrido.

SONIA: Sí, porque tenía un tema de interés que pude captar la atención.

ALEXA: Sí, si se lo realizan de esa manera si lo escucharía.

5. ¿Los contenidos que tienen efectos de sonidos, ambientales, dramatizados y un texto corto, lo escucharían en sus radios Alfa Radio y Onda Cero?

JUAN: Sí porque los efectos de sonidos y dramatizados son un complemento para el contenido.

DANIELA: Me gustaría escuchar con efectos que ayuden a la transmisión del contenido.

XAVIER: Sí porque es más dinámico.

GÉNESIS: Sí lo escucharía.

VIVIANA: Sí, porque es claro y preciso.

SONIA: Sí, porque es de una manera diferente, más llamativa la atención.

ALEXA: Sí, no me parecería aburrido el audio.

Segundo Focus Group

1. Escuchan radio

MARIO: Sí.

MICHELLE: Sí.

CÉSAR: Sí.

VANESA: Sí.

ADRIANA: Sí.

JULIE: Sí.

2. Escuchan radio alfa y onda cero

MARIO: Sí.

MICHELLE: Sí.

CÉSAR: Sí.

VANESA: Sí.

ADRIANA: Sí.

JULIE: Sí.

3. ¿En qué horario escuchas más radio o en qué momento del día?

MARIO: Tarde

MICHELLE: Tarde

CÉSAR: Mañana

VANESA: Tarde

ADRIANA: Mañana

JULIE: A las 7:30 am y las 5pm.

4. ¿Qué te gusta escuchar de tu radio/ o gustaría escuchar?

MARIO: Música y curiosidades.

MICHELLE: Más contenido de relevancia.

CÉSAR: La música los contenidos de ¿Sabías que?

VANESA: La música.

ADRIANA: Me gusta escuchar todo tipo de música.

JULIE: Música actual, novedades, noticias de coyuntura política.

5. ¿Qué entiendes por contenidos educativos?

MARIO: Que serán temas que nos ayudaran aumentar el conocimiento.

MICHELLE: Temas para aprender.

CÉSAR: Temas como nos dan el colegio pero desde la radio.

VANESA: Contenidos que tienen importancia y cultura general.

ADRIANA: Que me enseñaran cosas que no he aprendido o no he puesto atención como historia general.

JULIE: Son temas que me ayudaran aprender más en algo específico como la ciencia, arte, economía, etc.

6. ¿Has escuchado en tu radio algún contenido educativo?

MARIO: No mucho.

MICHELLE: Sí, sobre historia.

CÉSAR: Solo sobre cultura general del genera.

VANESA: No mucho.

ADRIANA: Solo lo que los locutores hablan.

JULIE: Un poco, por ratos y son muy cortitos de segundos.

7. ¿Te gustaría escuchar capsula, programas, que tengan contenidos de formación, cultural, historia, tecnología, ciencia?

MARIO: Sí, porque me daría otra información aparte de música.

MICHELLE: Sí, para aprender y de ayuda.

CÉSAR: Más o menos, según como lo hagan.

VANESA: Sí, sería un buen apoyo para saber cosas que no prestamos atención.

ADRIANA: Depende como lo transmiten.

JULIE: Sí, porque nos darían otra información.

8. ¿Prefieres escuchar programas de entretenimiento que contenido educativo?

MARIO: Por ratos, porque igual aprendemos temas que no sabemos.

MICHELLE: Sí porque la radio es para entretener.

CÉSAR: Escucharía siempre y cuando me dieran algo llamativo.

VANESA: Entretenimiento escucho más.

ADRIANA: Entretenimiento más porque no colocan buenos temas.

JULIE: Las dos cosas prefiero escuchar para tener un equilibrio.

9. ¿Te parece aburrido el contenido educativo?

MARIO: Según como lo presenten.

MICHELLE: En algunos caso sí.

CÉSAR: No, dependiendo de los contenidos.

VANESA: No, si es llamativo.

ADRIANA: No, si lo dan corto y claro.

JULIE: No, dependiendo de la forma que transmitan.

10. ¿Cómo te gustaría que sea un programa con capsulas de contenidos educativos?

MARIO: Con efectos y corto contenido.

MICHELLE: Que sea participativo.

CÉSAR: Que tenga contenidos que me sirva como base de estudio.

VANESA: Que sea creativo para producir.

ADRIANA: Que traten temas de relevancia actual.

JULIE: Datos, fichas históricas. Que no sea largo y q se repitan los datos importantes para recordarlos.

11. ¿Crees que los jóvenes si tienen interés en consumir contenidos educativos?

MARIO: En algunos, porque eso viene por cultura, si me han acostumbrado desde pequeño oír radio ya será un hábito para mí.

MICHELLE: Algunos porque preferirían escuchar solo música.

CÉSAR: No, porque escuchan radio solo para entretenerse.

VANESA: Sí, pero si nos dieran corto y creativo.

ADRIANA: No, porque tienen el internet.

JULIE: Sí, porque no tienen esa cultura de escuchar.

12. ¿Piensas que tu radio puede ofrecerte contenidos educativos mientras te entretiene por medio de la música?

MARIO: Sí, porque no solo escucharía música, ya que todo medio tiene varios factores que te puede ayudar y si lo hacen de una manera más entretenida con contenido puedes aprender mucho más.

MICHELLE: Sí, porque me daría información de historia, ciencia que me puede servir en el colegio.

CÉSAR: No, porque su especialidad es la música.

VANESA: Sí, porque me ofrecería un contenido que tenga valor en conocimiento.

ADRIANA: Sí.

JULIE: Sí, porque dos darían contenido variado.

13. ¿Ustedes como oyentes tienen algún interés de escuchar contenidos educativos?

MARIO: Sí, porque me enseñaría algo.

MICHELLE: Sí, pero que sea algo creativo.

CÉSAR: Sí, pero que sea corto y no aburrido.

VANESA: Sí para saber sobre otros temas y que no solo me den música porque eso no me sirve a mí.

ADRIANA: Sinceramente en la radio, no.

JULIE: Sí, porque lo darían de forma que capte la atención.

14. ¿En qué favorece que tu radio transmita contenidos educativos, formativos, culturales, historia, ciencia y tecnología?

MARIO: En que aprenda otros temas generales de importancia.

MICHELLE: Que tenga mayor aprendizaje en diferentes temas.

CÉSAR: Que no solo escuche música sino también aprende otros temas.

VANESA: Que aprenderé de otros temas.

ADRIANA: Tienen un contenido más variado.

JULIE: Hace a la población más culta y conoces más de datos y fechas importantes.

15. ¿Has escuchado contenido educativo en las radios de Guayaquil?

MARIO: muy poco

MICHELLE: sí, uno que otros contenidos de curiosidades

CÉSAR: No mucho

VANESA: Sí, contenidos de cultura general

ADRIANA: No mucho

JULIE: Sí, en algunas radios

16. ¿Por qué creen que las radios no transmiten contenido educativo?

MARIO: creo que porque la radio se ha dedicado hacer solo música, ya no es la misma radio de antes que nos daba información.

MICHELLE: creo que en ecuador le falta fomentar esa cultura de escuchar otros contenidos, porque no ven como importante ofrecer esos temas.

CÉSAR: porque no ven interés de los jóvenes por escuchar.

VANESA: porque nos acostumbraron a escuchar solo música.

ADRIANA: Porque es conocido que la gente prefiere el entretenimiento.

JULIE: Porque creen que las personas solo escuchan radio para bailar o diversión.

- **Respuestas luego de los audios escuchados**

1. ¿Qué audio te interesó y le prestarías atención?

MARIO: El audio que tenía efectos su texto era claro, y con un corto tiempo, ya que el de la radio Alfa tenía efectos al inicio pero no entendía su locución.

MICHELLE: Me gusto el audio que trataba de los derechos de la mujer porque me dijeron temas que debía de aprender, cifras, etc, mientras que la locución de Onda era interesante pero solo era leído con música de fondo, y su texto era un poco aburrido.

CÉSAR: Me interesó el audio que era corto y preciso, a comparación el del Alfa que sonaba muy rápido su audio y no entendía bien.

VANESA: El audio que tiene mejor información, con efectos y hace que capte la atención. El audio de Onda dice también temas de cultura general que debo aprender.

ADRIANA: Los dos me parecieron que estaban ahí, el de Onda era la voz de la locutora más una entrada y el otro era un contenido con efectos haciéndolo llamativo.

JULIE: Me quedo con el audio que me da una información más importante, aunque en Alfa me dicen curiosidades pero no entendía bien su texto.

2. ¿Te aportó en algún conocimiento el audio?

MARIO: Sí, porque crea conciencia en ciertos temas.

MICHELLE: Sí, porque aprendí algo más.

CÉSAR: Sí, me ayuda a recordarlo que ya se.

VANESA: Sí, porque me informa cosas que están sucediendo.

ADRIANA: Sí, porque me refresco la memoria.

JULIE: Sí, me dio otros datos que no sabían y que son interesantes de recordarlos.

3. ¿Les pareció aburrido o poco interesante el audio que escucharon?

MARIO: No, porque tenía efectos, era entendible, llamaba la atención.

MICHELLE: No, porque me dio un contenido.

CÉSAR: En alguno deberían tener mejor preparación porque si no sería aburrido.

VANESA: No, porque estaba de manera entretenida el audio.

ADRIANA: Aburrido no porque tenía ambientales que hacían captar la atención.

JULIE: No, me pareció aburrido porque el texto fue muy claro.

4. Si los contenidos que escucharon los implementaran en Alfa Radio y Onda Cero, ¿seguirían sintonizando?

MARIO: Sí, porque sería más dinámico la información.

MICHELLE: Sí, porque sería de forma entretenida ya que algunos jóvenes no escuchamos porque nos parece aburrido.

CÉSAR: Si, porque tiene algo de interesante.

VANESA: Sí

ADRIANA: Sí, porque aportan en algo al que escucha.

JULIE: Sí lo sintonizaría porque no solo me daría música sino también me enseñaría temas que no conozco o prestado atención.

5. ¿Los contenidos que tienen efectos de sonidos, ambientales, dramatizados y un texto corto, lo escucharían en sus radios Alfa Radio y Onda Cero?

MARIO: Sí, porque sería claro y directo.

MICHELLE: Sí, porque llama la atención, y la música debe ir acorde al tema.

CÉSAR: Sí, porque no solo sería leí que aburre sino que tendría efectos que ayuden al contenido y captarla mejor.

VANESA: Sí, porque eso ayuda al contenido a poder llegar a las personas que lo escuchan.

ADRIANA: Sí, porque ahí sería más llamativo, pero que igual den un buen contenido.

JULIE: Sí, porque capta la atención y dan una información relevante.