



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROGRAMA RADIAL MUSICAL PARA PROMOCIÓN DE GÉNEROS Y
ARTISTAS ECUATORIANOS

MORAN CEREZO VICTOR FABRICIO
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2021



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROGRAMA RADIAL MUSICAL PARA PROMOCIÓN DE
GÉNEROS Y ARTISTAS ECUATORIANOS

MORAN CEREZO VICTOR FABRICIO
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2021



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

EXAMEN COMPLEXIVO

PROGRAMA RADIAL MUSICAL PARA PROMOCIÓN DE GÉNEROS Y ARTISTAS
ECUATORIANOS

MORAN CEREZO VICTOR FABRICIO
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MOROCHO OCAÑA GABRIELA ANDREA

MACHALA, 20 DE SEPTIEMBRE DE 2021

MACHALA
20 de septiembre de 2021

Trabajo de complejo

por Moran Cerezo Moran Cerezo

Fecha de entrega: 17-ago-2021 08:03p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1632643771

Nombre del archivo: MORAN_CEREZO_VICTOR_FABRICIO.docx (65.37K)

Total de palabras: 8808

Total de caracteres: 47871

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, MORAN CEREZO VICTOR FABRICIO, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado Programa radial musical para promoción de géneros y artistas ecuatorianos, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 20 de septiembre de 2021



MORAN CEREZO VICTOR FABRICIO
0705427896

Trabajo de complejo

INFORME DE ORIGINALIDAD

2%

INDICE DE SIMILITUD

2%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

xdoc.mx

Fuente de Internet

<1%

2

moam.info

Fuente de Internet

<1%

3

rutys.slp.gob.mx

Fuente de Internet

<1%

4

www.chubut.gov.ar

Fuente de Internet

<1%

5

docplayer.es

Fuente de Internet

<1%

6

bibdigital.epn.edu.ec

Fuente de Internet

<1%

7

cadenanoticias.com

Fuente de Internet

<1%

8

pesquisa.bvsalud.org

Fuente de Internet

<1%

9

ufdc.ufl.edu

Fuente de Internet

<1%

10	dialnet.unirioja.es Fuente de Internet	<1 %
11	es.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
12	www.dspace.uce.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
13	www.mec.es Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas Activo

Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias Apagado

DEDICATORIA

A toda mi familia que me ha acompañado en estos años, ellos logran que me mantenga firme con mis objetivos.

AGRADECIMIENTO

A mis padres por ser mi fortaleza e inspiración durante toda mi etapa profesional, a la vida y compañeros que compartieron conmigo grandes momentos, agradezco a la Universidad Técnica de Machala en especial a los docentes de la carrera de comunicación social por su tiempo y conocimiento.

Resumen

Este trabajo de investigación tiene como objetivo establecer el diseño de una revista radial musical que promocióne cantautores e intérpretes ecuatorianos de cualquier género musical a través de la indagación de conceptos radiales y una breve explicación sobre la Ley de Comunicación con su artículo que establece la promoción nacional artística en espacios radiales.

La planificación presentada dispone de los géneros y formatos, elementos radiofónicos, surgimiento de las emisoras en Ecuador y demás temas investigados para la caracterización del programa de contenido musical, para ser más conciso con lo que respecta a la estructura del diseño musical en este estudio se atribuye una metodología cualitativa con el método de recolección de datos denominada entrevista, aplicada a expertos con experiencia laboral en medios de comunicación radiales de la provincia de El Oro, locutores que proporcionarán su experiencia y conocimientos aportando al proyecto una amplia visión estructural del programa en respuesta a los objetivos planteados.

***Palabras claves:** Radio, programa musical, estructura, ley de comunicación.*

Abstract

This research work aims to establish the design of a musical radio magazine that promotes Ecuadorian singer-songwriters and performers of any musical genre through the investigation of radio concepts and a brief explanation of the Communication Law with its article that establishes the national artistic promotion in radio spaces.

The planning presented has the genres and formats, radio elements, emergence of the stations in Ecuador and other topics investigated for the characterization of the program of musical content, to be more concise with regard to the structure of the musical design in this study is attributed a qualitative methodology with the method of data collection called interview , applied to experts with work experience in radio media in the province of El Oro, broadcasters who will provide their experience and knowledge by providing the project with a broad structural vision of the program in response to the objectives set.

Key words: *Radio, music program, structure, communication law.*

ÍNDICE

1. Introducción	11
2. Justificación	12
3. Objetivos	13
3.1 Objetivo general	13
3.2 Objetivo específicos	13
4. Hitos de la radio en Ecuador	13
5. Desarrollo conceptual	15
5.1 Programa radial	15
5.2 Audiencia	15
5.3 Estructura	15
5.4 Segmentos	16
5.5 Locutores	16
5.6 Duración del programa	16
5.7 Nombre del programa	17
6. Lenguaje radial	17
6.1 Palabra	17
6.2 La música	17
6.3 Efectos de sonido	18
7. Géneros y formatos radiales	18
7.1 El género musical	18
8. Promoción nacional de artistas según la ley	18
9. Metodología	20
9.1 Preguntas a realizar en entrevistas	20
9.2 Perfil de los entrevistados	20
10. Conclusiones	22
11. Recomendaciones	24
12. Propuesta comunicacional	25
13. Bibliografía	29
14. Anexos	32
Anexo 1: Respuestas primer entrevistado	32
Anexo 2: Respuestas segundo entrevistado	34
Anexo 3: Respuestas tercer entrevistado	37
Anexo 4: Guión radiofónico	39

1. Introducción

El medio de comunicación radiofónico inicia como medio experimental orientado a la transmisión musical, ha ido evolucionando constantemente, en el Ecuador el número de estaciones sonoras concesionadas según la Agencia de regulación y control de telecomunicaciones (2021), consta de 1,179 estaciones fm, en cambio las estaciones sonoras concesionadas am consta de 114 estaciones (2), sin embargo a mayor número de medios radiales existentes no garantiza un espacio que promueva las creaciones artísticas de los cantautores e intérpretes ecuatorianos, tema del que consta el siguiente trabajo de investigación.

La radio y su programación ofrece una experiencia a su audiencia a través de sus contenidos y su forma de comunicar, las emisoras con sus productos componen la cultura musical de los ciudadanos (Velázquez & Martínez, 2017, 105).

La Ley Orgánica de Comunicación (LOC) aplicada por el gobierno anterior obligó a las emisoras difundir contenido nacional debido a que los espacios estaban destinados a cantautores internacionales reconocidos generando una cultura que ignora el talento nacional, por ello considerando la importancia del art. 103 para provecho artístico nacional, el Gobierno actual del Presidente Guillermo Lasso lo mantiene en vigor con una nueva numeración. Se presenta una metodología cualitativa en método entrevista a expertos e investigación documental, a fin de establecer una revista radial de música ecuatoriana, con el espacio para artistas y sus grandes éxitos, promoviendo una cultura de que apoya y escucha el talento de la mano del entretenimiento, locución espontánea.

2. Justificación

La radio es un medio de comunicación que permite recrear de forma imaginaria situaciones y estados de ánimo en los oyentes, a través de una transmisión de información en primer plano con ayuda de efectos sonoros que complementan el mensaje e intención del comunicador o medio, los artistas ecuatorianos con grandes éxitos poseen una imagen de éxito opaca a las nuevas tendencias musicales internacionales que son reproducidas diariamente en las emisoras de radio.

Es importante reconocer cómo se organiza y estructura un programa especializado en música en una emisora así mismo como su funcionalidad, características, elementos u objetivos, las radio emisoras constituidas legalmente en Ecuador es de 1,293 tanto de am como fm (Arcotel, 2020, 2), son demasiadas emisoras cada uno con sus programas especializados, el objetivo de esta investigación es estructurar un programa musical que contribuya al consumo musical ecuatoriano, teniendo en cuenta que en emisoras diariamente se reproducen contenido que construyen hábitos de consumos musicales en los oyentes (Vaca González & Cardona Bedoya, 2018, 185) con el uso correcto de programas radiales aprovechando sus estímulos y lenguaje (recursos sonoros, voz), se logrará en los oyentes opiniones que construyan una sociedad (Zambrano, 2018, 3) en este caso que apoye a los cantautores e intérpretes nacionales.

La indagación y análisis a continuación presenta el diseño estructural de un programa con funcionalidad netamente nacional y con esta comunicacional fomentar el apoyo nacional de parte de la ciudadanía en géneros musicales característicos en el Ecuador sin importar la edad, género o nivel socioeconómico.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Estructurar un programa radial musical que ofrezca su espacio a artistas nacionales en base a la ley de comunicación.

3.2 Objetivo específicos

- Elaborar la propuesta comunicacional en base a los preceptos investigados.
- Identificar la percepción de expertos comunicadores o empíricos sobre la estructura del programa.

4. Hitos de la radio en Ecuador

En Ecuador el medio de comunicación radial fue lo más avanzado en el año 1929, a través de la primera estación radial llamada “El Prado”, ubicada en Riobamba, el país entró en un cambio de cotidianidades que empezaron a girar en torno a las radiodifusoras y su contenido. (Puga Serrano, 2020, 38), con la aparición de la radioemisora El Prado, surgieron otras. La radio HC1DR nació en el Coliseo de San Blas, después HCK estación donde transmitía combates de box y partidos de básquet, emisora perteneciente al gobierno. Con el pasar de la década inició la Radio HCJB, Radio Ecuador y Radio Bolívar.

En 1935 el presidente de aquel entonces Federico Páez Chiriboga otorgó autorización para que empresas del periodismo se beneficien de la radioelectricidad, así en nuestro país se expandió la idea de crear estaciones radiales sobre todo para transmisiones de cantautores artísticos en vivo logrando una relación entre locución, narración, y música (Novillo Rameix, 2010, 173).

La radio como medio masivo se potenció en el Ecuador, no existía segmentación en el público oyente sino todo lo contrario y cualquier persona puede oír de forma gratuita los contenidos radiales. Numerosos artistas fueron atraídos por la radio y sus posibilidades comunicativas (Álvaro Ramos-Ruiz, 2015, 761), en la cultura musical ya se comenzaba a distinguir famosos cantantes de aquel entonces por su habilidad de componer canciones y letras, ganando reconocimiento por el espacio en este medio en sus estaciones, así lo menciona Puga (2020):

Se trató de un medio de comunicación que cedió un espacio a cantantes y grupos musicales que llenaban escenarios con el auspicio de las emisoras, cantantes como Benítez y Valencia, Carlota Jaramillo, Hermanos Miño Naranjo, Hermanas Mendoza Suasti o el mismísimo Julio Jaramillo, aumentó su fama gracias a las estaciones de radio (Puga Serrano, 2020, 39)

El fenómeno de la radio antes de la llegada de la tv era creador de cultura y contenidos que familias ecuatorianas prestaban atención a este medio, un problema para salir al aire con una radio emisora es la obtención de frecuencias sea Am o Fm, estas frecuencias son otorgadas por el gobierno y si no se dispone de la misma, la radio debe cerrar, en 1995 Sixto Duran Ballen, ex presidente del Ecuador remitió reformas la ley de radiodifusión reduciendo la reforma de Rodríguez Lara de 74 artículos a 33, el cambio desde el primer artículo consta en los canales y frecuencias constituyen un patrimonio nacional.

Las radioemisoras contienen una audiencia fiable al contenido gracias a una sostenible evolución, un estudio realizado en el año 2016 recalca lo siguiente: El 83% de los ecuatorianos afirma escuchar este medio, convirtiéndose en el segundo más utilizado en las urbes, esto se debe a que al menos el 87,6% de los hogares en Ecuador poseían un radiorreceptor (Mirjam Gehrke Nelsy Lizarazo Patricia Noboa David Olmos Oliver Pieper & DW Akademie, 2016, 20)

La audiencia fiel que posee la radio es gracias a su característica de credibilidad por su actividad radiofónica todo el tiempo, así haya catástrofes o fallos eléctricos, además es práctico de simple uso, sin costo alguno (Rodero Antón & Blanco Hernández, 2020, 197), la radio en la actualidad posee como mito su desaparición y una crisis difícil de superar, este mito es muy discutido en autores de la comunicación. Pero según el estudio anterior descrito no parece ser así, en fin los medios deben ser como especies que se adaptan a los cambios sociales y tecnológicos en ecosistemas mediáticos reconfigurando su presencia en las plataformas, siendo esto uno de los grandes retos del siglo XXI, los escenarios obligan a una adaptación del dinamismo radial a favor de la transmisión y nuevas formas de crear contenido informativo, educativo (Ulloa Erazo, 2021, 46), así mismo García Canclini (2012) afirma que no se sabe, no es sencillo para la radio, pero se puede adaptar debido a las nuevas tecnologías y su rápida forma de conectar a través de redes sociales.

5. Desarrollo conceptual

5.1 Programa radial

Es una preparación única, ágil y dinámica, que proporciona datos, variedades combinando información, espectáculo y entretenimiento, de su variedad muchas veces depende su éxito como formato (López Vidales, Nereida; Gómez Rubio, Leire, 2015, 4)

En su tradicional formato acompaña al público mientras realizan cualquier actividad como trabajo, deporte, cocinar en fin es una compañía similar a un podcast (João Canavilhas, 2020, 278)

Según el educador Mario Kaplún (1999), definiendo la temática y secciones se les llama programas “misceláneos”, acompañados del conductor logrando un conjunto entretenido y ligero (168), los géneros dramáticos, musicales e informativos se unifican en un magazine siendo este género el más completo radialmente, con la única razón de que el público se sienta de buen humor, con entretenimiento de calidad, además la revista se conforma de segmentos, temática (Kaplún, 1999, 169)

5.2 Audiencia

Para el programa especializado en música es difícil mantener una audiencia atenta a los contenidos producidos por un lapso de tiempo sea 1 o 2 horas, si bien las personas oyen mas no escuchan (Berta Herrera & ALER, 2016, 34), considerable desarrollar una propuesta comunicacional que sea llamativa a los oyentes configurando su estructura, así mismo según Bertha Herrera (2016) nos habla de que la revista radial de cualquier temática se configura según su público a llegar o contenido (9):

- **Público:** Adultos, jóvenes o niños.
- **Temática:** Musical, política, deportiva, educativa, cultural.
- **Horario:** Matinales vespertinas, nocturnas.

La radio puede facilitar la comunicación entre generaciones, acompaña durante muchos años a los mayores de edad y de igual forma puede ser llamativa para los más jóvenes (Lucia Abarrategui Amado, 2018, 214)

5.3 Estructura

La revista radial musical debe ser dinámica para las personas, la estructura consta de contenidos organizados de 30 a 60 minutos, o de preferencia de 2 a 3 horas. Un 70 u 80% del espacio radial debe ser de música y el 20 o 30% en intervención locutora (Berta

Herrera & Aler, 2016, 34) debemos procurar estructurar el contenido y charla hacia el contenido central sin perder el hilo conductor del tema, la revista musical al igual que otros géneros periodísticos se deberá definir cómo será la apertura, el cuerpo del programa y la finalización.

5.4 Segmentos

Para los segmentos desde el inicio se debe dar relevancia a la forma del contenido, los primeros minutos a tratar el locutor deben ser los más importantes o fuertes en el tema central para prolongar o añadir secciones, las pausas comerciales ayudarán al descanso auditivo de los oyentes (Berta Herrera & ALER, 2009, 30) en este programa musical de transmisión en vivo, lo idóneo es la participación de la audiencia a través de sus teléfonos celulares durante el tiempo establecido (Berta Herrera & ALER, 2016, 36), las Tic benefician la comunicación en función del espacio y tiempo sincrónico o asincrónico para provecho dinámico radial (Cruz Lancho & Marín Ochoa, 2020, 162) así mismo, Giraldo & Cardona (2018) nos dice que para fortalecer el vínculo entre audiencia y radio, el programa debe promover el uso de medios tecnológicos facilitando una comunicación mutua fácil e inmediata, la aplicación Whatsapp es un instrumento de participación actual y rápido (115)

5.5 Locutores

Los comunicadores de cualquier programa otorgan el ritmo, dirección y sentido para el público oyente, según Bertha Herrera (2009) lo describe como una junta entre compañeros, amigos o familiares donde se genera temas a discutir complementado con efectos generados de forma natural o a computadora (toda esta combinación crea lo que se conoce como lenguaje radiofónico) (17) , además el comunicador tienen el desempeño de animar, presentar el programa, recibir al público, hablar sobre la sección y al finalizar despedir el espacio programado (Berta Herrera & ALER, 2009, 36) de igual manera Mario Kaplún (1990), afirma que “la presencia de un conductor o de una pareja de conductores, es la que da el carácter y asegura la unidad del programa” (168)

5.6 Duración del programa

El tiempo de transmisión radial es a elegir como sea conveniente, pero se considera para un programa de 55 a 59 minutos rellenos de música acorde al tema y contenido de calidad (Berta Herrera & ALER, 2009, 15)

Si el programa es segmentado musicalmente puede ser del tiempo deseado, así nos explica el educador Mario Kaplún (1999) en fin, el tiempo de transmisión se conecta a la utilidad del programa a ejecutar. Los productores acomodan en el guión el contenido, se ofrecen con recursos creativos e ingeniosos, en sintonía musical produciendo conexión con los radioescucha (318)

5.7 Nombre del programa

La característica principal es que el nombre del programa debe ser único y original, evadir los nombres repetitivos u obvios, importante que el nombre sea acorde al formato del programa (Méndez, 2021)

6. Lenguaje radial

Constan de elementos como efectos, silencio, música y palabra, la coordinación entre estos componentes constituye el programa especializado.

6.1 Palabra

La autora Lidia Camacho (1999), detalla 3 formas distintas de palabra radiofónica, esto se diferencia de la intención del locutor al comunicar (15):

- **Diálogo:** Sentimientos, opiniones e ideas intercambiadas por personajes del medio mediante el lenguaje
- **Monólogo:** Expresión del locutor o personaje basado en sus emociones, deseos y pensamientos.
- **Voz en off:** Sonido que expresa un personaje pregrabado que participa en el lenguaje.

El lenguaje radiofónico nos define como programa, así explica Camacho (1999), el conjunto musical y voz del comunicador a cargo, sostienen lo entretenido del lenguaje radiofónico con función primaria de producir sentimientos (17)

6.2 La música

La radio desde su inicio como medio de comunicación es muy unida a la música en general, es más formó parte de su origen y en la actualidad sigue estando presente “alude a una gran variedad de emociones que son el ingrediente perfecto para darle un sentido real a lo que queremos comunicar a la audiencia” (Martinez, 2017, 213)

Mario Kaplún (1999) nos explica que es un lenguaje rico existente en la humanidad de expresión y fuerza emocional (71). Para crear emociones debemos tener un

repertorio musical, según Vigil (2000) el mix de canciones o la selección de las mismas que se producirán en la programación se sujetan a los objetivos del producto comunicacional y gustos de nuestro target (220)

Los autores destacan la importancia de la música y el uso de la voz para una conexión emocional con el oyente en base a nuestros objetivos.

6.3 Efectos de sonido

Son creados a computadora (artificial) o producidos de forma natural, y su correcta usabilidad crean situaciones reales e imaginarias en el ambiente radial (Camacho, 1999, 22)

Los efectos sonoros son producidos para cumplir 4 funciones:

- **Descriptiva:** Beneficia el desarrollo del entorno radiofónico, para un ambiente acorde a la narrativa (Camacho, 1999, 24)
- **Expresiva:** Generan el ritmo del relato, humor, postura y actitud (Camacho, 1999, 24)
- **Narrativa:** Son lapsos del tiempo de la historia que queramos contar. A los oyentes le ayudan a distinguir, cambiar el ambiente o escena (Camacho, 1999, 25)
- **Rítmica:** Crean o sostienen el ritmo de las narraciones (Camacho, 1999, 25)

El silencio no se considera elemento, pero es muy útil, las pausas con silencio dan un plus a un texto, además el silencio es interactivo, por ejemplo, un locutor pregunta algo a sus oyentes y deja un pequeño silencio para que se entienda la intencionalidad (Vallejo Iñiguez, 2015, 22)

7. Géneros y formatos radiales

En radiodifusión se conocen 3 géneros, en relación a los mensajes producidos: *género dramático, género periodístico y género musical* (Vigil 2000, 83)

7.1 El género musical

Posee expresión espontánea de sentimientos puros (Vigil, 2000, 85), su división en **subgéneros** depende del tipo de música, es decir, del género o categoría: popular bailable, clásica, moderna, folklórica, instrumental, infantil, religiosa, etc. (Vigil, 2000, 85)

8. Promoción nacional de artistas según la ley

El 25 de mayo del 2021, la Presidenta de la Asamblea Nacional, la abogada Guadalupe Llori, recibe en su despacho el proyecto de LEY ORGÁNICA DE LIBRE

EXPRESIÓN Y COMUNICACIÓN, con firma del Presidente Guillermo Lasso para su conocimiento, discusión y aprobación. En el proyecto se expone los motivos del accionar, señalando que Ecuador es un Estado democrático, además, considerando que conforme al artículo 16:

Todas las personas tienen derecho a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa; a la creación de medios de comunicación social y acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas (*Constitución De La República Del Ecuador*, 2008, 14)

Sobre la ley de libre expresión y comunicación en el sitio web de la Dirección de Relaciones Públicas nos explica: “con esta normativa se propone derogar la Ley Orgánica de Comunicación, excepto los artículos que fomentan la producción nacional en publicidad, regulación de propaganda estatal, y el régimen del espectro radioeléctrico” (Secretaría General de comunicación, 2021) a continuación las reformas que establece la ley:

La primera disposición reformativa es cambiar el nombre de ley orgánica de comunicación reformada el 20 de febrero del 2019 a “Ley de publicidad, Producción Nacional y Espectro Radioeléctrico”.

La **reformativa segunda** descrita es una numeración diferente del artículo 91.5 hasta el 118 ahora numerado 1 hasta el 34.

Importante: Se deroga de la anterior Ley el artículo 1 hasta el 91.4 de igual manera todas sus disposiciones.

Recuperado de: Secretaría General de comunicación, 2021, 8, 9, 10.

En base a la ley orgánica de libre expresión y comunicación, a continuación, se mencionan el artículo 19 (Artículo 103 conservado de la ley anterior) que establece el derecho a la promoción de los artistas nacionales:

Artículo 19.- Difusión de los contenidos musicales y periodísticos.- En los casos de las estaciones de radiodifusión sonora, el espacio destinado a la emisión de música producida, compuesta o ejecutada en el Ecuador, o en el extranjero por intérpretes, compositores o artistas ecuatorianos que residan en el extranjero; así como a la emisión de contenido periodístico de producciones de origen nacional, deberá

representar al menos el 50% de los contenidos emitidos en todos sus horarios, con el pago de los derechos de autor conforme se establece en la ley, en el caso de la música nacional. Están exentas de la obligación referida al 50% de los contenidos musicales, las estaciones de carácter temático o especializado (*Ley Orgánica De Comunicación*, 2019, 39)

9. Metodología

Después de los conceptos documentales obtenidos, para un resultado más exacto de la investigación, utilizaremos una metodología cualitativa, con la técnica de recolección de datos denominada **entrevista** a criterio de expertos.

La técnica se aplicará a 3 expertos de la comunicación radial con experiencia en programas musicales especializados en promoción artística nacional, a fin de conocer y definir la estructura final de la propuesta comunicacional, sus características, duración, frecuencia, horario, público, y temáticas, por motivos de nuevas variantes del covid-19 en julio del 2021 las entrevistas se aplicaron a través de la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp, a continuación el banco de preguntas para los entrevistados:

9.1 Preguntas a realizar en entrevistas

1. ¿Cuál es la estructura base de un programa radial musical?
 2. ¿Con cuántos segmentos debe contar un programa musical?
 3. ¿Cuál es la duración, frecuencia y horario recomendable?
 4. ¿Cómo se define la temática de cada programa e invitados?
 5. ¿Cuál es el rango de edad del público objetivo para un programa de las características planteadas?
 6. ¿Qué segmento establecido en el programa radial promovieron la música nacional?
 7. ¿Qué tiempo del programa empleaban en la promoción nacional de artistas?
 8. ¿Puede mencionar cuál era el enfoque del programa musical en el que trabaja o trabajó?
-

Realizado por: Autor

9.2 Perfil de los entrevistados

Datos del primer entrevistado:

Nombre y apellido: Edwin Xavier Naranjo Sanchez

“la coordinación entre el locutor y dj es clave para tener éxito”

Edad: 34 años

Género: Masculino

Radio actual: Radio Canela 100.7 fm

Programa de música nacional: Chicha Light

Licenciatura en comunicación social: No

Tiempo de experiencia radial: 16 años

Respuestas obtenidas ver anexo 1.

Datos del segundo entrevistado:

Nombre y apellido: Danny Córdova

“La variedad que le das al programa te da o no éxito”

Edad: 35 años

Género: Masculino

Radio actual: Voz oficial de las siguientes radioemisoras: En el Oro: Radio Lider 101.5 fm, En Pichincha: Francisco Stereo, Quevedo: OQ Radio, Guayaquil: Antena 3, Honduras: Crisma Radio y tv Bilbao: Tropical fm

Programa de música nacional: Sin actividad actual en programa musical

Licenciatura en comunicación social: No

Tiempo de experiencia radial: 20 años

Respuestas obtenidas ver anexo 2.

Datos del tercer entrevistado:

Nombre y apellido: Carlos Figueroa Cedillo

Edad: 26 años

Género: Masculino

Radio anterior: Tropicomaniaco 106.7 fm

Programa de música nacional: Sin actividad actual en programa musical

Licenciatura en comunicación social: No

Tiempo de experiencia radial: 6 meses

Respuestas obtenidas ver anexo 3.

10. Conclusiones

La creación de un programa radial debe basarse en los objetivos que se plantean, de eso depende la duración, frecuencia, público, personalidad del comunicador y segmento, todo lo mencionado define el producto comunicacional. La estructura del programa musical debe constar de 70 u 80% música y 20 o 30% locución, estructura conforme la documentación analizada en conjunta percepción y datos obtenidos de locutores entrevistados.

El nombre del programa según los datos debe ser claro, específico, entendible con el objetivo que sea fácil de recordar a la audiencia, no repetitivo y acorde al formato; el público objetivo a definir de acuerdo con la investigado se realiza por temática, sea esta deportiva, política, cultural, en este caso la audiencia es musical y se complementa por los ritmos:

Público según el ritmo: *Ritmo popular bailable:* tiene un target desde los 18 a 80 años con ritmos de orquestas, cumbias, cachullapi, etc.

Ritmo rockola nacional: su target es de 18 a 60 años, con ritmos de pasillos, valeses y boleros, etc.

Ritmo Juvenil moderno: con target de 14 a 40 años, los ritmos que maneja son melodías románticas, pop urbanas, etc.

La apertura, cuerpo y cierre del programa en este género musical se determina similar a los demás géneros periodísticos radiales, para ello se debe disponer de un Guión radiofónico:

Organizar el guión radiofónico técnico, literario o técnico-literario beneficia la coordinación con el control (dj), así mismo en locución con ayuda del guión técnico se evita muletillas, se remarca y reconoce el tiempo de intervención del locutor, el inicio,

cuerpo y final del programa, también se propone en el texto a locutar cómo será el entretenimiento para que no ofenda a nadie (humor sano).

Se determina que la duración para el programa radial debe ser de 2 a 3 horas recomendadas para que se haga notar al aire y que no sea muy extenso llegando a saturar a la audiencia; los días a transmitir son a elección del equipo técnico, de lunes a viernes por las mañanas se considera desde las 5 hrs am hasta las 8 hrs am, en la tarde de 15 hrs. a 18 hrs. pm y los fines de semana se recomienda de 6 hrs am a 12 hrs del mediodía y por la tarde desde las 14 hrs. pm a 16 hrs. pm.

Los segmentos de igual manera son a elección del equipo radial, si es propiamente musical, se lo puede dividir en las intervenciones como sea conveniente. La investigación propone un dinamismo referente al programa con improvisación, la dinámica se basa en el tema a tratar unido a la interacción con los radioescucha, como se ha mencionado se puede utilizar aplicación o redes de comunicación para recibir la retroalimentación del oyente.

Locución: El comunicador debe proporcionar el ritmo, orientación y sentido con una palabra radiofónica en forma monólogo: discursos de un solo personaje que se refiere a sí mismo o expresa sus pensamientos, emociones y deseos (Camacho, 1999, 16), la intervención del locutor: entradas y salidas (no pueden ser más de 3 minutos, de preferencia 2), entradas: cuando se ingresa luego de la presentación o luego del mix musical y salidas: es el envío de canciones, comerciales o notas si ese fuera el caso, todo esto acompañado de efectos y un fondo musical, el locutor en este pequeño espacio debe entretener al radioescucha, darle espacio al segmento corto, por ejemplo: saludos a través de una app o red social, además, se recordar el nombre del programa musical, horarios, etc.

La personalidad del hablante debe ser espontánea, natural, directo, con un lenguaje coloquial, utilización de jergas ecuatorianas, creando empatía similar a una junta de amigos o familiares, por último, para obtener más información actual (temas) sobre tendencias para entretenimiento, humor y aumentar la improvisación radial una herramienta útil es revisar redes sociales.

Música: Por lo general 3 o 4 canciones al aire o tracks mezclados con tiempo de 8 a 15 hasta 20 minutos, importante es que todos los temas que se coloquen sean éxitos de géneros como cumbias, merengue, techno cumbia, techno paseito son géneros de chicha nacional ecuatoriana.

Los efectos en el programa son recursos sonoros que aplicados correctamente evocan el imaginario del oyente, los efectos cumplen cuatro funciones, pero en este caso se aplica uno, el más común, la función expresiva, la cual nos ayuda a recrear situaciones y estados de ánimo, por ejemplo: risas, truenos (ira), aplausos, el conjunto de efectos sonoros y locución crean el lenguaje radiofónico. Importante: no colocar demasiados efectos, solo los necesarios para recrear la situación, todo se debe establecer en el guión técnico.

11. Recomendaciones

- Lo ideal es destinar nuestro mayor tiempo a la preparación del programa con objetivos y enfoque, en un equipo técnico conformado por locutores, Dj o control debe haber coordinación en manejo de voz, música y efectos de sonido, el diálogo previo a la transmisión en vivo ayudará a que no existan errores que ante el público oyente.
- Importante poseer como comunicador una espontaneidad, improvisación, animación y conocimientos actuales de temas relevantes, por ello se recomienda revisar redes sociales para conocer algún tema actual o de mucha gracia para contarlo en las intervenciones con humor sano.
- No cargar el programa con demasiados efectos sonoros, de preferencia utilizar solo los necesarios y oportunos para la ocasión o ambiente que se está generando.
- El mix o grupo de canciones que se colocará cada cierto tiempo deben ser éxitos bailables para que la audiencia conecte con el programa y objetivo del mismo que es apoyar artistas ecuatorianos.
- Estructurar un guión radiofónico técnico, literario o técnico-literario, para reconocer los tiempos exactos en el que debemos intervenir, evitar repetir palabras o muletillas, mandar al aire un mix, comerciales o cuña publicitaria.
- Utilizar herramientas tecnológicas para conectar e interactuar con los que nos escuchan, una aplicación de mensajería instantánea, página web o red social como sea conveniente para el segmento.

12. Propuesta comunicacional

Propuesta Comunicacional

Programa musical de radio que promociona artistas y géneros ecuatorianos

Nombre del programa: “La Propia Rumba”.

Programa N.º: 1

Género: Musical (ritmo popularailable)

Duración: 2 horas

Frecuencia y horario: Días lunes, miércoles y viernes de 16:00 hrs. a 18:00 hrs. pm

Dirección: Victor Moran Cerezo.

Fecha de entrega: 28 de noviembre del 2021

Fecha de transmisión: 27 de enero de 2022

High Concept

“La Propia Rumba” programa musical orientado a promover el apoyo hacia el artista ecuatoriano, reproduciendo éxitos musicales de diversos géneros, además el objetivo de nuestro contenido es fortificar en la audiencia una buena percepción de la cultura musical de nuestro país y la imagen de que en Ecuador existen cantautores e intérpretes con talento mediante un espacio de tiempoailable e interactivo.

Tipo de contenido

- Entretenimiento: E

Clasificación

- Apto para todo público: “A”

Objetivos

- Fomentar en los radioescuchas el consumo musical ecuatoriano de artistas, a través de una locución entretenida y natural.

- Reproducir música nacionalailable de artistas locales, provinciales y nacionales.
- Generar un público fiel a las transmisiones del programa.

Estilo

Un lenguaje coloquial sin complicaciones ni excéntrico, entendible para el público en general con el uso de modismos ecuatorianos expuestos con una personalidad natural, entretenido conservando la esencia de un programa musical.

El locutor debe ser natural, espontáneo y empático para crear su estilo propio de animación, una correcta pronunciación de palabras y dicción, por lo general debe ser preciso en lo que está contando.

Equipo productor

- Victor Moran Cerezo (director y locutor)
- Paulo Púa Monserrate (control de sonido)

Público

El programa musical produce contenido para el público en general, con edades que van desde los 18 a 70 años. Sin distinción de género, ocupación laboral, lugar de residencia o nivel socioeconómico.

“La Propia Rumba” programa producido en la ciudad de Machala para la Provincia de El Oro y resto del país.

Segmentación del programa

El programa cuenta con 4 bloques en total y 22 acciones que son la suma de 13 por parte del control o Dj y 9 intervenciones del conductor, 4 de ellas están asignadas al segmento “Adivina el cantante”, segmento complementado con entretenimiento de humor sano y espontáneo, saludos a oyentes que textean al número proporcionado (provenientes de la app de mensajería instantánea).

<p style="text-align: center;">Primer bloque</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Control (entradilla) 2. Primera intervención 3. Control (mix, grupo de canciones) 4. Segunda intervención 5. Control (voz pre grabada y mix) 6. Tercera intervención e inicio del segmento 7. Control (mix, voz y comerciales) 	<p style="text-align: center;">Segundo Bloque</p> <ol style="list-style-type: none"> 8. Control (voz pre grabada y mix) 9. Cuarta intervención, desarrollo del segmento 10. Control (mix) 11. Quinta intervención, desarrollo del segmento 12. Control (pregrabación y comerciales)
<p style="text-align: center;">Tercer bloque</p> <ol style="list-style-type: none"> 13. Control (mix) 14. Sexta intervención y culminación del segmento 15. Control (mix, voz pre grabada y comerciales) 	<p style="text-align: center;">Cuarto bloque</p> <ol style="list-style-type: none"> 16. Control (Voz pregrabada) 17. Séptima intervención 18. Control (música) 19. Octava y breve intervención 20. Control (música) 21. Novena intervención y despedida del programa 22. Control (voz pre grabada, comerciales)

La música es un mix o grupo de 3 o 4 canciones colocadas al aire con el tiempo de 8, 15 hasta 20 minutos de géneros como cumbias, merengue, techno cumbia, techno paseito, rock alternativo y pop latino. A continuación, los artistas, grupos y géneros ecuatorianos que componen el espacio musical del programa radial “La Propia Rumba”:

Artistas o grupos	Nacionalidad	Mix o temas	Género Musical
-------------------	--------------	-------------	----------------

La Grupa
hop/funk

Ecuatoriana

Si tu me olvidas

Yavari con hip

Cecy Narvanez

Ecuatoriana

Sentada en un bar

Chicha

La pandilla	Ecuatoriana	Mix musical	Chicha
Grupo Pánico	Ecuatoriana	LolaBum	Cumbia
		Ojos vacíos	
		No me siento mejor	
		Las imágenes	
Widinson	Ecuatoriano	Dos morenas	Tecnocumbia
Americo	Chilena	Mix musical	Baladas, cumbias
Juanita Burbano	Ecuatoriana	Entre sí y que no	Rockola
Alma musa	Ecuatoriana	Mix musical	Merengue
Boca Rosa	Ecuatoriana	Mix musical	Merengue
Mirella Cesa	Ecuatoriana	La corriente	Pop latino
Los Intrépidos	Ecuatoriana	Playa Azul	Pop latino
Papa Chango	Ecuatoriana	Negrita	Reggae, rock, hip hop
Los Corrientes	Ecuatoriana	La mitad	Rock alternativo

13. Bibliografía

- Álvaro Ramos-Ruiz. (2015). Radio hertziana vs. Radio en Internet: Un análisis comparativo. *Serbiluz*, (4), 757 - 774. redalyc.org. ISSN 1012-1587
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31045569045>
- Berta Herrera, L. F., & ALER. (2016, marzo 14). *Manuales de capacitación en radio popular* (Tercera ed.) [Presentación ISSUU]. ALER.
https://issuu.com/pabloismaelc/docs/manual_3_la_radiorevista
- Camacho, L. (1999). *La imagen radiofónica*. Hill Editores S.A. ISBN 970-10-2306-4
<https://iset.reinadelpetroleo.com.ar/wp-content/uploads/2019/05/camacho-lidia-la-imagen-radiofonica.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador*. (2008, Octubre 20). Lexis Finder.
https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Cordero Barzallo, Juan Carlos Fernández Muñoz, Juana Catalina. (2017). *Problemas jurídico prácticos en la difusión de contenidos musicales en medios de comunicación del Ecuador*". *Difusión de artistas ecuatorianos con el art. 103 conocido como "Ley del 1x1"*. DSpace.
<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/6705>
- García Canclini, N. (2012, Octubre). La radio, medio para repensar debates irresueltos. *Ciudadanía Express, periodismo de paz*.
<https://www.ciudadania-express.com/2012/10/03/la-radio-medio-para-repensar-debates-irresueltos-nestor-garcia-canclini/>
- Giraldo, C., & Cardona, F. (2018, enero 15). La influencia del WhatsApp en emisoras de radio análoga. *Anagramas, rumbos y sentidos de la comunicación*, 17.
<https://doi.org/10.22395/angr.v16n32a7>
- João Canavilhas. (2020). LA RADIO EN EL ECOSISTEMA MEDIÁTICO DEL SIGLO XXI: ESTUDIO DE CASO EN PORTUGAL. *Índex comunicació, revista científica de comunicació aplicada*, (nº 10), 263-281. ISSN: 2444-3239
<https://burjcdigital.urjc.es/handle/10115/17295>
- Kaplún, M. (1999). *PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS DE RADIO*. Quipus. ISBN 9978 - 55 - 022-4
<https://www.flacsoandes.edu.ec/>

- Ley orgánica de comunicación.* (2019, febrero).
https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf
- López Vidales, Nereida; Gómez Rubio, Leire. (2015). *El magazine radiofónico: La evolución de un formato híbrido de éxito en las cadenas.* Ámbitos.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16842876005>
- Lucía Abarrategui Amado. (2018, noviembre). RADIO INTERGENERACIONAL EN LA ESCUELA: UNA PROPUESTA PARA EL ENVEJECIMIENTO ACTIVO. *Índex comunicació, revista científica de comunicació aplicada*, (nº 8(2)), 211-228. Dspace. ISSN: 2444-3239
<https://burjcdigital.urjc.es/handle/10115/15559>
- Luis Javier Cruz Lancho, & Beatriz Elena Marín Ochoa. (2020). La apropiación social de tecnologías móviles, una oportunidad para la formación ciudadana. *Anagramas rumbos y sentidos de la comunicación*, 157-180. Anagramas.
<https://doi.org/10.22395/angr.v19n39a7>
- Martínez, G. A. (2017, Abril - Junio). La música y sentido musical en la radio, una búsqueda y reflexión sobre los autores y sus trabajos. *Razón y Palabra*, 21, 201-228. 1605-4806201-228pp.
<https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/992/993>
- Méndez, J. (2021, Abril). *Considera estos tips al nombrar tu programa de radio.* Radionotas, El diario de la radio.
<https://radionotas.com/2021/02/04/considera-estos-tips-al-nombrar-tu-programa-de-radio/>
- Mirjam Gehrke Nelsy Lizarazo Patricia Noboa David Olmos Oliver Pieper, & DW Akademie. (2016). *Panorama de los medios en Ecuador.* Readkong.
<https://www.dw.com/downloads/30336831/panorama-de-los-medios-en-ecuador-pdf.pdf>
- Moreno, E. (n.d.). Concepto y elementos fundamentales. In *La radio de formato musical: concepto y elementos fundamentales* (Primera ed., Vol. XII, pp. 89-112). ISSN 0214-0039, ISSN-e 2174-0895
<https://dadun.unav.edu/handle/10171/8779>
- Novillo Rameix, V. (2010). *La radio en Quito (1935-1960)* (Primera ed.). Fundación Museos de la Ciudad.
<https://revistas.flacsoandes.edu.ec/iconos/article/view/367/354>

- Puga Serrano, K. M. (2020, febrero 26). Realización de una radio revista musical cultural: Programa La Radiola [Tesis]. In *Realización de una radio revista musical cultural: Programa La Radiola* (p. 100). Repositorio digital. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/21729>
- Rodero Antón, E., & Blanco Hernández, M. (2020). EL PAPEL DE LA RADIO EN SITUACIONES DE CRISIS. INICIATIVAS EN LA PANDEMIA DEL CORONAVIRUS. *Índex comunicació, revista científica de comunicació aplicada*, (10), 193-213. <https://doi.org/10.33732/ixc/10/03Elpape>
- Secretaría General de comunicación. (2021, Mayo Martes). *Ley Orgánica de Libre Expresión y Comunicación fue remitida a la Asamblea Nacional*. Secretaria General de comunicación de la Presidencia. <https://www.comunicacion.gob.ec/ley-organica-de-libre-expresion-y-comunicacion-fue-remitida-a-la-asamblea-nacional/>
- Ulloa Erazo, N. G. (2021). *Radio educativa para jóvenes* (Primera ed.). Centro de publicaciones PUCE. ISBN: 978-9978-375-57-0 <https://www.pucesi.edu.ec/webs2/wp-content/uploads/2021/02/Radio-Educativa-para-J%C3%B3venes-2021-final.pdf>
- Vallejo Iñiguez, P. E. (2015, Enero 30). *Revista cultural para radio en la ciudad de Cuenca*. Cuenca, Ecuador. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/8875/1/UPS-CT005077.pdf>
- Velázquez, A. S., & Martínez, F. (2017). *La comunicación radial y la participación de los públicos en la sociedad cubana actual* (Vol. 14). Dialnet. ISSN-e 1690-7582 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6051807>
- Vigil, J. I. L. (2000). *Manual urgente para radialistas apasionados* (Inti Barrientos ed.). ISBN 9978-55-045-3 <https://radialistas.net/manual-urgente-para-radialistas-apasionadas-y-apas/>
- Yadira Carolina Vaca González, & Jenny Marcela Cardona Bedoya. (2018). Tendencias de la radio online como apoyo a la construcción de estrategias propias para el medio. *Anagrama, rumbos y sentidos de la comunicación*, 177-201. Anagramas. <https://doi.org/10.22395/angr.v17n34a9>
- Zambrano, W. R. (2018, julio 23). La radio comercial en Colombia. El nuevo panorama digital de la comunicación y del periodismo. *Pontificia Universidad Javeriana*, 24. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp37-72.rccn>

14. Anexos

Anexo 1: Respuestas primer entrevistado:

Nombre y apellido: Edwin Xavier Naranjo Sanchez

Edad: 34 años

Radio actual: Radio Canela 100.7 fm

Tiempo de experiencia radial: 16 años

<p>¿Cuál es la estructura base de un programa radial musical?</p>	<p>Primero debemos tener en cuenta que programa manejaremos, sea romántico, deportivo, informativo o entretenimiento.</p> <p>En un programa de entretenimiento variable el primer punto importante es armar un buen libreto que nos sirva de guía (música de entrada, presentación del programa, presentación de los compañeros, cuñas publicitarias y segmentos). Así se establece la estructura de cómo empiezas y terminas, además el guión nos permite no repetir palabras y utilizar muletillas.</p> <p>Luego te debes concentrar en el humor que realizarás con tus compañeros sin ofender a nadie, ahora es fácil ingresar a redes sociales y ver lo que está de moda algo noticioso, farándula o alguna referencia y transformar en humor.</p> <p>Es importante también coordinar con el dj todas las actividades, la coordinación es la clave del éxito en un programa radial musical, se tiene que llegar a la gente con un contenido único, increíble.</p>
<p>¿Con cuántos segmentos debe contar un programa musical?</p>	<p>Un programa variable, tomando de referencia el programa que estoy conduciendo contiene dos segmentos:</p> <p>Primer segmento: Pregunta de la mañana (participación durante el programa).</p> <p>Segundo segmento: Entretenimiento, humor (algo noticioso, cotidiano, chistoso).</p>
	<p>El programa enfocado en la música nacional (programa chicha light) es de 6 de la tarde a 8 de la noche.</p> <p>La hora show es la mañana de 9 a 11 o 12 pm (programa</p>

<p>¿Cuál es la duración, frecuencia y horario recomendable?</p>	<p>radiación temprana), lo recomendado es de 2 a 3 horas al aire (para que no sea convencional), con 50% musical y 50% locución, si el dj está bien, el locutor está bien y viceversa.</p> <p>Si es de entretenimiento lo recomendable es más de 15 min al aire (sketches, jodas al aire, llamadas en vivo)</p> <p>Si es romántico no más de 2 a 3 min al aire interactúa el locutor y va 2 canciones luego regresa el locutor y así sucesivamente.</p>
<p>¿Cómo se define la temática de cada programa e invitados?</p>	<p>Guiándose del libreto de manera profesional, sobre los entrevistados se coordina con ellos 30 min antes sobre el tema a tratar (artista, local comercial, empresa), todo se maneja de manera interna entre el locutor y entrevistado para que exista confianza de que se puede responder. La coordinación genera confianza.</p>
<p>¿Cuál es el rango de edad del público objetivo para un programa de las características planteadas?</p>	<p>Desde los 16 años hasta los 60 años de edad según las encuestas. Se debe manejar un esquema neutral para que todo el mundo se sienta identificado para que el programa tenga éxito. Es fácil llegar, pero difícil mantenerse.</p>
<p>¿Qué segmento establecido en el programa radial promovieron la música nacional?</p>	<p>Se sigue manejando el 1x1, aún se maneja esa normativa de los medios radiales apoyando al talento nacional de forma directa.</p> <p>En nuestro medio hay un programa especial específicamente que promueve lo nacional que lo conduzco yo llamado “Chicha light”, aporta a la historia, cultura, las raíces y tradiciones ecuatorianas y está coordinada con la parrilla musical del programa.</p>
<p>¿Qué tiempo del programa empleaban en la promoción nacional de artistas?</p>	<p>En un programa de 2 horas por lo regular cada 30 a 45 min debe sonar la música ecuatoriana como cumbia, techno cumbia, techno paseíto son géneros de chicha nacional ecuatoriana.</p>

<p>¿Puede mencionar cuál era el enfoque del programa musical en el que trabaja o trabajó?</p>	<p>El enfoque de mi programa es totalmente humor, entretenimiento basado en 2 horas donde el 70% es humor y el 30% es musical (depende del programa), se vende el show en vivo a fin de que el público se identifique con algo cotidiano, meme, noticia, farándula con humor blanco.</p>
--	--

Anexo 2: Respuestas segundo entrevistado:

Nombre y apellido: Danny Córdova

Edad: 35 años

Radio actual: Voz oficial de las siguientes radioemisoras: En el Oro: Radio Lider 101.5 fm, En Pichincha: Francisco Stereo, Quevedo: OQ Radio, Guayaquil: Antena 3, Honduras: Crisma Radio y tv Bilbao: Tropical fm

Tiempo de experiencia radial: 20 años

<p>¿Cuál es la estructura base de un programa radial musical?</p>	<p>Un programa de música nacional, en base al target, ritmos y público se lo subdivide en 3: Música popularailable, Rockola nacional y Juvenil moderno de intérpretes ecuatorianos. En radio la música nacional es muy amplia por ello hay que elegir qué tipo de programa se emplea y de ello varía el horario. Sin embargo, la estructura base de una revista radial es siempre la misma, con entradas y salidas del locutor (no puede ser más de 3 min, de preferencia 2 min). Entrada: Cuando se ingresa luego de la presentación o luego del mix musical (por lo general, 3 canciones o tracks mezcladas de 20 min). Salida: Es el envío de canciones, comerciales o notas si ese fuera el caso.</p>
	<p>Se puede organizar los segmentos en base a los horarios, la forma de direccionar el programa, pues no es lo mismo con un programa de 1 hora y uno de 3 horas, puedes establecer</p>

<p>¿Con cuántos segmentos debe contar un programa musical?</p>	<p>entretenimiento (lo que se te ocurra), algo sobre adivina el cantante y que el oyente interactúe con la red social o apps de mensajería.</p>
<p>¿Cuál es la duración, frecuencia y horario recomendable?</p>	<p>Con la duración, frecuencia y horario yo recomiendo en las mañanas, también puede ser en la tarde, pero con un horario definido donde existe bastante audiencia (centro, autobuses).</p> <p>En las mañanas: desde las 5 hasta las 8 hrs. am, para música nacional rítmica (lunes a viernes).</p> <p>En las tardes: de 15 hr. a 18 hrs. pm (lunes a viernes).</p> <p>Fines de semana: considero que de 6 hr a 12 hrs del medio día y de tarde desde las 14 hrs. a 16 hrs.</p>
<p>¿Cómo se define la temática de cada programa e invitados?</p>	<p>La temática del programa depende del tipo de target al que nos vayamos a dirigir (interesante y entretenido), con respecto a entrevistados de igual manera pueden ser los mismos artistas, eso sí, sin cortar el lineamiento de entretenimiento (no llegar hacerlo noticioso).</p>
<p>¿Cuál es el rango de edad del público objetivo para un programa de las características planteadas?</p>	<p>Música popular bailable: Tiene un target desde los 18 a 80 años con ritmos de orquestas, cumbias cachullapi, etc.</p> <p>Rockola nacional: Su target es de 18 a 60 años, con ritmos de pasillos, valeses y boleros, etc.</p> <p>Juvenil moderno de intérpretes ecuatorianos: Target de 14 a 40 años, los ritmos que maneja son melodías románticas, pop urbanas, etc.</p> <p>Dato importante: Todos los temas tienen que ser populares de éxito.</p>
<p>¿Qué segmento establecido en el programa radial promovieron la música nacional?</p>	<p>Se manejaba mediante entretenimiento, un mismo segmento para todo el programa, ya que la intervención es de 2 a 3 min. El programa es musical y debe constar de solo música, el acompañamiento de locución es para entretener y hacer saber al oyente cuál es el programa en el que está en</p>

	sintonía.
¿Qué tiempo del programa empleaban en la promoción nacional de artistas?	Por lo general son 3, 4 canciones o tracks mezcladas de 8, 15 hasta 20 min, depende de cómo te organices, en mi caso era de máximo 20 min de música, luego mi intervención de máximo 2 minutos y así hasta finalizar.
¿Puede mencionar cuál era el enfoque del programa musical en el que trabaja o trabajó?	De igual manera es reproducir música nacional apoyando a artistas que tengan éxitos, brindarle ese espacio en un medio de comunicación como la radio es de beneficio mutuo.

Anexo 3: Respuestas tercer entrevistado:

Nombre y apellido: Carlos Figueroa Cedillo

Edad: 26 años

Tiempo de experiencia radial: 6 meses

<p>¿Cuál es la estructura base de un programa radial musical?</p>	<p>Para el programa radial musical se puede utilizar el magazine que nació para entretenimiento con contenidos variados, el magazine ha ido evolucionando hasta llegar a programas especializados.</p> <p>El target: es la clasificación para jóvenes, adultos (todo tipo de público).</p> <p>Contenido: debemos hacer hincapié en que contenido colocaremos en el programa.</p> <p>También definir el tipo de música, nombre del programa: tiene que ser claro y específico, elegir los días de transmisión, duración y hora y por último las secciones del programa.</p>
<p>¿Con cuántos segmentos debe contar un programa musical?</p>	<p>Esto depende del tiempo de duración del programa. Pueden durar 1 o 2 horas hasta 4 horas, a mi parecer por lo mínimo deben tener 4 segmentos.</p>
<p>¿Cuál es la duración, frecuencia y horario recomendable?</p>	<p>Lo recomendable en duración de un programa puede ser mínimo 2 horas de frecuencia fm. A la semana en lo personal 3 días (lunes, miércoles y viernes) con un horario pasado del medio día... ¿Por qué?, Hay personas que laboran y retoman sus actividades con energía.</p>
<p>¿Cómo se define la temática de cada programa e invitados?</p>	<p>Se define la temática de cada programa e invitados según lo actual o como se establezca en el guión radiofónico.</p>
<p>¿Cuál es el rango de edad del público objetivo para un programa de las características planteadas?</p>	<p>El tipo de programa musical puede ser utilizado para todo tipo de público, niños, jóvenes y adultos (el programa es entretenido y educativo hablando musicalmente), un programa con mayor rango de público influye en el apoyo a</p>

	los artistas ecuatorianos.
¿Qué segmento establecido en el programa radial promovieron la música nacional?	En todos los segmentos se promueve la música nacional, primero es obligación de ley y segundo porque al culminar cada segmento empieza un espacio musical.
¿Qué tiempo del programa empleaban en la promoción nacional de artistas?	El tiempo puede ser variado de 30 a 40 minutos e influye de igual manera la extensión de una entrevista al artista, el entrevistado nos puede contar una anécdota o experiencia y nosotros no podemos mermar el tiempo.
¿Puede mencionar cuál era el enfoque del programa musical en el que trabaja o trabajó?	El enfoque del programa tropical al que pertenecí es el apoyo a artistas locales, provinciales, nacionales e internacionales. Primero lo nuestro, dar a conocer el talento sobre todo la personalidad del artista invitado.

Anexo 4: Guión radiofónico:

Guión técnico radiofónico

Nombre del programa: “La Propia Rumba”.

Programa N.º: 1

Género: Musical (ritmo popularailable)

Segmento: Adivina el cantante (4 intervenciones)

Duración: 2 horas

Locutor: Victor Moran Cerezo (L1)

Efectos: F primer plano: P.P segundo plano: S.P tercer plano: T.P

Primer bloque			
Operador	Descripción	Tiempo	Música/efectos
Control	Cortinilla de entrada Música representativa del programa P.P/ La música en alto volumen hasta el tiempo que intervenga el locutor se colocara en T.P	40 s	La Grupa - Si tu me olvidas / F: risas, alentador.
L1	Intervención del locutor Saludos a los oyentes y al equipo radial P.P: ...Bienvenidos queridos oyentes a su programa musical “La Propia Rumba”, como siempre haciendo gozar la vida con lo mejor de nuestros artistas ¡ya saben! Primero Ecuador, le saludamos a todos los oyentes de la provincia de El Oro y el resto del país claro que si, ¡ya estamos! ¡ya estamos! ...aquí listos calentando motores de igual manera saludos a Jorgue Aguirre que maneja el	de 2 a 3 min	Fondo: La canción de Cecy Narváez - Sentada en un Bar / F: aplausos

	control... ¡Pon la música que te hace gozar! ¡Dale play! ¡Dale play! ¡Iniciamos!		
Control	P.P Se coloca al aire el mix de música ya preparada con anterioridad hasta la próxima intervención del locutor	10 min	Mix de música chicha Cecy Narváez, Juanita Burbano.
L1	Segunda intervención del locutor P.P: ... ¡Así es! así esté en casa, cocinando, arreglando, cociendo no importa tiene que bailar (chiste) ¡Ya sabes! si bailas hazlo bien, saludos a las personas que nos escriben al whatsapp a través del 0980426508... ¡escribanos! ¡escribanos! Al programa que alegra a todos los amargados, el programa que te hace zapatear...etc.	de 1 a 2 minutos	fondo: La canción de Juanita Burbano - Entre Sí y que No / F: risas
Control	P.P: Voz pregrabada Nombre del programa y radio P.P: Da comienzo al próximo mix de música de genero cumbia	10 s 9 min	F: eco, voces que animan de fondo. Mix de música cumbia Papá chango, Los corrientes.
L1	P.P: Saludos a los que envían mensaje por whatsapp (mención de nombres y su ubicación) Inicio del segmento “Adivina, adivinador y dinos ¿Qué cantante es?”	de 1 a 2 min	fondo: canción de Papá changó - Negrita

	<p>Ella nació en la linda provincia del Guayas en Guayaquil, está casada y tiene un hijo mejor conocida como la Mama del Andipop!... etc.</p> <p>¡Continuamos, continuamos con los mejores éxitos!</p>		
Control	<p>Voz pregrabada</p> <p>Nombre del locutor</p>	5 s	f: eco
	<p>Se manda el siguiente de mix musical ya preparado</p>	8 min	Mix de música cumbia Americo
	<p>P.P: Voz pregrabada</p> <p>Nombre del programa e introducción a comerciales</p>	15 s	f: eco, trompetas, silbidos.
	<p>Comerciales</p>	3 min	

Segundo bloque

Operador	Descripción	Tiempo	Música/efectos
Control	<p>P.P: Voz pregrabada</p> <p>Nombre del programa y dial</p>	15 s	f: eco
	<p>P.P: primer mix del segundo bloque de música chicha.</p>	7 min	Mix música chicha Widinon

L1	<p>P.P: Improvisación sobre el ambiente que se vive en la radio, se habla de las vacunas, se repite el número de whatsapp y el segmento establecido “Adivina, adivinador y dinos ¿Qué cantante es?”, otro, otro dato ella es compositora de (eclipse, en ti, la buena fortuna, somos y la corriente) Si dilo dilo y si tu sabes quien es... escribes al whatsapp ya sabes al número 0980426508</p> <p>Mención publicitaria</p>	<p>de 1 a 2 min</p> <p>15 s</p>	<p>fondo: canción de Widinson - Dos morenas / f: chat, risas.</p> <p>f: predeterminadas para la mención publicitaria</p>
Control	P.P: Segundo mix de musica chicha	15 min	Mix musica chicha La pandilla, Los intrépidos.
L1	<p>P.P: Locución animada e improvisación, más saludos al dj en control y otros compañeros radiales de otras ciudades. De igual manera se leen mensajes que se han recibido a través de la aplicación de mensajería.</p>	3 min	<p>fondo: canción de los Intrépidos - Playa azul.</p> <p>f: risas, chat, batería, trompetas.</p>
Control	<p>P.P: Pregrabada</p> <p>Chistes doble sentido</p> <p>Comerciales</p>	<p>1 min</p> <p>3 min</p>	<p>f: bombos, risas, etc.</p> <p>f: predefinidos</p>

Tercer bloque

Operador	Descripción	Tiempo	Música/efectos
Control	P.P: primer mix del tercer bloque del programa musical	12 min	Mix música merengue Alma musa, Trio 3 soles y Proyecto M1
L1	P.P: Locución y más saludos, a los vacunados y a los que no (chistes), improvisación en coordinación con el dj (audios de voz de whatsapp) que tratan de adivinar el personaje (si alguien adivina ahí termina el segmento “Adivina, adivinador y dinos ¿Qué cantante es?”) y se coloca una canción de la cantante.	de 2 a 3 min	f: risas, mensajes.
Control	P.P: segundo mix del tercer bloque del programa musical Voz pregrabada Nombre de la radio y programa P.P: Musical de música de género pop. Comerciales	10 min 5 s 2 min Max. 3 min	Mix de merengue Boca Rosa, Orquesta Matecaña, Las tres. f: eco. Canción de Mirella Cesa - La Corriente f: predefinidos

Cuarto bloque

Operador	Descripción	Tiempo	Música/efectos
Control	Voz pregrabada Breve descripción del programa (audio identificador del programa) P.P: primer mix del cuarto bloque de música	15 s 4 min	f: eco, batería. Grupo Pánico, Lolabúm
L1	P.P: Animación, exposición de la personalidad natural del locutor...se culmina en este tiempo el segmento definido y se entretiene...etc.	de 2 a 3 min	fondo: Ojos vacíos - Grupo Pánico f: voces que animan de fondo, platillos, aplausos.
Control	Intervención de música rock	3 min	Rock del grupo ecuatoriano Grupo Pánico
L1	P.P: Breves palabras que animen a los oyentes a seguir en sintonía nombrando el programa y dial	30 s	fondo: Grupo Pánico - No me siento mejor
Control	Siguiente intervención de música género rock	3 min	Grupo Pánico - Las imágenes
L1	Mención publicitaria P.P: Intervención del locutor, últimos saludos mencionando su nombre y del dj mientras despide el programa “La Propia	15 s de 2 a 3 min	f: predeterminadas para la mención publicitaria fondo: musical sin cantautor (solo sonido)

	Rumba”... e invitando al público a la próxima transmisión recordando la hora, días con entusiasmo y energía.		f: aplausos, batería, alegría.
Control	Se coloca al aire la última canción P.P: Voz pregrabada Breve descripción del programa (audio identificador del programa) Comerciales	3 min 15 s max 3 min	f: eco, batería. f: predefinidos

Elaborado por: Autor

Modelo: Slideshare, Guión para radio y tv

Nombre del programa: “La Propia Rumba”.

Tiempo del programa: 2 horas (aprox. 118 minutos y 20 s)

Género: Musical (ritmo popularailable: cumbias, pop, merengues, tecnocumbias, tecnopaseito, chicha).