



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES
AUDIOVISUALES**

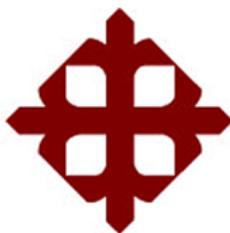
**TÍTULO:
DISEÑO DE RADIO REVISTA CREADA POR Y PARA
ADOLESCENTES, DE 15 A 17 AÑOS, DE COLEGIOS PRIVADOS
DE GUAYAQUIL.**

**AUTOR (A):
BAYONA CARRERA ADRIANA LISSETTE
ORDÓÑEZ OJEDA CARLOS ROBERTO**

**INGENIERO EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES
AUDIOVISUALES**

**TUTOR:
DEL CAMPOS SALTOS GUILLERMO**

**Guayaquil, Ecuador
2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES AUDIOVISUALES**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Adriana Lissette Bayona Carrera y Carlos Roberto Ordóñez Ojeda**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en producción y dirección en artes audiovisuales**.

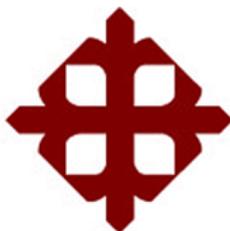
TUTOR (A)

Lcdo. Guillermo del Campo Saltos, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Lcdo. Víctor Hugo Moreno, Mgs.

Guayaquil, a los 29 días del mes de Septiembre del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES AUDIOVISUALES**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Adriana Lissette Bayona Carrera**

DECLARO QUE:

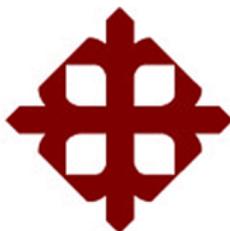
El Trabajo de Titulación **“Diseño de Radio revista creada por y para adolescentes, de 15 a 17 años, de colegios privados de Guayaquil”**, previa a la obtención del Título de **Ingeniero en Producción y Dirección en artes audiovisuales**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 29 días del mes de Septiembre del año 2014

EL AUTOR (A)

Adriana Lissette Bayona Carrera



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES AUDIOVISUALES**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Carlos Roberto Ordóñez Ojeda**

DECLARO QUE:

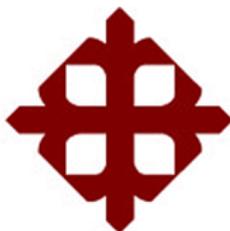
El Trabajo de Titulación **“Diseño de Radio revista creada por y para adolescentes, de 15 a 17 años, de colegios privados de Guayaquil”**, previa a la obtención del Título de **Ingeniero en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 29 días del mes de Septiembre del año 2014

EL AUTOR (A)

Carlos Roberto Ordóñez Ojeda



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES AUDIOVISUALES**

AUTORIZACIÓN

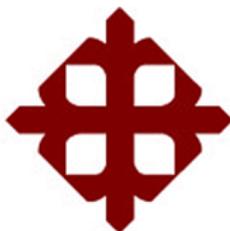
Yo, Adriana Lissette Bayona Carrera

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“Diseño de Radio revista creada por y para adolescentes, de 15 a 17 años, de colegios privados de Guayaquil”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 29 días del mes de Septiembre del año 2014

LA AUTORA:

Adriana Lissette Bayona Carrera



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES AUDIOVISUALES**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Carlos Roberto Ordóñez Ojeda**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“Diseño de Radio revista creada por y para adolescentes, de 15 a 17 años, de colegios privados de Guayaquil”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 29 días del mes de Septiembre del año 2014

EL AUTOR:

Carlos Roberto Ordoñez Ojeda

AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser nuestra guía espiritual para alcanzar nuestras metas y objetivos, a nuestros padres, convertidos en nuestros ejemplos a seguir, a las autoridades de la UCSG y del Sistema de Radio y Televisión de nuestra universidad por brindarnos todo el apoyo para la culminación con éxito de este largo camino que nos prepara para servir profesionalmente a la sociedad en cualquier ámbito de la carrera que escogimos.

A nuestro tutor y consejero por guiarnos a la realización de nuestro proyecto de titulación y nuestros amigos con los que compartimos enseñanzas y aprendizajes en los 4 años de estudios.

Adriana Lissette Bayona Carrera
Carlos Roberto Ordóñez Ojeda

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a Dios, a nuestros padres, las autoridades de nuestra universidad y especialmente a todos los jóvenes colegiales que participaron de nuestro proyecto, en una muestra de participación activa y entusiasta que nos abre las esperanzas de pensar y ver la radio como un instrumento de enseñanza dentro de los colegios a todo nivel.

Adriana Lissette Bayona Carrera

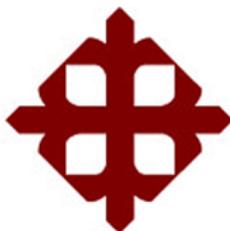
Carlos Roberto Ordóñez Ojeda

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

OPONENTE

DOCENTE DELEGADO

**MSC. VÍCTOR HUGO MORENO DÍAZ
DIRECTOR DE CARRERA**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES AUDIOVISUALES

CALIFICACIÓN

**GUILLERMO DEL CAMPO SALTOS
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR**

ÍNDICE GENERAL

Introducción.....	21
Diagnóstico del problema.....	23
Pregunta/problema de investigación.....	24
Objetivo general.....	24
Objetivos Específicos.....	24
Justificación.....	25
Hipótesis.....	25
Referencias conceptuales.....	26
Método de investigación.....	29
Método Deductivo.....	29
Técnicas.....	28
Instrumento de Investigación.....	30
Análisis e Interpretación de los resultados.....	31
Conclusiones y recomendaciones.....	41
Descripción del proyecto.....	43
Organigrama.....	52
Cronograma.....	53
Presupuesto.....	55
Definición de recursos técnicos.....	57
Definición de recursos operativos.....	60
Propuesta Artística.....	61
Guion Técnico.....	61
Casting.....	68
Estructura de Programa.....	70
Plan de Edición.....	74
Glosario.....	75
Bibliografía.....	77
Anexos.....	78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1.....	32
Tabla 1.2.....	33
Tabla 1.3.....	34
Tabla 1.4.....	35
Tabla 1.5.....	36
Tabla 1.6.....	37
Tabla 1.7.....	38
Tabla 1.8.....	40
Tabla1.9.....	53
Tabla 1.10.....	56
Tabla 1.11.....	74

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1.1.....	31
Figura 1.2.....	32
Figura 1.3.....	33
Figura 1.4.....	34
Figura 1.5.....	35
Figura 1.6.....	36
Figura 1.7.....	37
Figura 1.8.....	38
Figura 1.9.....	39
Figura 1.10.....	37
Figura 1.11.....	49

RESUMEN

Se presentan los resultados empíricos del estudio sobre la baja participación de niños y adolescentes como conductores de programas de radio y se realiza una propuesta de un programa radiofónico hecho por y para jóvenes en una emisora de radio FM de Guayaquil.

El objetivo fue determinar qué aspectos inciden en una baja participación de adolescentes, en programas de radio en frecuencia abierta en Guayaquil y se desarrolló una propuesta de programa juvenil de género radio revista, de entretenimiento, con el fin de que se aprenda el oficio del medio radio y se genere un mayor impacto y participación entre los jóvenes.

La investigación se la hizo en el Colegio Santiago Mayor de la ciudad de Guayaquil y el estudio de la muestra se la realizó a todos los estudiantes de bachillerato de la entidad educativa; además, se utilizó la cabina de UCSG RADIO para el desarrollo de la propuesta de producción.

Entre las conclusiones se destaca la necesidad de una mayor programación con contenido informativo, enfocado en un público juvenil y mayor espacio de participación en las parrillas de programación de las emisoras de AM y FM de Guayaquil para que logren identificarse con los medios.

Palabras Claves: Radio, Producción, Dirección, educación, jóvenes, participación.

ABSTRACT

The empirical results of the study on the low participation of children, and adolescents as radio show hosts are presented. A proposal for a radio program is made by and for young people in a FM radio station from Guayaquil.

The aim was to determine which aspects affect low participation of adolescents in open radio frequency in Guayaquil. A proposal was developed for a youth magazine radio program exploring the entertainment genre. The purpose is that they learn the craft of making radio and generate greater impact and participation among young people.

The research was made in the Santiago Mayor High School of the city of Guayaquil and the sample study was conducted to all high school students of the educational institution; also, the UCSG cabin booth was used for the development of the proposed production.

Among the conclusions, the need for further informative content focused on young audiences is highlighted. Also an increase of programming directed to the youth in both AM and FM radio stations of Guayaquil will make this target to connect with media.

INTRODUCCIÓN

A través de ésta investigación se pretende crear las bases para propiciar un mayor interés y participación por parte de jóvenes adolescentes, al proponer un modelo de programa radiofónico que propicie una mayor inclusión en los procesos de producción radial.

Tradicionalmente la radio ha sido un medio en el que los modelos de producción han determinado una escasa participación juvenil, y las parrillas de radio han estado cargadas de contenidos bajo un esquema comunicacional de una sola dirección, en una sola vía y a través de profesionales que dirigen, administran y conducen programas radiofónicos.

Además de la participación activa dentro de la dinámica de producción y conducción, lo que éste proyecto de investigación persigue es que el estudiante descubra habilidades de comunicación, y que sus destrezas sirvan como una herramienta alternativa al proceso de aprendizaje integral según el nuevo modelo y enfoque curricular del Ministerio de Educación de Ecuador.

Esta metodología de enseñanza no separa al estudiante de su desempeño exigido por los programas de estudio, sino que lo involucra es a un quehacer más enriquecedor sobre las formas de adquirir herramientas de comunicación válidas y efectivas a través de su empoderamiento en el desarrollo de la dinámica de comunicación que debe regir hoy en día.

Desde éste paradigma, el adolescente se transforma en el principal proveedor de temas, problemas y búsqueda de realización de programas radiales. “El trabajo de la radio escolar no es en ningún caso una actividad complementaria, Sino una opción distinta para el abordaje de la labor cotidiana del aula”. (Nancy Szyszko, 2012).

La propuesta se estructura en desarrollar un programa de radio con la participación de estudiantes colegiales del Centro Educativo Santiago Mayor, a través de una investigación que determine nivel de escucha de las emisoras tradicionales y tipos de contenidos que sean del agrado de la comunidad colegial a la que se dirigirá el mensaje del producto radiofónico.

Los mensajes comunicativos para con la comunidad colegial no solo implica la posibilidad de contar con medios propios a través de alternativas tecnológicas que hoy son viables, sino el desarrollo de programas que permitan incluir ideas y pensamientos propios que generen un posicionamiento crítico y reflexivo, y no existe un medio más directo para generar comunicación, debate, participación y encuentro, que no sea la radio.

“Permite a las instituciones educativas generar redes de comunicación auténtica con la comunidad, expresando la multiplicidad de voces que las conforman”. (Suteba, 2005).

En el marco de la reunión sobre medios y tecnología celebrado en Argentina, 2003, El Ministerio de Educación, Ciencia y tecnología, manifestaba que en el contexto de una red socioeducativa, la radio se plantea como un instrumento de acercamiento a la comunidad. La posibilidad de la difusión radial desde la escuela favorece la articulación entre la institución y las familias, entre los contenidos curriculares y las problemáticas sociales, facilitando la recuperación de la función pedagógica y social de la escuela.

Es por eso que se propone la producción de un programa radio revista para un público juvenil con la participación de estudiantes que generen los contenidos necesarios que despierten el interés de los oyentes en su mismo rango de edad y perfil de gustos y preferencias, bajo un sentido educativo, informativo y de entretenimiento, pilares fundamentales de la producción radiofónica.

DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

Históricamente las radios FM en la ciudad de Guayaquil han sido empresas privadas orientadas a brindar un servicio en la realización de programas para públicos adultos, y el espacio dedicado a los jóvenes ha sido enfocado en la realización de programas musicales, lo que ha causado una insatisfacción por parte de los adolescentes al percatarse de escasos programas con contenido misceláneo, en diferentes formatos y con géneros variados.

Emisoras como Radio Disney y Punto Rojo, según una encuesta de diciembre del 2013 por parte de la empresa de medición de Rating Mercados & Proyectos, se ubican en el tercer y quinto puesto de sintonía respectivamente, son las preferidas por los jóvenes por su contenidos musical.

En una investigación que se hizo de forma aleatoria escuchando las cuatro principales emisoras de Guayaquil, según el Rating de Mercados y Proyectos se determinó que las estaciones radiales FM no cuentan con una participación activa de los adolescentes como parte de la producción de la radio, ubicando al oyente joven como un receptor pasivo de programas.

Entre las causas que se podrían señalar como una escasa participación de adolescentes en la realización de programas sería:

- Las radios no ofrecen espacio a los jóvenes en sus producciones debido al desconocimiento del manejo de producción y conducción de programas.
- Los programas de las emisoras FM que operan en nuestra ciudad desarrollan producción monotemática.
- Existe escasa cantidad de emisoras orientadas a públicos juveniles.

Lo que se pretende investigar son las causas de la baja participación y escucha de jóvenes de colegio de 15 a 17 años en la producción y realización de programas de radio en las emisoras de FM de Guayaquil.

La investigación se la realizará en el colegio Santiago Mayor, de la ciudad de Guayaquil a una población de estudiantes del nivel medio y bachillerato.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El problema al que se refiere ésta investigación es determinar ¿Qué tipo de género radiofónico causa mayor interés, en los adolescente de 15 a 17 años de los colegios privados de Guayaquil?

OBJETIVO GENERAL

Determinar las causas de la baja participación de jóvenes de 15 a 17 años en la producción de programas de radio para emisoras FM de Guayaquil y elaborar la propuesta de un programa revista radial juvenil conducido por adolescentes, que facilite la participación e interacción en los estudiantes del Colegio Santiago Mayor de Guayaquil.

OJETIVOS ESPECÍFICOS

Dirigir y Producir un programa, de género radio revista de 1 hora de duración, conducido por adolescentes y jóvenes de educación media y bachillerato del colegio Santiago Mayor de Guayaquil.

Determinar un perfil de programa radial por y para jóvenes bajo la guía del equipo de producción.

Propiciar un interés en la comunidad colegial sobre los beneficios de hacer un programa de radio conducido por los estudiantes del establecimiento educativo.

JUSTIFICACIÓN

La investigación es pertinente porque permitiría el desarrollo del marco conceptual, para elaborar una propuesta de programa de radio, con la participación de los jóvenes de la Unidad Educativa Santiago Mayor.

Este proyecto trata de abordar aspectos importantes para los estudiantes de colegios de Guayaquil, como el diseño de programas en donde exista una real y activa participación en los contenidos, el tratamiento y abordaje de diferentes temas que permita a los jóvenes participar directamente con la propuesta radial.

Lo que se pretende es que los estudiantes sean la voz de su propia comunidad y que se genere una mayor comunicación, lo que permitirá que más jóvenes asuman el compromiso que les ayude a mejorar su nivel de lenguaje y comunicación; así como desenvolverse de mejor manera en sus vidas.

Es el marco idóneo para propiciar investigaciones más amplias que determinen nuevas propuestas, géneros y formatos en el desarrollo de programas realizado por y para estudiantes de 15 a 17 años de edad, de colegios, en Guayaquil.

La información que se obtenga servirá para sustentar la hipótesis de que una radio con mayor participación de jóvenes colegiales en el campo de la producción y conducción, lograría identificar a más públicos adolescentes a la escucha y la participación en radio.

La investigación sugiere un análisis más profundo sobre el tipo de programación de mayor impacto en el público más joven.

HIPÓTESIS

Un programa de radio revista, conducida por estudiantes colegiales, permitirá una mayor participación e interés en la radio dentro de la comunidad educativa, de los estudiantes de nivel básico superior y bachillerato de la Unidad Educativa Santiago Mayor.

REFERENCIAS CONCEPTUALES

La radio es un medio de difusión masivo con alcance e impacto superior al de la televisión. Debido a sus características llega a todas las clases sociales, establece un contacto más personal debido a sus formas y modos de transmisión y escucha, establece un contacto más personal al radio oyente y su grado de participación en los acontecimientos es mayor.

Como medio de comunicación, la radio nos brinda la oportunidad de desarrollar programas para diferentes públicos y por sus características tiende a ser más inclusiva con los diferentes estratos sociales.

Como medio de difusión, la radio se apropia de sus características en la naturaleza de sus acciones, posee una empatía más íntima con el oyente, en relación a la mayoría de los otros medios.

Uno de los factores más importantes de la radio es su bajo costo de producción en relación a otros medios, lo que facilitaría el desarrollo de propuestas de programación más amplia y para todo tipo de público.

“Antes la radio era manejada por una sola persona quien se encargaba de hacer las cuñas radiales, hacer la programación de música, entrevista de personajes, a pesar de su falta de profesionalismo este tipo de radio se convirtió en el modelo ideal para que las compañías y marcas de ese entonces se hicieran conocer a través de la radio,”. (Arturo, 2007).

Los espacios en las parrillas de programación en las radios guayaquileñas han estado orientados al entretenimiento, a través de la música, los comentarios y activa participación de sus locutores a través de un estilo que marcó tendencia en los últimos 30 años.

Este tipo de programación hizo que los jóvenes sean pasivos receptores de mensajes a través del medio radiofónico y su participación se redujo a la solicitud de melodías preferidas e intervención para saludos y mensajes.

Con el devenir de la Tecnología, los gustos y preferencias de los niños y adolescentes se orientaron hacia el uso agresivo de la tecnología y su impacto provocó que, paulatinamente descienda y exista menos participación de jóvenes en los programas radiales, aunque no disminuya la oferta de programas en esa misma medida.

Los ambientes de colegio y universidad, así como las actividades de esparcimiento durante los fines de semana, confluyen en la radio, pues éstos encajan en ese tipo de intereses, la mayoría de las veces por la naturaleza de los radioescuchas. Una influencia más o menos clara surge de allí. Se lanzan “los mensajes al aire y el radioescucha echa a volar su imaginación”, con base en los procesos de asociación comunes a todos los seres humanos, fruto de la experiencia, de un esquema mental previo. A tal impresión se le califica de sugestión (Vásquez, 2004).

Sin embargo, los modelos de radio y sus contenidos siguen siendo unidireccionales y con una escasa participación en los procesos de producción en los adolescentes y jóvenes en general.

(Herrán, 2002), por su parte, sustentado en la teoría de los efectos, confirma que la elevada exposición radial en niños y niñas contribuye al consumismo y a comportamientos que reproducen la sociedad de mercado, mientras desincentiva la estructuración de una verdadera identidad social.

En el nuevo código de la niñez y adolescencia en Ecuador, aprobado por la Asamblea Nacional de Montecristi en el 2008, en el libro primero, los niños, niñas y adolescentes como sujetos de derecho, Capítulo III, sobre los derechos relacionados al desarrollo se define lo siguiente:

Art. 47.- Garantías de acceso a una información adecuada.- Para garantizar el derecho a la información adecuada, de que trata el artículo anterior, el Estado deberá:

a) Requerir a los medios de comunicación social, la difusión de información y materiales de interés social y cultural para niños, niñas y adolescentes;

- b) Exigirles que proporcionen, en forma gratuita, espacios destinados a programas del Consejo Nacional de Niñez y Adolescencia;
- c) Promover la producción y difusión de literatura infantil y juvenil;
- d) Requerir a los medios de comunicación la producción y difusión de programas acordes con las necesidades lingüísticas de niños, niñas y adolescentes pertenecientes a los diversos grupos étnicos.

La influencia actual de los medios masivos de comunicación en la conducta de los jóvenes, así como el impacto de las nuevas tecnologías de Información y Comunicación, constituye en una alerta sobre la necesidad de investigar nuevos procesos de producción de contenidos de mayor valor y relevancia.

No se tienen datos nacionales sobre estudios desarrollados a estudiantes de acerca de los contenidos de programas juveniles, por tanto se muestra un estudio del Observatorio de Medios de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana, quien encuestó a estudiantes del último grado de educación secundaria de colegios públicos y privados, y a universitarios de Bogotá. De esta manera, se estableció su percepción acerca de los contenidos de los programas juveniles de radio, que no siempre reciben el respaldo de educadores y padres de familia, porque –dicen ellos-- tales emisiones omiten su deber en la formación integral de este segmento de la población. “El resultado del estudio se dirige a demandar de los dueños de medios, directores, publicistas, padres de familia, educadores y anunciantes una participación activa en la construcción de una sociedad que apunte al bien común”. (Velásquez, 2004).

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

La investigación que se desarrolla es de campo, exploratoria, se obtendrá la información a partir de encuestas y grupos focales, se obtendrán fuentes bibliográficas para sustentar la investigación.

Se realiza cuestionarios que permita recopilar información y conocer las necesidades de los adolescentes de colegios, así como sus gustos y preferencias por los contenidos de programas radiofónicos.

Se elaborará una propuesta de programa de radio de género magazine, conducido por estudiantes, de tipo entretenimiento, que permita la identificación de los jóvenes con sus contenidos.

Los mensajes que se emitirán en el programa deben ir acorde a los estudios planteados en la investigación, no de la improvisación, con el propósito de identificar y fortalecer a los adolescentes de colegios con sus necesidades y la de su comunidad.

Método Deductivo

A través de éste método se obtendrá las conclusiones a partir de la muestra establecida en la población, una vez recopilado los datos generales, aceptados como verdaderos, se realiza una interpretación lógica de los resultados y se obtendrá la información que permita fundamentar la parte científica del proyecto.

Técnicas

Las técnicas empleadas en la investigación que permitan obtener la información necesaria y que respalde la propuesta del programa de radio a diseñar son las siguientes:

Encuesta: consiste en obtener información acerca de la población o muestra, la misma se aplica al grupo objetivo, jóvenes colegiales de 15 a 17 años, de ciclos intermedios y bachilleratos. Al ser un instrumento cuantitativo es una de las herramientas mayormente utilizadas en la investigación.

La entrevista: Técnica que se utiliza con la finalidad de recopilar información directa de un entrevistado que permita obtener datos relevantes y significativos que relacionados a sus gustos, preferencias, nivel de escucha, tipos de programas, deseos, formatos, temas; aspectos que permitan el análisis y la interpretación para el desarrollo de la propuesta.

Muestra: la selección de la muestra se realiza en el plantel educativo Santiago Mayor, en diferentes días para obtener datos precisos de lo que se está investigando.

Instrumentos: los instrumentos que se utilizaron para la recolección de la información fueron los datos bibliográficos de libros sobre producción de radio, la radio en su contexto, uso de tecnología, además de observación, selección y análisis que permita medir la variable y comprobar la hipótesis.

Los cuestionarios que se aplican fueron realizados a 141 estudiantes del Colegio Santiago Mayor.

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Universo y delimitación.

Los estudiantes escogidos para realizar la investigación fueron los alumnos de cuarto, quinto y sexto curso de especialización de la Unidad Educativa Santiago Mayor de Guayaquil.

Debido al número de estudiantes se determinó llevar a cabo la encuesta a los 141 estudiantes, 90% del total, que componen los ciclos del nivel medio y bachillerato del colegio, según datos obtenidos de información de secretaría del establecimiento educativo.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

En el capítulo que se expone a continuación se detallan los resultados de las muestras obtenidas de las encuestas realizadas a 141 estudiantes, de primero a tercer año de bachillerato, de la Unidad Educativa Santiago Mayor.

Para llevar a cabo el análisis de los resultados, se procedió a crear una tabla de Excel para mantener el orden y veracidad de las muestras, para luego realizar el posterior procesamiento de información mediante tablas y creación de gráficos.

Se recopilaron datos a los encuestados donde se los segmentó por cursos, edades y sexo, el tamaño de la muestra fue de 141 encuestados de los cuales 74 fueron hombres y 67 mujeres. Entre la población estudiantil encuestada se encontró que el 8% tenían una edad estimada de 14 años, un 28% en el rango de 15 años, seguido por un 27% que corresponden a una edad de 16 años, un 36% que marcan la edad de 17 años, seguido por una minoría del 1% que corresponde a 18 años, como se muestra en la figura 1.1

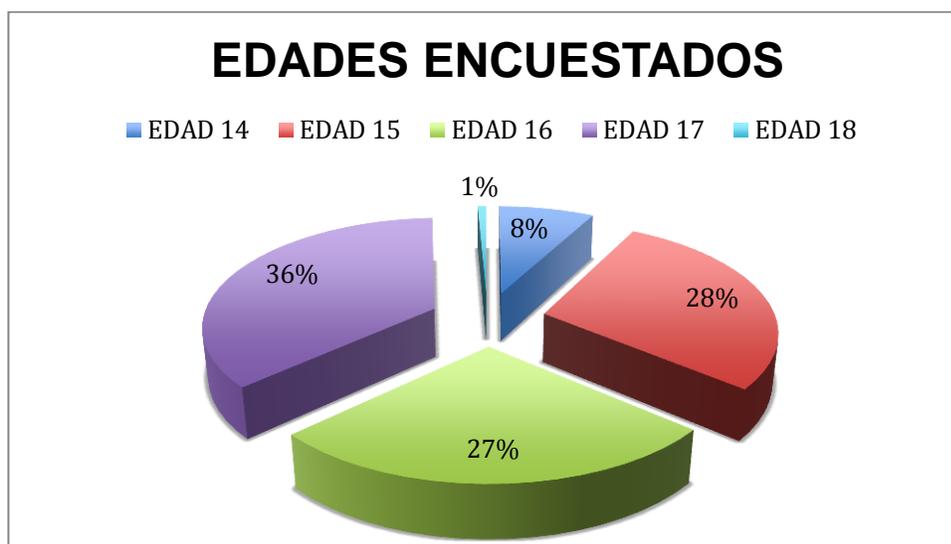


FIGURA 1.1

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

PRIMERA PREGUNTA.-

	1.- ¿Te gusta escuchar radio?		TOTAL
	SI	NO	
CUARTO (A)	18	7	25
CUARTO(B)	17	7	24
Quinto (a)	16	1	17
Quinto(b)	16	1	17
Sexto (A)	12	4	16
Sexto(b)	14	10	24
Sexto ©	15	3	18
	108	33	
	141		

Tabla 1.1

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

En términos de gustos y afinidades, se les preguntó a los encuestados si les gusta escuchar radio, para esta pregunta y posteriores, se decidió recopilar los datos de todos los cursos participantes de la , con dos simples opciones SI y NO, de los cuales el 23% afirmaron en esta pregunta, no tener ningún interés en escuchar radio, siendo el 77% la muestra más alta con un dato positivo, que refleja que los estudiantes de quinto a sexto año de bachillerato de la Unidad Educativa Santiago Mayor les gusta escuchar radio, como se muestra en la figura 1.2.



FIGURA 1.2

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

SEGUNDA PREGUNTA.-

		2.- ¿Tienes una emisora de radio favorita?		
		SI	NO	TOTAL
CUARTO (A)	17	8	25	
CUARTO(B)	12	12	24	
Quinto (a)	11	6	17	
Quinto(b)	14	3	17	
Sexto (A)	9	7	16	
Sexto(b)	10	14	24	
Sexto ©	13	5	18	
		86	55	
		141		

Tabla 1.2

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Con el propósito de identificar los gustos de los encuestados hacia una estación de radio determinada, se decidió preguntar a los estudiantes de la Unidad Educativa Santiago Mayor si tienen alguna emisora favorita, el 39% de la población estudiantil encuestada afirmó no tener una estación de radio favorita, seguido de un 61% que nos comentaron que sí se sienten identificados por una radio en particular, resaltando nombres como Radio Disney, Radio Alfa, Onda Cero entre otras, como se muestra en la figura 1.3.

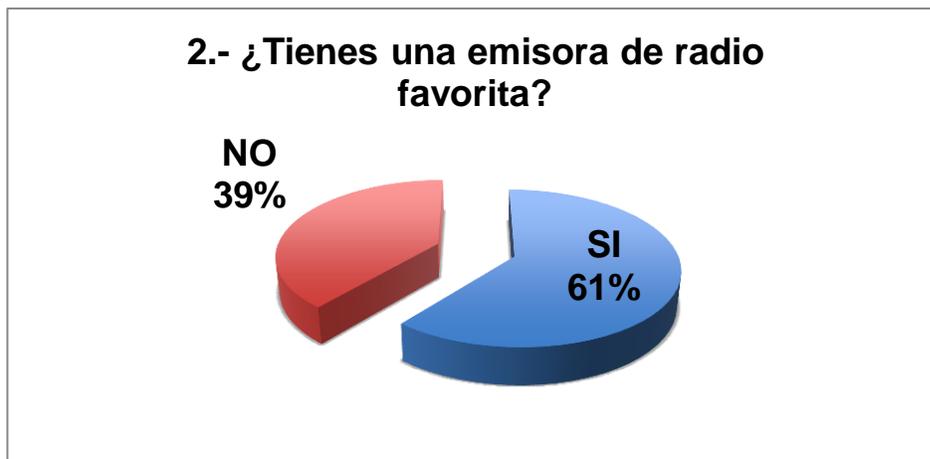


FIGURA 1.3

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

TERCERA PREGUNTA.-

	3.- ¿Tienes un programa de radio favorito?		TOTAL
	SI	NO	
CUARTO (A)	8	17	25
CUARTO(B)	2	22	24
Quinto (a)	2	15	17
Quinto(b)	3	14	17
Sexto (A)	2	14	16
Sexto(b)	2	22	24
Sexto ©	6	12	18
	25	116	
	141		

Tabla 1.3

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Se buscó indagar con la población estudiantil encuestada si tienen algún programa de radio favorito, ya que el 61% de los estudiantes afirmaron tener afinidad a alguna radio en la pregunta anterior, se decidió profundizar más en los gustos de nuestros encuestados, para poder así conocer el estilo y tipo de programa a los que ellos están acostumbrados a escuchar, un sorprendente 82% salió a la luz luego de procesar las encuestas, afirmándonos que no tienen un programa radial favorito, simplemente escuchan las estaciones radiales por la música juvenil, seguido de un 18% que comenta que se sienten familiarizados con la oferta de programas que brinda Radio Disney, Alfa Radio y Onda Cero, tal y como se ve en la figura 1.4.



FIGURA 1.4

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

CUARTA PREGUNTA.-

	4.- ¿Has escuchado programas de radio para jóvenes?		TOTAL
	SI	NO	
CUARTO (A)	9	16	25
CUARTO(B)	11	13	24
Quinto (a)	4	13	17
Quinto(b)	14	3	17
Sexto (A)	6	10	16
Sexto(b)	7	17	24
Sexto ©	8	10	18
	59	82	
	141		

Tabla 1.4

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Para conocer más acerca de los gustos y preferencias de los encuestados, se preguntó si habían escuchado programas de radio para jóvenes y ejecutados por jóvenes, un 42% de los encuestados afirmó haber escuchado programas juveniles, volviendo a destacar en este punto estaciones como Radio Disney, Radio Alfa entro otras, en contraste con lo anterior un 58% de los encuestados comentó no haber escuchado programas de esta índole, como se lo muestra en la figura 1.5.



FIGURA 1.5

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

QUINTA PREGUNTA.-

5.- ¿Sientes que hay suficientes programas para jóvenes en la radio?				
	SI		NO	TOTAL
CUARTO (A)	6		19	25
CUARTO(B)	7		17	24
Quinto (a)	2		15	17
Quinto(b)	3		14	17
Sexto (A)	4		12	16
Sexto(b)	5		19	24
Sexto ©			18	18
	27		114	
	141			

Tabla 1.5

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Se preguntó a los encuestados si sienten que hay suficientes programas de radios con programación para jóvenes, a lo que un 19% comento que sí y un 81% de la población estudiantil comento que no sienten que la oferta que las radio proponen a sus oyentes abarca una programación cien por ciento juvenil, continuación figura 1.6.

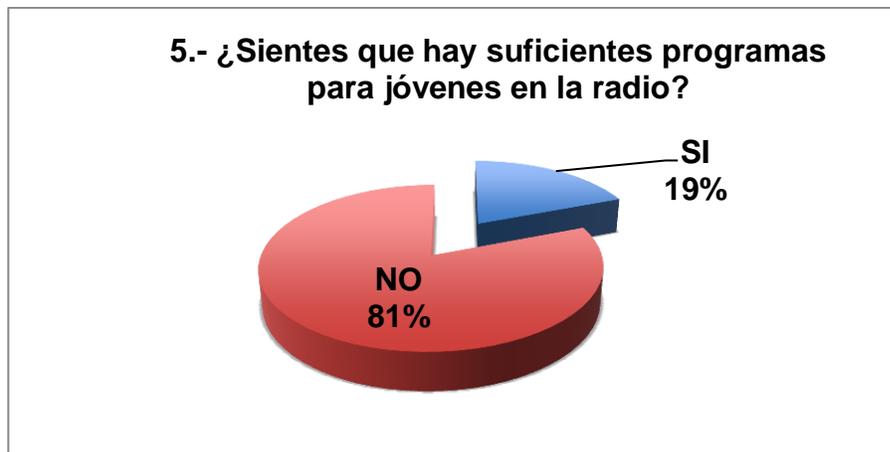


FIGURA 1.6

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

SEXTA PREGUNTA.-

6.- ¿Con que frecuencia quisieras escuchar un programa de radio juvenil?				
	Todos los días		1 "O" 2 veces a la semana	
CUARTO (A)	15		10	25
CUARTO(B)	12		12	24
Quinto (a)	8		9	17
Quinto(b)	11		6	17
Sexto (A)	6		10	16
Sexto(b)	12		12	24
Sexto ©	10		8	18
	74		67	
	141			

Tabla 1.6

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

De igual forma se buscó indagar la frecuencia con la que los encuestados quisieran escuchar un programa juvenil, las respuestas que lanzaron las muestras fueron muy parejas, un 48% de los estudiantes prefieren escuchar programas de radios juveniles de una a dos veces por semana, debido a que tienden a aburrirse o pierden el interés al seguir contenidos radiales en días consecutivos, así mismo un 52% de la muestra nos indicó que prefieren escuchar programas de radios juveniles todos los días, ya sean por la música, los contenidos o el horario, a continuación figura 1.7.

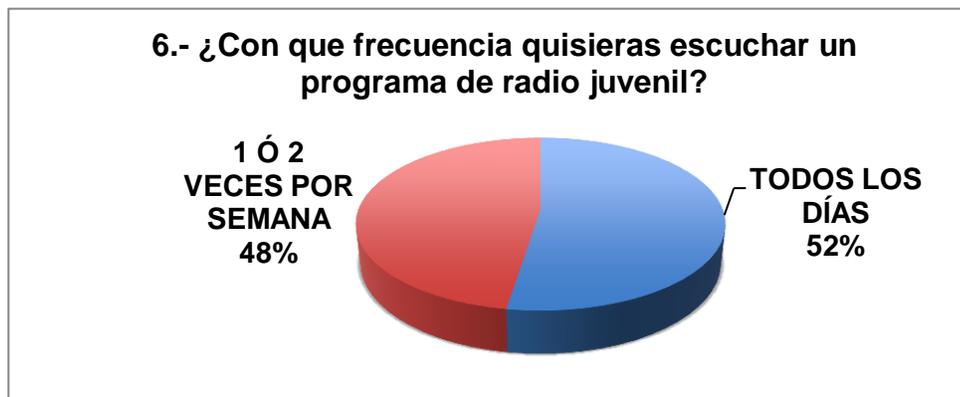


FIGURA 1.7

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

SÉPTIMA PREGUNTA.-

	AM	FM	WEB	AM - FM	FM - WEB	TOTAL
CUARTO (A)		14	4	1	5	24
CUARTO(B)	1	16	3	1	2	23
Quinto (a)		12	1	2	2	17
Quinto(b)	2	13	1		3	19
Sexto (A)	2	14				16
Sexto(b)	1	19	4			24
Sexto ©	2	15	1			18
	8	103	14	4	12	
	141					

Tabla 1.7

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

En el cuestionario se incluyó una lista de tres formas de emisión, por dos medios, Amplitud Modulada (A.M) y Frecuencia Modulada (F.M) además de la plataforma Web, la población encuestada afirmó tener un 9% de afinidad hacia el espectro A.M, así mismo un 14% nos detalla que tiene preferencia hacia las radios Web, destacando así un 77 % de encuestados que prefieren escuchar radio por medio de la frecuencia F.M, como se lo muestra en la figura 1.8.

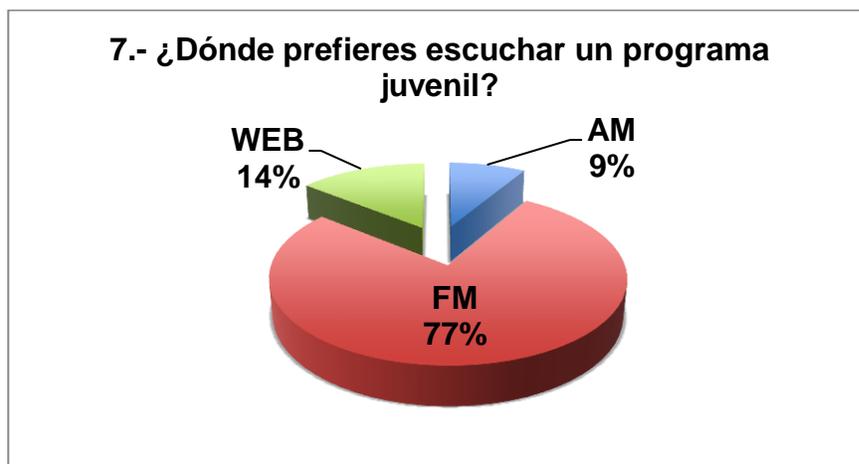


FIGURA 1.8

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

OCTAVA PREGUNTA.-

En cuanto a las preferencias de programas que desean escuchar los adolescentes, el resultado de la encuesta determinó que el 50% de los encuestados gusta por la música juvenil, sin embargo, no es el único género de preferencia ya que el 20% manifestó que le gustaría saber y escuchar sobre noticias relacionadas a los jóvenes, mientras que un 15% dijo sentirse con predisposición a escuchar programas deportivos. El espacio para la tecnología también fue admitido como una posibilidad para saber más de éste campo, puesto que el 10% está interesado en programas tecnológicos. Al preguntar sobre los dramatizados, el 5% de los encuestados prefiere las series radiales, aunque influenciados por la televisión y sus formas de percibir el género.



FIGURA 1.9

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

NOVENA PREGUNTA.-

10.- ¿Te gustaría participar en un programa de radio juvenil en tu colegio?					
	SI		NO		TOTAL
CUARTO (A)	11		14		25
CUARTO (B)	12		12		24
Quinto (a)	8		9		17
Quinto(b)	14		3		17
Sexto (A)	4		12		16
Sexto(b)	11		13		24
Sexto ©	10		8		18
	70		71		
	141				

Tabla 1.8

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Finalmente se concluyó la encuesta preguntando a los estudiantes ¿si les gustaría participar en un programa juvenil desarrollado por su colegio? en este punto de la investigación se recibió dos muestras muy parejas, el 50% de los estudiantes no siente algún interés de desarrollar contenidos radiofónicos conjuntamente con su colegio, ya sea por vergüenza, tiempo, miedo, temor o diferencias ideológicas con las instituciones educativas, de igual manera el otro 50% de los estudiantes se sienten muy entusiasmados de participar en proyectos de esta índole. A continuación figura 1.10.

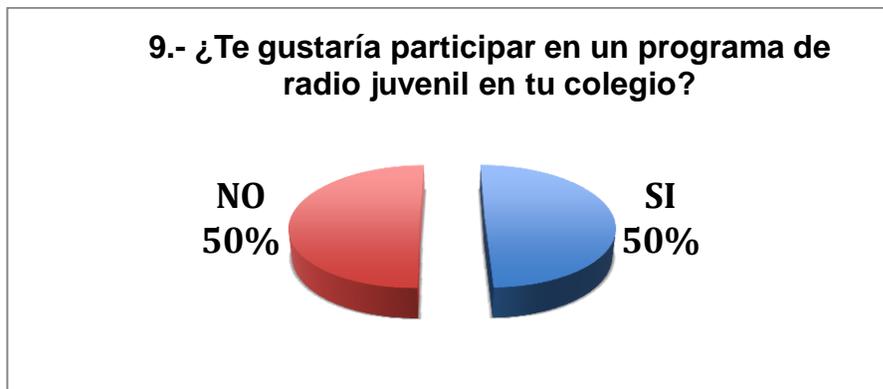


FIGURA 1.10

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez analizadas las muestras, el equipo de producción determinó varias pautas, entre ellas que los adolescentes encuestados disfrutaban de la radio en su mayoría, sin embargo afirman no tener un programa de radio favorito, les basta con escuchar música juvenil, y con esto asocian que determinadas emisoras están dirigidas a ellos.

Las emisoras mencionadas por los jóvenes en las encuestas, no cuentan con una programación donde se involucre a adolescentes en la etapa de pre-producción y ejecución al aire.

A su vez, la investigación pudo identificar un dato interesante, los jóvenes de bachillerato encuestados no muestran claridad a la hora de identificar la diferencia entre una emisora radial y un programa de radio.

De igual forma, se notó un elevado desconocimiento por parte de la población encuestada, de lo que significa una radio de frecuencia AM y FM y sus diferencias.

Además, los resultados de las encuestas determinó que a pesar del desarrollo tecnológico, la implementación de dispositivos electrónicos, en las preferencias del soporte de emisión, los adolescente aún prefieren sintonizar las emisoras FM antes que usar la radio online.

Se detectó un fuerte interés en los jóvenes, de participar en la producción de un programa radial, sus motivos variaron entre que este sea un espacio donde ellos puedan exponer sus talentos, opiniones o simplemente los mueve la curiosidad de aprender cómo funciona el mundo radiofónico. A su vez, la otra mitad de los encuestados, se mostraron reacios ante la oportunidad de exposición que representa hablar en radio, por la inseguridad, miedo o vergüenza que sienten al presentarse ante una audiencia, además, se notó el

completo desinterés de parte de los encuestados, en representar a su unidad educativa, ya sea por motivos ideológicos o simpatía.

Durante la realización de esta investigación de campo, se pudo identificar el gran interés de un determinado grupo de estudiantes. La producción tomó contacto con ellos para hacer la preselección del casting de voces, los cuales se convertirían posteriormente en las voces protagonistas del proyecto radiofónico.

La falta de espacios juveniles en la parrilla de programación de las estaciones de radio FM de Guayaquil, la inclusión en exclusiva de la música como único género existente en las radios juveniles, el temor de los jóvenes a expresarse a través del medio, el escaso trabajo práctico de materias como lenguaje y comunicación, conllevan a una baja participación de los estudiantes de colegios en las etapas de producción y conducción de programas radiofónicos.

Esta investigación recomienda un estudio más amplio que permita saber a profundidad las necesidades y preferencias de los jóvenes colegiales en el país.

Desarrollar programas de radio bajo la supervisión de profesores o crear medios de comunicación online en el colegio sería una herramienta fundamental de aprendizaje complementario en la educación de los jóvenes, que les permita familiarizarse más con el medio, identificarse con los procesos de producción, subir el nivel de comprensión en el dominio del lenguaje y aumentar las capacidades de comunicación e interacción en la comunidad.

La investigación determinó la propuesta de un programa de radio juvenil con información variada, donde la música tenga mayor preponderancia y la participación de los jóvenes esté marcada por sus gustos y preferencias a través de voces y nombres que los identifique.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

GÉNERO.-

Se eligió el género de radio revista juvenil, basado en las investigaciones hechas al público meta, donde se determinó que, según los intereses y estilo de vida del target elegido, este género por su naturaleza de contenedor, le permitía a la producción abarcar los temas de mayor interés y de mejor manera.

Esta radio revista juvenil está dividida en 5 segmentos. En el primer bloque se encuentra el segmento musical, la razón es que en los resultados que nos arrojaron las 141 encuestas que se realizaron a los estudiantes que cursaban diferentes niveles de bachillerato, se determinó que la música es el género de mayor preferencia entre los formatos consultados.

El segundo bloque está dedicado por completo al deporte, tema que fue el de mayor preferencia en las encuestas, tanto para el sexo masculino como para el femenino. Este bloque cuenta con formatos como el reportaje, trivia deportiva y la nota leída.

Los temas que se abordarán en el tercer bloque son los relacionados a las noticias tecnológicas enfocados a jóvenes, y además hay un segmento donde se interactúa con el público meta a través de redes sociales.

La entrevista y reportajes son dos de los formatos de mayor aceptación entre los jóvenes, es por esto que se desarrollará en el cuarto bloque una entrevista a artistas o personajes invitados al programa, para llevar a cabo éste diálogo que permita tener información en primer plano de las personas que por su arte y capacidades destacan en alguna actividad.

Este espacio busca fomentar al músico joven, exponer sus obras y conocer mejor sus fuentes de inspiración, dentro del bloque se desarrolla la entrevista de parte de los locutores con el invitado.

TIPO DE GÉNERO

El género escogido es la radio revista, debido a sus características para comunicar sobre diferentes temas.

“La radio revista es un tipo de programa de radio muy ágil y dinámico. Es como una "poción mágica" que mezcla: información de primera mano, curiosidades, música, entrevistas, cuentos, dramatizaciones, concursos, cartas, poesía, mesas redondas... Ojalá que esté producida por niños y niñas para niños y niñas, con el acompañamiento o la facilitación de personas adultas”. (atodavoz.org).

El proyecto no solo busca brindar contenido educativo a los estudiantes, una vez que terminaron su jornada colegial, sino acompañarlos en este tiempo de relajación a través de información variada y contenidos entretenidos, junto a comentarios propios de los adolescentes, además de entrevistas y reportajes, pero siempre atrás de una meta clara: acompañar y entretener a la audiencia adolescente.

NOMBRE DEL PROGRAMA

Para escoger el nombre más adecuado, en la investigación se desarrolló un grupo focal para escoger el nombre que identifique tanto a la producción como al público al que se dirige el programa.

Se propuso varios nombres que salían de la creatividad de los responsables de producción en donde los productores determinaron por gustos y preferencias para elegir tanto el nombre del programa como de cada uno de los segmentos que está compuesto.

Luego de una lluvia de ideas, se consensuó el nombre que identificaría a la radio revista, llamándose “Sin Reglas”, el cual fue aprobado por la producción, una vez que mantenía una intención del producto radiofónico con las características del público al que va dirigido el programa.

Sin Reglas es una actitud muy juvenil, así que cualquier joven que escuche el nombre se sentirá interesado en escuchar de qué se trata y que tiene el equipo para ofrecerle, además de ser fácil de recordar.

Muchos de los nombres elegidos para los segmentos de cada bloque están en idioma inglés, ya que nuestro target alcanza el nivel bilingüe antes de los 14 años, y el nombre del programa iba a ir en la misma línea, pero tras un debate del idioma, se eligió entre los jóvenes protagonistas y el equipo de producción, que el español sea el idioma en el que este el título que originalmente fue “Without Rules” se traduzca a Sin Reglas.

OBJETIVO GENERAL

El objetivo general es crear una propuesta de programa de radio juvenil que permita identificar a los adolescentes con los contenidos de su preferencia. Se trata de producir una radio revista hecha por adolescentes para adolescentes.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Capacitar al grupo de jóvenes interesados en el proyecto, desarrollando sus habilidades a la hora de expresar ideas, estilos de locución, investigación de temas y capacidad de improvisación para procurar la participación integrada a la hora de emitir comentarios.
- Introducir a los adolescentes elegidos al mundo de la radio, conocer el espacio físico, los recursos tecnológicos, técnicos y humanos. Aprender a leer guiones y a tomar direcciones a través del lenguaje no verbal.
- Ofrecer la seguridad al adolescente de que su opinión es válida, y es importante que se exprese con libertad.
- Motivar a una mejor capacidad de comunicación y diálogo, a través de la radio para con sus semejantes.

JUSTIFICACIÓN

Dentro de nuestro diagnóstico definimos que hay un segmento social que no cuenta con representación de su propia edad en las principales radio de FM en Guayaquil, los datos recopilados a través de las encuestas desarrolladas nos muestran que muchos de los adolescentes de bachillerato en colegios privados no identifican un programa juvenil en la parrilla de programación de las radios más escuchadas en la ciudad, se inclinan por pensar que la emisora que programe música concerniente a sus gustos ya vuelve al programa juvenil, y siendo así el caso, aún los adolescentes no aceptaron que haya un programa que sea realmente para ellos.

PÚBLICO OBJETIVO-PARTICIPATIVO (META)

La identificación del público objetivo al que va dirigido el programa se lo realizó a través de la investigación y se lo determina de la siguiente manera:

Reconocimiento geográfico:

Pertenecientes al sector urbano

Habitantes de la parroquia Tarqui y sector vía a la costa.

Ciudadanos de Guayaquil.

Reconocimiento demográfico:

Hombres y mujeres.

14 a 17 años de edad.

Pertenecientes a la clase media - media alta.

Nivel de educación secundario, cursando el bachillerato.

Educación privada.

Bilingüe.

Educación mixta.

Acceso a internet.

Reconocimiento Psicográfico:

Adolescentes con intereses en la música, el deporte, las redes sociales y la tecnología.

Jóvenes con necesidad de expresarse más allá de las redes sociales.

Adolescentes que disfruten a los artistas musicales de Guayaquil.

Reconocimiento conductual:

Manejo de Smartphone.

Presencia en redes sociales.

PÚBLICO PASIVO - BIENVENIDO:

Según (C.A. Rivera, 2004), “el público bienvenido es la población que podría estar interesada en escuchar el programa, pero el mismo no se dirige al espacio radiofónico”.

Bajo ésta definición, se identifica al público bienvenido bajo las siguientes características:

Reconocimiento geográfico:

Pertenecientes al sector urbano

Habitantes de la parroquia Rocafuerte y el resto de las parroquias de Guayaquil.

Jóvenes ciudadanos de Guayaquil que se identifiquen con la radio.

Reconocimiento demográfico:

Hombres y mujeres.

12 años a 14 años de edad.

Pertenecientes a la clase media típica.

Nivel de educación secundario terminando los ciclos de básica.

Educación privada y pública.

Educación mixta.

Acceso a internet.

Reconocimiento Psicográfico:

Adolescentes en edad temprana con intereses en la música, el deporte, las redes sociales y la tecnología.

Jóvenes que disfruten de la radio escucha como compañía de sus actividades.

Reconocimiento conductual:

Manejo de teléfono móvil con internet.

Presencia en las redes sociales.

HORARIO

La producción de la radio revista juvenil “Sin Reglas”, determinó, tras preguntarle a su público meta, que el horario ideal de transmisión al aire del programa es de 15h00 a 16h00, el cual busca coincidir con la hora de salida de clases, el traslado hacia los domicilios y la disponibilidad de tiempo para la recreación y el desarrollo de tareas escolares.

FRECUENCIA

En la investigación se determina que el diseño de un programa de radio revista juvenil para ser implementada en emisoras de FM de Guayaquil, debido a las características del medio y su audiencia, la transmisión del programa en una sea diaria, ya que los jóvenes posicionan mejor una información en sus hábitos

cuando estos se presenta de manera diaria, y lo que busca el proyecto es ser un espacio entretenimiento y opinión, que le ofrezca de compañía a la audiencia.

EMISORA

Definitivamente las encuestas arrojaron un desconocimiento de los jóvenes hacia las emisoras AM, por lo tanto la correcta frecuencia de la señal para jóvenes es la FM, siendo ésta una emisora con “una modulación angular que transmite información a través de una onda portadora variando su frecuencia, en contraste con las ondas de AM en las que lo que varía es la amplitud y la frecuencia se mantiene constante” (F. Velazquez y H. Ferrari, 2012).

RESUMEN

“Sin Reglas” es un programa que busca dar apertura a jóvenes con talento, para la comunicación, además como elemento diferenciador, se busca involucrarlos desde la etapa de preproducción hasta su emisión al aire.

El estilo de locución se diferenciará por su tono juvenil y casual, sin estar atado a textos fijos, la producción ofrecerá pautas y directrices para que de esta manera los locutores puedan desarrollar sus contenidos y comentarios de manera libre, respetando la línea editorial de la producción.

El ambiente que envuelve al programa es entretenido y juvenil, predominando la música y las opiniones de los locutores al igual que los oyentes.

Respecto al uso de los recursos tecnológicos, la producción decidió utilizar como herramienta tecnológica de vinculación, las redes sociales, para integrar las opiniones de los oyentes y así mantener la retroalimentación constante con la audiencia.

La duración del programa se definió a partir del tiempo aproximado que dura el recorrido de traslado entre el colegio y su domicilio, además de ser el tiempo necesario para la exposición y desarrollo de temas e ideas de los locutores.

El tiempo de pauta será de dos minutos entre bloque y bloque.

Una de las metas a alcanzar, a través del tratamiento intermitente de un valor moral durante todo el programa, es generar inconscientemente una reflexión sobre el valor del día en el oyente, y así poder influenciar positivamente en la audiencia.

DESCRIPCIÓN DE SEGMENTOS

La radio revista juvenil “Sin Reglas” está dividida en 4 bloques, cada bloque tiene incidencia directa con los presentadores. La duración total del programa es de 52 minutos.

1. En el primer bloque se encuentra el segmento musical denominado “Feeling the beat”, es el enganche del programa tomando en consideración que la música es el formato de mayor impacto en los jóvenes. En este segmento musical caben formatos como el reportaje, nota leída de la noticia relevante en la industria musical, opiniones de los conductores, juegos con la voz en off y se emiten en directo las canciones favoritas de la audiencia. Este bloque inicial tiene 14 minutos de duración.
2. El segundo bloque está dedicado por completo al deporte, denominado “Balón dividido”, con enfoques de deportes de toda índole para ambos sexos. El segmento cuenta con formatos como el reportaje “deportes en mi ciudad”, trivía deportiva con la voz en off y la nota investigada por parte del locutor principal, a partir de este bloque ya empieza la participación de la audiencia a través de comentarios en redes sociales además de las canciones en directo que transcurren en cada bloque del programa. La duración del bloque es de 12 minutos.
3. El tercer bloque denominado “All About The World” está dedicado a la tecnología en formato informativo juvenil, el cual se desarrolla con notas leídas por parte de cada locutor, quienes narran noticias del ámbito tecnológico y luego comentan de cada noticia, además opinan sobre la noticia investigada por la locutora principal del bloque, y hay un segmento donde se interactúa con el público meta a través de redes

sociales, con quienes se hacen retos, concursos, participaciones a través de fotos, comentarios y “likes”. Este bloque dura 12 minutos.

4. El cuarto y último bloque es el segmento llamado “Matching Bands”, se desarrolla en formato entrevista y se realiza la misma en vivo, este espacio busca fomentar al músico joven, exponer sus obras y conocer mejor sus fuentes de inspiración. Dentro del segmento se contestan llamadas de la audiencia, y se concluye el tema general de la emisión. Este bloque tiene una duración de 14 minutos.

ORGANIGRAMA

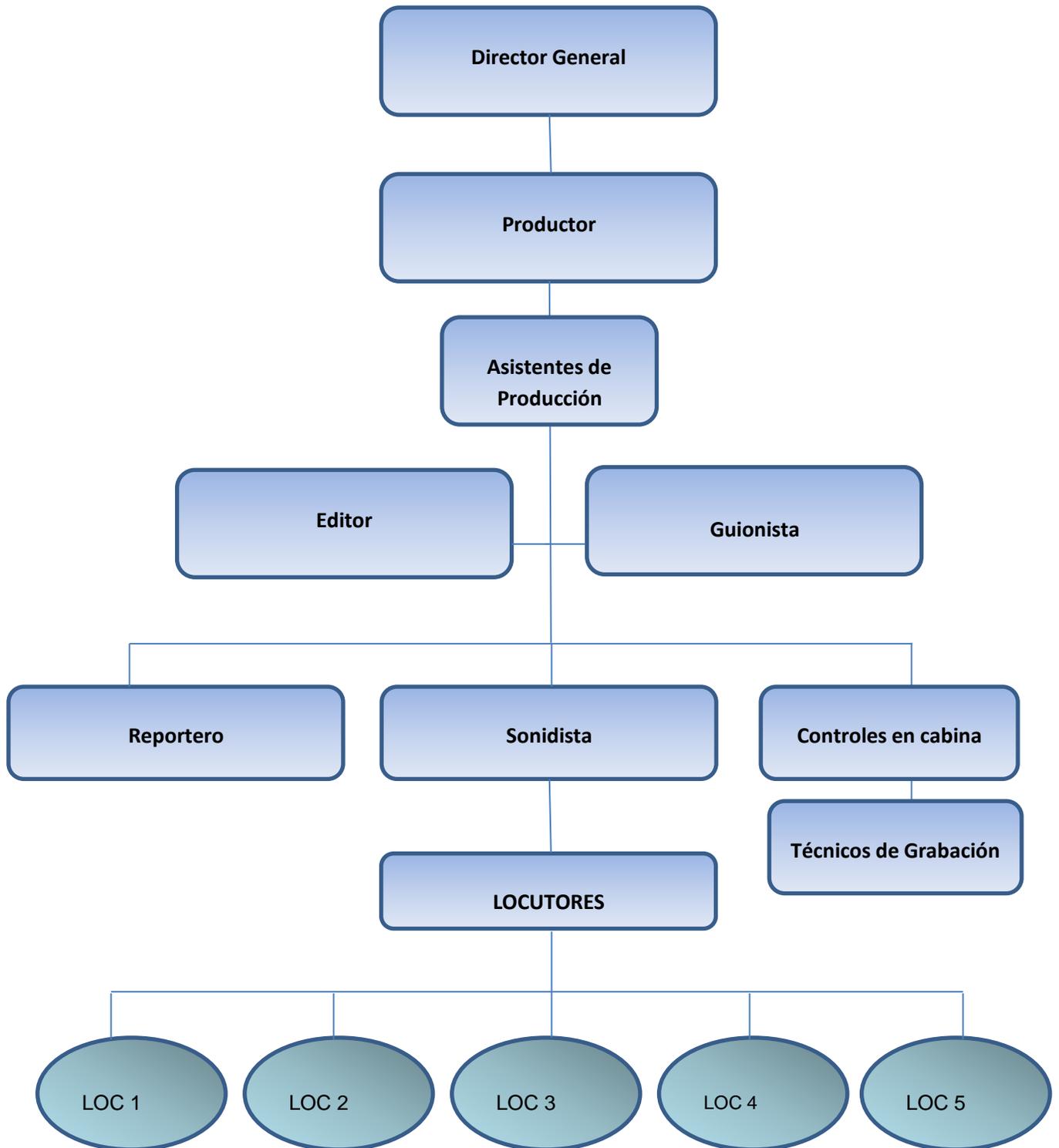


FIGURA 1.11

Fuente: Propia

3.2 CRONOGRAMA

Para la realización del proyecto radiofónico propuesto, se define un cronograma de actividades que se detalla a continuación, basados en el método Diagrama de Gantt, que permita identificar con claridad cada una de las etapas en el proceso de producción del proyecto radiofónico:

ACTIVIDADES	MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO			
PLANIFICACIÓN	■	■														
INVESTIGACIÓN		■	■	■	■											
PRE PRODUCCIÓN					■	■	■	■								
CASTING DE VOCES									■	■	■					
ENSAYO									■	■						
PRODUCCIÓN										■	■	■	■			
POST PRODUCCIÓN													■	■		
PRODUCTO FINAL																■

TABLA 1.9

Fuente: propia

El Proyecto de investigación se lo planifica en 4 meses y está dividido en actividades específicas de la siguiente forma:

MAYO:

Se determinó la planificación a llevar a cabo para el proyecto de investigación, planteamiento del tema, enfoque, proyecto radiofónico y elaboración de esquemas a desarrollar.

La investigación ocupa un lugar preponderante en ésta primera etapa que llevará a la realización del proyecto fina, la consulta de datos bibliográficos,

Se dispuso a la investigación y recolección de material bibliográfico en diferentes plataformas académicas para el posterior análisis.

JUNIO

La etapa de investigación está en su estado de madurez, se recopilan datos y se acerca a la búsqueda de resultados, se elabora un esquema de proyecto para la realización del programa de radio en base a las fuentes obtenidas de información.

Se revisa el material bibliográfico y se prepara la etapa de pre producción, se define el tipo de proyecto y se empieza con el trabajo de búsqueda de perfil de proyecto radiofónico. Se analizan variables y se desarrolla el casting de voces.

JULIO

El Trabajo de campo se completa, se define el perfil del programa, se selecciona las voces integrantes del proyecto y se realizan ensayos con todo el equipo de producción.

Se alista el trabajo de producción y se lleva a cabo toda la etapa de ensayo, las directrices han sido seleccionadas, los temas son revisados y la elaboración de colillas, spot, pautas, presentación, despedida, y todas las pautas del programa.

Se analizan los contenidos identificados en la investigación y se evalúan el enfoque del programa hacia el público objetivo.

AGOSTO

Se desarrolla el cronograma de grabación y trabajo de producción, se realiza la grabación del programa con todo el equipo y se edita los contenidos.

Grabación del ensayo general, guion y pautas de interacción definidas, pregrabados como colillas, reportajes y canciones son emitidas a la hora de grabar como en la grabación real con la participación de una banda en vivo.

Últimos ajustes al guión según las necesidades, oportunidades y debilidades que se mostraron en los talleres de preparación y ensayo general.

Realización de la grabación del piloto que presentaremos como presentación artística en nuestro proyecto de titulación.

Edición del programa, corrección y masterización del audio final. Presentación y entrega del proyecto.

PRESUPUESTO

El presupuesto para la elaboración de un proyecto de radio se divide en dos partes: presupuesto de producción y presupuesto de pauta.

PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

Equipo de producción	Actividades específicas	Tiempo de ejecución	Valor
Director General	Dirige, planifica y coordina	Todo el tiempo	\$1000
Productor	Crea, Produce y busca financiamiento	Todo el tiempo que dure el proyecto	\$800
Sonidista	Prepara los recursos sonoros necesarios en la producción	Horas planificadas según exigencia del proyecto	\$400
Control en cabina	Controla el trabajo técnico que demanda la producción.	Por contrato en actividades específicas	\$400
Locutores	Llevan a cabo la locución del programa	En cada programa al aire	\$400 cada uno
Reportero	Realizan los reportajes y notas pregrabadas.	Todo el tiempo que dure la programación	\$400
Asistentes	Trabajan en contacto permanente con el productor para solventar acciones a	Todo el tiempo que dure la programación, de planta	\$400

	desarrollar.		
Técnicos de Grabación	Planifican los estados de grabación del programa, su calidad de sonido	Por contrato en la realización	\$300
			\$6.100,00

FUENTE: PROPIA, análisis de Planificación de un Proyecto de Radio en diferentes medios, costos referenciales.

TABLA # 1.10

El presupuesto que se detalla comprende todo el personal humano y equipo técnico que se utilizó para la realización del proyecto, sin embargo los costos detallados son referenciales de investigaciones que se realizó a medios de comunicación radiofónicos en FM.

PRESUPUESTO DE PAUTA

“La puesta al aire de un programa de radio requiere del financiamiento de un espacio para su emisión, el presupuesto de pauta contempla el precio del espacio de transmisión, que se indica de acuerdo con la periodicidad del programa diario, semanal, mensual o anual”. (C. Araya, 2006).

El monto del espacio varía de la hora de transmisión, el nivel de la radio, tiempo de duración y periodicidad.

Para el caso de ésta investigación se utilizaron todos los profesionales descritos entre especialistas u operadores, quienes proporcionaron sus servicios de manera gratuita, de la misma manera con los espacios físicos y recursos tecnológicos utilizados, los cuales fueron prestados a través de un convenio con la Radio UCSG, a los egresados que conforman la producción, para su uso de tipo laboratorio.

Así mismo fue prestada la instalación del mini estudio, perteneciente a la facultad de Artes y Humanidades, la cual tienen acceso a través de préstamo de sus locaciones. En este salón se llevaron a cabo los talleres de introducción a la radio.

El taller de dicción, pronunciación y locución para la preparación de los locutores, se llevó a cabo en la cabina de sonido, del canal de televisión de la Universidad Católica, gracias a la apertura del director general del canal y a la especialista que brindó sus conocimientos de preparación de locutores.

Los recursos técnicos utilizados fuera de los espacios anteriormente mencionados fueron proporcionados por el equipo de producción.

La mayor parte del efectivo gastado fue en viáticos; en la etapa de investigación de campo, los talleres de introducción a la radio, y la grabación del ensayo general y el proyecto piloto.

DEFINICIÓN DE RECURSOS TÉCNICOS

En la preparación del proyecto de radio revista juvenil, se utilizaron los espacios físicos que cumplían con todas las necesidades especiales que exige la grabación de un programa de audio, buscando siempre el entorno más cercano a un programa de radio por parte de los jóvenes colegiales locutores.

Se detalla a continuación los recursos técnicos que se utilizaron:

MINI ESTUDIO, FAH – UCSG

En primeras instancias se llevó a cabo dos reuniones en espacio del mini estudio de la facultad de artes y humanidades, en el cual se solicitaron los equipos aquí mencionados:

- 4 Micrófonos.
- 4 pedestales para micrófonos.
- 4 cables conectores de audio entre micrófono y consola.
- Computadora conectada con la consola de audio.
- Consola de audio.
- Computadora con conexión a internet.

- Parlantes de retorno.
- Audífonos para el control de audio.
- Mesa para 5 personas.
- Cabina de controles
- Programa Adobe Audition.

Todos los equipos fueron determinantes para iniciar con los talleres introductorios a la radio. Donde los estudiantes seleccionados aprendieron a reconocer los recursos y sus usos, además de otras lecciones dadas en este espacio físico.

CABINA DE SONIDO, UCSG TELEVISIÓN

Sobre la preparación para mejorar dicción y encontrar un estilo de locución adecuado a las características del programa, se desarrolló un taller en la cabina de audio de UCSG RTV, la misma que presta las condiciones acústicas necesarias para su realización, ésta inducción estuvo a cargo de una profesional en locución.

Se trabajó en las diferentes técnicas vocales para lograr una mejor y más clara comunicación en radio.

Los equipos utilizados en la realización de ésta inducción fueron:

- Micrófono profesional “RE27N/D” de la marca Electronic-voice inc.
- Cabina con preparación acústica de locución.
- Consola profesional “M63214” de la marca AudioArts Ingineer.
- Audífonos para el control de audio.
- Computadora conectada a consola.
- Programa Adobe Audition.
- Cabina de controles.
- Parlantes con amplificación incorporado.

CABINA DE RADIO “B”, UCSG RADIO

Luego de la preparación en los talleres de reconocimiento de espacios, desarrollo de herramientas comunicacionales y conocimiento de equipos técnicos, se realizó varios ensayos generales a fin de corregir errores y pulir detalles de locución.

La cabina de radio de UCSG RADIO, fue el escenario inicial para ambientar a los locutores en el mundo radiofónico y de locución. Previamente se grabaron también los textos que usaríamos para las colillas de nuestro piloto. En esta cabina utilizamos estos equipos:

- Computadora conectada a consola de audio.
- Computadora con conexión a internet.
- Consola de audio “BEHRINGER X2442” .
- 4 Micrófonos profesionales “SM7B” de marca Shure.
- Paredes con forro acústico.
- Parlantes de retorno.
- 4 Audífonos de control.
- 4 pedestal para micrófono profesional.

CABINA DE RADIO “A”, UCSG RADIO

Tras un largo proceso de prueba y ensayo, los locutores muestran un dominio de la parte vocal, locución, dicción, aplomo y reconocimiento de instrumentos a utilizar en la grabación, los espacios de cabina de locución y controles y la comunicación gestual esencial en la realización del programa de radio.

Los recursos tecnológicos utilizados para la realización del programa radio-revista juvenil son los siguientes:

Cabina de locución:

- 4 micrófonos profesionales “RE27N/D” de la marca Electronic-voice inc.
- 4 pedestales para micrófonos profesionales.

- 2 parlantes de retorno en las esquinas frontales.
- 4 audífonos para el control del audio.
- Intercomunicador entre cabina de locución y producción.
- Computadora con conexión a internet.
- Paredes forradas con espuma acústica.
- Vidrios paralelos sin aire.

Cabina de controles:

- Computadora conectada a consola.
- Programa “ZaraRadio” utilizado para emitir los pre-grabados.
- Programa “Adobe Audition” utilizado para grabar el audio en cabina de locución.
- Intercomunicador con cabina de controles y cabina de locución.
- Teléfono con retorno en cabina de locución
- Computadora conectada con la computadora en cabina de locución.
- Programa “Dinesat Radio” con sus efectos en “Instad Play” para la emisión de efectos de sonido.

DEFINICIÓN DE RECURSOS OPERATIVOS Y/O HUMANOS

Para la elaboración del proyecto radiofónico se contó con la presencia de especialistas y técnicos operativos, así también como los adolescentes que son las voces protagonistas del programa.

Como recursos humanos principales, se encuentra a los cuatro estudiantes de educación secundaria, que cursan actualmente el bachillerato, de primer nivel y último nivel, todos con la inclinación hacia las ciencias sociales, de los colegios privados de Guayaquil Unidad Educativa “Santiago Mayor” y Unidad Educativa “San José La Salle”.

Además de que se cuenta con una voz en off, que aparece de manera intermitente durante la grabación del programa, interpretada por un egresado de ingeniería en artes audiovisuales.

En todo momento existió la figura del control técnico, quien manejó los controles de cabina, los niveles de audio, las emisiones de los pregrabados, monitoreo la calidad del sonido y por supuesto la correcta captura del audio en toda la emisión.

En la etapa del taller de preparación, contamos con la especialista, quien fue la profesional que instruyó a los jóvenes locutores con herramientas que le permitirían una mejor dicción y un estilo más definido en locución.

Todo ensayo y grabación estuvo dirigido por quien realizó la producción del proyecto, la egresada de la carrera de ingeniería en artes audiovisuales, quien se encargó de controlar los tiempos, dirigir el guion y el manejo de los contenidos.

Y de manera puntual, se contó para el momento de la grabación del piloto, con los artistas invitados, una banda de jóvenes estudiantes, pertenecientes a la carrera de música de la universidad católica Santiago de Guayaquil.

GUIÓN TÉCNICO

El guión radiofónico es el instrumento que sirve para planificar todo tipo de programa, se prevé el material sonoro a emitirse, se detallan los procedimientos a desarrollar en el programa y se coordina con todos los encargados de la realización del programa para minimizar errores.

Para la elaboración del proyecto radiofónico se seleccionó el guión Técnico, debido a que “este tipo de guiones imperan las indicaciones técnicas, mientras que el texto verbal sólo aparece a medias y, en algunos casos, ni siquiera eso. De hecho, lo que van a decir los locutores se expresa en forma de ítems, como si se tratase de una simple pauta. Este tipo de guión es el más usado en la radio actual, sobre todo en programas informativos y radio revistas”. (recursos.cnice.mec.es/, 2008)

<p style="text-align: center;">BOQUE 1 “FEELING THE BEAT” - Loc1 ALEJANDRO PINOS -</p>		
CONTROL	LOC	TIEMPO
<u>Colilla de entrada</u>	--	30 seg
Loc1 Colchón <i>Timber - Pitbull ft. Ke\$ha</i>	Bienvenida al programa “Esta es una propuesta donde nosotros los jóvenes participamos, desde el proceso de preproducción hasta salir al aire ¡SIN TEXTOS, SIN REGLAS!	30seg
Loc1 & Co. (Colchón <i>Timber - Pitbull ft. Ke\$ha</i>)	Saludo de todos Presentación del tema (La Amistad) 1 Noticia investigada (Alejandro) Manda canción	4min
<i>Directo canción</i>	<i>Capital Cities - Safe and Sound</i>	2minutos
Loc1 Colchón <i>(Empire Of The Sun - Walking On A Dream)</i>	Saludo regreso Comentarios varios (Lo que hicieron el fin de semana BREVE)	3:00 min
Directo Reportaje	(noticia música)	1min
Loc1 Colchón	comentarios reportaje	5min

(New Radicals - You Get What You Give	VOZ EN OFF Verdad o reto (Penitencias en redes) Despiden & avance. Mandan a canción	
Loc1 Colchón (New Radicals - You Get What You Give)		
Directo canción	Ke\$ha - Die Young	1 min
<u>Colilla salida</u>		30 seg
Tips	Elvis Presley	25 seg
	<<CORTE>>	
BOQUE 2 “BALÓN DIVIDIDO” - Loc1 Ricardo Naranjo -		
CONTROL	LOC	TIEMPO
<u>Colilla de entrada</u>	--	30 seg
Loc1 (Colchón (Cant Hold Us - Macklemore and Ryan Lewis)	Regreso al programa <u>“Programa por y para jóvenes, porque nosotros somos los que vivimos sin reglas!”</u> (saludo de todos) (FRASE DE LA AMISTAD) introducción del bloque dedicado al deporte	1min
Loc1 (Colchón	Una Noticia investigada (Ricardo) Comentarios varios	4min

(Cant Hold Us - Macklemore and Ryan Lewis)		
Directo reportaje	Reportaje – Deportes en la ciudad (<i>ciclismo</i>)	1min
Loc1 Colchón (Daddy Yankee - Limbo)	Comentarios reportaje Conversación y opiniones VOZ EN OFF Trivia Deportiva Manda a canción	4minutos
Directo cancion	Fabrikante - El refrigerador (cantautor gye)	2 min
Loc1 Colchón (Shakira - La La La (Brazil 2014)	Despiden bloque & expectativa del siguiente bloque.	30seg
<u>Colilla de salida</u>	- -	30seg
	<<CORTE>>	



BOQUE 3 “ALL ABOUT THE WORLD” - Loc1 Fiorella Castro-		
CONTROL	LOC	TIEMPO
<u>Colilla de entrada</u>	--	30 seg
Directo canción	<i>Ariana grande – Problem ft. iggy</i>	1min
Loc1 <i>ariana grande – problem ft. iggy</i>	Bienvenida al bloque “Bienvenida al nuestra revista juvenil” (FRASE DE LA AMISTAD)	1min
Loc1 &Co. <i>Colchón</i> (Informativo) <u>Colilla de transición entre noticias</u>	Introducción al Informativo tecnológico (Lectura de TEXTO ANEXO)	2:30
Loc1 <i>Colchón</i> (<i>Olly Murs feat. Flo Rida – Troublemaker</i>)	Comentarios de las noticias leídas Manda canción	3 min
Directo canción	Maroon 5 - maps	2min
Loc1 <i>Colchón</i> (Trumpets)	Noticia investigada (fiorella) Comentarios	1 min

Loc1 <i>Colchón</i> (Trumpets)	Dan lectura a comentarios de redes sociales <<FALSEAR>> VOZ EN OFF Corte y expectativa de la banda invitada	4:00 min
<u>colilla</u>		30 seg
<u>tips</u>	<i>Bacterias en celulares</i>	25 seg
	<<fin bloque 3>>	

BOQUE 4 “MATCHING BANDS” - Loc1 Juan Xavier -		
CONTROL	LOC	TIEMPO
<u>Colilla de entrada</u>	--	30 seg
Loc1 <i>Colchón</i> <i>Cadáver</i> <i>Exquisito -</i> <i>Centrifugaba)</i>	Bienvenida al bloque <i>“Entre los jóvenes abunda el arte y el talento, aquí los exponemos SIN REGLAS”</i>	1 min

Loc1 &Co. <i>Colchon</i> <i>(Cadaver</i> <i>Exquisito -</i> <i>Centrifugaba)</i>	<p style="text-align: center;">Bienvenida a la banda</p> <p style="text-align: center;">Entrevista</p>	3min
Cabina	<i>Banda Acústico</i>	2min
Loc1 <i>Colchón</i> <i>(Supergirla-</i> <i>Sudakaya)</i>	<p style="text-align: center;">Regresan</p> <p style="text-align: center;">Continuamos con la entrevista.</p>	3min
cabina	<i>Banda Acústico</i>	2min
Loc1 <i>Colchón</i> <i>(Armada de</i> <i>Juguete- ella</i> <i>me gusta)</i>	<p style="text-align: center;">VOZ EN OFF</p> <p style="text-align: center;">Comentarios de redes hacia la banda</p> <p style="text-align: center;">Llamada telefónica</p>	4min
Loc1 <i>Colchón</i> <i>(rocola</i> <i>bacalao gye</i> <i>city)</i>	<p style="text-align: center;">Conclusión</p> <p style="text-align: center;">Cierre del programa</p> <p style="text-align: center;">Despedida</p>	1 min

<u>colilla</u>		30 seg
	FIN DE PROGRAMA	

CASTING DE VOCES

El casting de voces empieza en la etapa de investigación y se profundiza en la de pre producción del proyecto radiofónico.

Durante las fechas que se desarrollaron las encuestas en los diferentes niveles de bachillerato de la Unidad Educativa Santiago Mayor, se tomó contacto con estudiantes que mostraban interés por la locución y aprender más del medio radio, los cuales estaban interesados en ser parte del piloto.

Hubo una etapa de pre-selección donde se explicó el proyecto, las fechas de los talleres de “introducción y preparación para radio” y se coordinó el trabajo con los padres de familia para los respectivos permisos.

En el casting de voces se realiza un registro y muestra en audio de los estilos de cada locutor, que deben encajar con el estilo del programa, público objetivo, roles y personalidad que cada locutor puede y debe aportar al programa radial.

Una vez estudiada cada voz de los adolescentes interesados en participar, el equipo de producción del proyecto eligió 4 voces, para ser las protagonistas de la radio revista juvenil, las cuales participaron en los talleres de preparación y en la grabación del piloto en cabina.

Se seleccionaron a 3 estudiantes de la Unidad Educativa Santiago Mayor y un estudiante del colegio San José La Salle, quienes desarrollaron el programa radiofónico bajo la estructura diseñada por la producción y dirección general, la integración de este último miembro del equipo se dio gracias al casting que se realizó donde se pudo apreciar el aporte de contenido y dinamismo con el grupo ya previamente seleccionado.

Para la selección de las voces se tomaron en cuenta los siguientes parámetros:

Voz 1: voz femenina, 15 años, lenguaje coloquial, iniciativa, expresividad, seguridad y alegría, ideas claras y el carácter para expresarlas con fuerza. La producción determinó rasgos de compromiso con el proyecto, alegría y dinamismo en la conducción, liderazgo y empatía con el grupo.

Voz 2: Voz masculina, 16 años, con perfil sensible, en contacto con las artes tanto como espectador así como realizador en esa área.

Esta voz masculina cuenta con una fortaleza y una debilidad clara, por un lado la facilidad que tiene en recibir direcciones y ejecutarlas a la perfección, sabe conducir su bloque con seguridad en sí mismo y procura que las demás voces también se expresen. A pesar de problemas de dicción, la producción decidió darle más valor a la personalidad y en el contenido que este personaje y su aporte al programa, además se demuestra que el programa juvenil no busca a comunicadores profesionales, sino que su propósito es exponer a los jóvenes en su real dimensión, capacidades y naturaleza.

Voz 3: Masculino, 17 años, Se seleccionó la tercera voz haciendo énfasis en la personalidad segura y variante, con dominio en la temática del deporte. La tonalidad y timbre son semejantes a las de un profesional y su expresividad es elocuente para convencer en el mensaje expresado. Ese adolescente no tiene problemas en expresar sus ideas de manera fluida y segura, así como variar a un tono más alegre y amistoso.

Voz 4: masculino, 18 años, del ciclo bachillerato, transmite personalidad a la locución y responsabilidad de lo que argumenta, minimiza los errores y crea espacios de opinión dentro del desarrollo del programa.

El casting de voces hace referencia y va en concordancia con el estilo, tipos de mensajes y formas de producción del programa de radio. Identificándose perfectamente con el target de la propuesta de la radio revista juvenil que se realizó.

ESTRUCTURA DE PROGRAMA

En la escaleta se representa la estructura del programa “se convierte en el esqueleto del programa, ubicándose las secciones, sus respectivas duraciones (tiempo parcial) y el tiempo que se acumula conforme avanza el programa”. (y como lo señala (C. Ayara, 2004).

Se detalla los elementos a utilizar para el proyecto piloto de la radio revista juvenil de 60 minutos de duración.

BLOQUE: #1.

NOMBRE: Feeling the beat.

DURACION: 15minutos.

CONTENIDO: Segmento musical.

N°	Contenido	Naturaleza	Duración
1	Colilla de entrada	Pre grabado	30seg
2	Colilla de inicio del bloque	Pre grabado	30seg
3	Bienvenida al programa	Directo	1min
4	Presentación y desarrollo del tema	Directo	3min
5	Noticia investigada por locutor principal	Directo	1min
6	Canción	Pre grabado	2min
7	Colilla de regreso	pregrabado	30seg
8	Comentarios	Directo	3min
9	reportaje musical	Pre grabado	1min
10	Comentarios del reportaje	Directo	1min
11	Voz en Off	Directo	2min
12	Despedida y avance	Directo	1min

13	Colilla Tips	Pre grabado	30seg
14	Colilla de salida	Pregrabado	30seg

BLOQUE: #2.

NOMBRE: Balón dividido.

DURACION: 15minutos.

CONTENIDO: Segmento deportivo.

N°	CONTENIDO	NATURALEZA	DURACIÓN
1	Colilla de entrada	Pre grabado	30seg
2	Colilla de inicio del bloque	Pre grabado	30seg
3	Regreso al programa	Directo	1min
4	Presentación y desarrollo del tema	Directo	2min
5	Noticia investigada por locutor principal	Directo	2min
6	Comentarios	Directo	1min
7	reportaje deportivo	Pre grabado	1min
8	Colilla de regreso	pregrabado	30seg
9	Comentarios del reportaje	Directo	2min
10	Voz en Off	Directo	2min
11	Canción	Pre grabado	2min
12	Despedida y avance	Directo	1min
13	Colilla tips	Pregrabado	30seg
14	Colilla de salida	Pregrabado	30seg

BLOQUE: #3.

NOMBRE: All about the world.

DURACION: 15 minutos.

CONTENIDO: Segmento tecnología y redes sociales.

N°	CONTENIDO	NATURALEZA	DURACIÓN
1	Colilla de entrada	Pre grabado	30seg
2	Colilla de inicio del bloque	Pre grabado	30seg
3	Canción	Pre grabado	1min
4	Regreso al programa	Directo	1min
5	Lectura del informativo tecnológico	Directo	3min
6	Comentarios	Directo	3min
7	Canción	Pre grabado	2min
8	Colilla de regreso	pregrabado	30seg
9	Noticia investigada por locutor principal	Directo	2min
10	Comentarios del reportaje	Directo	2min
11	Lectura de redes sociales	Directo	2min
12	Voz en Off	Directo	2min
13	Despedida y avance	Directo	1min
14	Colilla tip	Pre grabado	30seg
15	Colilla de salida	Pregrabado	30seg

BLOQUE: #4.

NOMBRE: Matching Bands.

DURACION: 15minutos.

CONTENIDO: Segmento artista invitado.

N°	CONTENIDO	NATURALEZA	DURACIÓN
1	Colilla de entrada	Pre grabado	30seg
2	Colilla de inicio del bloque	Pre grabado	30seg
3	Regreso al programa	Directo	1min
4	Entrevista a la banda	Directo	3min
5	Banda acústico	Directo	2min
6	Comentarios Entrevista a la banda	Directo	3min
7	Banda acústico	Directo	2min
8	Colilla de regreso	pregrabado	30seg
9	Voz en Off	Directo	2min
10	comentarios	directo	4min
11	Despedida y avance	Directo	1min
12	Colilla de salida	Pregrabado	30seg

PLAN DE EDICIÓN

Los Planes de trabajo son instrumentos que sirven para determinar las actividades de cada uno de los integrantes del equipo de producción y cuantificar resultados, se desarrolla por cada programa de emisión y su realización es esencial para proyectos a corto, mediano y largo plazo.

EDICIÓN # 1	CIERRE DE EDICIÓN: 20 de agosto	
PROGRAMA#	FECHA DE TRANSMISIÓN: 30 de agosto	
DIRECCIÓN Carlos Ordoñez	PRODUCCIÓN Adriana Bayona	GUIÓN Adriana Bayona Carlos Ordoñez
PRESENTADORES		
SECCIÓN	CONTENIDO	RESPONSABLE
Feeling the beat.	Musical, canciones y noticias relacionadas al mundo de la música	Editor
Balón dividido.	Contenido relacionado al deporte	Producción
All about the world.	Noticias de tecnología destacan en el segmento Duración 12 minutos	Producción
Matching Bands.	Artista invitado y noticias de artistas locales y nacionales (entrevista)	Producción

TABLA # 1.11
Fuente: Propia

GLOSARIO

Acústica: Estudio del sonido. También se refiere a las propiedades y características de los materiales para acondicionar un estudio, un cuarto o una sala de conciertos, que contribuyen a la calidad del sonido de dicho lugar.

Amplificación: Aumento del volumen o potencia de una señal fm

Amplitud: Propiedad de una onda sonora o una señal eléctrica que determina su magnitud.

Análogo: En radio, un tipo de fuente de sonido grabado que produce una onda sonora similar a la onda original. Los métodos tradicionales para reproducir sonidos, como grabaciones de fonógrafos y cintas de audio estándar, emplean métodos análogos, (lectura de señales electromagnéticas) a diferencia de las grabaciones digitales.

Canal: Ruta que sigue una señal en su viaje por los componentes de un sistema. También se designa así a una entrada o salida de un tablero de control de audio.

Compresión: Proceso para minimizar la distorsión reduciendo las diferencias de nivel entre segmentos de volumen bajo y alto, en un sonido grabado o transmitido.

Consola: Instrumento para ampliar, dirigir y mezclar las señales de audio.

Ecuación: Alteración de una fuente de sonido como resultado de la variación del balance de su frecuencia.

Efecto de sonido: Cualquier sonido, excepto la música o la voz, utilizado para crear una imagen, evocar una emoción, comprimir el tiempo, explicar una situación o reforzar un mensaje. En algunos guiones se abrevia SFX. Algunos definen el uso de efectos como el espacio sonoro donde se desarrollan acciones.

Fade: Entrada o salida gradual de una fuente de sonido en una consola de audio, en una determinada escala de rapidez (por lo general lenta).

Feedback (retroalimentación): Re amplificación de un sonido que ocasiona un fuerte chirrido en una bocina. Por lo general, es causado por un micrófono que capta la salida de una bocina por la cual corre el sonido que ese mismo micrófono recoge.

Frecuencia: Número de veces que se repite una onda de sonido en un segundo, expresado en ciclos por segundo (cps) o hertz (Hz). También, el promedio de veces que un supuesto radioescucha oye un comercial. Asimismo se le conoce a la ubicación de una emisora dentro del dial.

Micrófono: Transductor que convierte energía sonora en una señal eléctrica que puede amplificarse, grabarse o transmitirse.

Modulación: Impresión eléctrica de una señal de sonido en una onda de audio o radio.

MP3: MPEG Audio Layer (Audio MPEG Capa III). Un formato estándar de compresión muy utilizado en música para descargar y en audio por transmisión de secuencias.

Producción: Proceso de manejo de los elementos sonoros con equipo de radio para transmitir un mensaje y conseguir un efecto.

Productor: Persona con amplios conocimientos sobre el manejo de los diferentes elementos sonoros (voz, música y efectos) para realizar programas, comerciales y mensajes.

Programación: Selección y disposición de la música, los textos y otros elementos de un programa de manera que resulten atractivos a los radioescuchas de una emisora.

¹Hausman Carl, Benoit Philip, O'Donell Lewis B., Producción en la radio moderna, 5a edición, Thomson Learning, México, D.F, 2001, 411 pp.

BIBLIOGRAFÍA

- Arturo, M. (2007). *Merayo Arturo. la radio en Iberoamérica Evolución, diagnóstico, prospectiva*. España: Editorial comunicación social.
- atodavoz.org. (n.d.). *atodavoz.org*. Retrieved Agosto 2014, from Manual de radio, Capitulo 4:
http://atodavoz.org/materiales_plan/manuales/manual_radio/Radio_cap4.pdf
- C. Araya, 2. (2006). *Redalyc*. Retrieved Agosto 2014, from Cómo producir un programa de radio: <http://www.redalyc.org/pdf/440/44028115.pdf>
- C.A. Rivera, 2. (2004). *Redalyc*. Retrieved Agosto 2014, from Cómo planear un programa de radio: <http://www.redalyc.org/pdf/440/44028115.pdf>
- F. Velazquez y H. Ferrari, 2. (2012). *Transmisión Frecuencia Modulada*. Retrieved Agosto 2014, from educ.ar:
<http://www.educ.ar/sitios/educar/recursos/ver?id=15279>
- Herrán, A. d. (2002). *Educación para la universidad, más allá de la globalización*. Retrieved 2014, from Dialnet:
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1049539>
- Hausman Carl, Benoit Philip, O'Donnell Lewis B., *Producción en la radio moderna*, 5a edición, Thomson Learning, México, D.F, 2001, 411 pp.
- Nancy Szyszko, C. N. (2012). *La radio en la escuela como agente participativo*. Retrieved Julio 2014, from
http://www.quadernsdigitals.net/datos_web/hemeroteca/r_1/nr_808/a_10906/10906.html
- recursos.cnice.mec.es/. (2008). <http://recursos.cnice.mec.es/>. Retrieved agosto 2014, from <http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque5/pag7.html>
- Suteba, I. e. (2005). *Suteba*. Retrieved Julio 2014, from
<http://www.suteba.org.ar/la-educacin-en-nuestras-manos-n-74-noviembre-de-2005-2055.html>
- Vásquez, J. V. (2004). radio y responsabilidad social en Colombia. *Palabra-Clave*.
- Velásquez, J. V. (2004). Radio y responsabilidad social en Colombia. *Redalyc*, 11.

ANEXOS

ENCUESTA

Edad **Sexo** M F

Esta es una encuesta para un proyecto de titulación de tercer nivel, a jóvenes de 15 a 17 años, sobre su interés hacia la radio FM de Guayaquil.

1.- ¿Te gusta escuchar radio?

Si

No

¿Por qué?

2.- ¿Tienes una emisora de radio favorita?

Si

No

¿Cuál?

3.- ¿Tienes un programa de radio favorito?

Si

No

¿Cuál?

4.- ¿Has escuchado programas de radio para jóvenes?

Si

No

¿Cuál?

5.- ¿Sientes que hay suficientes programas para jóvenes en la radio?

Si

No

¿Por qué?

6.- ¿Qué temas te gustaría escuchar en un programa de radio juvenil?

Tecnología Música Deportes
Cine Artes Hobbie
Otros _____

7.- ¿En qué horario te gustaría escuchar el programa de radio juvenil?

Mañana Noche
Tarde

¿Por qué?
_____.

8.- ¿Con que frecuencia quisieras escuchar un programa de radio juvenil?

Todos los días Una vez o dos veces a la semana

¿Por qué?
_____.

9.- ¿Dónde prefieres escuchar un programa juvenil?

A.M. F.M. WEB

¿Por qué?
_____.

10.- ¿Te gustaría participar en un programa de radio juvenil en tu colegio?

Si

No

¿Por qué?

_____.
¡Gracias por haber contestado la encuesta!

ANEXO FOTOS

ENCUESTAS REALIZADAS A LOS ALUMNOS DE 5TO AÑO



ENCUESTAS REALIZADAS A LOS ALUMNOS DE 6TO AÑO



ENSAYO DE VOCALIZACIÓN – CABINA UCSG TELEVISIÓN



ENSAYOS



PRIMER SIMULACRO- CABINA DE RADIO UCSG



PRIMER SIMULACRO DE GRABACIÓN – CABINA DE RADIO UCSG



GRABACIÓN FINAL – PILOTO DE RADIO



GRABACIÓN FINAL – PILOTO DE RADIO



