



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

TEMA:

Diseño de un libreto y realización de un programa piloto del formato radio revista para la difusión de contenidos interculturales en Guayaquil, dirigido a radios privadas de frecuencia modulada.

AUTORES:

**Rugel Villegas Gabriela Pamela
López Llerena Paulina Yolanda**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de:
INGENIERA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES AUDIOVISUALES**

TUTORA:

LCDA. MURGA TENEMPAGUAY JULIA MARTHA, MGS.

**Guayaquil, Ecuador
15 de septiembre del 2016**



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 de titulación, fue realizado en su totalidad por **Rugel Villegas Gabriela Pamela** como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniera en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales**.

TUTORA

f. _____

Lcda. Murga Tenempaguay Julia Martha, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Lcdo. Choez Ortega David Ulises, Mgs.

Guayaquil, a los 15 días del mes de septiembre del año 2016



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 de titulación, fue realizado en su totalidad por **López Llerena Paulina Yolanda** como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniera en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales**.

TUTORA

f. _____

Lcda. Murga Tenempaguay Julia Martha, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Lcdo. Choez Ortega David Ulises, Mgs.

Guayaquil, a los 15 días del mes de septiembre del año 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Rugel Villegas Gabriela Pamela**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Diseño de un libreto y realización de un programa piloto del formato radio revista para la difusión de contenidos interculturales en Guayaquil, dirigido a radios privadas de frecuencia modulada**, previo a la obtención del Título de **Ingeniera en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 15 días del mes de septiembre del año 2016

AUTORA

f. _____

Rugel Villegas, Gabriela Pamela



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, López Llerena Paulina Yolanda

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Diseño de un libreto y realización de un programa piloto del formato radio revista para la difusión de contenidos interculturales en Guayaquil, dirigido a radios privadas de frecuencia modulada**, previo a la obtención del Título de **Ingeniera en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 15 días del mes de septiembre del año 2016

AUTORA

f. _____

López Llerena, Paulina Yolanda



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

AUTORIZACIÓN

Yo, **Rugel Villegas Gabriela Pamela**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Diseño de un libreto y realización de un programa piloto del formato radio revista para la difusión de contenidos interculturales en Guayaquil, dirigido a radios privadas de frecuencia modulada**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 15 días del mes de septiembre del año 2016

Autora

f. _____

Rugel Villegas, Gabriela Pamela



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

AUTORIZACIÓN

Yo, **López Llerena Paulina Yolanda**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Diseño de un libreto y realización de un programa piloto del formato radio revista para la difusión de contenidos interculturales en Guayaquil, dirigido a radios privadas de frecuencia modulada**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 15 días del mes de septiembre del año 2016

Autora

f. _____

López Llerena, Paulina Yolanda



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

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

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Lcdo. Guillermo Segundo del Campo Saltos, Mgs.

Oponente

f. _____

Lcdo. Choez Ortega David Ulises, Mgs.

Decano o Director de Carrera

f. _____

Lcdo. Mite Basurto Alberto Ernesto, Mgs.

Coordinador del Área o Docente de la Carrera

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	14
1. CAPÍTULO 1	15
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.3. OBJETIVOS	17
1.3.1. objetivo general:	17
1.3.2. Objetivos específicos:	17
1.4. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA:	18
1.5. MARCO CONCEPTUAL	19
1.5.1. Definiciones.....	19
1.5.2. La cápsula radiofónica	21
1.5.3. Producción del formato radio revista	22
1.5.4. Programa radial y guión	22
1.5.5. Producción de contenidos interculturales en las radios privadas FM de Guayaquil	24
2. CAPÍTULO II	26
2.1. Planteamiento de la metodología	26
2.2. Instrumentos de la investigación.....	26
2.3. Resultados de la investigación.....	28
2.3.1. Entrevistas	30
2.3.2. Resultados del <i>focus group</i>	33
2.3.3. Conclusiones de resultados	35
3. CAPÍTULO III	36
3.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O PRESENTACIÓN.....	36
3.1.1. Secciones por contenido	42
3.2. Organigrama.....	44
3.2.1 Descripción de funciones:	44
3.3. Cronograma.....	46
3.4. Presupuesto	47
3.4.1. Recursos técnicos	47

3.4.2. Recursos operativos	49
3.5. Propuesta artística	50
3.5.1. Estructura	50
3.5.2. Casting.....	52
3.5.3. Guion técnico	54
3.6. Gestión de proyección del producto artístico	59
Conclusiones y recomendaciones	60
Anexos	61
Referencias	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Instrumentos de Investigación.....	27
Tabla 2: Caracterización de Educa Radio.....	28
Tabla 3: Caracterización de Ñuca Radio	29
Tabla 4: Descripción del programa “Perla Cultural”	36
Tabla 5: Detalle de segmentos	43
Tabla 6: Cronograma por fechas de producción.....	46
Tabla 7: Descripción de costos de producción	48
Tabla 8: Estructura para elaboración de guion	51
Tabla 9: Guion Técnico.....	58

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Plantilla de guion.....	23
Figura 2 - Logotipo “Perla cultural”.....	38
Figura 3 - Funciones de realización de programa radial “Perla Cultural”	44

RESUMEN

Este proyecto busca como objetivo principal la difusión de contenidos interculturales de Guayaquil, transmitiéndolos de una manera dinámica y entretenida, en el cual se integran varios segmentos para dar versatilidad en la información, enfatizando las tradiciones, costumbres de la ciudad, integrado en el formato radio revista lo cual permite transmitir contenidos de manera miscelánea.

La propuesta también cubre con los parámetros interculturales dictados por la Ley de Comunicación, que está en vigencia desde el año 2013, enfocados en complementar las parrillas de radios privadas con información intercultural, respetando las normativas que rige la ley, enfatizando que los contenidos cumplan con cada uno de las normativas.

Palabras claves: Producción, Radial, Guayaquil, Intercultural, Cultura, Ley de comunicación.

INTRODUCCIÓN

El proyecto se realizó en base a una investigación cualitativa sobre la producción radiofónica de temas interculturales en radios privadas de Guayaquil, estaciones en las que solo por la exigencia de la Ley de Comunicación del Ecuador se presentan estos contenidos en formatos de corta duración, como la cápsula, con información condensada, y de poca producción.

Los mismos reglamentos de la Ley de Comunicación establecen los parámetros que debe cumplir la difusión de temas interculturales en las emisoras. La intención del proyecto es justamente presentar contenidos que respondan a estos parámetros de manera entretenida y dinámica, y que además se conviertan en una opción para las radios privadas de frecuencia modulada.

Es así como se propone el diseño del libreto y el programa piloto del formato radio revista denominado “Perla Cultural”, que se elaboró con la colaboración de profesionales del medio radial de Guayaquil, y la participación de personajes que comparten sus experiencias y conocimientos en los temas a tratar en cada uno de los segmentos. Se cuenta con secciones que dan variedad y dinamismo al programa, presentando un misceláneo de temas.

1. CAPÍTULO 1

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El 14 de Junio del 2013 se creó en el Ecuador la Ley Orgánica de Comunicación que ofrece potenciar el talento nacional y la industria cultural. El art. 36 de dicha ley establece que los medios de comunicación están obligados a difundir contenidos interculturales equivalentes al 5% de la programación diaria. Por ejemplo, en una radio de 18 horas de programación se deben transmitir 54 minutos de contenidos culturales; y en una estación de 24 horas, 72 minutos diarios.

Según el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación comunica:

El reglamento de la LOC garantiza el desarrollo de la memoria social como una dimensión del derecho a la comunicación. En este sentido, los contenidos interculturales harán referencia a la historia de las culturas contadas desde distintas voces, su experiencia colectiva y su patrimonio cultural. El reglamento privilegia la creatividad, las prácticas artísticas y las expresiones culturales, los saberes ancestrales y, en general, todas las formas de ser, estar, saber y hacer de las diversas comunidades en el contexto actual y en el marco de su pasado y futuro. (Cordicom, 2015)

No obstante, el *Informe final sobre la línea base del cumplimiento de la LOC de la Supercom (2015)* señala que “el incumplimiento de esta obligación es casi total en las radios” (pág. 164). Por lo que al final del 2015 comenzó a hacer advertencias y a partir de enero del 2016 inició el monitoreo de las radiofrecuencias a nivel nacional para establecer las sanciones según la ley.

Con la intención de cumplir esta obligatoriedad, las radios retransmiten la *Hora Educativa*, compuesta por fragmentos de audio de máximo 10 minutos de duración producidos por el programa “Educa Radio”, proyecto público de Teleeducación auspiciado por el Ministerio de Educación del Ecuador, que se difunde desde el 2012.

Sin embargo, la emisión de este programa no cumple con todos los parámetros referentes a la difusión de contenidos interculturales. Un ejemplo es que en una semana se reproducen 17 audios de Educa Radio y solo dos de ellos cumple con algunos de los condiciones para promover la interculturalidad, establecidos en la Ley de Comunicación.

Paralelamente, la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión (AER) -que afilia a 69 medios de comunicación, entre ellos las radios nacionales- y la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil firmaron un convenio con el objetivo de difundir la interculturalidad a través de la radio; y desde enero del 2016, las estaciones comenzaron a transmitir *Ñuca Ecuador* (frase traducida como “Yo Ecuador”) en un espacio de 10 minutos aproximadamente por cápsula.

Anteriormente las radios cubrían el porcentaje de contenidos interculturales, con las cápsulas antes mencionadas o con narraciones improvisadas basadas en textos leídos sin mayor producción radiofónica. Por ejemplo, *Radio Onda Positiva* solía hacer narrar a uno de sus locutores sobre temas de etnias ecuatorianas y sus costumbres, lo que implicaba una fácil edición.

Unas de las conclusiones del *Informe final sobre la línea base del cumplimiento de la Ley Orgánica de Comunicación* (2015), que supervisa el cumplimiento de la LOC, fue que los medios de comunicación en especial los radiales no tienen programas completos netamente pluriculturales ni propios, informa:

Este es posiblemente unos de los más serios problemas que tienen que enfrentar todos los medios de comunicación, que en relación al tema [producción de contenidos pluriculturales], han señalado una serie de dificultades para cumplir esta obligación. Va desde la escasa oferta de contenidos interculturales en el mercado ecuatoriano, hasta los altos costos de producir por sí mismos y de manera exclusiva un porcentaje tan considerable de contenidos interculturales. (LOC, 2015, pág. 164).

Pero la escasa producción no es la única problemática, una audiencia poco interesada e identificada con este tipo de contenidos es un agravante. Según un sondeo (ver anexo No. 1) realizado en la página web de Radio Onda Positiva, los oyentes aseguran que deben disminuir la programación educativa e intercultural, porque la consideran “aburrida”.

Por esta razón, este proyecto propone la producción de un programa de formato radio revista intercultural, con un libreto atractivo y original, un espacio que sirva para informar a los guayaquileños sobre las diferentes manifestaciones culturales de esta ciudad, a través de segmentos que difundan música, teatro, cine, danza, arte visual de producción nacional, sin dejar a un lado la gastronomía propia de la geografía local; todo esto con un enfoque entretenido y a la vez educativo.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo un programa del formato radio revista puede servir para difundir contenidos interculturales de Guayaquil, ajustándose al estilo de las radios privadas de Frecuencia Modulada, para cumplir la obligatoriedad de difusión de contenidos interculturales?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL:

Producir un programa piloto del formato radio revista que difunde contenidos interculturales de Guayaquil.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Analizar la producción de contenidos interculturales de radios privadas de frecuencia modulada de Guayaquil.
- Identificar y determinar contenidos interculturales de interés para un público objetivo.
- Diseñar un libreto para un programa del formato radio revista que difunde contenidos interculturales en Guayaquil.
- Producir un programa piloto del formato radio revista de 20 minutos de duración, que difunda contenidos interculturales en Guayaquil, basado en la propuesta de libreto.

1.4. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA:

Una de las razones para la realización de este proyecto es proponer un modelo de radio revista intercultural sobre Guayaquil, que intente cubrir la carencia de este tipo de programas en las radios privadas de Frecuencia Modulada (FM), ya que las estaciones están obligadas a cumplir con el art. 36 de la Ley Orgánica de Comunicación.

Según las mediciones de Mercados y Proyectos para el análisis de las parrillas de programación de las radios de mayor audiencia en Guayaquil, hay escasa producción y difusión de contenidos culturales en las emisoras FM.

Para intentar cumplir con la obligación de difundir el 5% de contenidos interculturales – como establece la LOC- las radios recurren a géneros y formatos de poca calidad de producción, como por ejemplo narraciones en voz en *off* o cápsulas con temas poco atractivos.

Por eso, este proyecto pretende ofrecer un formato atractivo, entretenido y a la vez educativo, a través de diversos segmentos que sirvan para difundir las diversas manifestaciones interculturales de Guayaquil: como su historia, diversidad gastronómica, etnias y acontecimientos cotidianos; con la intención de cumplir con la difusión de contenidos clasificados como “F”: formativos, educativos y culturales, dirigidos a la colectividad guayaquileña.

Con este programa se espera fomentar y cultivar la interculturalidad de Guayaquil mediante la comunicación radiofónica, y además generar interés en el público objetivo, que no solo involucra a oyentes sino también productores de radio privadas de FM, como potenciales requirentes del proyecto.

El formato seleccionado es radio revista, porque con esta estructura de mayor duración por emisión se puede alcanzar la cuota del 5% de emisión de contenidos interculturales; además el estilo permite explotar la variedad de géneros radiales para presentar la diversidad de información intercultural, de forma atractiva, entretenida, miscelánea e interactividad con los oyentes.

1.5. MARCO CONCEPTUAL

Introducción

La radio es un medio de comunicación masiva que se ha mantenido vigente por muchos años en el país y específicamente en Guayaquil, una ciudad que se caracteriza por su pluriculturalidad e interculturalidad entre sus 2, 350,915 habitantes. Según las estadísticas del INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) de en el último censo, el nivel de penetración de la radio en Guayaquil era de 45,2%. Para esto hay que considerar que la mayoría de radios son de carácter privado con transmisión en Frecuencia Modulada.

Precisamente la disposición 36 de Ley de Comunicación promueve la difusión de contenidos pluriculturales e interculturales de cada uno de los rincones del país en los medios de comunicación. No obstante, es pertinente esclarecer, diferenciar y conceptualizar los términos de pluriculturalidad, interculturalidad y cultura para su correcta aplicación.

1.5.1. DEFINICIONES

Pluriculturalidad

La pluriculturalidad es un término que se ha utilizado con mayor relevancia en los últimos años, y es primordial poder diferenciarlo de interculturalidad, debido que no suele estar claro muchas veces para su correcta contextualización.

Es el conjunto de diferentes culturas en un mismo espacio geográfico en donde habitan, sin tener relación entre ellas. Por lo cual se reconoce la existencia de otros miembros debido a que los otros miembros se hacen reconocer mediante sus líderes y las estrategias que estos implementen para luchar y hacerse escuchar. Con concepto de “enemigo” como fondo contextual inicial, a quien se puede “explotar” de cualquier forma. (Castellano, citado por Rosa Sánchez Lorena, 2012).

Interculturalidad

El reglamento aprobado por la Cordicom en el capítulo I de disposiciones preliminares art. 3 define como contenidos interculturales:

Todo tipo de mensajes, información, opinión y publicidad que se produzca, reciba, difunda o intercambie a través de los medios de comunicación social, siempre que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, conocimientos, saberes y ciencias milenarias de diversas culturas, en su propia lengua y sus propios símbolos, así como aquellos que promuevan el respeto, integración y relación intercultural(Cordicom, 2015).

A partir de esta concepción se determinan los parámetros para la difusión de contenidos interculturales. Según el *Pleno consejo de regulación y desarrollo de información y comunicación* estos son:

- Resaltar valores de las culturas.
- Fomentar los derechos de la naturaleza, la Pacha Mama.
- Promover el derecho a la difusión y a la reserva cultural de saberes ancestrales y ciencias milenarias.
- Difundir expresiones culturales, a partir de la investigación y contextualización de las mismas.
- Promover el reconocimiento de las identidades diversas del Estado Plurinacional y la sociedad intercultural.
- Fomentar la interrelación y convivencia entre los pueblos, colectivos y nacionalidades, a partir de sus propios espacios de diálogo cultural, con sus propias voces y en su propio territorio.
- Difundir la producción simbólica de pueblos y nacionalidades a través de representaciones y autor representaciones reproducidas desde el territorio de los pueblos y nacionalidades.
- Recrear la memoria social de pueblos y nacionalidades a través de representaciones artísticas y otras expresiones estéticas.
- Promover usos diversos de los saberes, conocimientos y ciencias milenarias, prácticas festivas y expresiones orales en sus idiomas originarios.
- Difundir el patrimonio cultural de los pueblos y nacionalidades.
- Difundir conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.
- Difundir técnicas artesanales tradicionales.
- Producir contenidos desde la propia cosmovisión de los pueblos y nacionalidades.
- Coadyuvar al fortalecimiento del patrimonio alimentario.
- Difundir las tradiciones y expresiones orales incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural y de su memoria social (Cordicom, 2015).

Cultura

Según la definición de la RAE, “cultura es el conjunto de modos de vida, costumbres conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, o grupo social. Y la cultura popular como un conjunto de las manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo” (RAE, 2016).

Con dicha definición se puede afirmar que Guayaquil es una ciudad muy rica en cultura, que confluye la interculturalidad de sus residentes con sus diferentes estilos de vidas, que se mezclan dando como producto un conjunto matizado de costumbres, tradiciones, acentos, etc.

Guayaquil es una ciudad con aproximadamente dos millones trescientos mil habitantes según el último censo realizado por la INEC, la auto identificación de la población es el 70,7% es mestizo, seguido por la población blanca en un 11,4%, afroecuatoriana 10,9%, montubio 5%, indígena 1,4%; en esta ciudad encontramos una diversidad de culturas, costumbres, creencias, en su mayoría migrantes de otras provincias, etnias del Ecuador, incluso extranjeros, integrándose e interrelacionarse en un solo lugar, donde conviven formando esta ciudad comercial multiétnica (INEC,2015).

Una vez definidos los términos pluricultural, intercultural y cultural, y su pertinencia con la difusión de la diversidad que existe en Guayaquil; también es importante hacer referencia a las conceptualizaciones de términos técnicos relacionados con la producción radiofónica, como cápsula y su diferenciación con formato radio revista.

1.5.2. LA CÁPSULA RADIOFÓNICA

Según Maza y Cervantes definen la cápsula radial:

Es un formato producto de especialización. Las estaciones de radio encontraron que la cápsula era un formato adecuado a sus necesidades de presentar información de manera condensada sobre temas especializados. Como los anuncios publicitarios, la cápsula tiene una duración breve que oscila entre veinte segundo y tres minutos (Maza y Cervantes, 1994, pág. 288).

Según los autores citados existen varias maneras de clasificar a las cápsulas:

- a) Por su contenido: de actualidad, de divulgación, generales y especializadas.
- b) Por su estructura: narrada o leída, dramatizada y musical
- c) Por su tipo de audiencia: infantiles, juveniles, para adultos, femeninas, masculinas, generales.
- d) Por su propósito específico: informativa, educativa, culturales y de entretenimiento.
- e) Por sus recursos de producción: dependientes, mixtas y autosuficientes.
- f) Por la estructura económica de su organización productora: comerciales y no comerciales.
- g) Por la naturaleza de su producción: productos únicos o subproductos de un noticiario o revista. (Maza y Cervantes, 1994, pág. 289).

1.5.3. PRODUCCIÓN DEL FORMATO RADIO REVISTA

El formato radio revista es considerado como un género radial, como un elemento *híbrido*. “El *magazine* constituye una modalidad de programa en el que se combina la información y la opinión con el entretenimiento y el espectáculo” (Cebrián Herreros, 1994, pág. 483).

La elaboración de este tipo de programas es compleja, por la cantidad de secciones que se pueden incluir, integrando varios géneros en un solo programa ya sean estas reportajes, entrevistas, dramatizados, etc. Los contenidos se “articulan como micro espacios dentro del programa y en algunos casos estas secciones alcanzan tal entidad que podrían constituir por sí mismas programas diferenciales” (Merayo Pérez, citado por Ortiz y Volpini, 1995, pág. 157)

Ortiz y Volpini definen el guión del *magazine*:

Es básicamente la percha, el esqueleto del programa. Su estructura deberá prever el lugar exacto donde se ubiquen cada una de las secciones. Más que de un guión, se trata de una escaleta donde se refleja el orden de aparición de los distintos elementos. En ella no se recogen normalmente determinadas instrucciones a realización, como en qué momento entrará el disco o cuando se producirá el cambio de una sección a otra. Este tipo de órdenes se dará casi siempre desde locutorio, en directo, de acuerdo con las necesidades concretas del programa en cada momento (Volpini & Ortiz, 1995, pág.157).

1.5.4. PROGRAMA RADIAL Y GUIÓN

Para la propuesta de un programa radial, Rodero plantea dos fases: la idea y la planificación, para lo cual establece que son aspectos importantes a considerar los siguientes:

- La emisora
- La audiencia
- El horario
- La duración
- El objetivo
- El nombre (Rodero, 2005, pág. 260-262).

Una vez diseñado el proyecto de programa radial hay que elaborar la estructura del producto radiofónico, cuyas partes son denominadas, segmentos o secciones y según Rodero una forma de organizarlas es por contenido “combinar secciones con temas más atractivos junto con otras sobre contenidos más difíciles de comprender”. (Rodero, 2005, pág. 267).

Sobre el diseño del libreto de un programa tipo *magazine*, sugieren que pueden coexistir modelos y formatos diferentes de guión, por lo que la forma más recomendable es una combinación entre guión literario y técnico (Ortiz y Volpini, 1995, pág. 190).

Al que llama “guión de estilo americano, que aún en ambas partes”. Un ejemplo de dicha plantilla se muestra a continuación (Rodero 2005, pág. 269).

Figura 1 - Plantilla de guion

Fecha:	
Programa:	
Hora:	
CONTROL:	Sintonía. Pasa a F.
LOC:	(Saludos y presentación)
CONTROL:	Sintonía a PP. Y PASA D f.
LOC:	(Presenta a su equipo)
CONTROL:	Sintonía a PP. Y pasa a F. hasta resolver.
LOC:	Sintonía a PP.

Elaborado por: Autor

Fuente: Ortiz y Volpini

A esta plantilla es importante agregar una columna que detalle los tiempos parciales y totales por segmentos. También se puede considerar para el diseño de la estructura el formato de escaleta, que establece de manera general la organización de las partes del programa, ya que en las diversas emisiones de los programas “lo único que varía es el contenido, mientras la estructura se mantiene similar” (Rodero, 2005, pág. 263).

Finalmente Araya recomienda que hay que diferenciar un programa radial de los microespacios o cápsulas, a los que clasifica como un género menor, de tipo educativo, persuasivos y de entretenimiento; por ser menos complejos en su elaboración (Araya, 2006, pág.16).

Generalmente las cápsulas contienen información de una temática específica, son de corta duración, y no hay mayor producción técnica, como sí lo es el proceso de realización de un programa de formato radio revista.

1.5.5. PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS INTERCULTURALES EN LAS RADIOS PRIVADAS FM DE GUAYAQUIL

La Supercom lleva a cabo monitoreos mensuales de manera aleatoria de radios locales, para comprobar si cumplen o no con el 5% de la programación intercultural diaria.

Rommel Jurado, coautor de la Ley Orgánica de Comunicación, considera que la difusión de contenidos interculturales “es una tarea pendiente, no hemos llegado al 5% en algo más de dos años de aplicación de la ley. Se acabó el proceso de adecuación al cambio, de promover iniciativas para la producción intercultural conjunta” (Jurado, 2015, pág. 170).

Jurado recalca que por cuestiones de viabilidad técnica y financiera para la Supercom es prácticamente "imposible monitorizar todas las categorías de la Ley en todos los medios del país, todo el tiempo” (Alexander García, 2015). Por esa razón se pone énfasis especial en los artículos y normas reglamentarias más sensibles, tanto a nivel local como nacional.

A partir de enero del 2016, todas las radios estaban obligadas a transmitir el 5% de contenidos interculturales dentro de su parrilla de programación, sea por transmisión de cápsulas rotativas o reproduciendo un solo bloque de 72 minutos para cumplir con la LOC.

Ñuca Ecuador –micro espacio que se inserta en la programación de radios privados para el cumplimiento del artículo 36 de la LOC- da a conocer sobre las culturas ecuatorianas, especialmente por las costumbres y tradiciones de pueblos montubios y afro ecuatorianos que para muchos han sido desconocidas.

Otra producción radial transmitidas en las radios es *Educa Radio*, que tiene una programación que combina contenidos educativos con formatos de gran aceptación, como dramatizados, comedias, ficciones y documentales.

Además, las radios locales tienen espacios muy breves con el formato cápsula, con un estilo muy similar a las cápsulas de *Ñuca Ecuador*; pero con un tratamiento muy básico que consiste en narraciones de textos, generalmente relacionados con etnias, como la cápsula emitida 3 veces por Radio Onda Positiva el viernes 1 de Julio que se trataba sobre la fiesta tradicional de la Mama Negra y daba a conocer los personajes que participan en la misma, con un colchón musical de la melodía nacional “A mi lindo Ecuador”. Este formato es el que usualmente repiten las radios privadas para completar la cuota del 5% de programación intercultural.

2. CAPÍTULO II

2.1. PLANTEAMIENTO DE LA METODOLOGÍA

Método cualitativo

Según Taylor, S.J. y Bogdan “La investigación cualitativa es inductiva. Los investigadores desarrollan conceptos, intelecciones y comprensiones partiendo de pautas de los datos, y no recogiendo datos para evaluar modelos, hipótesis o teorías preconcebidos. En los estudios cualitativos los investigadores siguen un diseño de la investigación flexible. Comienzan sus estudios con interrogantes sólo vagamente formulados” (Taylor y Bogdan, 2000, pág. 98).

Por eso el presente proyecto utiliza el método cualitativo de nivel exploratorio, porque se recogen percepciones y recomendaciones de un grupo objetivo, a través de la técnica del *focus group*.

Mientras que para el diseño de la estructura del programa se han elaborado entrevistas, revisiones documentarias y fichas de análisis de contenidos interculturales, que se emiten en las radios privadas de Guayaquil, lo que permite hacer una aproximación al objeto de estudio que es la producción de contenidos interculturales.

Por eso se asevera que este proyecto es de nivel exploratorio.

2.2. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación se detalla las unidades de análisis, muestras, criterios de selección, técnicas y herramientas de investigación utilizados en este proyecto.

Universo	Muestra	Criterio de selección	Técnica	Herramientas
Contextualización de problemática				
Productores Radiofónicos de Ecuador	Lcdo. Javier García Santos, Director Radio Onda Positiva.	Categoría: Expertos y especialistas en producción radiofónica con más de 20 años de experiencia en Ecuador.	Entrevista estructurada	Cuestionario aplicado en diálogo directo y grabado en audio.
Superintendencia de Información y Comunicación (Supercom)	Geoconda Loor Intendenta zonal de la Supercom.	Categoría: Experta funcionaria de la rama de la comunicación	Entrevista estructurada	Cuestionario aplicado en diálogo directo con entrevistado y grabada en audio.
Producción Radiofónica en estaciones de radio de Guayaquil	Cápsula Ñuca Ecuador Espacio intercultural Educa Radio y Producciones propias de radios.	Contenidos interculturales que se emiten en las radios privadas de Guayaquil para cumplir el artículo 36 de la LOC.	Fichas de análisis de contenidos Revisión bibliográfica de estadísticas de la Secom	Monitoreo y levantamiento de fichas estructuradas según criterios de producción radiofónica
Libretistas de radio revista radial	Xavier Carpio Arroyo (Onda Positiva) Melania Kichimbo (Radio City)	Categoría: expertos en la realización de libretos de radio revista	Sondeo	Consultas a través de dos preguntas sobre el tiempo de duración de una revista radial.
Diseño de propuesta				
Radioyentes guayaquileños	Cinthy López (17 años) Manuel Gordon (28 años) David Suárez (22 años) María Domínguez (24 años) Emilio Rincón (22 años)	Jóvenes guayaquileños de entre 20 y 30 años que oye radio un promedio de 3 horas diarias	Focus Group	Sesión de una hora de duración grabada en video, se discutieron criterios de opiniones sobre la producción radial de contenidos interculturales de Guayaquil.

Tabla 1: Instrumentos de Investigación

Elaborado por Autor

2.3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Luego de hacer un monitoreo de dos programas referentes a contenidos interculturales durante la semana del 13 al 17 de junio, *Ñuca Radio* y *Educa Radio*, que se emiten en las radios de FM en Guayaquil, se presentan las tablas 2 y 3 para exponer las fichas de análisis de caracterización, basada en criterios de producción y tratamientos de contenidos.

Ficha de Caracterización de RADIO EDUCA	
Nombre:	Educa radio
Género o formato:	Programa
Estación:	Programa de Radio Educa, proyecto público que se transmite en todas las radios
Duración:	10 minutos
Audiencia:	Todo público (niños)
Horario y frecuencia:	Rotativo - Depende de la emisora
Partes de la estructura del Formato	
1-	Dramatización
2-	Transición musical
3-	Dramatización
4-	Música de acuerdo a dramatización
5-	Voz en <i>off</i>
6-	Cierre
Observaciones: Transiciones cortas que se usan para cambiar de escenas en las dramatizaciones, música que acompaña el tema tratado. La conducción es dirigida por niños con integración de adultos en locuciones en <i>off</i> .	

Tabla 2: Caracterización de Educa Radio

Elaborado por Autoras

Ficha de Caracterización de Ñuca Ecuador (Yo Ecuador)	
Nombre:	Yo Ecuador / Ñuca Ecuador
Género o formato:	Cápsula
Estación:	Radios privadas AER en convenio con la Universidad Salesiana del Ecuador
Duración:	3 a 10 minutos máximo.
Audiencia:	Todo público
Horario y frecuencia:	Rotativo - Depende de la emisora
Partes de la estructura del Formato	
1-	Careta de presentación
2-	Voz en <i>off</i>
3-	Entrevista
4-	Cierre con voz en <i>off</i>
Observaciones:	
La producción está acompañado de un colchón musical fijo, que es parte de la identidad del producto.	
Las entrevistas y las locuciones varían de acuerdo al tema tratado por cápsula.	

Tabla 3: Caracterización de Ñuca Radio

Elaborado por Autoras

Las cápsulas de *Ñuca Ecuador* comenzaron a insertarse en la parrilla de programación de las radios privadas afiliadas a AER desde el 2015, en convenio con la Facultad de Comunicación de la Universidad Salesiana del Ecuador para cumplir el 5% de cobertura de contenidos interculturales. Sin embargo, estos contenidos no son de producción propia de las radios, sino que son realizados por los estudiantes de comunicación del instituto superior antes mencionado, con sede en Guayaquil.

2.3.1. ENTREVISTAS

El presente trabajo expone dos entrevistas para contextualizar la problemática de la falta de programas interculturales en radios privadas de Guayaquil, realizadas a Geoconda Loor, intendenta zonal de la Supercom (anexo 2) y a Javier García Santos, gerente y propietario de radio *Onda Positiva* (anexo 3).

Loor, quien cumple su actual rol desde hace un año, asegura que las radios privadas producen contenidos interculturales con una escasa producción, por ejemplo cuando solo utilizan una voz narrando textos tomados de internet con un colchón musical, en los cuales no hay una explotación enriquecedora con elementos radiofónicos, donde además de musicalizarlos, se pueden jugar con diferentes tonos de voces, complementando con efectos sonoros que ayuden a la producción de radial de estas cápsulas.

Loor enfatiza que este tipo de contenidos no cumplen con los parámetros interculturales planteados en el reglamento de la LOC, por eso la Supercom no los califica como contenidos válidos y se hace revisión continua del tipo de información que se transmite para el control de lo que difunden las emisoras radiales.

Además destaca el esfuerzo que hacen algunas estaciones por intentar cumplir con el porcentaje o la difusión de contenidos interculturales, a pesar que en muchos casos no tienen claro las exigencias en cuanto al tratamiento de estos. También asevera que hay medios que no cumplen, por eso la Supercom se encarga de realizar continuamente charlas para la socialización del reglamento y la ley de comunicación, con la finalidad que los medios de comunicación tengan claro las directrices a cumplirse.

Destaca que existen una serie de factores que influyen en la producción de programas interculturales, pero que existen gremios como AER que tienen convenios con instituciones educativas que hacen posible la realización de contenidos interculturales para radio.

Por último enfatiza que los medios de comunicación deben focalizarse en la inclusión, porque es el objetivo principal de la LOC, lo cual es incluir la diversidad cultural en los contenidos comunicacionales, buscando la finalidad de la participación activa de las comunidades y las etnias en estos contenidos.

Como Director y gerente inmerso en la comunicación radiofónica desde hace 18 años, García admite que la única forma de producir o realizar un programa en una radio privada es bajo el modelo comercial, es decir, que debe generar un lucro para la radio asegurando que primero haya auspiciantes, y luego comercializarlo.

También habla que no hay horarios definidos para la transmisión de las cápsulas interculturales que se transmiten diariamente, pero generalmente se las reproduce en horarios nocturnos, donde no interfieran con la programación diaria de mayor audiencia, porque no hay mucha demanda de la audiencia.

La transmisión y producción de estos contenidos fue algo radical, porque se tuvo que contratar personal que se encargue de investigar, producir y controlar información que se transmitía diariamente, en el caso de su emisora eran 72 minutos diarios, lo cual corresponde al 5% de la programación.

García también se refiere a los problemas que tuvieron algunas estaciones para cumplir con la ley, explica que en el medio que él dirige tuvo que contratar personal para la investigación sobre temas interculturales y prepararlo para el conocimiento de la ley y el reglamento y para producir contenidos interculturales, lo cual generó un egreso adicional para la radio.

Dice que las radios privadas buscan beneficios y el principal es obtener ganancias, habiendo que cumplir la ley, siempre y cuando se asegure que vaya a tener ingresos antes de ponerlo al aire, de esta manera tendrá más acogida en los medios radiales este tipo de programas.

García habla de costos, lo cual implica, la investigación que se haga y el personal que intervenga, puede ser a partir de \$500 dólares si se los produce internamente, es decir, en el estudio de la radio y con personal del mismo, pero si es en exteriores los costos sobrepasan el estimado.

Sin embargo, García muestra su predisposición para emitir en su estación programas interculturales siempre y cuando genere un retorno a su medio de comunicación, en su parte que sea didáctico, donde haya interacción con la audiencia ya que la mayoría de radios privadas tienen este formato al realizar programas radiales y por su entretenimiento son más sintonizados en la mayoría por la audiencia.

Finalmente, del sondeo a dos libretistas de radios revistas radiales: Melania Kichimbo (Radio City) y Xavier Carpio (Onda Positiva) se pudo obtener como recomendación el tiempo de duración que debe tener un programa del formato radio revista.

Si bien Kichimbo, quien hace 5 años labora como editora de contenidos del programa City Noticias, considera que un formato radio revista radial debe tener en promedio una hora de duración, en el caso de contenidos interculturales destaca que el tiempo de duración es más flexible y que puede reducirse en tiempo, pues una hora podría tornar monótono y aburrido un programa de difusión de temas educativos y formativos.

Por su parte Carpio, con una larga trayectoria en aproximadamente 10 radios privadas de Frecuencia Modulada, opina que el tiempo de duración fijo de una hora para un programa radio revista no es una regla exacta, y al igual que Kichimbo recomienda que si es un programa educativos debe ser lo más corto posible para que se entretenido.

Además Carpio recalca que son los productores y directores de los programas quienes establecen el tiempo de duración de cualquier formato radiofónico que producen las estaciones.

2.3.2. RESULTADOS DEL FOCUS GROUP

El *focus group* fue aplicado el día jueves 23 de junio del 2016 en una de las aulas de la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad Católica De Santiago de Guayaquil, con la participación de 5 personas cuyas edades oscilan entre 17 y 28 años de edad, y escuchan radios privadas de FM durante un promedio de por lo menos una hora diaria. Sus nombres completos y datos básicos son presentados en (anexos 3).

Para organizar la información recabada en este focus group, a continuación se presentan los principales comentarios y criterios vertidos por los consultados, a través de citas textuales agrupadas en los siguientes aspectos: tratamiento de contenidos interculturales; Opiniones sobre espacios interculturales, horarios y frecuencia para programa; preferencias musicales; preferencias sobre locutores o conductores; sugerencias sobre segmentos; y, otras recomendaciones.

Tratamiento de contenidos interculturales en radios privadas

- “La primera que escuchamos sí estuvo muy técnica y aburrida (*Ñuca Ecuador*), la segunda que escuche si estaba más entretenida (*Educa Radio*), en el aspecto técnico, del sonido y locución e información. Falta más dinamismo” (Emilio Rincón).
- “Son aburridos. No me interesan estos temas de interculturalidad o ese tipo de contenidos porque no me parecen interesantes” (Cinthya López).
- “Las escucho porque sé que es una cápsula y no va a durar mucho tiempo, no se interrumpe mucho todo el programa que estoy escuchando, porque son muy cortas” (Emilio Rincón).
- “Siempre presentan ese tipo de información, de culturas que ya ni existen, y ni siquiera hay algo interesante en el contenido” (David Suárez).

Horarios y frecuencia para programa

- “Media hora” (María de los Ángeles Domínguez).
- “Aproximadamente media hora a 45 minutos” (Manuel Gordón).

- “Debería durar media hora, pero si presentan temáticas interesante, se puede alargar hasta una hora, depende de la información que se ponga” (David Suárez).

Preferencias musicales

- “Soundtracks” (David Suárez)
- “Instrumental” (Cinthya López)
- “Música nacional, de género pop” (Manuel Gordón)

Preferencias sobre locutores o conductores

- “Voces femenina y masculina, para que sea dinámico” (Manuel Gordón)
- “Una voz seria masculina y la femenina más juvenil” (David Suárez).

Opiniones sobre espacios interculturales

- “No se habla de datos o término que no se sepan. Hay algunos que sabemos por el colegio, pero hay otros que desconocemos” (Cinthya López).
- “Hablar de cosas cotidianas, saber de dónde provienen las cosas que consumimos, para mí es informativa e interesante y si lo escucharía” (Emilio Rincón).
- “Que haya espacios de interacción con el público, que sea dinámico” (David Suárez).

Sugerencias sobre segmentos

- “Que haya concursos, como trivias, que hagan una cápsula y el que envía la respuesta se gana un viaje o algo así” (David Suárez).
- “Depende la programación que maneje, segmentos donde haya más interactividad con el público” (Cinthya López).
- “Eventos, donde se apoye a los indígenas y se dé a conocer las comunidades que las defienden” (David Suárez).

Otras recomendaciones

- “Entrevistar a personas que luchen por una causa importante, porque las figuras públicas ayudan en algo pero también hay que dar a conocer a personas que tienen algo importante que hacer o decir y son poco conocidas” (David Suárez)

- “Segmentos donde apoyen el arte que se quiere dar a conocer y que muchas veces no tienen espacios que ayuden a su difusión” (Manuel Gordón)

2.3.3. CONCLUSIONES DE RESULTADOS

Con base en los resultados obtenidos, mediante la recopilación de información en las entrevistas, y el focus group, se pueden destacar las siguientes conclusiones:

No se producen programas que sean completamente interculturales, que cumplan con la mayoría de parámetros establecidos por la Cordicom en las radios privadas de FM, generalmente se aprecia en las radios información comprimida lo cual se conoce como cápsulas radiales.

Hay un nicho en las radios privadas de FM que debe ser explotado en cuanto a la realización de contenidos interculturales, pero de manera atractiva y entretenida, habiendo en el medio comunicacional una variedad de géneros y formatos donde se pueda acoplar los contenidos que correspondan a los parámetros establecidos por la ley.

La mayor parte de radios privadas producen contenidos interculturales en cápsulas, que además de ser un género de menor producción, en algunos casos no cumplen con parámetros de la interculturalidad.

Hay una audiencia interesada en contenidos interculturales de Guayaquil, siempre y cuando el tratamiento sea dinámico e interactivo y entretenido, lo cual se puede realizar si se hace la debida investigación de la audiencia, de gustos y preferencias, para saber la manera adecuada de realizar y difundir contenidos interculturales.

Hay estaciones de radios que podrían estar interesados en emitir programas interculturales siempre y cuando generen un lucro para la radio, siendo la prioridad para las emisoras privadas, obtener beneficios de cada programa que se transmita en los horarios con mayor audiencia.

Muchas personas si tienen interés por este tipo de contenidos, pero depende de la manera en que se los transmita, y que no sean muy largos, en los cuales haya información verídica y enriquecedora en el contenido.

3. CAPÍTULO III

3.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O PRESENTACIÓN

El presente proyecto desarrolla un programa piloto que tiene como objetivo difundir contenidos interculturales de Guayaquil, cuyo estilo se puede adecuar al estilo de programación de las radios privadas FM.

A continuación se presenta una breve ficha de la descripción del programa.

Emisora:	Radio privada FM
Nombre de Programa:	Perla Cultural
Formato:	Radio Revista
Periodicidad y horario:	Semanal (Un día)
Duración:	20 min
Objetivo:	Difundir con un estilo ameno y entretenido contenidos interculturales sobre Guayaquil.
Audiencia:	Público objetivo: 17 a 25 años. Público bienvenido: 26 en adelante.
Tipo de Contenido:	F (Formativo, Educativo, Cultural)
Observaciones:	Este programa puede dividirse en 3 bloques, para la inserción de espacios publicitarios.

Tabla 4: Descripción del programa “Perla Cultural”

Elaborado por autoras

Género:

Se eligió el formato radio revista para darle otro enfoque, diferente a lo que comúnmente se escucha en las radios, que son cápsulas que condensa información en el género informativo o de ficción (dramatizados) de corta duración. Esto permite propiciar mayor interactividad con el público al cual se dirige el programa.

A través del formato radio revista se presentan contenidos en diversos géneros: reportajes, entrevistas, dramas, entre otros, distribuyéndolos en segmentos con transiciones dinámicas e interactivas, gracias a la conducción de un locutor, que está en constante acción conativa con la audiencia para incentivar su participación.

Este espacio busca difundir información interculturalidad de manera veraz e interactiva, con el fin de divulgar contenidos artísticos, musicales, de gastronomía y de turismo en lugares pocos conocidos por guayaquileños y aledaños.

Tipo de contenido:

Presenta contenido de tipo “F”: formativo, educativo y cultural, clasificado así por la Supercom, lo cual cubre con los parámetros de interculturalidad establecidos por la LOC.

Este formato nos permite mayor dinamismo con la audiencia, siendo esto uno de nuestros objetivos en el programa, diferenciarlo y hacerlo participativo con concursos, música, entrevistas, otorgando diversa información, enfocado a un público joven adulto.

Nombre del programa:

“Perla Cultural” se escogió a través de un sondeo que se realizó por medio de la plataforma de encuestas de Google a personas de la edad a la cual se dirige el programa de 18 a 25 años, el cual está detallado en anexos, contando con 50 respuestas. Se puso a consideración cinco nombres que identifiquen al programa, basándonos en el tipo de contenido a transmitir, y características generales que identifican a Guayaquil.

En base al sondeo con un 30% está en primer lugar “Guayaquil sabe” y con un 20% “Perla Cultural”. Tomando en cuenta estos resultados, se escogió “Perla Cultural”, porque se vincula con la identidad de Guayaquil, también conocida como la Perla del Pacífico. Además tiene un tono femenino que se encontró propicio con la voz en off que presentará el programa.

De esta manera se un enfoque formal por la veracidad y tratamiento de los contenidos, pero a la vez un toque clásico por el nombre del programa que propicia la identificación con el público objetivo.

Duración:

El Programa piloto tendrá una duración de 20 minutos para comenzar, por cuestión de ser un diseño, pero en un futuro el formato tiene la posibilidad de extenderse, ya que se pueden agregar más segmentos o que cada uno de ellos tenga mayor duración.

Logotipo de programa:

Figura 2 - Logotipo “Perla cultural”



Descripción del logotipo:

Con respecto a la imagen, se opta por una esfera que simboliza la perla de manera abstracta, también se hace referencia a la cultura de la misma forma porque es algo que no se lo puede definir de manera exacta con una figura precisa en reseña a los contenidos que implica el programa.

Los colores que caracterizan a la perla son los emblemáticos de la Guayaquil con pequeños degradados que dan armonía y contraste en la forma de la imagen, los cuales se implementaron celeste y se fue degradando en colores derivados para que sea armonioso.

Las letras que complementan a la imagen van en mayúsculas y con una tipografía sencilla, con lo cual se quiere demostrar sobriedad y seriedad enfocado al contenido a transmitir.

Objetivo general del programa:

Difundir contenidos interculturales de manera miscelánea para tener más entretenimiento e interacción con la audiencia radial de Guayaquil.

Objetivos específicos del programa:

Ofrecer contenidos interculturales entretenidos a la audiencia de Guayaquil.
Promover la difusión de las costumbres y tradiciones de Guayaquil con la entrega de información desarrollada en diferentes géneros.
Motivar el interés e interacción con el público a través de la difusión de este tipo de contenidos.

Justificación del programa:

El programa ha sido creado con la intención de fomentar la interculturalidad de Guayaquil por medio de música, arte, leyendas entre otros. Para ello hemos decidido realizarlo con varios segmentos, voces, efectos y música, de esa manera no se escucha tan monótono y tenga mayor aceptación en el oyente.

En las radios privadas de Guayaquil carecen de programas completos con contenidos interculturales, en reemplazo a esto hay cápsulas que cubren con el porcentaje de contenido por transmisión diaria que exigen la Supercom el cual es el 5% según la LOC.

Con respecto al contenido nos basamos en las opiniones obtenidas en el *focus group* realizado, que sugiere el tipo de información que está interesados a escuchar, sus preferencias con respecto al oír radio y sobre todo si presentan contenidos interculturales.

Público objetivo - participativo (META):

Va dirigido a personas entre 17 a 25 años, por el formato que se presenta en los contenidos a transmitir, además se quiere fomentar la difusión a través de la interactividad que se puede obtener por medio de redes sociales que usan la mayoría de personas de esta edad, dando mayor propagación a través de estos medios y no solo enfocados por los canales tradicionales de llamadas telefónicas o mensajes.

Público pasivo - bienvenido:

El público bienvenido, lo obtenemos de la audiencia que también tiene interés en el tipo de contenido a transmitir pero lo hace en menor grado, lo ponemos de 26 años en adelante porque la información que se desarrolla es apta para todo público por ende, sirve para comunicar a cualquier persona y es de interés general.

Horario:

Es opcional de ser transmitido en el horario que la emisora desee acoplarlo, por ser apto para todo público y no necesita un horario específico. Sin embargo lo hemos destinado en el horario de las 7h00 a las 7h30, es decir que busca coincidir con la hora de entrada de trabajos o de clases de la audiencia a la cual está enfocado el programa.

Frecuencia:

Se determinó que la emisión en FM tiene mejor calidad y mayor audiencia, es decir el programa llegará a tener un mayor alcance hacia el radio oyente, lo que busca el proyecto es ofrecer a la audiencia información y entretenimiento de manera dinámica e interactiva.

Descripción de segmentos:

El programa “Perla Cultural” está dividido en tres bloques, cada uno consta de dos segmentos y dos pausas entre los bloques conducido por un locutor y la duración total del programa es de 20 minutos.

- **Anónimos:** “Acércate a los personajes o temas que quieres conocer”

Descripción: Este segmento busca obtener información mediante entrevistas de temas transcendentales que ocurren en la ciudad de Guayaquil con un personaje que represente y nos hable de esto a través de entrevistas, ya sea pregrabadas o al aire.

- **Sabor a Guayaquil:** “Deleita a tus oídos ya tu paladar”

Descripción: este segmento expondrá los platos típicos o tradicionales de la ciudad de Guayaquil. Aparte que explicara la preparación de cada uno de ellos, luego de una breve historia del mismo.

- **Narraciones incógnitas:** “Construye la historia a través del relato”

Descripción: Este segmento dará a conocer historias o leyendas de Guayaquil, sin revelar el nombre del personaje o la historia hasta el final, el cual lo tendrá que decir el oyente por medio de las redes sociales y para motivarlos a responder se regalarán premios.

- **Sonidos Porteños:** “Muévete al ritmo de la ciudad”

Descripción: En este segmento se reproduce una música nacional, se hará invitación a los grupos musicales para que se den a conocer por medio del programa.

- **Destino en el Puerto:** “Ancla tu atención a este punto de atracción”

Descripción: Se hace conocer una breve historia acerca de un lugar de Guayaquil ya sea por medio de entrevistas o reportajes, detallando que prevalece en estos sitios y que se puede realizar en ellos, además se hace una invitación para que lo visiten a través de concursos o sorteos.

- **Escapadas:** “Sale de la rutina y disfruta tu ciudad”

Descripción: Se brinda información acerca de los eventos que se darán en la ciudad de cualquier clase, arte, eventos privados, pero que tengan un beneficio para la sociedad.

— **Spots adicionales:**

Utilizados para transiciones o cambio de segmentos de esta manera también se aprecia el estilo e identifica al programa.

- Guayaquil es de todos, Guayaquil es intercultural.
- Guayaquil es... Perla Cultural
- Guayaquil nos habla desde sus raíces
- Guayaquil con sabor.

— **Spots para Cortes Comerciales:**

Utilizados para identificar el inicio y final de las pausas comerciales, que exige la Ley de Comunicación.

- Guayaquil nunca se detiene... Inicia la pauta comercial.
- Fin de Pausa comercial... Volvemos con Perla Cultural.

3.1.1. SECCIONES POR CONTENIDO

El orden de segmentos puede estar dada según la relevancia o interés de los contenidos tratados. “Combinar secciones con temas más atractivos junto con otras sobre contenidos más difíciles de comprender” (Rodero, 2005, pág. 267).

El diseño de la estructura del programa Perla Cultura está dado bajo el criterio de secciones por contenido, es decir, que los segmentos se van a presentar, según la relevancia o interés de los temas tratados.

Nombre de segmento	Descripción de segmento	Género	Tema de programa	Parámetros interculturales
Anónimos	Entrevista sobre temas intereses transcendentales de Guayaquil.	Entrevista	Entrevistado: Carlos Iván Bravo sobre “La marimba declarada patrimonio inmaterial declarado por la UNESCO”	Poder difundir las expresiones culturales.
Sabor a Guayaquil	Reportajes temáticos	Entrevista	Plato típico de Guayaquil	Poder fortalecer el patrimonio gastronómico y alimenticio.
Narraciones incógnitas	Narra una historia y al final se descubre cual es el personaje de la misma.	Narración	Historia de Víctor Emilio Estrada y el Demonio.	Producir la recreación la memoria social a través de expresiones artísticas y estéticas.
Sonidos Porteños	Reproducción de Música.	Musical	Música	Recrear la memoria social de pueblos y nacionalidades a través de representaciones artísticas y otras expresiones estéticas.

Destino en el puerto	Conocer un sitio turístico o emblemático de Guayaquil	Reportaje	Barrio las Peñas	Difundir cuidados y usos de la naturaleza y el universo. Promover los derechos de la naturaleza y el entorno.
Escapadas	Agenda	Boletín	Actividades de la semana	Poder promover los saberes las festividades, expresiones orales y ciencias milenarias.

Tabla 5: Detalle de segmentos

Elaborado por autoras

3.2. ORGANIGRAMA

Figura 3 - Funciones de realización de programa radial “Perla Cultural”



Elaborado por autoras

3.2.1 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:

- **Director de programa:** Se encarga de la logística en el contenido y estructuración del programa, en el cual se busca cumplir con los objetivos propuestos en cada uno de los segmentos, además de la coordinación de organizar las áreas de trabajos y autorizar que se realiza y quien es el personal con el que se va a contar en la producción del programa.
- **Productor del programa:** Se encarga de la creación en los contenidos del programa con respecto al estilo, los temas, colillas, e identificación del programa, busca la integración de todos estos elementos para que el programa “Perla cultural” tenga buena calidad en información así como en producción. Además de la supervisión de que cada

uno de las personas a su cargo cumplan con el trabajo dispuesto y que estos tengan la ley de comunicación.

- **Guionista:** Encargado de la realización y narración de la información en el programa, verificando que esta cumpla con los parámetros otorgados por la LOC. Su función principal es narrar el contenido para el locutor pero no de manera estructural, sino como una guía, dando paso a la improvisación y participación del mismo, todo esto complementado con la información que los reporteros obtengan según la estructura base del programa.
- **Operador de control y post producción:** Se encarga de supervisar los controles en las grabaciones de entrevistados o del locutor, nivelar sonidos, controlar que no haya ruidos o saturación de sonidos al momento de grabar. Además de llevar la organización en el momento de las grabaciones, con esto ordenado, sirve de guía y facilita el trabajo del editor.
- **Editor:** Se encarga del ensamblado del programa piloto “Perla Cultural” hacer el montaje entre las entrevistas y reportajes que se graban con anterioridad, para la transmisión del programa, además de comprobar y nivelar los niveles de audio, la calidad de sonidos y la estructuración general con música y efectos del programa final.
- **Locutor:** Además de ser la voz principal que identifica al programa, tiene la responsabilidad de emitir comentarios y opinar acerca de los contenidos que se difunden, también llevar el dinamismo y el hilo del programa, entre otras funciones, como preparar lo que se dice en cada uno de estos.
- **Reportero:** Es el responsable de realizar entrevistas de personajes con experiencias en áreas de especialización en diversos temas que se trata de la ciudad, armando los reportajes en conjunto con opiniones de la audiencia. Investigar el tema a tratar y buscar un formato correspondiente para su transmisión y producción.

3.3. CRONOGRAMA

Actividades	Fecha	Observaciones
Elaboración de escaleta	10/07/16 – 12/07/16	
Elaboración de guión	13/07/16 – 16/07/16	
Realización de colillas para careta de presentación y segmentos del programa y transiciones	22/07/16 – 31/07/16	Previamente se realizó un sondeo para definición de nombre del programa
Diseño de logo del programa	01/08/16 – 05/08/16	
Casting de voces para locutores	08/08/16 – 10/08/16	
Gestión y recopilación de contenidos para segmentos: realización de entrevistas, relatos y reportajes.	20/07/16 – 14/08/16	
Grabación de locuciones	15/08/16	
Montaje y edición del programa piloto	17/08/16 – 22/08/16	
Postproducción: render y normalización del piloto	26/08/16	
Difusión en plataforma libre de piloto	29/08/16	

Tabla 6: Cronograma por fechas de producción

Elaborado por autoras

3.4. PRESUPUESTO

3.4.1. RECURSOS TÉCNICOS

Para la realización de este proyecto se utilizó el estudio de producción de la radio emisora Onda Positiva y en otras ocasiones el mini estudio de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil en el cual a continuación se detallan los recursos técnicos que se utilizaron.

Estudio Radio Onda Positiva

- Consola Alesis Multimix 16 USB
- Micrófono SHURE SM27
- Cartera de efectos de sonido (producidos por Xavier Carpio)
- Audífonos Presonus
- Monitores de Sonido Alesis
- 1 Pedestal para el micrófono
- 3 Computadoras con conexión a internet marca HP
- Programa Adobe Audition versión CC2015

Mini Estudio - UCSG

- Micrófono omnidireccional SHURE modelo SM 58
- Cabina de mini estudio
- Consola YAMAHA MG 166 CX-USB
- Software Adobe Audition CC 2015
- 2 Computadora marca DELL

Exteriores

- Grabadora ZOOM h4n
- Cable XLR para micrófono
- Micrófono Shure PGA- 48
- Audífonos Audio technica

Descripción	Cantidad	Unidad (días)	Valor unitario (día)	Subtotal	Total
Gastos operativos					
Movilización (combustible)	1	6	\$10	\$60	
Refrigerios	1	6	\$5	\$30	\$90
Gastos de pre producción					
Impresiones	30	1	\$0.15	\$4.50	
Copias	20	1	\$0.10	\$2.00	
Tinta	2	1	\$15	\$30	
Pilas AA	8	1	\$1.50	\$12	\$48.50
Honorarios					
Guionista	1	2	\$100	\$200	
Productor	1	6	\$300	\$1800	
Control	1	5	\$80	\$400	
Sonidista	1	5	\$80	\$400	
Reportero	1	4	\$20	\$80	
Locutor	1	4	\$60	\$240	\$3.120
Alquiler de cabina					
Mini estudio UCSG	1	2	\$0	\$0	
Radio Onda Positiva	1	3	\$80	\$240	\$240
Equipos					
Grabadora de audio Zoom	1	3	\$25	\$75	
Micrófono Shure SM 58	1	3	\$30	\$90	
Cable XLR	1	3	\$10	\$30	
Audífonos Audio T	1	3	\$10	\$30	\$225
Costo total del programa					\$3.723.50

Tabla 7: Descripción de costos de producción

Elaborado por autoras

3.4.2. RECURSOS OPERATIVOS

En los recursos operativos, se buscó la colaboración del personal del estudio que utilizamos para poder manejar los equipos de manera profesional y obtener una buena calidad tanto en creación, producción y el producto final que es el programa radial.

Para lo cual contamos con un productor que son los autores del proyecto, donde se hizo la realización del guion, elaboración de las colillas y organización del cronograma para la grabación del programa.

Con respecto al locutor, se obtuvo la participación de Xavier Carpio, voz oficial de ciertas marcas nacionales como extranjeras en las radios locales, el cual tiene años de experiencia en la rama y cuenta con la versatilidad y lo jovial que requiere el programa.

El sonorizador y controlador de cabina ayudó a dar el ambiente que se necesita en la cabina radial, al momento de grabar el programa junto con el locutor.

El editor del programa llevo a cabo el montaje de colillas, así como el de entrevistas que fueron pregrabadas y editadas para poder integrarlas al programa.

- **Pre producción:**

- Director

- Productor

- Guionista

- Reportero

- **Producción:**

- Productor

- Control de cabina

- Locutor

- Entrevistados

- Reportero

- **Post producción:**

- Productor

- Editor

3.5. PROPUESTA ARTÍSTICA

3.5.1. ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

BLOQUE	CONTROL	LOCUCIÓN
1	Careta de presentación del programa	
	Presentación y bienvenida	Locutor Xavier Carpio saluda.
		Sumario de contenidos: anónimos, entrevista Carlos Bravo.
	Colilla segmento anónimos	Entrevista a Carlos Bravo
	Spot de Perla Cultural	Comentarios y paso al segmento de narraciones y temática del concurso.
	Colilla segmento Narraciones Incógnitas	Narración de Historia.
		Locutor Fomenta a la interacción con las redes sociales.
2	Transición espacio publicitario	
	Spot Perla Cultural	
	Colilla de Segmento Musical	Música
		Comentarios acerca de la música y da paso al segmento de Gastronomía
	Colilla Sabores de Guayaquil.	Entrevista.
		Comentarios y da paso al corte.
	Transición espacio Publicitario.	
	Spot Perla Cultural	
		Introducción del lugar que se conocerá.
	Colilla de Segmentos Destino en el Puerto	Reportaje del lugar.

3		Comentarios y da paso al segmento escapadas.
	Colilla de Segmento Escapadas	Lectura de la agenda cultural que se dará en la semana y despedida.
	Despedida de Programa	
	Colilla de cierre	

Tabla 8: Estructura para elaboración de guion

Elaborado por autoras

3.5.2. CASTING

- **Casting de voces**

El casting de voces se realizó a partir de las recomendaciones del *focus group*, ya que desde ese momento se comenzó a tener claro el tipo de locución se desea tener en el programa para que se identifique con el público objetivo.

El casting se realizó en las instalaciones de la emisora Onda Positiva. Primero se revisó un fragmento de audio de cada uno de los participantes, por lo que previamente se les explicó a los aspirantes cuál es el objetivo, y cuál es el estilo de programa.

Se seleccionaron a tres personas, una mujer y dos hombres. La voz femenina es la que representa al programa Perla Cultural, y la masculina se la eligió para la locución y la otra varonil para narración.

- **Fichas informativas de locutores**

Nombres: Xavier Carpio Arroyo

Edad: 30 años

Perfil profesional: Locutor con años de experiencias en diferentes radios en Ecuador como Central Radio, Radio Canela y Onda positiva y trabajos en la misma área en el exterior, además de conocimientos en edición y post producción radial.

Es la voz principal en el programa “Perla cultural” en el cual se encarga de dirigir este y complementarlo con opiniones y comentarios.

Nombres: Rommel Ramos

Edad: 28 años

Perfil profesional: Conductor en programas de Canela Tv y locutor en el programa “Gozando la noche” en Onda Positiva, experiencia más de 7 años en el área radial como locutor y animador.

Se realizó el casting pero su voz no cumplía con la intención que se tiene en el programa, teniendo en cuenta su podía ser utilizada en otro segmento.

Nombres: Mariana Bravo

Edad: 30 años

Perfil profesional: Locutora con más de 10 años de experiencia en Radio Canela, actualmente conductora del programa “Seguimos pegados” en radio Onda Positiva.

Su voz se utilizó para las colillas y pautas publicitarias, dando dinamismo y variedad en voces del programa.

Se utilizó una voz masculina principal en locución y una voz femenina que complementa el programa con la intención de hacer un juego de voces y no sea monótono a pesar de que se tenga un solo locutor. Se integra las voces de los entrevistados en el programa piloto, las cuales son necesarias para el dinamismo de este.

Además se optó por una sola voz en locución por cuestiones de presupuesto y tiempo de duración del programa, debido a que en dicho tiempo se escucharía forzado la intervención de muchas voces en el programa de corta duración, reduciendo el espacio que tiene cada uno para intervenir.

3.5.3. GUIÓN TÉCNICO

En base a la planeación para el montaje radiofónico Rodero (2005) sugiere que hay diferentes formas para poder combinar sonidos al momento de realizar la composición de un producto radial (Rodero, 2005, pág. 163).

Para el ensamblado del programa radial se utilizó algunas abreviaturas en la elaboración del guion para poder ser lo más preciso y eficaz, siendo así que en el montaje sea más fácil y entendible a lo que se quiere llegar, a continuación las abreviaturas utilizadas en el guion técnico de “Perla cultural”.

En cuanto a la forma de presentación del guion hemos escogido el modelo europeo, el cual permite desarrollar el contenido a dos o más columnas con su respectiva descripción. Permitiendo una lectura práctica y detallada al control y locutor (Rodero, 2005, pág. 163).

Abreviaturas

Fade in: F in	Primerísimo primer plano: PPP
Fade out: F out	Primer plano: PP
Crossfade: CF	Segundo plano: 2P
Fundido: F	Tercer plano: 3P
Corte: C	Plano de fondo: PF
Mezcla: M	

Programa: Perla Cultural

Emisión: matutina

Guion: Gabriela Rugel, Paulina López

Duración: 20 min

Locutor: Xavier Carpio Arroyo

GUIÓN TÉCNICO

BLOQUE 1			
CONTROL	LOCUTOR	T.P.	T.T.
Colilla de “Perla Cultural”		18”	18”
CF Música “ nombre de canción Marimba”	<p>Hola a todos y bienvenidos a nuestro primer programa de Perla Cultural, escucha, conoce y vive nuestro Guayaquil.</p> <p>Puedes contactarnos a través de nuestras redes sociales, en Facebook como /Perlacultural y en twitter como @Perlacultural.</p> <p>Interesante la combinación de los instrumentos, pues a continuación en el segmento “anónimos” tenemos a Carlos Iván Bravo, quien nos habla sobre este suceso muy importante “La declaración de la música marimba como patrimonio inmaterial de la humanidad” escuchemos que opina sobre esto y como se está fundamentando en el país este tipo de arte.</p>	32”	50”
F in (P.P.) colilla anónimos		10”	1:00”
(P.P.P.) entrevista pregrabada de la música marimba		3:00”	4:00”
F Spot Perla cultural	Comentarios en relación al tema	2”	4:02”
M con (P.F.) música “nombre de canción”	Esto recién está empezando, Guayaquil esconde muchas leyendas, en “narraciones incógnitas” te presentamos una historia donde tú tienes que adivinar de qué personaje se está hablando, escríbenos en nuestras redes sociales y si aciertas estarás concursando por entradas al concierto de la Orquesta sinfónica de Guayaquil que se realizara este fin de semana. No te lo pierdas y escuchemos de qué se trata.	25”	4:27”
F in colilla “narraciones incógnitas”		7”	4:34”

(P.P.) historia pregrabada de la leyenda de Víctor Emilio Estrada		2:00''	6:34''
F Spot Perla cultural	Yo ya sé quién es este personaje muy reconocido, y para ayudarlos con pistas, una calle muy concurrida de la ciudad lleva su nombre. Participen en nuestras redes sociales con el nombre de quien se trata la leyenda de hoy, ya volvemos con más de la perla cultural.	17''	6:51''
Colilla de inicio espacio publicitario		5''	6:56''
Colilla de fin espacio publicitario		5''	7:01''
BLOQUE 2			
F Spot perla cultural		2''	7:03
	Seguimos recargados de información, pero también hay un espacio para relajarse y escuchar música y nada mejor que apoyar y descubrir estos artistas nacionales con sus nuevas propuestas musicales, a continuación en “Sonidos porteños”.	12''	7:15''
CF colilla de sonidos porteños		4''	7:19''
C canción “Guayaquil – Héctor Napolitano”		3:00''	10:19''
F Spot perla cultural		2''	10:21''
F Spot Perla cultural	Qué bueno es saber que estamos fomentando en este segmento la música nacional, es esta ocasión fue Héctor Napolitano, más conocido como el viejo Napo con la canción “Guayaquil” que nos invita a conocer la cultura y variedades de nuestra ciudad, si tienes un grupo musical o conoces de alguno no dudes en contactarnos y enviarnos a nuestras redes sociales para ayudarte con más información. Ahora por qué no darle un poco de sabor a este programa, cómo no!!! La gastronomía guayaquileña es tan deliciosa, pero escuchemos y deleitémonos en el segmento “sabores de Guayaquil”	40''	11:01''
CF colilla sabores de Guayaquil		3''	11:04''
(P.P.) nota pregrabada de gastronomía en Guayaquil		2:40''	13:44''

	Platos tan sabrosos y no tan costosos, los podemos encontrar en cualquier parte de la ciudad no se desconecten de la perla cultural, tenemos mucho más después de la pausa publicitaria.	15''	13:59''
Colilla de inicio espacio publicitario		5''	14:04''
Colilla de fin espacio publicitario		5''	14:09''
BLOQUE 3			
	Y mientras buscábamos esos platos típicos, también vamos recorriendo las calles de Guayaquil y de manera indirecta haciendo turismo a continuación, “destino en el puerto” nos explicara que se puede conocer en la ciudad y que podemos recomendar a un extranjero al querer conocer un sitio emblemático.	20''	14:29''
CF colilla destino en el puerto		5''	14:34''
(P.P.) reportaje pregrabado del barrio Las Peñas “Jenny Estrada”		3:00''	17:34''
F Spot Perla cultural		2''	17:36''
	Entre encantadores paisajes ha crecido Guayaquil y la urde con mayor cantidad de habitantes, esta ciudad aún conserva lugares tradicionales como el Barrio Las Peñas donde nació la Perla del Pacífico. Si quieres salir de la rutina, no sabes que hacer el fin de semana, en nuestra agenda cultural, tendremos eventos donde te puedes dar una escapada y compartir como fue tu experiencia.	20''	17:56''
CF colilla escapadas		7''	18:02''
C música de fondo	Exposición Pictórica: Expresión de Arte con Texturas el jueves 10 de septiembre a las 19h00 en la sala temporal del Museo Presley Norton Organizado: Museo Presley Norton y el artista José Martínez es dirigido a: Todo Público y la Entrada Libre. El Parque Samanes vuelve a abrir presenta más eventos de aventura y adrenalina, en el rocódromo, además de que puedes realizar canopy, la entrada es de \$3, los horarios de atención, son de 9:00 a 16:30 los jueves y viernes y los sábados, domingos y feriados desde las 8:00 hasta las 16:30.	2:00''	20:02''

	<p>En el teatro centro de arte habrá un monologo de Lucho Mueckay llamado “la mala suerte de llamarse Fatalicio” este sábado 27 de agosto, entrada \$20 a las 20:00 horas es apto para todo público, comparte con tu familia y ríe a carcajadas en este monologo.</p> <p>Todos estos eventos los puedes hacer con tu familia o amigos, si quieres más información o saber que más hay a lo largo de la semana, búscanos en nuestras redes sociales.</p> <p>Llego el momento de concluir en Perla cultural, interactúa con nosotros y no te pierdas el próximos programa, con temas de actualidad.</p>		
--	---	--	--

Tabla 9: Guion Técnico

Elaborado por autoras

3.6. GESTIÓN DE PROYECCIÓN DEL PRODUCTO ARTÍSTICO

La finalidad de la propuesta del programa “Perla Cultural” es poder integrarlo a la parrilla de una emisora radial, teniendo un contacto directo con alguna de estas o poder establecer una alianza con AER, de la manera que lo ha llevado haciendo con la Universidad Salesiana, creando cápsulas con contenido interculturales a lo largo de los años, pudiendo esta institución brindar la apertura para poder realizarlo e integrarlo a una transmisión adecuada.

En cuestión de costos, el programa es muy viable, ya que los principales recursos en cuestión de producción es la obtención de información, donde se puede contar con la colaboración de muchas personas que tienen disponibilidad y quieren llegar a otros a través de plataformas que correspondan a lo que se quiere transmitir, como obras en el sector de Guayaquil, eventos que muchas veces no cuentan con la debida difusión, además que se necesitan programas que contemplen un tiempo adecuado para poder tener en las parrillas radiales, el porcentaje de contenidos intercultural que exige la LOC.

Algo muy esencial en estos días es la difusión e interacción a través de las redes sociales, y es algo primordial para poder comunicar y trascender en los medios, no deteniéndonos en llamadas telefónicas o mensajes de textos que comúnmente se realiza en los programas radiales.

Finalmente el proyecto es creado con un tiempo reducido en comparación de otras programas más extensos en los cuales se complementa la información con música, lo que busca este programa es poder extender el tiempo de transmisión, ya que hay una diversidad de información, géneros y segmentos que se pueden extender y realizar, porque hay temas que son muy amplios en cuestión a la producción que este programa a más de poder alargarse permitirá que tenga una sostenibilidad en el tiempo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este proyecto se llevó a cabo gracias a la colaboración de muchas personas en el medio que brindaron información verídica e importante con personajes que no son muy conocidos ante la sociedad pero que llevan una tarea muy importante en realización de obras en Guayaquil así como experiencia en el ámbito cultural.

Se concluye que hay un nicho que puede ser explotado si se lleva en consideración los parámetros que nos plantea la LOC, fusionándolos con el entretenimiento, se puede llegar a realizar un programa entretenido y más allá de eso conocer la ciudad de Guayaquil, como surge y que pasa día a día en ella, todo esto integrado con música nacional, donde se resalte estas expresiones artísticas y se difundan en un espacio adecuado.

Hay mucha información que debe ser recopilada y manejada de una manera muy prudente, temas que pueden ser explotados, no de una forma que sea cansada para el oyente, sino de la cual pueda informarse y ser participe.

Se recomienda buscar información en fuentes verídicas, y contactar a las personas correctas para que den su opinión y compartan experiencias en temas que generen interés en la colectividad. Así también propiciar la diversidad de voces con personajes y personalidades de la ciudad que muchas veces son poco conocidos por la audiencia pero tienen información muy valiosa que compartir.

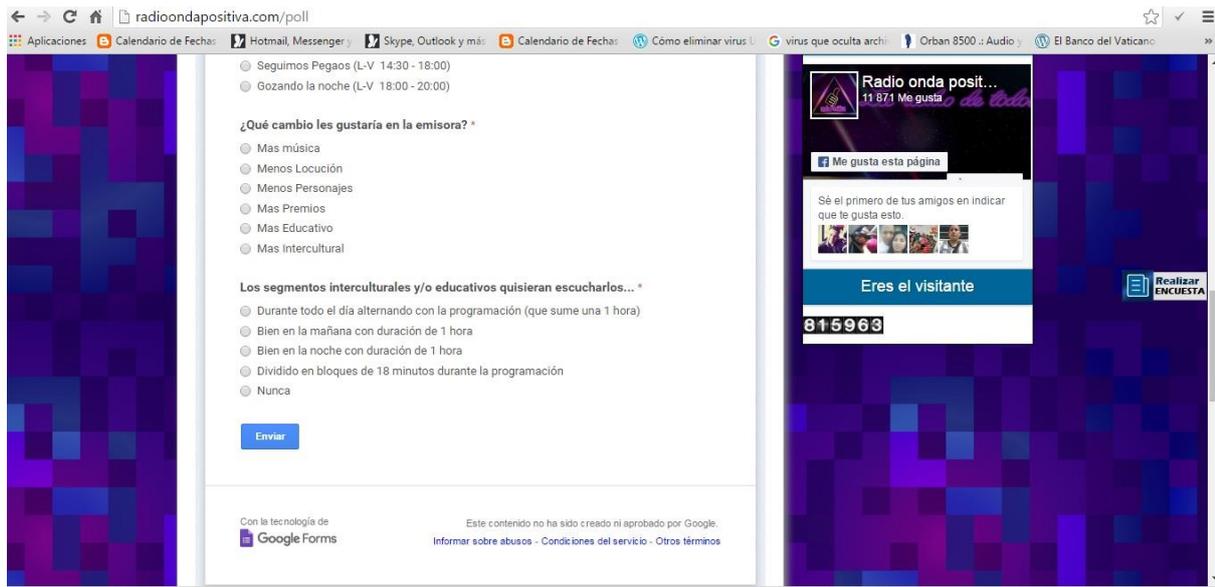
Para esto es importante organizar todos los temas –obviamente basándose en los parámetros de la interculturalidad- que se quieren presentar en el programa, recopilar con anticipación los contenidos para poder pre grabar o tener los recursos técnicos como colillas, transiciones, música y efectos sonoros listos al momento del montaje y edición.

Otra recomendación es difundir a través de redes sociales la información a tratar en el programa a través de trivias, concursos y generar expectativa, de esta manera se potencia el interés de la audiencia y se fomenta la interactividad.

ANEXOS

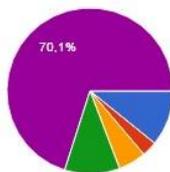
Anexo 1

Encuesta de referencia de la radio Onda Positiva, obtenida para verificar información acerca la preferencia de la audiencia sobre los contenidos interculturales que se transmiten en esta radio privada.



Resultados de encuesta de radio Onda Positiva sobre pregunta de contenidos interculturales.

Los segmentos interculturales y/o educativos quisieran escucharlos...



Durante todo el día alternando con la programación (que suma una 1 hora)	88	10.8%
Bien en la mañana con duración de 1 hora	24	3%
Bien en la noche con duración de 1 hora	44	5.4%
Dividido en bloques de 18 minutos durante la programación	87	10.7%
Nunca	569	70.1%

Anexo 2

Entrevista 1

Realizadas a personas con años de experiencia en el medio radiofónico.

Lcda. Geoconda Loor intendenta de Supercom

La entrevista a Geoconda Loor, intendenta zonal de la Supercom, se realizó el día jueves 30 de junio del 2016 en el conversatorio de aniversario de la Ley de Comunicación por sus tres años, Loor inició sus funciones desde abril del 2015 y conoce del proceso de supervisión de las radios privadas para el cumplimiento del artículo 14, relacionado con contenidos interculturales.

¿Cómo cumplen las radios con la obligatoriedad de transmitir contenidos interculturales?

A nivel nacional existen más de 1200 medios de comunicación y a nivel de zona más de 300 y físicamente es imposible monitoreando a la vez, nosotros como superintendencia determinamos un cronograma mediante el cual cada mes, se monitorea un número de medios que varía en función de disponibilidad del personal con el que contamos y otras series de factores, en el caso de medios audiovisuales se realiza 18 horas de programación desde las 6 am hasta las 12 am. El método de verificación es más complicado, ya que hay que hacer una revisión exhaustiva.

¿Cree que la mayoría de las radios cumplen solo por obligación con la emisión de estos contenidos, descuidándola la estética de producción y sin explotar la riqueza de la temática?

Creo que para algunas radios todavía existe confusión respecto de que es contenido intercultural para efectos LOC, por eso es importante los medios de comunicación que revisen los reglamentos de contenidos donde se dan 15 parámetros, cuyo objetivo es precisamente que las etnias, las comunidades se interrelacionen entre sí en los contenidos comunicacionales, que estos medios vuelvan a nuestra diversidad cultural como parte activa del quehacer diario, del cual la ley dispone un 5% de su programación al día y que varía también del número de horas que tiene de programación un medio, por ejemplo, si un medio tiene 24 horas de programación debe transmitir 72 minutos de contenido intercultural, en cambio los que tiene 18 horas de programación debe tener 54 minutos de contenido intercultural.

La ley contempla en el reglamento que puede haber incluso publicidad intercultural, que está identificada como publicidad pero su contenido es intercultural.

¿Existen radios privadas en Guayaquil que producen programas completos interculturales?

Hay algunas radios que producen programas que creen que son interculturales, pero en el momento del reconocimiento no todo el programa es intercultural, recordemos que el contenido cultural tiene que ver con la interrelación de las culturas, la vinculación, y la parte activa dentro de los medios, así que no podría decirlo, debido a que por ser la superintendencia nosotros no calificamos contenidos, yo no puedo asegurar que programas cumplen con los parámetros y es 100% intercultural, por una serie de factores, porque la ley no me permite calificar a mí los contenidos como interculturales y en segundo lugar puede existir algún programa que varía su contenidos intercultural, que estos tienen diferentes emisiones, donde se cumplan o no estos parámetros. No hay cuestión de que haya un mínimo o máximo de parámetros, sino que dentro del programa se incluya activamente a las etnias.

Existen radios que hacen cápsulas interculturales, y su realización se basa en buscar información en un navegador, y leerlo mediante un locutor, eso no califica como contenido intercultural y en radio se puede realizar muchas cosas, como efectos de sonidos, que puede llevar a un contenido de este tipo.

Por otro lado existe una confusión en los medios que piensan que hablar de un restaurante específico o mencionar cuantos tipos de especies existen en las Islas Galápagos es contenido intercultural, es un tema de vincular y promover la inclusión activa de nuestra interculturalidad, del Ecuador multiétnico.

¿Por qué cree usted que no se producen programas completamente interculturales?

Puede haber una serie de factores, uno del que siempre se quejan los radiodifusores es el tema de costo de producción, para esto hay gremios como AER que han firmado convenios con universidades que se encargan de la producción de contenidos interculturales, nosotros como superintendencia verificamos que se cumplan estos, lamentablemente existe muchos medios que confunden turismo, gastronomía con interculturalidad, esperamos que un futuro se vaya aclarando y vayan cumpliendo, aunque muestran o evidencian la intención de cumplir con esto y esto es muy importante.

¿Es probable que como órgano de control se exija que todas las radios emitan programas interculturales y no solo las cápsulas que se producen en la actualidad?

La ley contempla que el 5% de la programación diaria del medio debe ser intercultural, como lo hagan realmente depende del medio de comunicación.

¿Cómo realizan el monitoreo de control del cumplimiento?

Todos nuestros monitoreos son técnicos, para eso tenemos un equipo humano y tecnológico que se dedican exclusivamente a la supervisión y verificación de los contenidos interculturales amparados en la LOC y los reglamentos. Se hace una planificación mensual, además que se verifican otros artículos que contempla la ley.

¿Desde cuándo se exige el cumplimiento y cuáles son las sanciones?

En este caso iniciamos la verificación hace 3 años conjuntamente con la LOC, y las sanciones se iniciaron recién este año, debido a que a mediados del año pasado el Cordicom emitió el reglamento mediante el cual se determinaron los parámetros de contenido intercultural y hasta inicios de este año, ese reglamento ya tenía 2 reformas, entonces nosotros tenemos que ajustarnos a lo que dice el reglamento.

Las sanciones es el 10% de la facturación promediada por los medios de comunicación de los 3 últimos meses, no hay advertencias, al detectarse la infracción por parte de la superintendencia se emite una resolución cuya sanción es la que mencioné.

¿Qué observaciones puede hacer sobre la producción de contenidos interculturales?

Debemos focalizarnos más en la inclusión, ya que esto es lo que busca la ley la inclusión de la diversidad cultural en los contenidos comunicacionales y como dije anteriormente hay medios que buscan en internet información de alguna etnia y leen como que calificara como contenido intercultural, pero no es así, el objetivo de la ley es la participación activa de las comunidades y las etnias en los contenidos comunicacionales.

Anexo 3

Entrevista 2

Lcdo. Javier García Santos Gerente de radio privada.

La entrevista al Lcdo. Javier García Santos, Gerente de Radio Onda Positiva, se realizó el día miércoles 29 de Junio de 2016, dentro de las instalaciones de la emisora. García trabaja en este medio de comunicación privado desde hace 18 años, y actualmente es dueño de la radio privada Onda Positiva en la cual es Gerente General.

¿Cómo la radio cumple con la obligatoriedad de la ley de comunicación de difundir contenidos interculturales?

Fue algo nuevo, la Supercom no sabía ni cómo controlar. Se tuvo que contratar personas para que se dediquen a investigar, a producir, a controlar lo que es la interculturalidad, y más que todo por el tiempo diario que hay que cumplir que son 72 minutos porque es el 5% de la programación.

¿En qué Horario y tiempo de duración son más factibles para su transmisión estos contenidos?

No hay horarios definidos, hay cápsulas que tienen continuidad que se transmiten rotativamente.

¿Estos programas son de producción propia?

Una parte sí, no sabíamos cómo hacerlo porque la Supercom no se hacía explicar, luego firmamos un convenio que AER hizo con la Universidad Salesiana para que nos entreguen el material grabado.

¿Por qué cree usted que las radios en general no dedican más tiempo a los temas interculturales?

Sencillamente porque no son de interés de la audiencia. A nadie se le puede obligar a aprender, quizás puede ser la falta de cultura.

¿De qué manera ha modificado la programación con la inclusión de estos tipos de contenidos en la radio?

No se ha modificado, se ha sacrificado tiempo que se lo podría usar para otro tipo de actividad o entretenimiento a la audiencia, normalmente los oyentes cada vez que escuchan una cápsula cambian de emisora.

¿Qué opina de la realización de un programa intercultural sobre Guayaquil para ser emitida en las radios privadas, y como debería ser el formato?

Las radios privadas buscamos beneficios, que es un lucro. Hay que cumplir la ley. Se podría hacer siempre y cuando se comience un poco al revés es decir primero conseguir auspiciantes y después nosotros sabemos que lo vamos a comercializar, con mucho gusto se aceptaría. No hacerlo tan largo.

¿Cuánto cree que sea su costo de producción?

Implica de la investigación que se haga, puede ser unos \$500 si se hace internamente en un estudio. Si es en exteriores sale mucho más caro.

Lo mejor sería hacer una inversión fuerte pero para repartirla con algunos medios.

¿Cuánto tiempo cree que debería durar la emisión de este programa?

Si llama bastante la atención, que sea juvenil, unos 30 minutos.

¿Estaría interesado en difundir un programa completamente intercultural?

Sí, sí se puede comercializar se puede transmitir.

Anexo 4

Sondeo realizados a dos libretistas de programas radio revista en radios privadas de Guayaquil.

Preguntas:

- **¿Una radio revista radial obligatoriamente debe tener como mínimo una hora de duración? ¿Por qué?**
- **Melanie Kichimbo (Radio City):** “Desde mi experiencia radial en Radio City, (más de 10 años) podría hacer algunas recomendaciones sobre tu consulta. En general, los programas que se ajustan al formato de revista radial tienen mínimo 1 hora de duración, tiempo en que se abordan los temas centrales de cada día, permiten realizar entrevistas en vivo, la interacción con los oyentes vía telefónica, música, menciones publicitarias, y/o lectura de comentarios en redes sociales. Por citar algunos ejemplos.”

Xavier Carpio Arroyo (Radio Onda Positiva): “Desde mi trayectoria en Canela, La Otra, Armónica, Diblu, Tropicálida, Joya, Fabu, entre otros medios y ahora Onda Positiva, los programas los diseñamos los productores o los dueños de la radio, en base a los que nosotros queramos.”

- **¿Una radio revista intercultural debería seguir la norma de una hora de duración?**

Melanie Kichimbo (Radio City): “Tratándose de un programa intercultural me parece que hay cierta flexibilidad, tomando en cuenta el formato que se piense difundir. Desde una cápsula, que podría durar entre 10 y 15 minutos, hasta un programa con formato revista; pero no necesariamente un programa Intercultural debe durar 60 minutos.”

Xavier Carpio Arroyo (Radio Onda Positiva): “Si es educativo intercultural debe ser lo más corto posible, para que sea entretenido porque cuando hablamos de educación normalmente las personas se llegan a aburrir. Aparte que la ley en ese aspecto es flexible porque no da un tiempo mínimo de duración por programa o segmento, solo da el porcentaje que debe cubrir las emisoras de manera diaria.”

Anexo 5

Focus Group

Realizado a la audiencia entre 18 y 25 años, para determinar los gustos de la audiencia en cuestión de contenidos interculturales.

Las preguntas que se formularon a los participantes fueron:

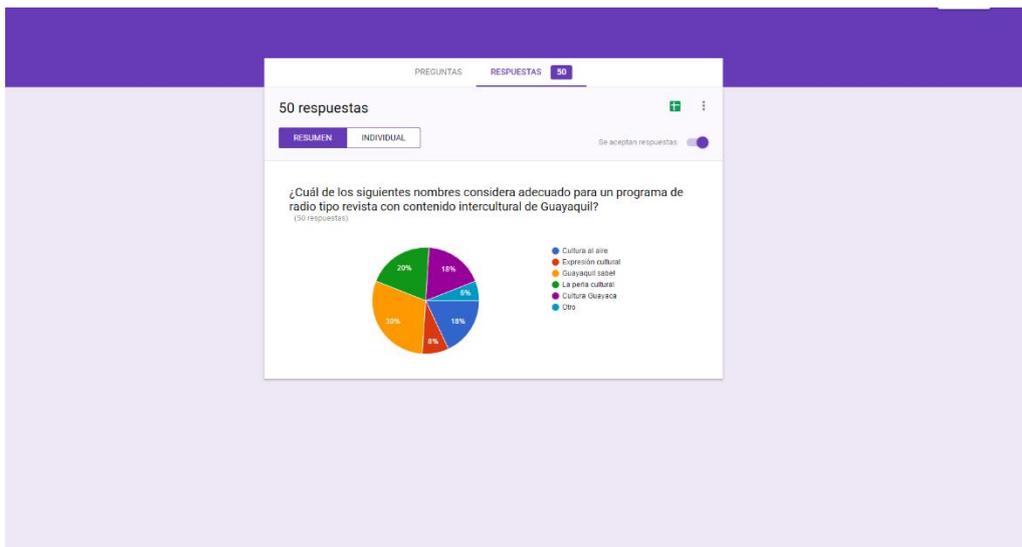
1. ¿Con qué frecuencia escucha este tipo de contenidos interculturales en las radios?
2. ¿Qué comentario nos pueden emitir acerca del programa escuchado con anterioridad?
3. ¿Qué géneros musicales o tipo de música les gustaría escuchar en estos programas?
4. ¿Qué temas les gustaría que tenga un programa intercultural?
5. ¿Les gustaría escuchar temas sobre el turismo en el programa?
6. ¿Qué temas de interés les gustaría conocer con respecto a la gastronomía de Guayaquil?
7. ¿Les gustaría tener un segmento sobre temas de entretenimiento, como una agenda cultural?
8. ¿Les interesaría tener un segmento donde se hable de las áreas verdes o ecología?
9. ¿Qué tipo de locución les gustaría escuchar, hombre, mujer o ambas?
10. ¿Escuchan un programa de tipo intercultural?
11. ¿Qué horario recomendarían y con qué frecuencia escucharían un programa intercultural?
12. ¿Creen que es necesario o de interés tener contenidos interculturales en las radios?
13. ¿Qué duración sugieren para este tipo de programas?
14. ¿Qué aportación le darían al programa intercultural que realizamos?

Anexo 6

Nombre del programa

Sondeo realizado en la plataforma de GOOGLE para determinar el nombre del programa, a personas según el target establecido en el perfil del programa.

The screenshot shows a Google Forms survey interface. At the top, there are tabs for 'PREGUNTAS' and 'RESPUESTAS' with a count of '50'. The main title is 'Sondeo para programa de radio'. Below the title, there is a subtitle: 'Definición del nombre de un propuesta de radio tipo revista con contenido intercultural para un proyecto de tesis'. The question is: '¿Cuál de los siguientes nombres considera adecuado para un programa de radio tipo revista con contenido intercultural de Guayaquil?'. The options are: 'Cultura al aire', 'Expresión cultural', 'Guayaquil sabal', 'La perla cultural', 'Cultura Guayaqueca', and 'Otro...'. There are radio buttons next to each option.



REFERENCIAS

- Alexander García. (2015). *El Comercio Tendencias*. Recuperado de El Comercio:
<http://elcomercio.com>
- Araya Rivera, C; (2006). *Cómo producir un programa de radio*. Educación, 30() 165-172.
Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44030211>
- Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión. (8 de junio de 2016). AER. Obtenido de
<http://www.tenkaiecuador.com/aerguayas/>
- Cebrián Herreros, M. (1992). *Géneros informativos audiovisuales*. Madrid: Ciencia.
- Consejo de regulación y desarrollo de la Información y comunicación. (2015). *Reglamento para la difusión de contenidos interculturales*. Obtenido de Cordicom.gob.ec:
<http://www.cordicom.gob.ec/cordicom-aprueba-reglamento-para-la-difusion-de-contenidos-interculturales-en-medios/>
- Diccionario Real Academia Española. (8 de junio de 2016). Real Academia Española.
Obtenido de <http://www.rae.es/>
- Función Legislativa Asamblea Nacional. (25 de junio de 2013). Registro oficial órgano del gobierno del Ecuador. Obtenido de presidencia.gob.ec:
<http://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/LeyDeComunicacion-espaniol.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (8 de junio de 2016). INEC. Obtenido de
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Maza Maximiliano & Cervantes Cristina (1994). *Guion para medios audiovisuales: cine, radio y televisión*. Distrito Federal, México: Longman.

Pérez, M. (1994). Estructura de la información radiofónica en Castilla y León, Cuadernos de documentación Multimedia, 17-33.

Radio Onda Positiva. (8 de junio de 2016). Radio Onda Positiva. Obtenido de <http://www.radioondapositiva.com/>

Rodero Antón Emma (2005). *Producción radiofónica*. Madrid, España: Anaya S.A.

Romel Jurado Vargas. (2015). *Informe final sobre la línea base del cumplimiento de la ley orgánica de comunicación*. Superintendencia de Comunicación. Quito: Don Bosco.

Rosas Sánchez Lorena. (2012). *Pluriculturalidad, multiculturalidad e infomulticulturalidad*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/pluriculturalidad-multiculturalidad-e-infomulticulturalidad/> (Radio Onda Positiva, 2016)

Volpini, F., & Miguel Ángel Ortiz. (1995). *Diseño de programas en radio*. Madrid: Paidós.



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Rugel Villegas Gabriela Pamela** con C.C: 0931351340 autora del trabajo de titulación: **Diseño de un libreto y realización de un programa piloto del formato radio revista para la difusión de contenidos interculturales en Guayaquil, dirigido a radios privadas de frecuencia modulada**, previo a la obtención del título de **Ingeniera en Producción y dirección en artes audiovisuales** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **15 de septiembre del 2016**

f. _____

Nombre: **Rugel Villegas Gabriela Pamela**

C.C: **0931351340**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, *López Llerena Paulina Yolanda*, con C.C: 0950122051 autora del trabajo de titulación: **Diseño de un libreto y realización de un programa piloto del formato radio revista para la difusión de contenidos interculturales en Guayaquil, dirigido a radios privadas de frecuencia modulada**, previo a la obtención del título de **Ingeniera en Producción y dirección en artes Audiovisuales** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **15 de septiembre del 2016**

f. _____

Nombre: **López Llerena Paulina Yolanda**

C.C: **0950122051**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Diseño de un libreto y realización de un programa piloto del formato radio revista para la difusión de contenidos interculturales en Guayaquil, dirigido a radios privadas de frecuencia modulada.		
AUTORES:	Gabriela Pamela Rugel Villegas, Paulina Yolanda López Llerena		
TUTORA:	Julia Martha Murga Tenempaguay		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Artes y Humanidades		
CARRERA:	Ingeniería en Producción y dirección audiovisual		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniera en producción y dirección en artes audiovisuales		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	15 de septiembre del 2016	No. DE PÁGINAS:	71
ÁREAS TEMÁTICAS:	Producción radiofónica, Ley de comunicación, Interculturalidad.		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Producción, radial, intercultural, cultura, Guayaquil, magazine.		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>Este proyecto busca como objetivo principal la difusión de contenidos interculturales de Guayaquil, trasmitiéndolos de una manera dinámica y entretenida, en el cual se integran varios segmentos para dar versatilidad en la información, enfatizando las tradiciones, costumbres de la ciudad, integrado en el formato radio revista lo cual permite transmitir contenidos de manera miscelánea.</p> <p>La propuesta también cubre con los parámetros interculturales dictados por la Ley de Comunicación, que está en vigencia desde el año 2013, enfocados en complementar las parrillas de radios privadas con información intercultural, respetando las normativas que rige la ley, enfatizando que los contenidos cumplan con cada uno de las normativas.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-0987480456	E-mail: gabrielitarugel@gmail.com pauch_lopez@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Lcdo. Byron Tomalá Calderón		
	Teléfono: +593-4- 0989282696		
	E-mail: byrone.tomala@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			