



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS
SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**LOS PROGRAMAS RADIALES Y EL USO DEL LENGUAJE
RADIOFÓNICO EN LA CIUDAD DE AMBATO.**

Trabajo de Graduación previo a la obtención del Título de Licenciado en
Comunicación Social.

AUTOR:

Diego Javier Silva Paredes

TUTOR:

Lic. Mg. Carlos Alejandro Martínez Moya

Ambato – Ecuador

2016

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

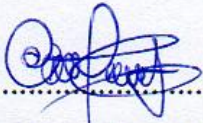
En mi calidad de Tutor del Trabajo de Investigación estructurado de manera independiente sobre el tema:

“LOS PROGRAMAS RADIALES Y EL USO DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO EN LA CIUDAD DE AMBATO”.

Realizado por el señor Diego Silva estudiante de la Carrera de Comunicación Social, de la Universidad Técnica de Ambato considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación por el Jurado examinador designado por el Honorable Concejo Directivo para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, 24 de Abril del 2015

EL TUTOR
EL AUTOR



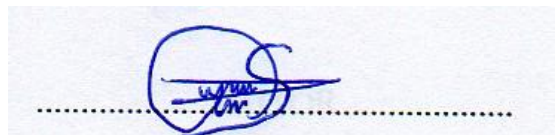
Lic. Mg. Carlos Alejandro Martínez Moya

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación “LOS PROGRAMAS RADIALES Y EL USO DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO EN LA CIUDAD DE AMBATO”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta, salvo las citas mencionadas, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este trabajo de grado.

Ambato, 05 de Agosto del 2016

EL AUTOR



Diego Javier Silva Paredes

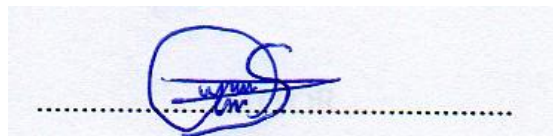
DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales, de mi tesis con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice presentando mis derechos de autor.

Ambato, 05 de Agosto del 2016

AUTOR



Diego Javier Silva Paredes

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Informe de Investigación, sobre el tema: LOS PROGRAMAS RADIALES Y EL USO DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO EN LA CIUDAD DE AMBATO, realizado por el Sr. Diego Silva, estudiante de la Carrera de Comunicación, de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, del 2016

Para constancia firman

.....
Presidente

.....
Miembro

.....
Miembro

DEDICATORIA

A *Dios*, por haberme regalado el don de la vida, por darme sabiduría y guía en cada momento de mi vida, que a pesar de todos los problemas me ha brindado fortaleza para levantarme y seguir adelante para continuar con mis metas trazadas.

A *mi padre*, que desde el cielo me ilumina con sus bendiciones para luchar y seguir adelante y cumplir con todos mis objetivos propuestos.

A *mi madre*, que a pesar de ser madre soltera con su amor incondicional me supo educar para convertirme en un hombre de bien y sobre todo me enseñó que si quiero alcanzar algo en la vida tengo que luchar para cumplir con mis sueños.

En especial a mi esposa, *Mayra Silva*, que con su amor y apoyo incondicional me impulso para seguir adelante en mis estudios y alcanzar esta meta tan importante de mi vida.

Diego Silva

AGRADECIMIENTO

A *Dios*, por brindarme sabiduría y estar siempre conmigo en cada momento de mi vida y por haber puesto a personas maravillosa en mi camino.

A *mi madre*, ejemplo de lucha y superación que supo alentarme con sus sabias palabras para no decaer y terminar este proceso tan importante de mi vida.

A la *Universidad Técnica de Ambato*, noble institución que me supo abrir sus puertas para ingresar a la carrera de Comunicación Social, a los profesores que supieron impartir sus conocimientos y experiencias para formar excelentes profesionales.

De manera especial al *Lic. Mg. Alejandro Martínez*, que con sus conocimientos y su ayuda incondicional me guió para la culminación de este trabajo de investigación.

A *todas las radios y locutores*, que me supieron abrir sus puertas quienes me brindaron su apoyo para la realización de este proyecto.

Diego Silva

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
RESUMEN EJECUTIVO	xv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA.....	2
Tema de Investigación	2
Planteamiento del problema.....	2
Contextualización.....	2
Árbol de Problemas.....	6
Análisis Crítico.....	7
Prognosis	7
Formulación del problema	8
Preguntas directrices	8
Delimitación de la investigación.....	8
Justificación.....	9
Objetivos	10
Objetivo general	10
Objetivos específicos	10

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO.....	11
Antecedentes Investigativos.....	11
Fundamentación Filosófica.....	14
Fundamentación Ontológica.....	14
Fundamentación Epistemológica.....	16
Fundamentación Legal.....	16
Fundamentación Teórica.....	18
Categorías Fundamentales.....	18
Medios de Comunicación.....	21
La Radio.....	22
Lenguaje Radiofónico.....	23
La Comunicación.....	26
El Mensaje.....	28
Percepción de Mensaje Radiofónico.....	30
Hipótesis.....	31
Señalamiento de Variables.....	31

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO.....	32
Modalidad básica de la investigación.....	32
Tipos de investigación.....	32
Investigación Descriptiva.....	32
Investigación exploratoria.....	33
Técnicas e Instrumentos de la Investigación.....	33
Población y muestra.....	33
Población.....	33
Muestra.....	34
Matriz de operacionalización de variables.....	35
Variable Independiente: Lenguaje Radiofónico.....	35
Variable Dependiente: Mensaje Radiofónico.....	36
Plan de recolección de la información.....	37
Técnica de recolección de la información.....	37
Tipos de Técnicas de Investigación.....	38

Procesamiento y análisis de la información recolectada.....	38
Revisión y codificación.....	39
Interpretación de resultados	39

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	40
Análisis de la encuesta realizada a los radiodifusores de la ciudad de Ambato	40
Análisis de la encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato	48
Comprobación de la Hipótesis	61

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	64
Conclusiones	64
Recomendaciones.....	64

CAPÍTULO VI

PROPUESTA.....	65
Tema.....	65
Datos informativos	65
Antecedentes de la propuesta	65
Justificación.....	66
Objetivos	67
Objetivo General	67
Objetivos Específicos.....	67
Análisis de Factibilidad.....	67
Factibilidad Operativa.....	67
Factibilidad Técnica	67
Factibilidad Económica.....	67
Fundamentación Científica	68
Características del lenguaje radiofónico	68
El lenguaje radiofónico: materiales sonoros y no sonoros.....	69
Modelo Operativo	71
Elaboración de la propuesta	72
Elementos y definición del lenguaje radiofónico.....	72

Características de la charla radiofónica.....	80
Sugerencias para analizar y criticar una emisión radiofónica	81
Pauta para realizar programas radiales.....	83
Previsión de la evaluación.....	85
BIBLIOGRAFÍA	87
ANEXOS	
PAPER	

ÍNDICE DE CUADROS

Tabla N° 1. Características del mensaje Radiofónico.....	30
Tabla N° 2. Tamaño de la muestra de la Población.....	34
Tabla N° 3. Matriz de Operacionalización - Variable Independiente: Lenguaje Radiofónico.....	35
Tabla N° 4. Matriz de Operacionalización - Variable Dependiente: Mensaje Radiofónico.....	36
Tabla N° 5. Plan de recolección de la información.....	37
Tabla N° 6. Fuentes de Información.....	37
Tabla N° 7. Tipos de Técnicas de Investigación.....	38
Tabla N° 8. Tipo de Programa con mayor influencia en el público.....	40
Tabla N° 9. Uso de Libreto.....	41
Tabla N° 10. Rating del programa por uso del doble sentido.....	42
Tabla N° 11. Influencia de las emisoras en la sociedad.....	43
Tabla N° 12. Regulación del lenguaje radial.....	44
Tabla N° 13. Influencia de los programas radiales en la sociedad.....	45
Tabla N° 14. Tipo de público objetivo del programa.....	46
Tabla N° 15. Solución para el mejor uso del lenguaje radiofónico.....	47
Tabla N° 16. Lenguaje radial apropiado.....	48
Tabla N° 17. Maltrato radial verbal.....	49
Tabla N° 18. Tipo de Programa que más lo influencia.....	50
Tabla N° 19. Uso de Libretos.....	51
Tabla N° 20. Claridad del mensaje radial.....	52
Tabla N° 21. Mensajes radiales en doble sentido.....	53
Tabla N° 22. Contenidos radiales alineados con el interés del público.....	54
Tabla N° 23. Regulación del lenguaje radial.....	55
Tabla N° 24. Programas para la opinión pública.....	56
Tabla N° 25. Influencia en la sociedad de los programas radiales.....	57
Tabla N° 26. Beneficios para los radioescuchas.....	58
Tabla N° 27. Beneficios de los programas radiales.....	59
Tabla N° 28. Solución para el uso inadecuado del lenguaje radiofónico.....	60
Tabla N° 29. Frecuencias H_0	61
Tabla N° 30. Frecuencias H_1	61

Tabla N° 31. Frecuencias Observadas	61
Tabla N° 32. Frecuencias Teóricas	62
Tabla N° 33. Cálculo de X^2	62
Tabla N° 34. Modelo operativo.....	71
Tabla N° 35. Previsión de la evaluación	85
Tabla N° 36. Previsión de la evaluación	86

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Árbol de Problemas	6
Gráfico N° 2. Gráfico de Interrelación de Variables	18
Gráfico N° 3. Constelación de ideas de la Variable Independiente: Lenguaje Radiofónico.....	19
Gráfico N° 4. Constelación de ideas de la Variable Independiente: Percepción de Mensajes.....	20
Gráfico N° 5. Tipo de Programa con mayor influencia en el público	40
Gráfico N° 6. Uso de Libreto	41
Gráfico N° 7. Rating del programa por uso del doble sentido.....	42
Gráfico N° 8. Influencia de las emisoras en la sociedad.....	43
Gráfico N° 9. Regulación del lenguaje radial	44
Gráfico N° 10. Influencia de los programas radiales en la sociedad	45
Gráfico N° 11. Tipo de público objetivo del programa	46
Gráfico N° 12. Solución para el mejor uso del lenguaje radiofónico	47
Gráfico N° 13. Lenguaje radial apropiado	48
Gráfico N° 14. Maltrato radial verbal	49
Gráfico N° 15. Tipo de Programa que más lo influencia.....	50
Gráfico N° 16. Uso de Libretos	51
Gráfico N° 17. Claridad del mensaje radial	52
Gráfico N° 18. Mensajes radiales en doble sentido	53
Gráfico N° 19. Contenidos radiales alineados con el interés del público	54
Gráfico N° 20. Regulación del lenguaje radial	55
Gráfico N° 21. Programas para la opinión pública	56
Gráfico N° 22. Influencia en la sociedad de los programas radiales	57
Gráfico N° 23. Beneficios para los radioescuchas	58
Gráfico N° 24. Beneficios de los programas radiales	59
Gráfico N° 25. Solución para el uso inadecuado del lenguaje radiofónico	60
Gráfico N° 26. Chi Cuadrado.....	63

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Tema: LOS PROGRAMAS RADIALES Y EL USO DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO EN LA CIUDAD DE AMBATO

Autor: Diego Javier Silva paredes

Tutor: Lic. Mg. Carlos Alejandro Martínez Moya

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio investigativo tiene como tema: Los programas radiales y el uso del lenguaje radiofónico en la ciudad de Ambato. La investigación tomó como referencia al uso del lenguaje radiofónico utilizado por los locutores de las diferentes radios de la ciudad de Ambato y su incidencia en los radioescuchas.

El presente trabajo de investigación se realizó en términos cualitativos, haciendo referencia a la existencia de normas para garantizar el uso adecuado del lenguaje dentro de los programas radiales, su muestra de estudio fueron noventa y un locutores de las estaciones radiales, así también, trescientos ochenta y tres radioescuchas para conocer su pensamiento acerca de la forma de locutar en las radios.

Entre las principales conclusiones de este trabajo de investigación es que la aceptación de los programas radiales que hacen uso inadecuado el lenguaje es alta, a pesar de que la mayor parte de la población encuestada está en contra de su uso y se manifestó a favor de un reglamento de regulación de los mismos.

Como solución al problema encontrado se recomendó elaborar un manual de Lenguaje Radiofónico, con directrices de estilo para los profesionales de la radio de la ciudad de Ambato.

Palabras claves: Lenguaje radiofónico, Radioescuchas, Locutar, Manual de lenguaje, Programas radiales.

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF JURISPRUDENCE AND SOCIAL SCIENCES
SOCIAL MEDIA CAREER

Topic: RADIO PROGRAMS RADIO AND USE OF LANGUAGE IN THE CITY OF AMBATO

Author: Diego Javier Silva paredes

Tutor: Lic. Mg. Carlos Alejandro Martínez Moya

ABSTRACT

This research study has as its theme: Radio programs and the use of radio language in the city of Ambato. The research took as a reference to the use of radio language used by speakers of different radii of the city of Ambato and its impact on listeners.

This research was conducted in qualitative terms, referring to the existence of rules to ensure proper use of language within the radio programs, the study sample were ninety-one broadcasters radio stations, well, three hundred and eighty and three listeners to know your thinking about how to Locuto on the radio.

Among the key findings of this research is that the acceptance of the radio programs that make inappropriate use language is high, even though most of the surveyed population is against its use and was in favor of a rules regulating them.

As a solution to the problem encountered it was recommended that a manual Radio Language with style guidelines for professionals within the city of Ambato

Keywords: Radio language, Listeners, Locuto, Manual language radio programs.

INTRODUCCIÓN

La estructura general del presente trabajo de investigación viene dividida en capítulos, los que a su vez se subdividen en temas y subtemas como se detalle en el siguiente esquema:

Capítulo I: El Problema. Contiene el tema de la investigación, su contextualización y análisis el problema desde diferentes puntos de vista, apoyados en interrogantes, a los que se darán respuesta durante el desarrollo de la presente investigación. En este capítulo se estableció la delimitación del objeto de investigación, el para qué se investigó, con su justificación, su impacto, interés, factibilidad.

Capítulo II: Marco Teórico. Contiene la fundamentación bibliográfica – documental, que da validez a la solución del problema identificado. Inicialmente se analiza artículos científicos referentes a las variables de investigación, que se usaron como antecedentes al contenido teórico del presente trabajo. A continuación se lo fundamentó desde el punto de vista filosófico, legal y con un marco teórico donde se desagrega las variables de investigación.

Capítulo III: Metodología. Contiene la metodología del trabajo de investigación que se va a usar a lo largo de su ejecución, según su modalidad, tipo y nivel. Adicionalmente se establece la población de estudio y se detalla cómo se va a recolectar la información de varias fuentes de estudio, y el tratamiento que se les va a dar luego de su procesamiento y análisis.

Capítulo IV: Análisis de resultados. Contiene el análisis e interpretación de los datos recopilados en los instrumentos de investigación, a través de una metodología estadística y gráfica.

Capítulo VI. Conclusiones y recomendaciones. Se establecen las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo de investigación, luego del análisis de la información recolectada.

Capítulo VI: Propuesta. Contienen la propuesta para la solución del problema identificado.

Línea de Investigación: Programas Radiales

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Tema de Investigación

Los Programas Radiales y el uso del Lenguaje Radiofónico en la ciudad de Ambato.

Planteamiento del problema

Contextualización

Macro

La expresión radiofónica constituye un lenguaje porque permite que un emisor, mediante un conjunto de principios constructivos sonoros (palabra, música y efectos) y no-sonoros (silencio) combinables entre sí y aceptados y compartidos socialmente transmita informaciones, ideas, sentimientos y sensaciones (en forma de imágenes auditivas) a un receptor. Música, voz, efectos sonoros, ruidos, silencios; todos son elementos expresivos de la radio, que pueden conjugarse para crear una atmósfera acústica. Todos los subsistemas semióticos que configuran el lenguaje radiofónico (palabra, música, efectos sonoros e, incluso, silencio) participan en la construcción de las imágenes auditivas. (RAMOS, 2015)

De acuerdo a la UNESCO, con una cobertura capaz de alcanzar al 95% de la población mundial, la radio es el medio informativo más universal del mundo. Al ser un medio informativo barato que requiere una tecnología relativamente simple, la radio llega a comunidades remotas y grupos marginalizados. Según datos de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, en los países en desarrollo más del 75% de los hogares poseen al menos un aparato de radio (FUNDACION FNPI SURA, 2014).

Sin embargo, son pocas las empresas de radio que tengan un código ético que hayan dado a conocer a sus oyentes. Salvo contadas excepciones, como BBC del Reino Unido, NPR de Estados Unidos, el Grupo Prisa de España, entre otras, es difícil encontrar cuáles son los lineamientos éticos que deben regir a los periodistas que trabajan en estaciones de radio.

Actualmente en el mundo, la sociedad civil, está preocupada por el tipo de radio que se produce actualmente pues, por los contenidos que propone, parece libertina, irrespetuosa y poco educativa. Pero ¿por qué este modelo sigue captando audiencias? Escuchar estos programas parece ser un ritual obligado. Desde el punto de vista de los jóvenes la mayoría ha escuchado los programas que tradicionalmente se conocieron como los zoológicos de la mañana, que son un poco divertidos, y que mezclan conversaciones sobre temas cotidianos con oferta musical e información comercial (Redacción Diario ADN, 2012). Este público joven genera en las emisoras la necesidad de crear estrategias de mercadeo para captar audiencias. En la programación de algunas emisoras de FM existen programas cuya estructura se basa en la información de actualidad, el humor y la música para público joven, pero habría otros que sobrepasan ciertos ‘límites’ y se burlan de los oyentes con la utilización de lenguaje soez y de bromas de ‘alto calibre’

Meso

En el 2003, el Ministerio de Comunicaciones Colombiano (hoy MinTic) reconoció la existencia de casos sobre ese persistente abuso en el contenido de programas radiales que violaba abiertamente el Código del Menor. Recordó la prohibición legal a toda práctica que atente contra la integridad moral, psíquica o física de los menores, que incite a la violencia o cuyos contenidos incluyan descripciones morbosas o pornográficas. Dicha manifestación oficial no generó el más mínimo cambio en la conducta de muchos locutores ni en la autorregulación que el Estado, ingenuamente, espera de las emisoras que los toleran, porque, a diferencia de la televisión, la política pública de radiodifusión sonora no dispone de una autoridad que sancione a los infractores del atropello con contenidos transgresivos (CAICEDO, 2014).

A finales del año 2014 se empezó a desarrollar en Colombia una discusión acerca de los programas radiofónicos que utilizaban un lenguaje subido de tono en sus transmisiones diarias “¿Divierten o pervierten?”. Los periodistas de los principales medios de radiodifusión colombiana mostraron su molestia con las emisoras vulgares cuyos contenidos son soeces y envilecedores, bajo la pretensión de ser graciosos. Este grupo de periodistas coincidieron que los contenidos de esos medios son inaceptables y deben corregirse. Debe recordarse recalcaron que la moral es el conjunto de normas sociales relativas a las acciones de las personas, en el ámbito de su bondad o malicia, que conciernen al fuero interno o al respeto humano. Los programas vulgares atentan contra estos principios (MÚNERA, 2015).

En un estudio realizado por la (CONCORTV, 2010), indica que en los programas de la radiodifusión peruana se presentaron lenguajes inadecuados en la mitad de los programas analizados, sin ser un aspecto central de los mismos. No obstante, se registró un alto porcentaje de conductas destructivas, como la falta de respeto y la discriminación, principalmente en programas humorísticos. La presencia de la sexualidad es mayor que en la televisión pero es menos relevante. Se presenta principalmente en las letras de algunas canciones, en los comentarios de los locutores, así como de manera más profesional en los consultorios psicológicos.

La influencia de los programas radiales fue estudiada por (Sánchez, 1986), que identificó la influencia de los programas mediáticos en la difusión de ideologías juega un papel relevante en la construcción y la perpetuación de los valores de las sociedades modernas. La descripción del discurso de los medios radiales puede revelar las ideologías que al acceder a la cognición de los oyentes, suelen ser reproducidas por éstos. Esta experiencia investigativa exploró la influencia del lenguaje radiofónico sobre los oyentes, además que analizó el discurso del grupo de locutores, para establecer cómo a través de sus intercambios verbales se representan ideologías relacionadas con distintos roles.

Micro

Actualmente en el Ecuador muchos locutores y comentaristas de radio descuidan la buena expresión. Utilizan una forma inadecuada de dirigirse al público con palabras

desagradables y fuera de tono, contribuyendo a la deformación del idioma castellano de los oyentes. Muchos de esos periodistas y locutores ignoran que la radio y la televisión son agentes educativos, tampoco se dan cuenta de la influencia que ejercen los medios de comunicación en nuestra sociedad. Los términos utilizados por muchos “profesionales del micrófono” cuando se dirigen a los oyentes son imitados e introducidos en el acervo intelectual de los jóvenes que sintonizan la emisora. Se le hace un daño al lenguaje y a una gran parte del público cuando por radio se escucha un locutor o periodista decir las llamadas “malas palabras” y vulgaridades realmente asqueantes (NAVARRO, 2014).

(NAVARRO, 2014), reconoce que muchos periodistas y locutores más que deformar el idioma le dan carta de ciudadanía a la deformación y a la lengua que utilizan los más iletrados. Hay programas de radios que se caracterizan porque muchos comentaristas utilizan un lenguaje degradado, empobrecido, vulgar y atentatorio a las buenas costumbres, viéndose los mismos como reproductores que ayudan a esa promoción del lenguaje inadecuado. Esa promoción hace que se convierta la radio no en un mecanismo de educación, sino en un mecanismo de cretinización de la población en términos globales.

Árbol de Problemas

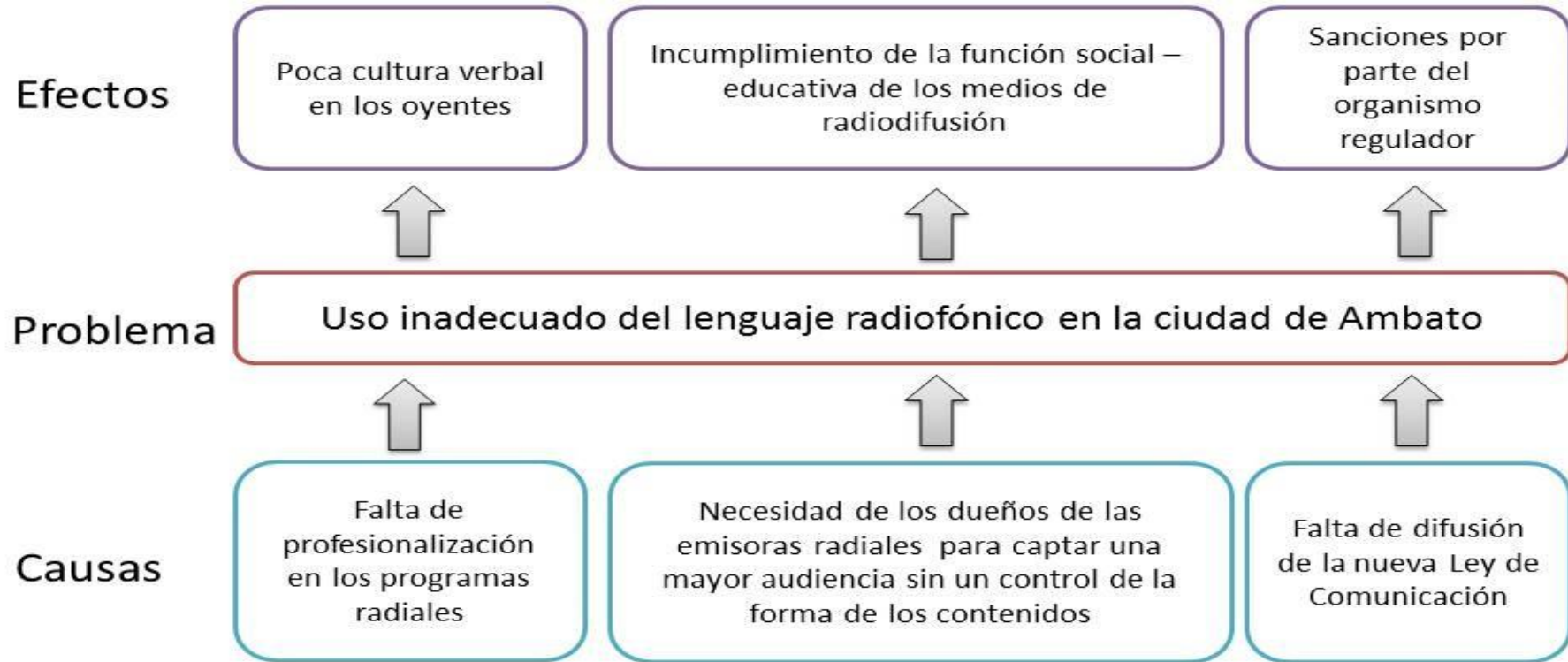


Gráfico N° 1. Árbol de Problemas
Fuente: Investigador
Elaborado por: Diego Silva

Análisis Crítico

La necesidad de los dueños de las emisoras radiales para captar una mayor audiencia sin un control de la forma de los contenidos provoca el uso inadecuado del lenguaje en los medios de radiodifusión, lo que hace evidente el incumplimiento de la función social – educativa de los medios de radiodifusión.

Además la falta de difusión de la nueva Ley de Comunicación también contribuye a que el problema del uso inadecuado del lenguaje en los medios de radiodifusión se manifieste, lo que provoca sanciones por parte del organismo regulador contra el medio de radiodifusión.

Finalmente la falta de profesionalización de los programas de radio contribuye al uso inadecuado del lenguaje en los medios de radiodifusión lo que genera poca cultura verbal de sus oyentes. En esta sección del análisis se hace evidente que sin la existencia de un lenguaje y sin la existencia de un código o conjunto de normas y reglas que den sentido a ese lenguaje, difícilmente podríamos hablar de comunicación, de la misma manera que tampoco sería posible entablarla si no se dispone de un canal que la haga viable.

Dentro de la aplicación coherente de la metodología de la investigación se reconoce como el nodo problemático más pertinente al que involucra: Falta de profesionalización en los programas radiales → Uso inadecuado del lenguaje radiofónico en la ciudad de Ambato → Poca cultura verbal en los oyentes, de ahí el planteamiento del tema de la presente investigación que pretende evidenciar como el uso del Lenguaje Radiofónico influye en la percepción del mensaje en los radioescuchas de la ciudad Ambato.

Prognosis

(Balsebre, 2010), explica que “...el lenguaje radiofónico no es únicamente la palabra; se constituye de los sistemas expresivos de la palabra, la música y los efectos sonoros”. Básicamente la concepción que le damos a los mensajes es por la

interpretación que se le dan a los mismos, demostrando que no es posible un lenguaje si no tiene fines comunicativos.

Si los radioyentes continúan enfrentándose a una nueva jerga, se familiarizan con éste tipo de palabras, hasta el punto que las usarán con frecuencia. Pero esto no les permitirá comprender la magnitud de cada cosa que hablan. Por lo que el emisor necesitará adecuar nuevos contextos con el ánimo de alimentar al receptor para así obtener mayor grado de lo que el autor menciona como “eficacia comunicativa”. Sin embargo este tipo de elementos ponen en peligro el adecuado uso del lenguaje, tanto que el receptor como el emisor le darán un mayor grado de significación a cada mensaje que escuchan hasta el punto que se podrá influir negativamente en la personalidad del oyente.

Formulación del problema

¿De qué manera el uso inadecuado del lenguaje, en los programas radiales, influye en la percepción del mensaje en los radioescuchas de la ciudad de Ambato?

Preguntas directrices

- ¿Cuáles son las características técnicas del lenguaje radiofónico?
- ¿Qué nivel de aceptación tienen los programas radiofónicos que hacen uso inadecuado el lenguaje?
- ¿Cuáles son los factores que contribuyen a la proliferación del uso inadecuado del lenguaje en los programas radiofónicos?
- ¿Qué solución se podría proponer para disminuir el uso inadecuado del lenguaje en los programas radiofónicos?

Delimitación de la investigación

Campo:	Comunicación
Área:	Lenguaje radiofónico
Aspecto:	Uso del lenguaje en los programas radiofónicos
Espacio:	Ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua

Tiempo: Enero a Marzo del 2015
Unidad de observación: Medios radiales y radioescuchas de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua

Justificación

El objetivo de todo programa radial debe ser educar de forma permanente sin llegar a la distorsión del mensaje, sino tratar de llegar a los radioyentes de una manera adecuada, utilizando un buen léxico y en general una buena técnica de comunicación, de manera que un mensaje llegue sin tergiversaciones a su receptor.

Este proyecto es original porque en la ciudad de Ambato no se han desarrollado trabajos de investigación para analizar, cómo influye el uso inadecuado del lenguaje, en los programas radiales, en la percepción del mensaje en los radioescuchas de la ciudad.

Además este trabajo de investigación es factible porque dispone de elementos humanos, físicos, técnicos, tecnológicos y educativos, ya que tanto el investigador, como el director del presente trabajo, poseen los suficientes conocimientos teóricos para llevar a buen término los objetivos propuestos.

Los beneficiarios directos de la presente investigación serán los radioyentes de la ciudad de Ambato ya que se fomentará el uso adecuado del lenguaje en los programas radiales, contribuyendo a la formación de un ambiente de comunicación clara y limpia. La finalidad de este proyecto es concientizar a las emisoras encargadas de la realización de contenidos soez, para que logren promover un adecuado uso del lenguaje, buen trato hacia los oyentes y sean portadores de responsabilidad social.

El presente tema de investigación tiene su impacto en los radioescuchas dado que, la comunicación de hoy en día es diferente a nuestros antepasados, ya que las formas y las palabras que se manejan, no son las adecuadas, incluso para los periodistas mismos. Con la postmodernidad, los medios de comunicación se han adaptado a un

entorno tecnológico. Sin embargo, se han olvidado de infundir valores y cultura ya que para ellos el contenido no es una prioridad. Para saber comunicar, hay que tener en cuenta que las noticias no se deben tratar con tintes “amarillistas”.

Para los profesionales de la radio de la ciudad de Ambato es de interés el presente tema ya que contribuirá a eliminar las deficiencias en cuanto al uso del lenguaje radiofónico, por lo que su impacto será a nivel de toda la provincia.

Con este proyecto no pretendemos cambiar el uso del lenguaje de un día para otro, pero sí intervenir de manera propositiva en la percepción de los mensajes emitidos por los profesionales del micrófono.

Objetivos

Objetivo general

Analizar cómo influye el uso inadecuado del lenguaje, en los programas radiales, en la percepción del mensaje en los radioescuchas de la ciudad de Ambato

Objetivos específicos

- Identificar las características técnicas del lenguaje radiofónico.
- Determinar el nivel de aceptación que tienen los programas radiofónicos que hacen uso inadecuado del lenguaje.
- Identificar cuáles son los factores que contribuyen a la proliferación del uso inadecuado del lenguaje en los programas radiofónicos.
- Elaborar un manual para el uso adecuado del lenguaje en los programas radiofónicos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes Investigativos

Como antecedentes al presente trabajo de investigación se detallan artículos científicos previos, que contienen fundamentos teórico – prácticos de las variables de investigación:

En su proyecto de titulación “LA DESCORTESÍA EN EL LENGUAJE RADIOFÓNICO”, para Universidad de Sevilla - España, (López, 2011), determina que el objetivo que ha guiado este estudio ha sido analizar la descortesía verbal manifestada en el discurso radiofónico de opinión y de tema político. Para ello se ha considerado necesario realizar, en primer lugar, una descripción histórica de los principales autores que han tenido como objetivo caracterizar este fenómeno. Haciendo un repaso a los principales estudios y teorías, se ha intentado que este cuadro teórico se expusiera de manera crítica, mostrando las carencias y las virtudes que, a parecer del autor, cada acercamiento posee.

La utilización de recursos para expresar el total desacuerdo con el otro también supone una estrategia propia de un discurso dialogal. La total oposición a cualquier postura defendida por los políticos de ideología contraria se lleva a cabo a través de estructuras que subrayan el enfrentamiento entre posturas. El autor se refiere a la negación tajante, las aserciones que ponen de manifiesto la no veracidad de lo dicho, las repeticiones interrogativas o los marcadores apelativos de rechazo. En ocasiones, el presentador puede mostrar cierto desacuerdo con su oyente. Sin embargo, y como es lógico, no se busca el enfrentamiento con este. Se trata, por tanto, de una estrategia persuasiva que pretende, con la complicidad de la audiencia, disipar cualquier posible duda acerca de los valores negativos que los miembros del “exogrupo” poseen.

Del mismo modo, pensamos que nuestro trabajo abre las puertas a diferentes investigaciones que enriquecerían en gran medida el panorama de estudios sobre descortesía. Nos referimos a aspectos como el efecto descortés hacia estas personas aludidas en diferentes discursos mediáticos, el grado de aparición de esta descortesía ideológica en otro tipo de formatos y en otros medios, así como la recepción social que esta suscita. Por supuesto, estos acercamientos deben ser complementados con estudios interdisciplinarios ligados a la sociología, la etnografía, la antropología o incluso la psicología.

Todo con la finalidad de comprender mejor un fenómeno como la descortesía, ser conscientes de cuándo, cómo, por qué y para qué utilizarla, pero, a su vez, facilitar su comprensión y evaluación de una manera autónoma y alejada de manipulaciones.

En el trabajo de titulación “LA PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS RADIOFÓNICOS EN VIVO Y SU RELACIÓN CON LA IMPROVISACIÓN”, para la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela, (Nina, 2010), define que la investigación planteada está dirigida a estudiar la improvisación para realizar programas de radio en vivo, esta investigación tuvo como objetivo general Analizar la relación entre los programas de radio en vivo y la improvisación (Programa en vivo) , conto con una investigación teórica donde se describe las características generales de la radio para ahondar con el tema de la radio en vivo y la improvisación, estructurando una guion escaleta para llevar a cabo la práctica de lo definido, luego se anualizó y recolecto información de figuras reconocidas en el ambiente radial, para ello se realizó una entrevista no estructurada que se conceptualiza en el marco metodológico, esta investigación estuvo en marcada por un diseño de campo descriptivo y su validez estuvo amparada en el constructo, de allí que la revisión de las bases teóricas en concordancia con lo recolectada permitió a través de la experiencia generar conclusiones válidas y pertinentes con el presente trabajo, donde se pudo concluir principalmente que la improvisación no solo es aplicable al teatro, las artes plásticas y la televisión sino que es una herramienta ampliamente desarrollada, en el ámbito radial, la cual requiere de conocimiento técnico, experiencia y creatividad que permita generar programas de calidad que no desvirtúen la razón informativa y comunicativa de la Radio,

permitiendo emitir mensajes y contenido de calidad con una visión refrescante que marque diferencias y enganche a la audiencia.

En su proyecto de titulación “UTILIDAD Y EFICACIA DE LA COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA EN EL PROCESO EDUCATIVO”, para la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, (Legorburu Hortelano, 2001), determina que este trabajo de investigación plantea que los medios de comunicación, por sus características, la función social que desarrollan y su enorme capacidad de influencia, se constituyen en un instrumento formidable para la formación de las personas, tanto cuando lo hacen de una forma consciente, organizada y directa, como cuando su función educativa se desarrolla indirectamente, adquiriendo un carácter meramente divulgativo. Algunos autores no dudan en establecer una correspondencia entre los términos comunicación y educación. De entre todos los medios de comunicación, los más aptos para las tareas formativas son los que emplean el sonido y la imagen; los denominados medios audiovisuales, fundamentalmente, la radio y la televisión. Y de entre estos dos últimos, la radio prevalece en eficacia, por su proximidad al oyente, la mayor de los medios de comunicación, y su constante estimulación de la imaginación, a la que fuerza a crear imágenes, con las ventajas que esto tiene para la asimilación de conceptos de forma permanente.

Gracias a las características de su lenguaje, la radio es notablemente eficaz en la función formativa de las personas, tanto adultos, como menores de edad. El hecho de emplear la palabra, comprensible por todos los sectores sociales, tanto los culturalmente elevados como los iletrados, sean los que gozan de más bienestar económico, como los más desfavorecidos, su impacto es masivo. En este sentido, es recomendable que los comunicadores radiofónicos, empleen siempre de forma oportuna, elementos como la vocalización, la entonación, la claridad, la audibilidad, la comprensibilidad, etc.

(Cuenca, 2013), en una de sus conclusiones, de su trabajo de titulación “COMUNICACIÓN, RADIO Y TALK SHOW: ANÁLISIS DE CONTENIDO MEDIÁTICO DEL PROGRAMA EL BIG SHOW EMITIDO POR LA

FRANQUICIA LOS 40 PRINCIPALES ECUADOR”, define que “Los 40 Principales” como cadena radial internacional, fija una marca que oculta los lados oscuros y se encarga de presentarlos sutilmente, el entretenimiento y el espectáculo como contenido básico continúa reproduciendo el concepto de todo lo que viene de afuera es digno de imitar, asumir, adoptar y apoyar, sea positivo o negativo . Legitimando que, buscar una manera distinta de entretenerse, implica desentenderse de la responsabilidad de lo que se dice y que informarse y educarse como lo dice Paz es haciendo bromas, haciendo chistes, de pronto jugando un poco (...) con los oyentes también, ser muy interactivo. El resultado de ello es la deficiente educación con la que los profesionales de la comunicación asumen sus roles cuando se convierten en las “estrellas” de un medio de difusión. La autoestima, la dignidad y calidad son términos que no se reconocen en dichos medios. La autor recomienda que los contenidos light desplegados alrededor del concepto de entretenimiento que maneja el Talk Show deben ser abordados desde una perspectiva clara que involucre al oyente como un participante activo de la comunicación y que no lo evada. La calidad de contenidos vertidos a través de este formato dispersa al oyente, lo confunde, lo evade, no le presenta ni le permite hacer análisis de lo que es parte pues su realidad desaparece sin lograr encontrar identificación en lo que le muestran

Fundamentación Filosófica

Fundamentación Ontológica

La presente investigación se fundamenta en el paradigma crítico propositivo porque toma en cuenta el criterio de la totalidad dentro de la teoría cognitiva conductual que considera al individuo un ser activo que procesa, selecciona, codifica, transforma y recupera información proveniente del exterior. Esta fundamentación es importante para la investigación ya que permite conocer las principales interrogantes del objeto del ruido y la relación que tienen con el medio que lo rodea, y así poder entender o comprender su ideología

¿Existe un lenguaje radiofónico? ¿Tiene la radio un lenguaje específico? Aunque resulte paradójico, todavía hoy, una parte del pensamiento intelectual que trata el

fenómeno de la comunicación de masas como un instrumento de reflexión sobre el proceso de construcción de la realidad que estructuran los medios audiovisuales considera que "*cine, sonorización... en el sentido de que no disponen de reglas, de un código articulado, no son, estrictamente hablando, unas lenguas*" (Fages & Pagano, 1978).

Esta negación se afirma en el vococentrismo de los lenguajes modernos, como si la importancia expresiva del cine, la radio o la televisión únicamente residiera en su función de transmisores del lenguaje hablado, ignorando que sí tienen reglas, sí disponen de códigos de expresión, y sus discursos sí estructuran unos lenguajes. Como afirma (Fuzellierz, 1965), a propósito del lenguaje radiofónico, "*el perfeccionamiento de la técnica no sería suficiente para hacer de él un verdadero lenguaje si no hubiera realizado poco a poco un inventario de la naturaleza misma de los sonidos que transmite (voz, ruidos y música), de su propio valor y del valor de su mezcla, de la funcionalidad de sus relaciones y de la eficacia de su utilización. Se convirtió en un lenguaje auténtico al definir así empíricamente su gramática y su sintaxis*". Del inventario de las formas.

La filosofía romántica y la escuela idealista estuvieron orientadas a interpretar el lenguaje como una actividad creadora. La escuela idealista, en oposición al positivismo, surgió a finales del siglo pasado para situar a la ciencia del lenguaje fuera del campo de las ciencias naturales o físicas. El lenguaje es visto como un producto de libertad de las personas en su desarrollo histórico hacia la formación de nuevos valores culturales.

Como el estudio estético del lenguaje radiofónico ha de ponerse en relación con el estudio de su función comunicativa, y la codificación de mensajes sonoros en función de su perceptibilidad y el conjunto de factores que caracterizan el proceso perceptivo del radioyente, es así como se hace necesaria la reivindicación de un análisis del lenguaje radiofónico desde una perspectiva estético - comunicativa. En este contexto, junto a la dialéctica entre la forma y el contenido, (Moles & Zeltmann, 1975), nos plantean ahora la dialéctica entre la previsibilidad y la originalidad.

Fundamentación Epistemológica

La epistemología es aquella parte de la ciencia que tiene como objetivo hacer un recorrido por la historia del sujeto respecto a la construcción del conocimiento científico; es decir, la forma cómo éste ha concretizado, especializado y otorgado la cientificidad del mismo; pero a su vez, la importancia que tiene este tipo de conocimiento por parte de la comunidad científica (Kuhn, 2005). Esta investigación es importante porque, desde el punto de vista epistemológico, determina que hay que trabajar y desarrollar actividades en función de la ciencia, mediante la cual se conocerá como se ha ido construyendo el conocimiento y como lo han ido aplicando en los programas radiales de la ciudad de Ambato, donde estará enfocado el estudio para la explicación de sus fenómenos.

Fundamentación Legal

El presente trabajo de investigación tiene su fundamentación legal en la Constitución del Ecuador que afirma en el art. 16, inciso 1 que *“todas las personas, en forma individual y colectiva, tienen derecho a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos”* [Constitución del Ecuador, 2008]; en el inciso 2 se garantiza el acceso a las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC's). De igual manera, en el art. 17 se establece que *“el Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación”*; el inciso 1 garantiza *“la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de oportunidades, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, precautelando que en su utilización prevalezca el interés colectivo, por lo que no se permitirá el oligopolio o monopolio...”*; así como, el inciso 2 respalda la creación y fortalecimiento de los medios comunitarios.

A más de estos preceptos, se tomaron como fundamento legal de este trabajo de investigación, algunos de los principios contenidos en la nueva *“Ley de Comunicación”*:

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

ECUADOR

TÍTULO II

Principios y derechos

CAPÍTULO I

Principios

1) Referidos a la dignidad humana:

- a) Respetar la honra y la reputación de las personas.
- b) Abstenerse de injuriar, calumniar, difamar, mediante acusaciones infundadas;
- c) Abstenerse de difundir opiniones que mediante el descrédito, menosprecio o humillación a los miembros de un colectivo racial, étnico, sexual, religioso, clase social, posición política, o similares que contribuyan a un clima social de hostilidad contra aquellas personas que formen parte del colectivo afectado

2) Concernientes al ejercicio profesional:

- d) Evitar un tratamiento morboso a la información sobre crímenes, accidentes, catástrofes u otros eventos similares.

Fundamentación Teórica
Categorías Fundamentales

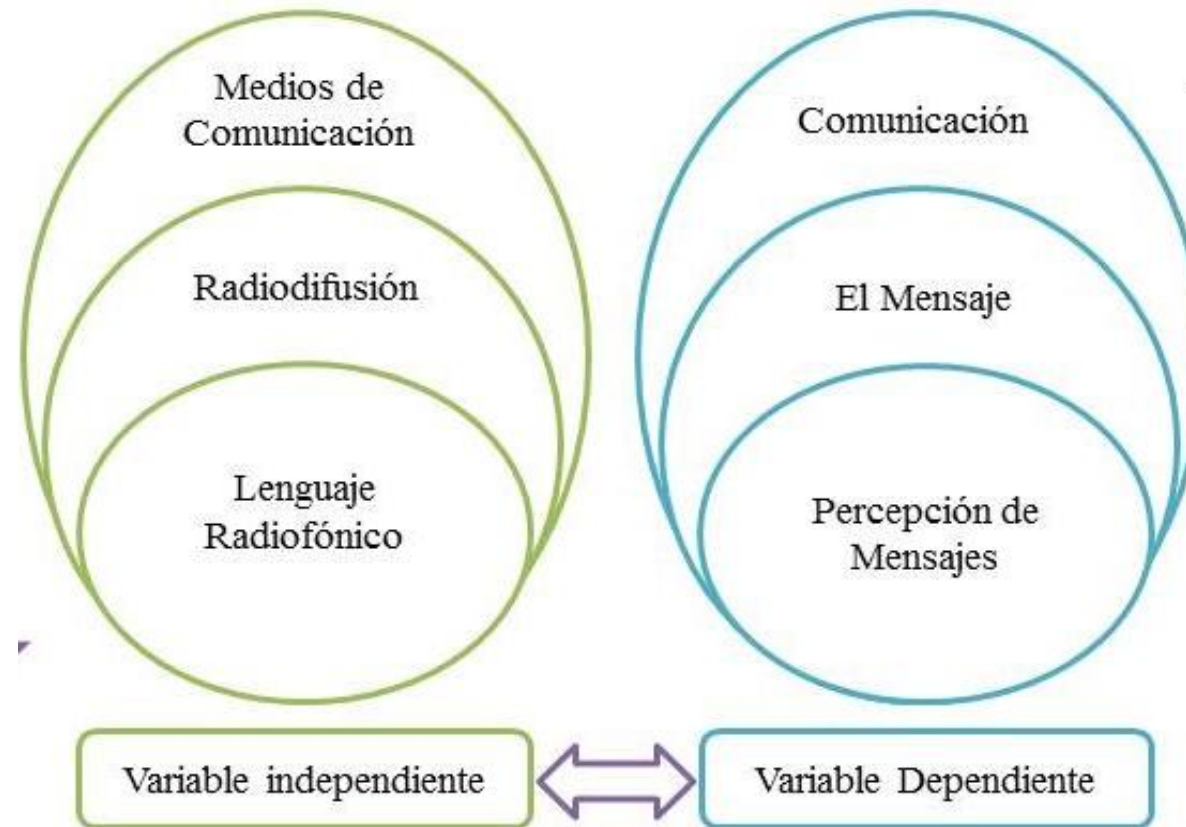


Gráfico N° 2. Gráfico de Interrelación de Variables
Fuente: Investigador
Elaborado por: Diego Silva

Constelación de ideas de la Variable Independiente: Lenguaje Radiofónico

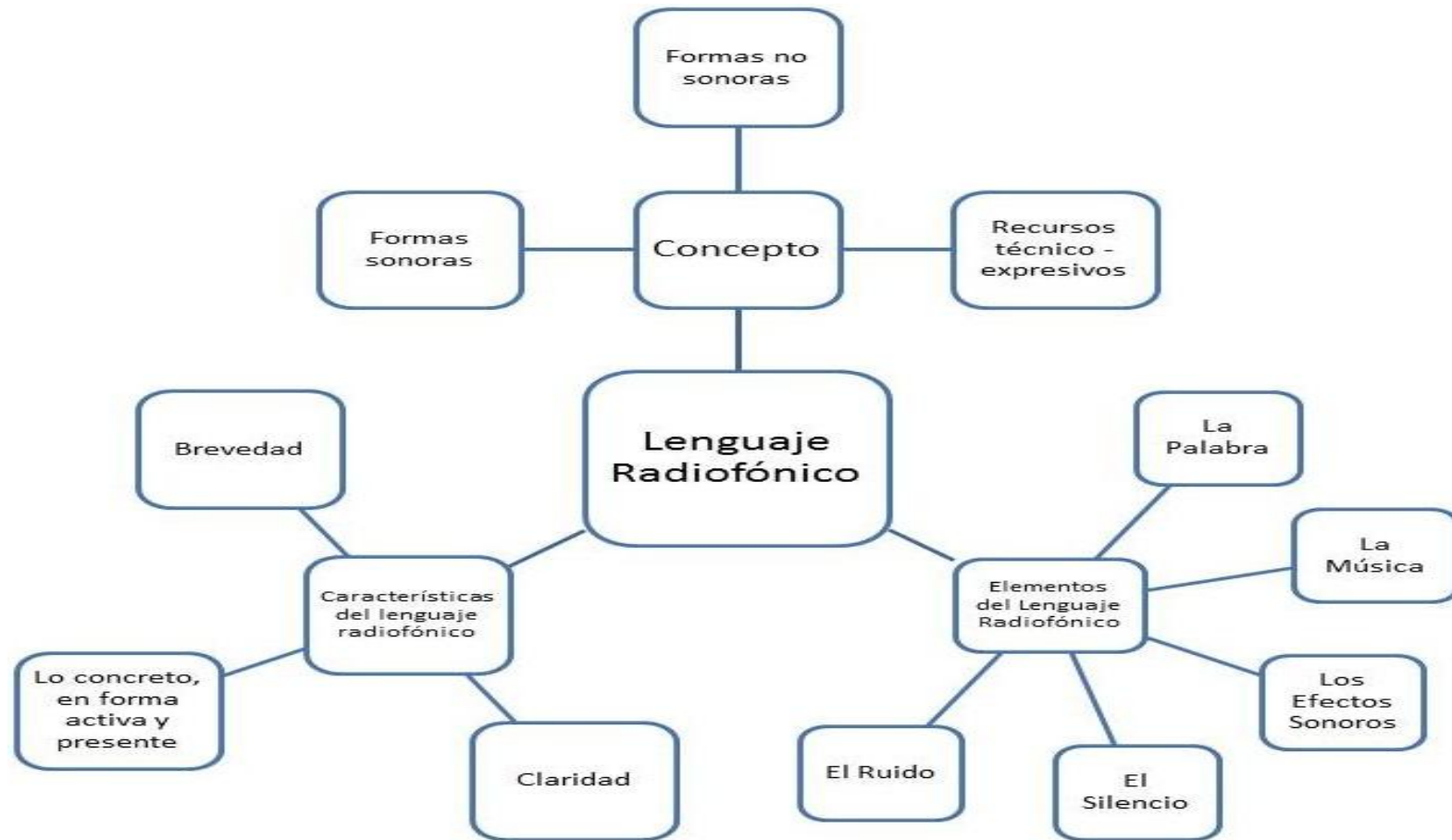


Gráfico N° 3. Constelación de ideas de la Variable Independiente: Lenguaje Radiofónico
Fuente: Investigador
Elaborado por: Diego Silva

Constelación de ideas de la Variable Independiente: Percepción de Mensajes

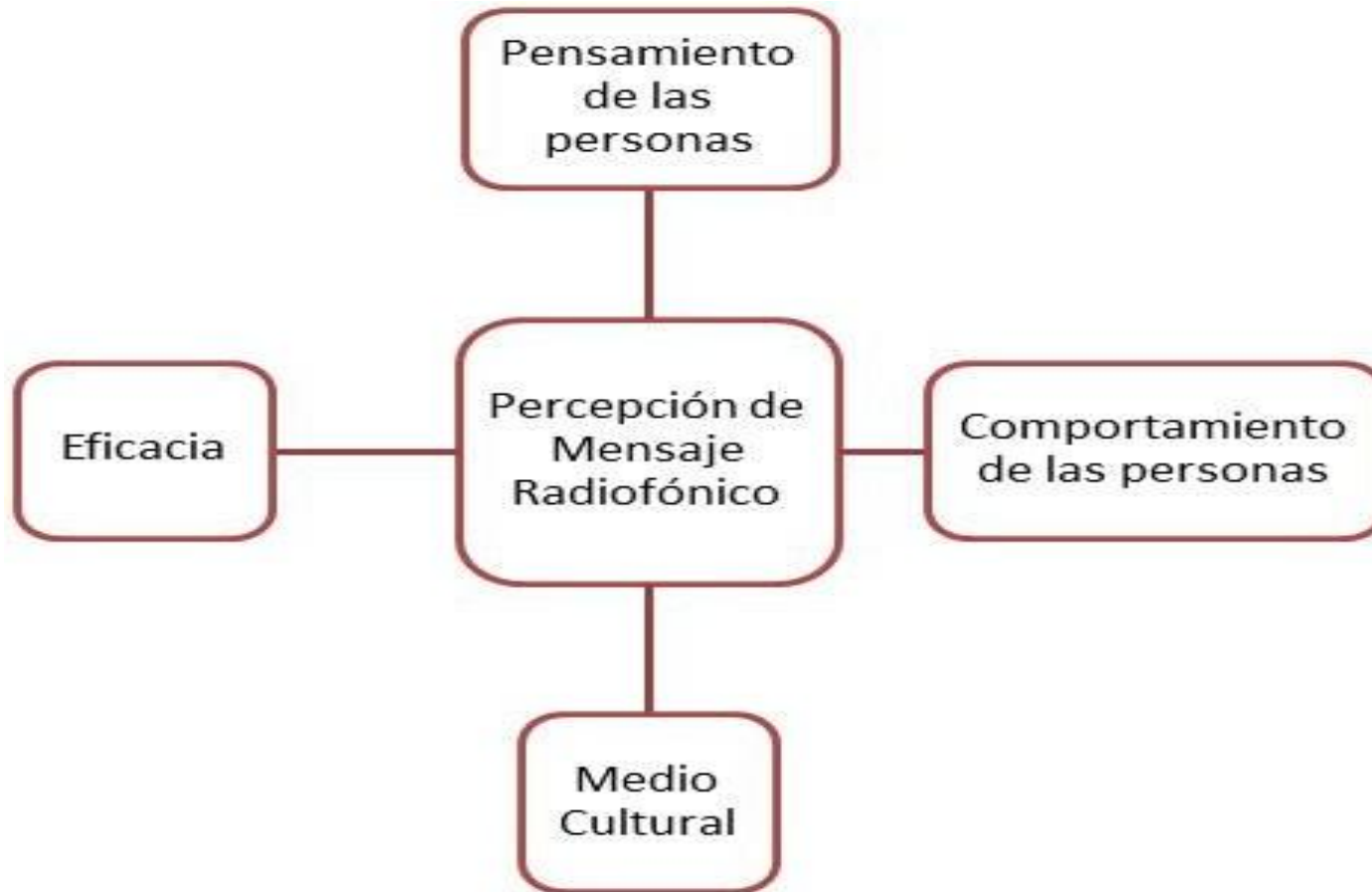


Gráfico N° 4. Constelación de ideas de la Variable Independiente: Percepción de Mensajes
Fuente: Investigador
Elaborado por: Diego Silva

Medios de Comunicación

El término Medio de Comunicación viene del latín *medium*, pero es de uso frecuente el vocablo *media*, empleado según la acepción inglesa, que se refiere a la comunicación que llega a auditorios numerosos, o a las técnicas modernas de difusión masiva. En el sentido anglosajón, a los medios se les entiende fundamentalmente como los mecanismos de difusión “*que alcanzan al público en general y que contienen publicidad*” (Webster’s New World Dictionary , 1997). En otros contextos culturales, se les prefiere definir como “*los mecanismos de distribución de las obras del espíritu o los instrumentos de comunicación entre los hombres*” (Pierre, 1989).

Para (González Alonso, 2004), los medios masivos son “*canales artificiales que el hombre ha creado para llevar sus mensajes a auditorios representativos*”. Su existencia misma, indica un desarrollo tecnológico y además, un funcionamiento corporativo o empresarial. Para el mismo autor los medios, así: “*Por lo general necesitan para su desarrollo de organizaciones estables, profesionales y complejas. En otras palabras, se requiere de vigilancia financiera, de considerable personal humano especializado en diversas áreas y de controles normativos y administrativos*”. Pero más allá de esos reconocimientos, hay autores que consideran prioritario el mensaje, por encima del medio mismo.

El profesor venezolano Antonio Pasquali, advierte contra la tendencia a conceder demasiada importancia a los medios en sí, incurriendo en el error de “*creer que el desarrollo tecnológico de los modernos medios de comunicación es el factor desencadenante de un problema de comunicaciones antes inexistentes... Las nuevas tecnologías sólo han expandido una función, la de comunicarse, que es esencial, permanente e inherente a la naturaleza social del hombre. Los nuevos medios... sólo han venido a ampliar una capacidad preexistente y a facilitar una función esencial, no a engendrarla*” (Pasquali, 1978). Para ese autor, “*el problema esencial sigue siendo el de la comunicación humana y no el de los medios o de su desarrollo*”.

Para (Arnoletto, 2007), los Medios de Comunicación son canales de difusión (carteles publicitarios, prensa escrita, cine, radio, televisión), medios de expresión

que se dirigen a un público-destinatario, definido por ciertas características socio-económicas y culturales y en el que cada receptor es anónimo. Son vectores unidireccionales de un mensaje emitido por un individuo o grupo de individuos y dirigido a un público muy amplio. En ese sentido, son aparatos de amplificación social, y en ello estriba su enorme importancia política,

La Radio

(Romo Gil, 1987), define a la radio como un medio de comunicación masivo que permite una interacción entre los encargados de la transmisión y la sociedad, de manera que se puede lograr una dinámica informativa entre los radioescuchas, se requiere de una planeación para que se logre una radiodifusión; ésta se define como un conjunto de técnicas de emisión de ondas hertzianas que permiten la transmisión de la palabra y de los sonidos.

Adicionalmente algunos autores, a la radio la consideran un elemento de lo que se ha dado por llamar “comunicación social”, debido a que tiene la posibilidad de poner en relación a grupos sociales grandes (Anda Gutiérrez, 2004). Este concepto ha permitido que a la radio se la clasifique en dos grupos: Las radios concesionadas son aquellas de corte comercial, mientras que las públicas son para aquellas estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicio.

Características de la Radio

En el sitio web (Media Radio, 2015), del Ministerio de Educación de España, la capacidad de generar imágenes mentales en los oyentes es, sin duda, la principal especificidad de la radio como medio de comunicación, aunque tradicionalmente también se le han atribuido otras propiedades a las que necesariamente tenemos que referirnos: su inmediatez, la heterogeneidad de su audiencia, su accesibilidad o la credibilidad de sus mensajes. Además, la radio, en comparación con la prensa o la televisión, es barata y técnicamente sencilla. No hace falta disponer de grandes infraestructuras para emitir, ni trasladar cámaras, ni equipos de iluminación, ni poner en marcha impresionantes rotativas. Para (McQuail, 1985), las características de la radio se resumen en siete características básicas:

- 1) Necesidad de una organización formal compleja
- 2) Dirigida a públicos amplios
- 3) Contenidos públicos, abiertos a todos
- 4) Públicos heterogéneos
- 5) Alcance simultáneo “*a una gran cantidad de personas que están distantes de la fuente y que, a la vez, se hallan lejos una de otras*” (Romo Gil, 1987)
- 6) La relación entre emisor y público es impersonal
- 7) El público es un conglomerado de individuos a los que une un foco común de interés, pero no se conocen entre sí.

Funciones de la Radio

En sus orígenes, la radio fue concebida exclusivamente como una herramienta de información. El desarrollo de las sociedades y en especial los avances tecnológicos, ampliaron las funciones de la radio convirtiéndola en ejes esenciales de la actual globalizada vida en común de la humanidad. La (UNESCO, 2015), establece la función de la radio como:

- Información: Siendo ésta la libertad de emitirla y recibirla
- Educación y Cultura: Considerando que todo informe educa y cultiva.
- Desarrollo: Con la labor de los medios en las tareas de modernización.
- Movilización Política y Social: Labor de construcción nacional.
- Entretenimiento y Recreación
- Publicidad y Anuncios.

Lenguaje Radiofónico

Concepto

Se define al lenguaje radiofónico como el conjunto de formas sonoras y no sonoras que permiten la existencia de las unidades programáticas radiofónicas, reconocibles como tales tanto para el emisor como para el receptor de las mismas. Al respecto, hacemos notar la existencia de dos niveles superpuestos en la organización de los

elementos conformadores de ese lenguaje, siendo el primero de ellos el que se plasma visualmente en un guión, formalizado a modo de escaleta, esquema o partitura, o una combinación de todos ellos, mientras que el segundo es la materialización sensible sonora de lo anterior (Iges, 2015).

(Balsebre, 2010), define al lenguaje radiofónico *“al conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinado por el conjunto de recursos técnico - expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo - visual de los radioyentes”*

Elementos del Lenguaje Radiofónico

En el “Manual Urgente para Radialistas Apasionados”, de (López Vigil, 2013), se identifican los 5 elementos del lenguaje radiofónico del día a día:

- a) La Palabra. Según la mayoría de autores, la palabra es el elemento principal sobre la cual se articularán los demás elementos del sonido (y esto por la sobre valoración que siempre se le ha dado). La palabra es el sistema expresivo por excelencia entre los seres humanos, y por ende de la radio.
- b) La Música. Al igual que la palabra es uno de los dos elementos más valorados y utilizados. En la actualidad la música le ha ganado terreno a la palabra en cuanto a espacio y tiempo, las emisoras de casi todo el mundo tienen una programación netamente musical, dándole un menor tiempo a la palabra y a los demás elementos del lenguaje de la radio. Sin embargo no por ser el elemento más empleado, es el más importante (Camacho, 1999).
- c) Los Efectos Sonoros. Un conjunto de formas sonoras representadas por sonidos inarticulados o de estructura musical, de fuentes sonoras naturales y / o artificiales, que restituyen la realidad objetiva y subjetivamente construyendo una imagen (Balsebre, 2010).

- d) El Silencio. En el lenguaje radiofónico el silencio es la ausencia de los otros elementos: la palabra, la música, los efectos, el ruido. Y bien serán silencios intencionados (pausas) o no intencionados (baches). El silencio intencionado (la pausa) es aquel que busca resaltar y complementar a los demás elementos, los cuales serán precedentes y consecuentes a éste (Camacho, 1999).
- e) El Ruido. En el lenguaje radiofónico ruido es cualquier sonido no deseado, confuso, que distorsiona el mensaje radiofónico, ya que provoca algún tipo de molestia, como, confusión, irritación, incomodidad, etc., a los radioyentes (Rabinowitz, 1991).

Características del lenguaje radiofónico

Las peculiaridades del medio radiofónico condicionan la expresión hablada. El periodista radiofónico debe ser consciente de la fugacidad del mensaje; el oyente no puede volver a escuchar lo que se está contando, no puede comprobar si ha entendido bien la información. Su única opción es escuchar el texto en el momento, en el orden, y con el ritmo que establece el locutor. Por tanto, escribir para la radio implica saber utilizar adecuadamente el principal instrumento del periodista, la palabra (RTVE, 2015). Para ello, se tendrán en cuenta las características básicas del lenguaje hablado y sus exigencias:

- Claridad: se trata de hacer asequible la expresión porque existe el riesgo de interrumpir la asimilación mental de los mensajes si se adoptan códigos que requieren esfuerzos reflexivos y por tanto, tiempo de decodificación (comprensión)
- Lo concreto, en forma activa y presente. En radio son necesarias las formas que más “vitalizan” las imágenes y los relatos. En casos de equivalencia semántica, mejor las formas simples que las compuestas, el presente que el pasado, la frase activa que la pasiva.
- Brevedad. Las exigencias del tiempo, la necesidad de facilitar la asimilación y la fugacidad del mensaje obligan a la radio a construir mediante períodos y frases breves que aseguren la comprensión.

La Comunicación

Definiciones

Para (Fonseca Yerena, 2000), comunicar es *"llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes"*. (Stanton, Etzel, & Walker, 2007), definen a la comunicación como *"...la transmisión verbal o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea y quien espera captarla o se espera que la capte"*. (Chiavenato, 2010), amplía el concepto de comunicación como *"el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social"*.

Una definición más completa es la planteada por (Thompson, 2015), que define a la comunicación como un proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados que son comprensibles para ambos.

Elementos de la Comunicación

Para (Thompson, 2015), los elementos básicos de la comunicación son:

- a) Proceso. La comunicación es un proceso que (en términos generales) incluye los siguientes pasos:
 - Primero, un emisor desea transmitir, intercambiar o compartir un mensaje con un receptor.
 - Segundo, el emisor codifica ese mensaje para que sea comprensible para el receptor.
 - Tercero, envía ese mensaje codificado mediante un canal (él mismo, un correo electrónico, un aviso en prensa escrita, un programa de televisión, etc.).

- Cuarto, el receptor recibe y decodifica ese mensaje.
- Quinto, el receptor responde a ese mensaje en función a su comprensión del mismo y da lugar a una retroalimentación. En este punto, cabe señalar que durante este proceso se producen ruidos o interferencias que afectan la comunicación, y que tanto el emisor como el receptor deben tratar de superar para entablar una buena comunicación.

- b) Emisor y Receptor.- Para que se dé la comunicación deben existir dos partes, el emisor y el receptor, y ambos deben estar predispuestos a comunicarse; es decir, a emitir un mensaje y/o a recibirlo. En el momento en que una de las partes no está interesada en dar y/o recibir un mensaje se anula la comunicación.
- c) Conexión.- Toda comunicación conecta o une a dos o más personas en un momento dado y en un espacio (físico o virtual) determinado. Sin embargo, cabe destacar que esa conexión puede tener diversas formas, es decir, que puede ser en persona (cara a cara), a distancia (por ejemplo, mediante el envío y recepción de correos electrónicos, mensajes instantáneos, etc.) o impersonal (mediante un programa de televisión o radio en la que el presentador transmite un mensaje a una audiencia compuesta por miles de personas).
- d) Transmitir, Intercambiar o Compartir.- Cuando se entabla una comunicación se transmite, intercambia o comparte un mensaje, por tanto, puede ser un proceso dinámico de ida y vuelta entre el emisor y el receptor (en el que ambos intercambian ideas, información o significados), o, simplemente ser una transmisión del emisor al receptor (como sucede con los programas de televisión y radio).
- e) Ideas, Información o Significados Comprensibles.- Para que se pueda entablar una comunicación entre un emisor y un receptor, deben existir ideas, información o significados (el mensaje) que sean comprensibles para ambos; es decir, que el conjunto de símbolos que utilizan (verbales o no) sean entendibles para ambas partes, caso contrario, no podrían entablar una comunicación.

El Mensaje

Definición

El mensaje es, en el sentido más general, el objeto de la comunicación. Está definido como la información que el emisor envía al receptor a través de un canal de comunicación o medio de comunicación determinado (como el habla o la escritura, por ejemplo). Sin embargo, el término también se aplica, dependiendo del contexto, a la presentación de dicha información; es decir, a los símbolos utilizados para transmitir el mensaje. Cualquiera que sea el caso, el mensaje es una parte fundamental en el proceso del intercambio de información (Enciclopedia WIKIPEDIA, 2015).

Para (Ramírez, 2015), un mensaje radiofónico son los códigos lingüísticos y sonoros localizados en el lenguaje radiofónico (palabra, voz, música, efectos, ruidos y silencio) que recibe el oyente a través del medio radio, luego de culminar con éxito la pre, pro y post – producción de un programa determinado. La radio se sirve de dos medios para transmitir su mensaje: las palabras y los sonidos, formas antiguas y fundamentales de la expresión de los sentimientos humanos. Pero la palabra radiofónica tiene profundas transformaciones que lo distinguen de la que usamos corrientemente, y justamente caracterizan a este medio de comunicación (Radio ABC, 2015).

El mensaje radiofónico padece desde hace años las consecuencias de ser considerada como una práctica sujeta a unas características y a unas técnicas específicas, a las que con frecuencia se suele recurrir para diferenciar entre aquellos discursos verbales que se ajustan al medio y aquellos otros que no lo hacen. Este hermetismo, ampliamente extendido entre un buen número de profesionales y docentes, ha conferido un carácter casi sagrado a múltiples teorías y consejos que, en realidad, tienden erróneamente a unificar la palabra radiofónica, admitiendo, por ejemplo, que la velocidad óptima de la locución se sitúa en un número determinado de palabras por minuto, que la entonación neutra (sin altibajos muy marcados) es la más recomendable, o que la actitud del locutor, con independencia de la tarea verbal a la

que se tenga que hacer frente y del momento en que dicha tarea verbal deba llevarse a cabo, ha de ser invariable (Huertas & Perona, 1999).

Características del mensaje Radiofónico

Para (Chae, 2015), la narración radiofónica exige unos cuidados especiales que permitan al oyente en todo momento la comprensión fácil e inmediata del discurso. La decodificación radiofónica tiene como única referencia sensorial la narración sonora y, además de la carencia visual, está tremendamente condicionada y limitada por otras dos características inherentes al soporte radio: La desaparición fugaz del mensaje y la no retornabilidad.

En la siguiente tabla se detallan las características del mensaje radiofónico de acuerdo a parámetros como el medio, los componentes el mensaje, el sentido auditivo y el receptor del mensaje.

Parámetros de Clasificación	Características
En función del medio	Inmediatez: Porque el tiempo que transcurre entre la emisión de la voz y la recepción de la misma es nulo, el mensaje llega de inmediato. Esta condición elimina el factor tiempo y otorga al medio la mayor rapidez en la transmisión de noticias.
	Simultáneo: el mensaje posibilita la realización de diferentes actividades comunicativas, informativas y periodísticas en el mismo tiempo y lugar.
	Irrepetibilidad: en radio lo que no se escucha en el momento se pierde, no es posible releer o revisar. Dentro de cada tiempo de emisión el mensaje cambia constantemente y se actualiza.
	Unidad: Inmediatez, simultaneidad, Irrepetibilidad, crean un mensaje único, que el oyente no solo debe oír en su emisión sino también debe entenderlo en ese momento, porque es importante recordar que los mensajes radiofónicos son únicos e irrepetibles en su modo de recepción. Aunque el mensaje se repita, las condiciones de recepción cambiaron.
En función de los componentes del mensaje	Se integra básicamente con palabras, música y efectos sonoros. La palabra hablada, emocionalmente más rica que

	la escrita, ya que es capaz de comunicar ideas, realidades, emociones, sentimientos: sin olvidar las riquezas expresivas que surgen de la música y de los efectos sonoros.
En función del sentido auditivo	La recepción sonora no requiere preparación cultural, ni enseñanza previa. Esto favorece la utilización de la radio en programas de desarrollo educativo.
En función del receptor	La percepción de mensajes sonoros, equivale a una ampliación del campo auditivo lograda por medios tecnológicos. Las ondas hertzianas no tienen otros límites que los derivados del equipamiento técnico de la emisora

Tabla N° 1. Características del mensaje Radiofónico

Fuente: Características del Mensaje Radiofónico - (Chae, 2015)

Elaborado por: Diego Silva

Percepción de Mensaje Radiofónico

La Influencia del Mensaje Radiofónico en el oyente

Como todos los medios de comunicación, la radio influye en el pensamiento y en el comportamiento de las personas.

(Arnheim, 1932), en su libro “Film als Kunst” dice: *”La radio busca su forma: Trabajadores y ociosos, pobre y ricos, jóvenes y viejos, sanos y enfermos escuchan las mismas cosas. Este es el fenómeno gigantesco, conmovedor y temible de nuestra época”*.

(Foerster, 1964), escribe: *“La radio figura entre los medios culturales que influyen sobre la conciencia, sobre el pensamiento y sobre la conducta de los hombres de hoy con la máxima eficacia, quizá en medida aún mayor que la prensa y el cine”*.

Fácilmente está al alcance de la mano y con un simple girar de un botón puede ofrecer en todo momento a millones de hombres, con la abundancia y la variedad de sus programas, la abundancia y la variedad de nuestra vida moderna y de nuestra cultura.

Hipótesis

El uso del Lenguaje Radiofónico influye en la percepción del mensaje en los radioescuchas de la ciudad Ambato.

Señalamiento de Variables

- **Variable Independiente:** Lenguaje Radiofónico
- **Variable Dependiente:** Percepción de Mensajes

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Modalidad básica de la investigación

Para el desarrollo de este proyecto la modalidad de investigación aplicada fue la *de campo*, pues se llevó a cabo en el lugar de los hechos para obtener información de cómo se usa lenguaje radiofónico en los programas radiales de la ciudad de Ambato y su impacto en los radioescuchas. Así también se utilizó la *investigación bibliográfica*, con el propósito de conocer, ampliar y profundizar enfoques y conceptualizaciones de diferentes autores y páginas de internet sobre el lenguaje radiofónico y su incidencia en la percepción de los mensajes por parte de los radioescuchas.

Estas modalidades de investigación permitieron conocer los criterios de la población investigada y que se encuentra inmersa en el problema, de tal manera que se realizó encuestas para definir la percepción y valoración de los radioescuchas y radiodifusores en cuanto al uso del lenguaje radiofónico.

Tipos de investigación

Los tipos de investigación utilizados dentro de este trabajo de fueron: descriptiva y exploratoria.

Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva tiene como objetivo principal el de lograr la descripción de un evento de estudio dentro de un contexto. Fue importante para este proyecto su utilización, ya que mediante la observación se pudo describir el problema del uso inadecuado del lenguaje radiofónico y plantear alternativas de solución.

Investigación exploratoria

En la presente investigación se realizó un sondeo de la percepción del público ambateño sobre el uso y abuso del lenguaje radiofónico en los programas radiales que se transmiten en la ciudad de Ambato, con el fin de obtener datos y elementos de juicio que permitan conocer los problemas por los cuales atraviesa y cómo estos afectan a la sociedad, dando la oportunidad de solucionar el problema con la elaboración de una guía de uso del lenguaje radiofónico.

Técnicas e Instrumentos de la Investigación

Como técnica de investigación se usó la encuesta que para (Trespacios, Vázquez, & Bello, 2005)), es un instrumento de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se haya obteniendo.

Para la aplicación de la encuesta se elaboró un cuestionario estructurado, que debe contener una serie de preguntas o ítems respecto a las variables a medir. (Gómez, 2006), refiere que básicamente se consideran dos tipos de preguntas: cerradas y abiertas.

- Las preguntas cerradas contienen categorías fijas de respuesta que han sido delimitadas, las respuestas incluyen dos posibilidades (dicotómicas) o incluir varias alternativas. Este tipo de preguntas permite facilitar previamente la codificación (valores numéricos) de las respuestas de los sujetos.
- Las preguntas abiertas no delimitan de antemano las alternativas de respuesta, se utiliza cuando no se tiene información sobre las posibles respuestas. Estas preguntas no permiten precodificar las respuestas, la codificación se efectúa después que se tienen las respuestas.

Población y muestra

Población

Según (Martínez Bencardino, 2006): *“la población o universo es un conjunto de unidades o elementos que presentan una característica común. También es un conjunto de medidas obtenidas de las características estudiadas”*.

La población de estudio identificada como público radioescuchas fue el valor de la PEA, que de acuerdo con los datos publicados por el INEC al año 2013, dentro de la provincia de Tungurahua fue de 106,742. Adicionalmente se realizó una encuesta sobre el total de radiodifusores de la ciudad de Ambato: 91 locutores de diferentes programas radiales.

Muestra

“La muestra se define como un conjunto de medidas pertenecientes a una parte de la población. También es una parte de la población o subconjunto de elementos, que resulta de la aplicación de algún proceso, generalmente de selección aleatoria, con el objeto de investigar todas o parte de las características de estos elementos”, según (Martínez Bencardino, 2006). Para realizar la presente investigación se calculó la muestra del total de la PEA que se mantiene a nivel de la ciudad de Ambato del año 2013, la misma que permitió tener una visión global de las causas y efectos más representativos que originan el problema que es objeto de la investigación. La muestra no garantiza un total exactitud, pero si una representación con respecto a su población.

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

donde

- N: es el tamaño de la población = 106,742 habitantes. (PEA) – 91 locutores
- Z: es el nivel de confianza= 95% $0.95/2 = 0.4750 = 1.96$
- P: es la variabilidad positiva= 0.5
- Q: es la variabilidad negativa= $1 - 0.5=0.5$
- e: es la precisión o error = 5% (0.05)

Descripción	N	Z ² (PQN)	Z ² (PQ)	e ² (N)	Z ² (PQ)+e ² (N)	Z ² PQN/Z ² PQ+Ne ²	%
PEA	106,742	102,515.02	0.9604	266.855	267.8154	383	81%
Locutores	91					91	19%
TOTAL						474	100%

Tabla N° 2. Tamaño de la muestra de la Población

Fuente: Investigador

Elaborado por: Diego Silva

- **Universo:** 106.742 radioescuchas (PEA); 91 Locutores
- **Muestra:** 383 radioescuchas; 91 Locutores

Matriz de operacionalización de variables

Variable Independiente: Lenguaje Radiofónico

Conceptualización	Categoría	Indicadores	Ítems (Índices)	Herramientas
El lenguaje es el sistema a través del cual el radiodifusor comunican sus ideas y sentimientos a través del habla, mediante la radio y cuyo mensaje está dirigido a los radioescuchas, tratando de influenciarlos a través de sus contenidos	<ul style="list-style-type: none"> Influencia Contenido 	<ul style="list-style-type: none"> Uso Apropiado Maltrato Verbal Regulación del Contenido 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cree Usted que el lenguaje usado en los programas de radio en la ciudad es apto y apropiado para todo el público? ¿Se ha sentido maltratado verbalmente por el lenguaje usado en las emisoras radiofónicas de la ciudad de Ambato? ¿Qué tipo de programa radial tienen más influencia en el lenguaje de los radioescuchas? ¿Está de acuerdo en qué se regule el contenido radial, y que su lenguaje se modifique para que sea apto a todo público? ¿Qué solución podría ser utilizada para mejorar el uso del lenguaje en los programas radiofónicos? 	Encuesta y Cuestionario

Tabla N° 3. Matriz de Operacionalización - Variable Independiente: Lenguaje Radiofónico

Fuente: Investigador

Elaborado por: Diego Silva

Variable Dependiente: Mensaje Radiofónico

Conceptualización	Categoría	Indicadores	Ítems (Índices)	Herramientas
El mensaje radial es el objeto central del lenguaje radiofónico, que se establezca entre dos partes: el emisor y el receptor, conformado por el conjunto de elementos informativos que el emisor envía a quien cumplirá la función de receptor, para lograr un direccionamiento específico del criterio del oyente.	<ul style="list-style-type: none"> • Percepción • Contenido • Direccionamiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Claridad • Mensajes directos • Rating • Beneficios 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cree usted que lo que dice un locutor, de un programa radial, siempre es lo suficientemente claro para que el público lo entienda? • ¿Piensa Usted que los programas radiales, generalmente, contienen mensajes en doble sentido? • ¿Cree Usted que el uso del doble sentido en su programa radial le ayuda a subir de rating? • ¿Cree Usted que los programas radiales influyen en el comportamiento de la sociedad? • ¿Existe espacio en los programas radiales para la opinión pública? • ¿Cree Usted que las emisoras influyen en el comportamiento de la sociedad? • ¿Piensa Usted que los programas radiales benefician a los radioescuchas? • ¿Piensa Usted que el contenido de los programas radiales responden a intereses y necesidades de los radioescuchas? 	Encuesta y Cuestionario

Tabla N° 4. Matriz de Operacionalización - Variable Dependiente: Mensaje Radiofónico

Fuente: Investigador

Elaborado por: Diego Silva

Plan de recolección de la información

La investigación pretendió conocer la incidencia del lenguaje radiofónico en la percepción del mensaje en los radioescuchas de la ciudad de Ambato.

En la presente investigación se procedió a utilizar como técnica de recolección de información las encuestas dirigidas a los 383 radioescuchas y a los 91 locutores de la muestra.

Preguntas	Explicación
1. ¿Para qué?	Para conocer la incidencia del lenguaje radiofónico en la percepción del mensaje en los radioescuchas del cantón Ambato
2. ¿A qué persona o sujeto?	Radioescuchas y Locutores
3. ¿Sobre qué aspectos?	Uso del lenguaje radiofónico, tipos de programas con más influencia en el lenguaje del público.
4. ¿Quién?	Investigador: Diego Silva
5. ¿A quiénes?	Radioescuchas y Locutores
6. ¿Cuándo?	2015
7. ¿Dónde?	Ciudad de Ambato
8. ¿Cuántas veces?	Una vez por tipo de muestra
9. ¿Cómo?	Encuestas personal

Tabla N° 5. Plan de recolección de la información

Fuente: Investigador

Elaborado por: Diego Silva

Información Secundaria	Información Primaria
<ul style="list-style-type: none">Tesis de grado - Biblioteca de la FacultadInternet	Locutores Población muestra de radioescuchas

Tabla N° 6. Fuentes de Información

Fuente: Investigador

Elaborado por: Diego Silva

Técnica de recolección de la información

Para el desarrollo de este proyecto de investigación la recolección de la información se realizó por medio de la siguiente técnica:

- **Encuestas.** Una encuesta es un estudio observacional en el cual el investigador busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, y no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación (como sí lo hace en un experimento). Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación. (Johnson & Kuby, 2005)

La encuesta se la realizó a una muestra de los radioescuchas de la ciudad de Ambato y a los locutores de programas radiales. Para ello, se establecieron y determinaron un cuestionario de preguntas a que abarcarán las variables dependientes e independientes de esta investigación.

Tipos de Técnicas de Investigación

Bibliográficas	Campo
Análisis de documentos(estructura científica) Se recolecta de libros, tesis de grado, archivos, internet.	Encuesta

Tabla N° 7. Tipos de Técnicas de Investigación

Fuente: Investigador

Elaborado por: Diego Silva

Procesamiento y análisis de la información recolectada

- Procesamiento y análisis de información
- Revisión y codificación de la información.
- Categorización y tabulaciones de la información.
- Análisis de los datos.
- Interpretación de los resultados.

Revisión y codificación

La información primaria recogida sobre el tema, fue sometida a una revisión crítica, en la que se depuró los datos obtenidos. Además se realizó su tabulación, presentando cuadros comparativos según las variables de la hipótesis, para clasificar los datos relevantes de los menos relevantes. Adicionalmente se los presentó mediante gráficas, para tener una apreciación más clara y objetiva de los resultados de la recolección de información.

Interpretación de resultados

Con los resultados del procesamiento de la información se realizó el análisis respectivo, realizando una interpretación estadística apoyados en el marco teórico, en los casos pertinentes. Se destacó las tendencias y relaciones con los objetivos e hipótesis, pudiendo de esta manera emitir las conclusiones y recomendaciones necesarias.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Análisis de la encuesta realizada a los radiodifusores de la ciudad de Ambato

Pregunta N°1. ¿Qué tipo de programa radial tienen más influencia en el leguaje de los radioescuchas?

Tipo de Programa	Frecuencia	Porcentaje
Musicales	33	36.3%
Entretenimiento	58	63.7%
Deportivos	0	0.0%
Noticias e informativos	0	0.0%

Tabla N° 8. Tipo de Programa con mayor influencia en el público
Fuente: Encuesta realizada a los radiodifusores de la ciudad de Ambato
Elaborado por: Diego Silva

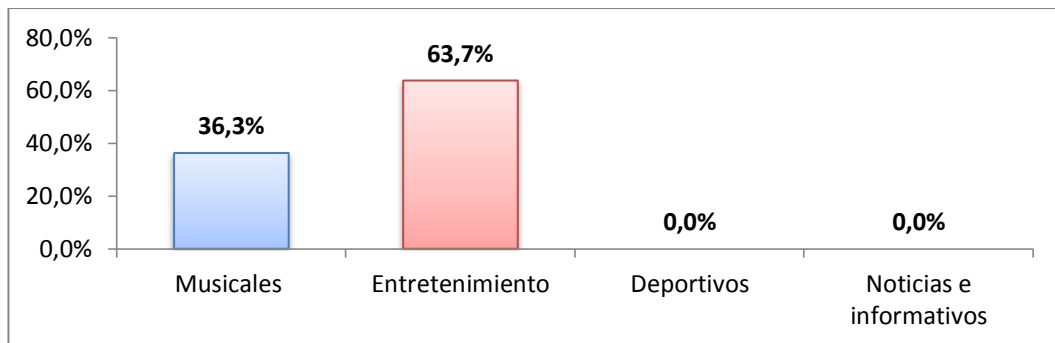


Gráfico N° 5. Tipo de Programa con mayor influencia en el público
Fuente: Encuesta realizada a los radiodifusores de la ciudad de Ambato
Elaborado por: Diego Silva

Análisis e Interpretación de Resultados.

El 36.3% de los radiodifusores encuestados respondieron que los programas musicales son los que tienen más influencia en el leguaje de los radioescuchas; mientras que un 63.7% de estos radiodifusores respondieron que son los programas de entretenimiento los que más influencia el lenguaje de los radioescuchas.

En función de los resultados obtenidos se puede concluir que los programas de entretenimiento son los que más influencia tienen en el lenguaje del público de acuerdo al criterio de la mayoría de los radiodifusores encuestados. Los programas musicales también tienen un acierta influencia a diferencia de los deportivos e informativos que carecen de influencia en el lenguaje de los radioescuchas.

Pregunta N°2. ¿Utilizan un libreto al momento de conducir el programa radial, para el uso adecuado del lenguaje?

Uso de Libreto	Frecuencia	Porcentaje
Sí	53	58%
No	38	42%
Total	91	100%

Tabla N° 9. Uso de Libreto

Fuente: Encuesta realizada a los radiodifusores de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Diego Silva

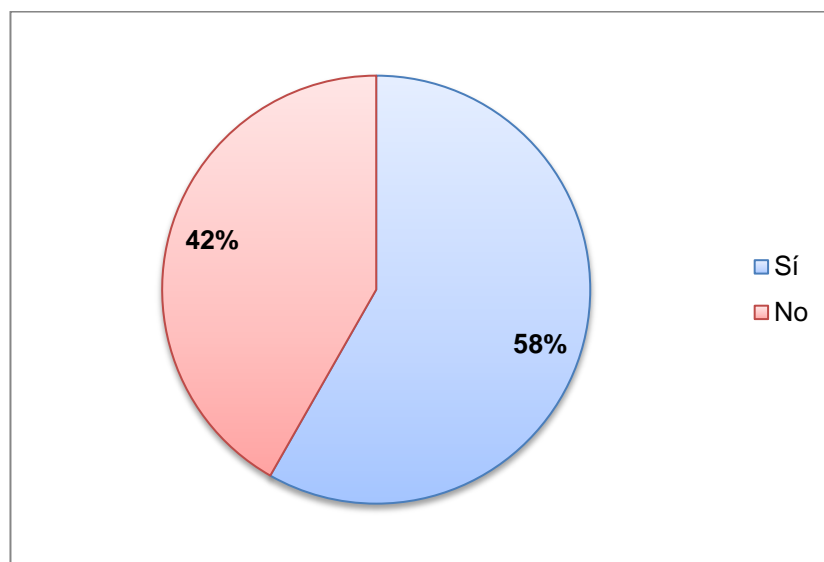


Gráfico N° 6. Uso de Libreto

Fuente: Encuesta realizada a los radiodifusores de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Diego Silva

Análisis e Interpretación de Resultados.

El 58% de los radiodifusores encuestados respondieron que si usan un libreto al momento de conducir un programa para el manejo adecuado del lenguaje, mientras que el 42% de los radiodifusores encuestados respondieron que no usan ningún tipo de libreto al momento de conducir el programa radial.

En función de los resultados obtenidos se puede concluir que no es una práctica común el uso de libretos dentro de los programas radiales para el manejo correcto del lenguaje.

Pregunta N°3. ¿Cree Usted que el uso del doble sentido en su programa radial le ayuda a subir de rating?

Rating del programa por uso del doble sentido	Frecuencia	Porcentaje
Sí	72	79%
No	19	21%
Total	91	100%

Tabla N° 10. Rating del programa por uso del doble sentido
Fuente: Encuesta realizada a los radiodifusores de la ciudad de Ambato
Elaborado por: Diego Silva

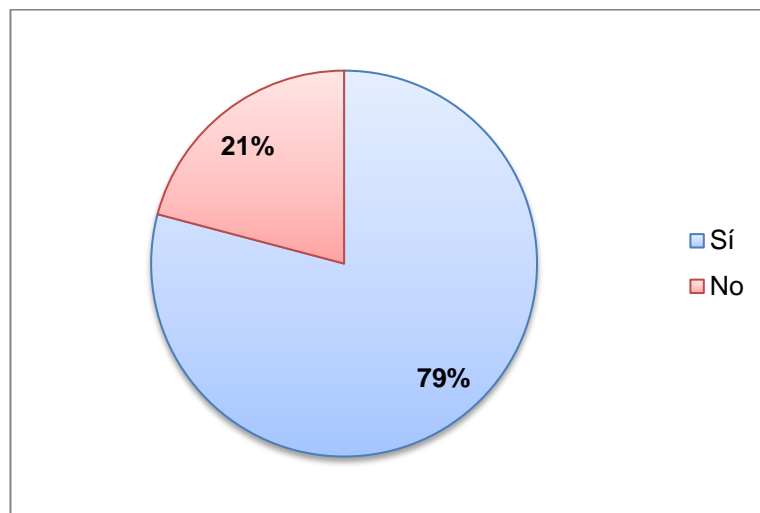


Gráfico N° 7. Rating del programa por uso del doble sentido
Fuente: Encuesta realizada a los radiodifusores de la ciudad de Ambato
Elaborado por: Diego Silva

Análisis e Interpretación de Resultados.

El 79% de los radiodifusores encuestados respondieron que el uso del doble sentido en su programa radial si le ayuda a subir de rating, mientras que el 21% de los radiodifusores encuestados respondió que el uso del doble sentido no ayuda a subir el rating de un programa radial.

En función de los resultados obtenidos se puede concluir que la mayor parte de los radiodifusores encuestado usan el doble sentido para subir el rating de su programa radial.

Pregunta N°4. ¿Cree Usted que las emisoras influyen en el comportamiento de la sociedad?

Influencia de las emisoras en la sociedad	Frecuencia	Porcentaje
Sí	68	75%
No	23	25%
Total	91	100%

Tabla N° 11. Influencia de las emisoras en la sociedad
Fuente: Encuesta realizada a los radiodifusores de la ciudad de Ambato
Elaborado por: Diego Silva

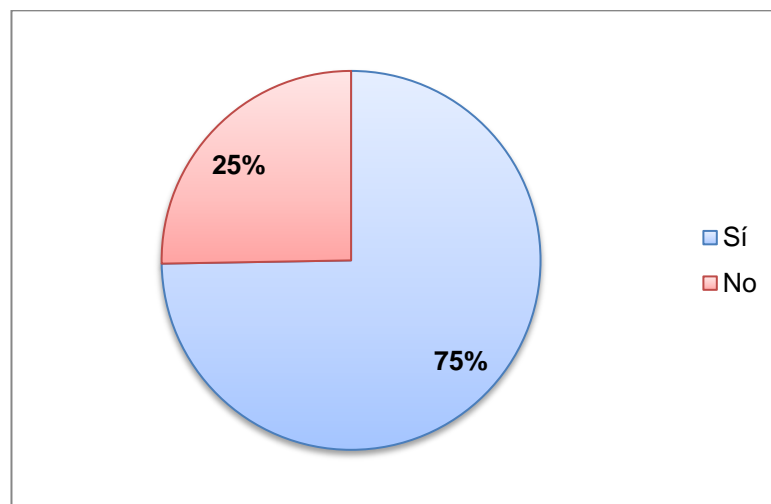


Gráfico N° 8. Influencia de las emisoras en la sociedad
Fuente: Encuesta realizada a los radiodifusores de la ciudad de Ambato
Elaborado por: Diego Silva

Análisis e Interpretación de Resultados.

El 75% de los radiodifusores encuestados respondieron que las emisoras si influyen en el comportamiento de la sociedad, mientras que el 25% de radiodifusores restantes no consideran que las emisoras influyan en el comportamiento de la sociedad.

En función de los resultados obtenidos se puede concluir que la mayor parte de los radiodifusores encuestado están conscientes de que las emisoras radiales tiene un poder para influenciar en el comportamiento de la sociedad.

Pregunta N°5. ¿Está de acuerdo en que se regule el contenido radial, y que su lenguaje se modifique para que sea apto a todo público?

Regulación del lenguaje radial	Frecuencia	Porcentaje
Sí	71	78%
No	20	22%
Total	91	100%

Tabla N° 12. Regulación del lenguaje radial
Fuente: Encuesta realizada a los radiodifusores de la ciudad de Ambato
Elaborado por: Diego Silva

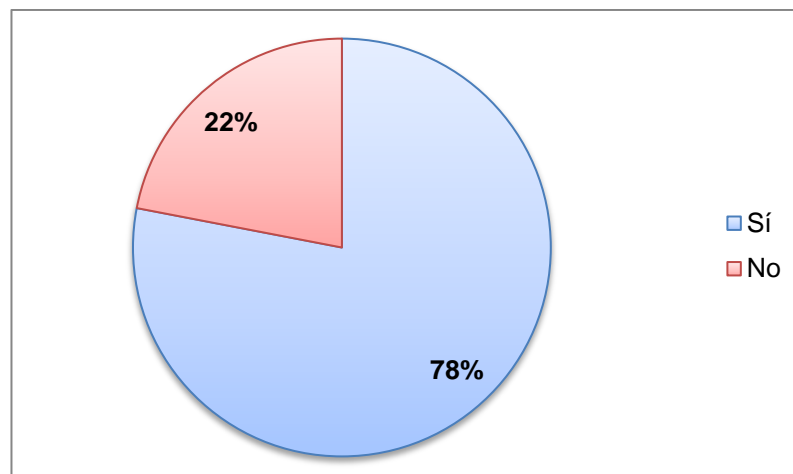


Gráfico N° 9. Regulación del lenguaje radial
Fuente: Encuesta realizada a los radiodifusores de la ciudad de Ambato
Elaborado por: Diego Silva

Análisis e Interpretación de Resultados.

El 78% de los radiodifusores encuestados si están de acuerdo en que se regule el contenido radial, para que el lenguaje utilizado en sus programas sea apto para todo público, mientras que el 22% de radiodifusores restantes no se manifestaron de acuerdo con este tipo de regulación del contenido radial.

En función de los resultados obtenidos se puede concluir que la mayor parte de los radiodifusores encuestados están de acuerdo en que se regule el contenido radial, para que el lenguaje utilizado en sus programas sea apto para todo público.

Pregunta N°6. ¿Cree Usted que los programas radiales influyen en el comportamiento de la sociedad?

Influencia de los programas radiales en la sociedad	Frecuencia	Porcentaje
Sí	65	71%
No	26	29%
Total	91	100%

Tabla N° 13. Influencia de los programas radiales en la sociedad
Fuente: Encuesta realizada a los radiodifusores de la ciudad de Ambato
Elaborado por: Diego Silva

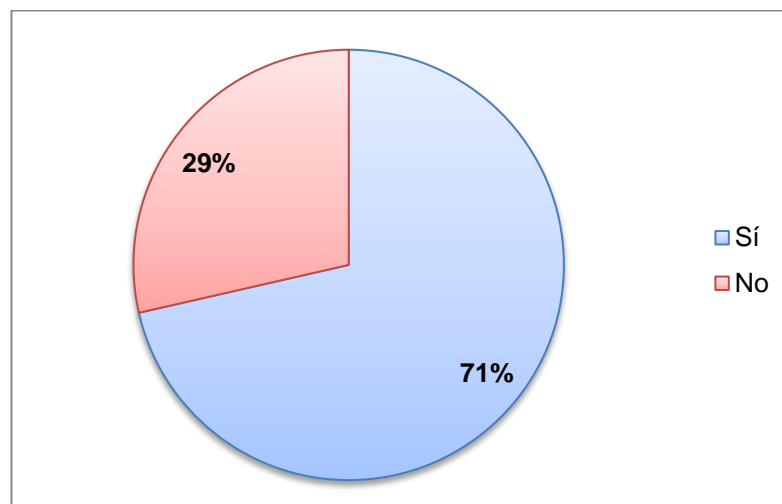


Gráfico N° 10. Influencia de los programas radiales en la sociedad
Fuente: Encuesta realizada a los radiodifusores de la ciudad de Ambato
Elaborado por: Diego Silva

Análisis e Interpretación de Resultados.

El 71% de los radiodifusores encuestados respondieron que los programas radiales si influyen en el comportamiento de la sociedad, mientras que el 29% de radiodifusores restantes no consideran que los programas radiales influyan en el comportamiento de la sociedad.

En función de los resultados obtenidos se puede concluir que la mayor parte de los radiodifusores conocen que los programas radiales influyen en el comportamiento de la sociedad a través de sus contenidos.

Pregunta N°7. ¿A qué tipo de público está dirigido su programa radial?

Tipo de Público	Frecuencia	Porcentaje
Niños	0	0.0%
Jóvenes y adolescentes	32	35.2%
Mayores de 18 años	0	0.0%
A todo público	59	64.8%

Tabla N° 14. Tipo de público objetivo del programa

Fuente: Encuesta realizada a los radiodifusores de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Diego Silva

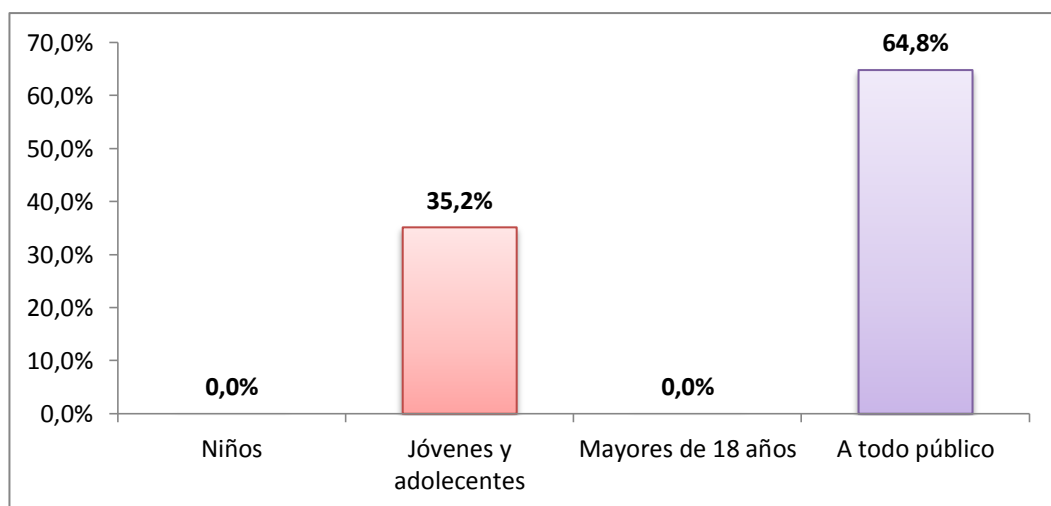


Gráfico N° 11. Tipo de público objetivo del programa

Fuente: Encuesta realizada a los radiodifusores de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Diego Silva

Análisis e Interpretación de Resultados.

El 35.2% de los radiodifusores encuestados respondieron que su programa radial va dirigido a los jóvenes y adolescentes de la ciudad, mientras que el 64.8% del grupo de radiodifusores encuestados respondieron que sus programas van dirigidos a todo tipo de público sin un objetivo específico.

En función de los resultados obtenidos se puede concluir que la mayor parte de los programas radiales se transmiten para todo público en general y no tienen un mercado meta específico.

Pregunta N°8. ¿Qué solución podría ser utilizada para mejorar el uso del lenguaje en los programas radiofónicos?

Solución	Frecuencia	Porcentaje
Manual	58	63.7%
Código	0	0.0%
Profesionalización	25	27.5%
Otra	0	0.0%

Tabla N° 15. Solución para el mejor uso del lenguaje radiofónico
Fuente: Encuesta realizada a los radiodifusores de la ciudad de Ambato
Elaborado por: Diego Silva

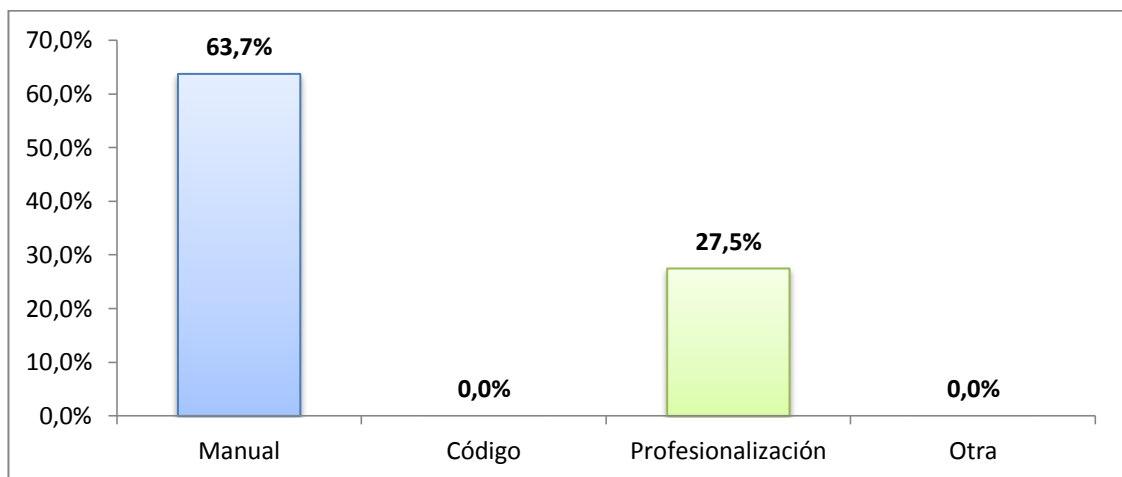


Gráfico N° 12. Solución para el mejor uso del lenguaje radiofónico
Fuente: Encuesta realizada a los radiodifusores de la ciudad de Ambato
Elaborado por: Diego Silva

Análisis e Interpretación de Resultados.

El 63.7% de los radiodifusores encuestados respondieron que una solución para mejorar el uso del lenguaje en los programas radiofónicos sería la elaboración de un manual del lenguaje radiofónico, mientras que un 27.5% del grupo de radiodifusores encuestados respondieron para mejorar el uso del lenguaje en los programas radiofónicos es necesario la profesionalización de los radiodifusores.

En función de los resultados obtenidos se puede concluir que la mayor parte radiodifusores encuestados están de acuerdo en la elaboración de un manual para mejorar el uso del lenguaje en los programas radiofónicos.

Análisis de la encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato
Pregunta N°1. ¿Cree Usted que el lenguaje usado en los programas de radio en la ciudad es apto y apropiado para todo el público?

Lenguaje radial apropiado	Frecuencia	Porcentaje
Sí	86	22%
No	297	78%
Total	383	100%

Tabla N° 16. Lenguaje radial apropiado

Fuente: Encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Diego Silva

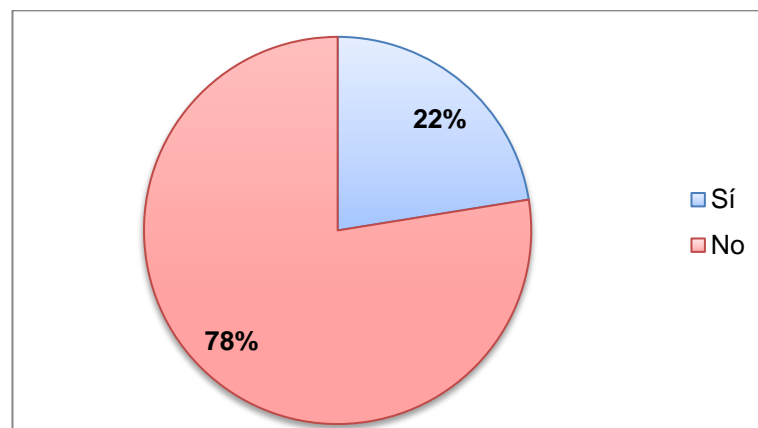


Gráfico N° 13. Lenguaje radial apropiado

Fuente: Encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Diego Silva

Análisis e Interpretación de Resultados.

El 78% de los radioescuchas encuestados respondieron que el lenguaje usado en los programas de radio en la ciudad no es apto y apropiado para todo el público, mientras que un 22% radioescuchas encuestados respondieron que el lenguaje usado en los programas radiales si es apto para todo público.

En función de los resultados obtenidos se puede concluir que para la mayor parte de los radioescuchas encuestados existe un problema en el lenguaje usado en los programas radiales y el mismo no es apto para todo público.

Pregunta N°2. ¿Se ha sentido maltratado verbalmente por el lenguaje usado en las emisoras radiofónicas de la ciudad de Ambato?

Maltrato radial verbal	Frecuencia	Porcentaje
Sí	182	48%
No	201	52%
Total	383	100%

Tabla N° 17. Maltrato radial verbal

Fuente: Encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Diego Silva

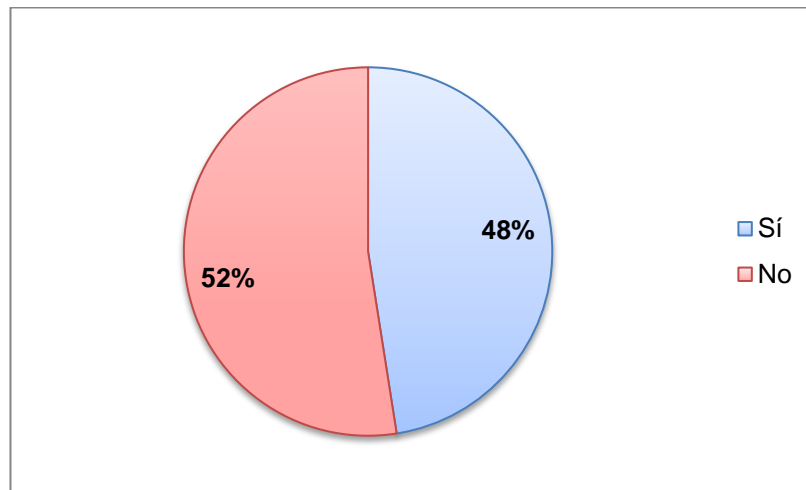


Gráfico N° 14. Maltrato radial verbal

Fuente: Encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Diego Silva

Análisis e Interpretación de Resultados.

El 48% de los radioescuchas encuestados respondieron que si se ha sentido maltratado verbalmente por el lenguaje usado en las emisoras radiofónicas de la ciudad de Ambato, mientras que un 52% de estos radioescuchas no se ha sentido maltratado por el lenguaje de estos programas radiales.

En función de los resultados obtenidos se puede concluir que un alto porcentaje de los radioescuchas encuestados se ha sentido maltratado verbalmente por el lenguaje usado en los programas radiales en la ciudad de Ambato, siendo el problema evidente.

Pregunta N°3. ¿Qué tipo de programa radial tienen más influencia en el lenguaje de los radioescuchas?

Tipo de Programa	Frecuencia	Porcentaje
Musicales	127	33.2%
Entretenimiento	173	45.2%
Deportivos	52	13.6%
Noticias e informativos	31	8.1%

Tabla N° 18. Tipo de Programa que más lo influencia
Fuente: Encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato
Elaborado por: Diego Silva

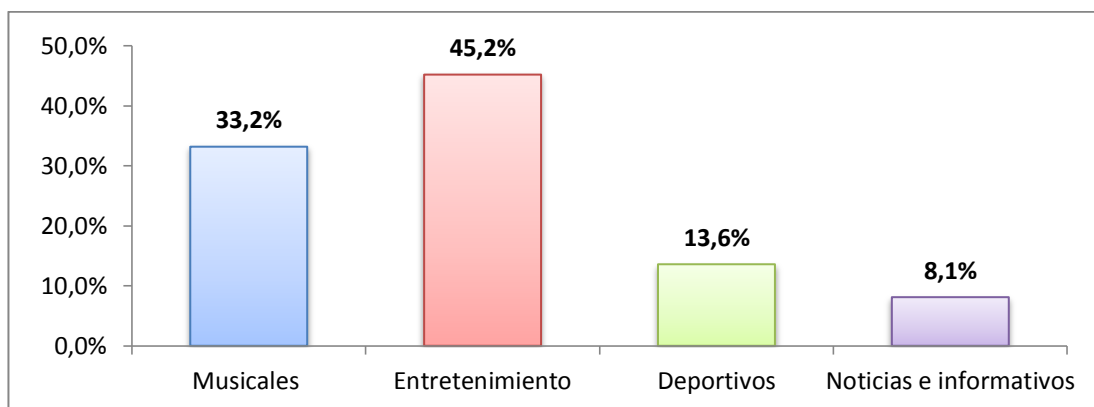


Gráfico N° 15. Tipo de Programa que más lo influencia
Fuente: Encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato
Elaborado por: Diego Silva

Análisis e Interpretación de Resultados.

El 33.2% de los radioescuchas cree que los programas que más lo inflencian en su lenguaje son los musicales; un 45.2% piensa que los programas de entretenimiento son los que más influencia tienen en su lenguaje; un 13.6% de los radioescuchas se inclinan por los programas deportivos como los más influyentes en su lenguaje, finalmente un 8.1% de los radioescuchas respondieron que los programas de noticia e informativos son los más influyente en el leguaje que comúnmente usa.

En función de los resultados obtenidos se puede concluir que los programas musicales y los de entretenimiento son los que más influencia en el uso del lenguaje de los radioescuchas.

Pregunta N°4. ¿Cree usted que los responsables de conducir un programa radial utilizan un libreto para el uso adecuado del lenguaje?

Uso de libretos	Frecuencia	Porcentaje
Sí	94	25%
No	289	75%
Total	383	100%

Tabla N° 19. Uso de Libretos

Fuente: Encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Diego Silva

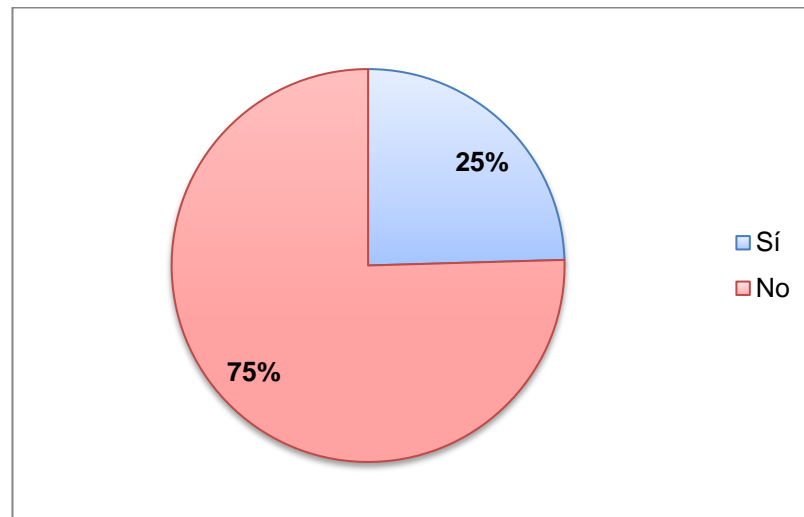


Gráfico N° 16. Uso de Libretos

Fuente: Encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Diego Silva

Análisis e Interpretación de Resultados.

El 75% de los radioescuchas encuestados respondieron que creen que los responsables de conducir un programa radial no usan un libreto para el manejo adecuado del lenguaje, mientras que el 25% de los radioescuchas piensan que estos responsables si usan un libreto al conducir un programa radial.

En función de los resultados obtenidos se puede concluir que para la mayor parte de los radioescuchas no es una práctica común el uso de libretos por parte de los responsables de los programas radiales, para el manejo correcto del lenguaje.

Pregunta N°5. ¿Cree usted que lo que dice un locutor, de un programa radial, siempre es lo suficientemente claro para que el público lo entienda?

Claridad del mensaje radial	Frecuencia	Porcentaje
Sí	87	23%
No	296	77%
Total	383	100%

Tabla N° 20. Claridad del mensaje radial
 Fuente: Encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato
 Elaborado por: Diego Silva

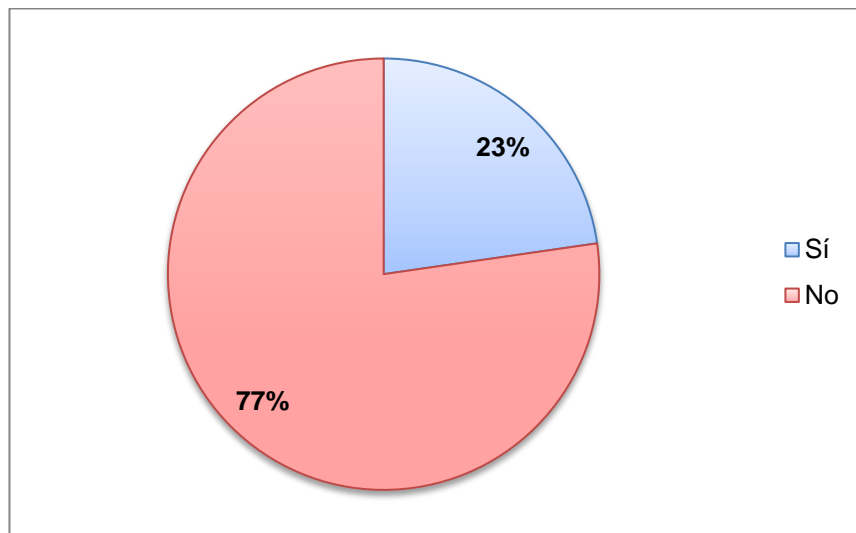


Gráfico N° 17. Claridad del mensaje radial
 Fuente: Encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato
 Elaborado por: Diego Silva

Análisis e Interpretación de Resultados.

El 77% de los radioescuchas encuestados respondieron que el mensaje de un locutor, de un programa radial, no siempre es lo suficientemente claro para que el público lo entienda, mientras que el 23% de los radioescuchas piensan el mensaje emitido por los radiodifusores si es claro y el público lo entiende.

En función de los resultados obtenidos se puede concluir que para la mayor parte de los radioescuchas, lo que dice un locutor, de un programa radial, no siempre es lo suficientemente claro para que el público lo entienda. Es decir la mayor parte del tiempo el mensaje del radiodifusor es ambiguo.

Pregunta N°6. ¿Piensa Usted que los programas radiales, generalmente, contienen mensajes en doble sentido?

Mensajes radiales en doble sentido	Frecuencia	Porcentaje
No Responde	9	2%
Sí	264	69%
No	110	29%
Total	383	100%

Tabla N° 21. Mensajes radiales en doble sentido

Fuente: Encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Diego Silva

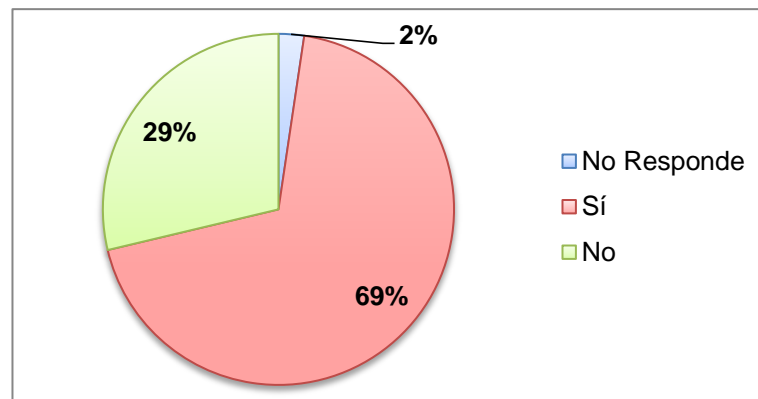


Gráfico N° 18. Mensajes radiales en doble sentido

Fuente: Encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Diego Silva

Análisis e Interpretación de Resultados.

El 69% de los radioescuchas encuestados respondieron que los programas radiales, generalmente, si contienen mensajes en doble sentido, mientras que el 29% de los radioescuchas respondieron que no existe el doble sentido en los mensajes transmitidos por los programas radiales. Un 2% de los encuestados no respondieron la pregunta.

En función de los resultados obtenidos se puede concluir que en la mayoría de los programas radiales, según el criterio de los radioescuchas, es común el uso del doble sentido en los mensajes radiales.

Pregunta N°7. ¿Piensa Usted que el contenido de los programas radiales responden a intereses y necesidades de los radioescuchas?

Contenidos radiales alineados con el interés del público	Frecuencia	Porcentaje
Sí	162	42%
No	221	58%
Total	383	100%

Tabla N° 22. Contenidos radiales alineados con el interés del público
Fuente: Encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato
Elaborado por: Diego Silva

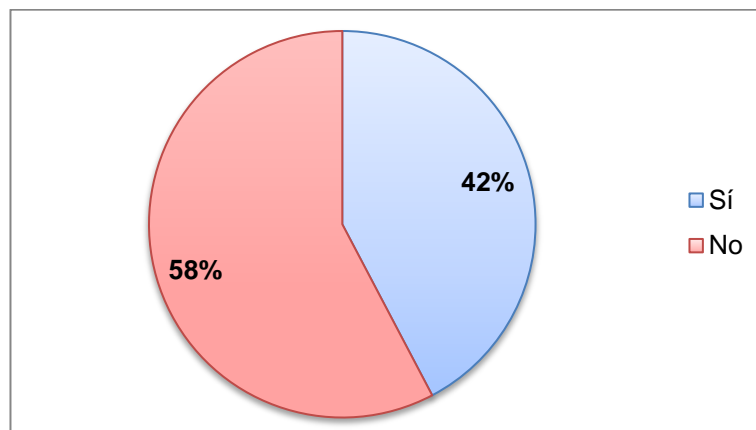


Gráfico N° 19. Contenidos radiales alineados con el interés del público
Fuente: Encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato
Elaborado por: Diego Silva

Análisis e Interpretación de Resultados.

El 42% de los radioescuchas encuestados respondieron que el contenido de los programas radiales si responden a sus intereses y necesidades, mientras que el 58% de los radioescuchas respondió que el contenido de estos programas no responde a sus intereses y necesidades.

En función de los resultados obtenidos se puede concluir que para la mayoría de los radioescuchas el contenido de los programas radiales no responde a sus intereses y necesidades.

Pregunta N°8. ¿Está de acuerdo en que se regule el contenido radial, y que su lenguaje se modifique para que sea apto a todo público?

Regulación del lenguaje radial	Frecuencia	Porcentaje
No Responde	3	1%
Sí	304	79%
No	76	20%
Total	383	100%

Tabla N° 23. Regulación del lenguaje radial
Fuente: Encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato
Elaborado por: Diego Silva

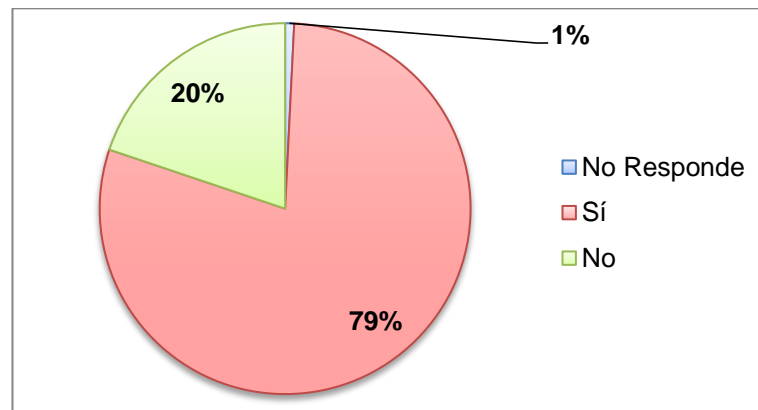


Gráfico N° 20. Regulación del lenguaje radial
Fuente: Encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato
Elaborado por: Diego Silva

Análisis e Interpretación de Resultados.

El 79% de los radioescuchas encuestados respondieron que el contenido de los programas radiales si responden a sus intereses y necesidades, mientras que el 58% de los radioescuchas respondió que el contenido de estos programas no responde a sus intereses y necesidades. Un 1% de los encuestados no respondió la pregunta.

En función de los resultados obtenidos se puede concluir que para la mayoría de los radioescuchas el contenido de los programas radiales no responde a sus intereses y necesidades.

Pregunta N°9. ¿Existe espacio en los programas radiales para la opinión pública?

Programas para la opinión pública	Frecuencia	Porcentaje
Sí	353	92%
No	30	8%
Total	383	100%

Tabla N° 24. Programas para la opinión pública

Fuente: Encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Diego Silva

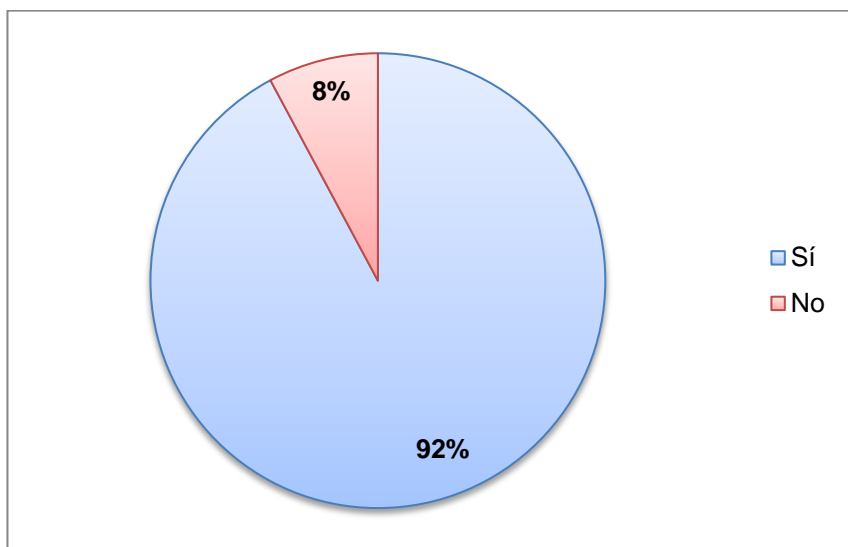


Gráfico N° 21. Programas para la opinión pública

Fuente: Encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Diego Silva

Análisis e Interpretación de Resultados.

El 92% de los radioescuchas encuestados respondieron que si existe espacio en los programas radiales para la opinión pública, mientras que el 8% de los radioescuchas respondió que dentro de los programas radiales no existe espacio para la opinión pública.

En función de los resultados obtenidos se puede concluir que para la mayoría de los radioescuchas si existe espacio en los programas radiales para la opinión pública.

Pregunta N°10. ¿Cree Usted que las emisoras influyen en el comportamiento de la sociedad?

Influencia en la sociedad de los programas radiales	Frecuencia	Porcentaje
Sí	229	60%
No	154	40%
Total	383	100%

Tabla N° 25. Influencia en la sociedad de los programas radiales
Fuente: Encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato
Elaborado por: Diego Silva

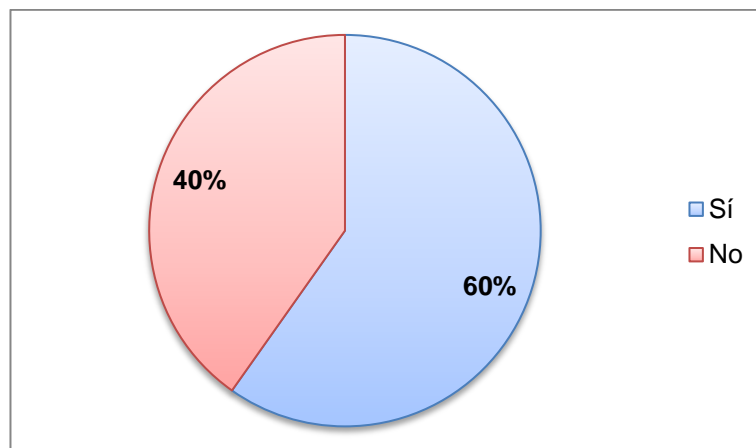


Gráfico N° 22. Influencia en la sociedad de los programas radiales
Fuente: Encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato
Elaborado por: Diego Silva

Análisis e Interpretación de Resultados.

El 60% de los radioescuchas encuestados respondieron que las emisoras si influyen en el comportamiento de la sociedad, mientras que el 40% de radioescuchas encuestados no consideran que las emisoras influyan en el comportamiento de la sociedad.

En función de los resultados obtenidos se puede concluir que la mayor parte de los radioescuchas encuestado están conscientes de que las emisoras radiales tiene un poder para influenciar en el comportamiento de la sociedad.

Pregunta N°11. ¿Piensa Usted que los programas radiales benefician a los radioescuchas?

Beneficios para los radioescuchas	Frecuencia	Porcentaje
No Responde	12	3%
Sí	254	66%
No	117	31%
Total	383	100.0%

Tabla N° 26. Beneficios para los radioescuchas

Fuente: Encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Diego Silva

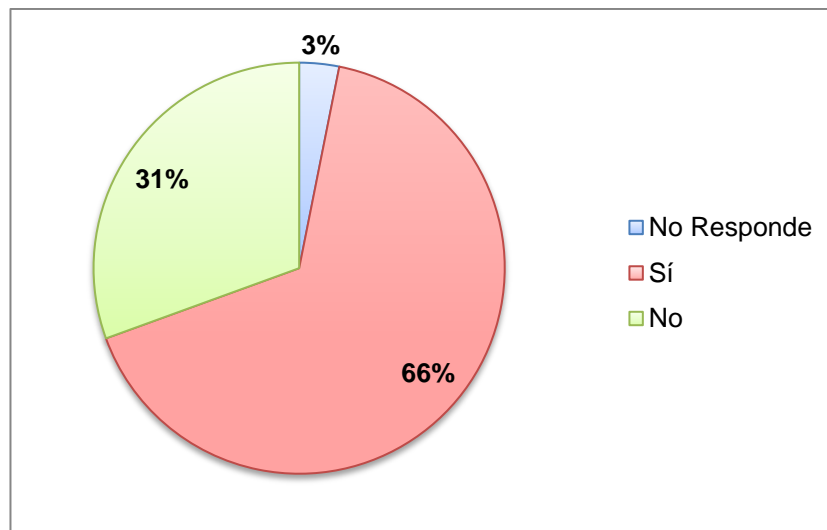


Gráfico N° 23. Beneficios para los radioescuchas

Fuente: Encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Diego Silva

Análisis e Interpretación de Resultados.

El 66% del público encuestado respondieron que los programas radiales si benefician a los radioescuchas, mientras que el 31% del público encuestado consideran que estos programas no brindan ningún beneficio a los radioescuchas. Un 3% del público encuestado no respondió la pregunta.

En función de los resultados obtenidos se puede concluir que para la mayor parte del público encuestado los programas radiales si benefician a los radioescuchas.

Pregunta N°12. ¿En caso de ser afirmativa su respuesta a la pregunta anterior, qué beneficios brindan los programas radiales?

Beneficios	Frecuencia	Porcentaje
Informativos	103	26.9%
Educativos	16	4.2%
Diversión	264	68.9%
Otra	0	0.0%

Tabla N° 27. Beneficios de los programas radiales

Fuente: Encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Diego Silva

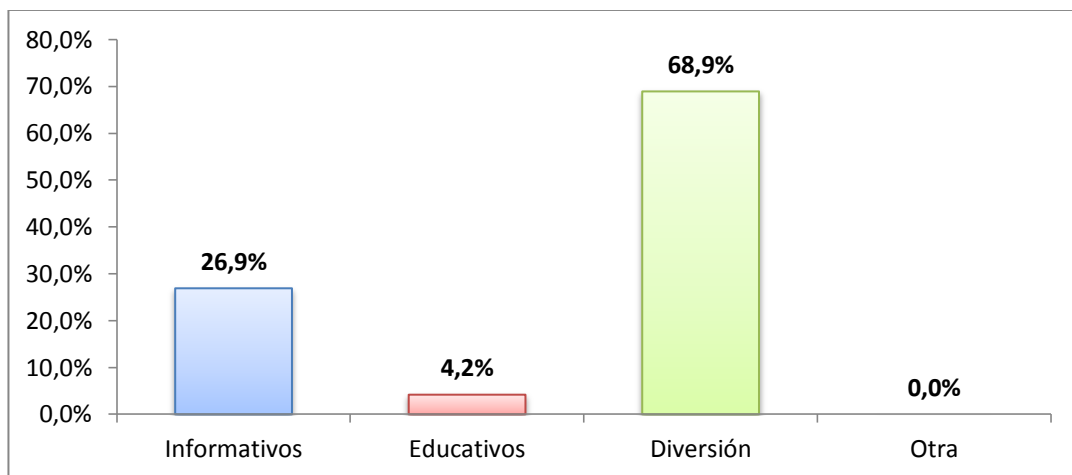


Gráfico N° 24. Beneficios de los programas radiales

Fuente: Encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Diego Silva

Análisis e Interpretación de Resultados.

El 26.9% del público encuestado respondió que los beneficios que brindan los programas radiales son informativos; un 4.2% del público encuestado respondió que estos beneficios son educativos; un 68.9% del público encuestado respondió que los beneficios que brindan los programas radiales son de diversión.

En función de los resultados obtenidos se puede concluir que para la mayor parte del público encuestado el beneficio que brindan de los programas radiales son de diversión y distracción.

Pregunta N°13. ¿Qué solución podría ser utilizada para mejorar el uso del lenguaje en los programas radiofónicos?

Solución	Frecuencia	Porcentaje
Manual	261	68.1%
Código	14	3.7%
Profesionalización	108	28.2%
Otra	0	0.0%

Tabla N° 28. Solución para el uso inadecuado del lenguaje radiofónico
Fuente: Encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato
Elaborado por: Diego Silva

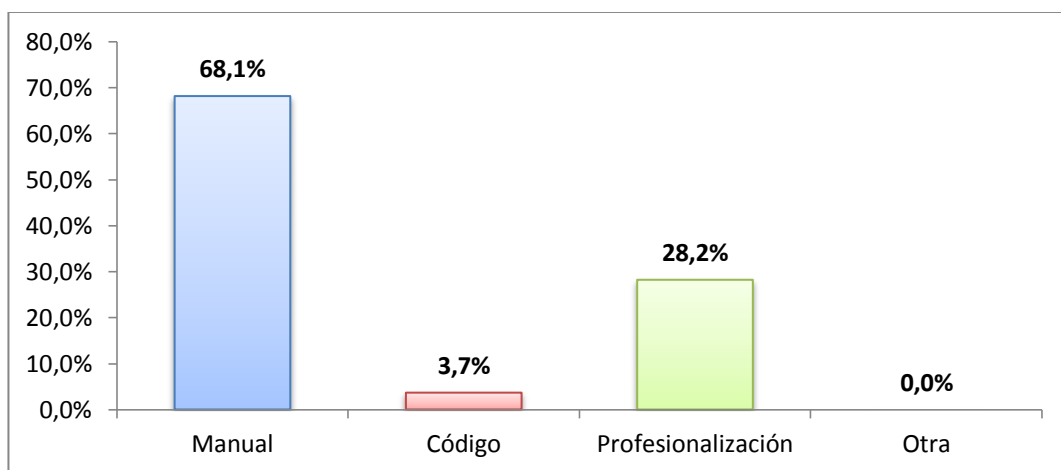


Gráfico N° 25. Solución para el uso inadecuado del lenguaje radiofónico
Fuente: Encuesta realizada a los radioescuchas de la ciudad de Ambato
Elaborado por: Diego Silva

Análisis e Interpretación de Resultados.

El 68.1% de los radioescuchas encuestados respondieron que una solución para mejorar el uso del lenguaje en los programas radiofónicos sería la elaboración de un manual del lenguaje radiofónico, mientras que un 28.2% del público encuestado respondieron para mejorar el uso del lenguaje en los programas radiofónicos es necesario la profesionalización de los radiodifusores. Un 3.7% del público encuestado manifestó que la solución, para el uso inadecuado del lenguaje radiofónico, sería la elaboración de un código de ética.

En función de los resultados obtenidos se puede concluir que para la mayor parte del público encuestado la elaboración de un manual para mejorar el uso del lenguaje en los programas radiofónicos sería la solución del problema encontrado.

Comprobación de la Hipótesis

H₀: El uso del Lenguaje Radiofónico NO influye en la percepción del mensaje en los radioescuchas de la ciudad de Ambato.

Pregunta N°7. ¿Piensa Usted que el contenido de los programas radiales responden a intereses y necesidades de los radioescuchas?

Ítem	Frecuencia
No	221
Sí	162
Total	383

Tabla N° 29. Frecuencias H₀
Fuente: Investigador
Elaborado por: Diego Silva

H₁: El uso del Lenguaje Radiofónico influye en la percepción del mensaje en los radioescuchas de la ciudad de Ambato.

Pregunta N°10. ¿Cree Usted que las emisoras influyen en el comportamiento de la sociedad?

Ítem	Frecuencia
No	154
Sí	229
Total	383

Tabla N° 30. Frecuencias H₁
Fuente: Investigador
Elaborado por: Diego Silva

a. Tabla de Frecuencias Observadas

Hipótesis	Sí	No	TOTAL
P7	162	221	383
P10	229	154	383
TOTAL	391	375	766

Tabla N° 31. Frecuencias Observadas
Fuente: Investigador
Elaborado por: Diego Silva

b. Tabla de Frecuencias Teóricas

Hipótesis	Sí	No	TOTAL
P7	195.50	187.50	383.0
P10	195.50	187.50	383.0
TOTAL	391	375	766

Tabla N° 32. Frecuencias Teóricas
Fuente: Investigador
Elaborado por: Diego Silva

c. Grados de Libertad

- Grados de Libertad: (N° de filas – 1) X (N° de columnas – 1)
- Grados de Libertad: (2 – 1)(2 – 1) = 1 x 1 = 1

d. Calcular el valor de $X^2 = \frac{(fo-fe)^2}{fe}$

fo	fe	(fo - fe)	(fo - fe) ²	(fo - fe) ² /fe
162	195.50	- 33.5000	1,122.2500	5.7404
229	195.50	33.5000	1,122.2500	5.7404
221	187.50	33.5000	1,122.2500	5.9853
154	187.50	- 33.5000	1,122.2500	5.9853
Total				23.45

Tabla N° 33. Cálculo de X²
Fuente: Investigador
Elaborado por: Diego Silva

e. Buscar en la tabla de distribución de X² el valor de comparación contra el valor calculado con un nivel de significancia del 5%

Grados de libertad	Probabilidad										
	0.95	0.90	0.80	0.70	0.50	0.30	0.20	0.10	0.05	0.01	0.001
1	0.004	0.02	0.06	0.15	0.46	1.07	1.64	2.71	3.84	6.64	10.83
2	0.10	0.21	0.45	0.71	1.39	2.41	3.22	4.60	5.99	9.21	13.82
3	0.35	0.58	1.01	1.42	2.37	3.66	4.64	6.25	7.82	11.34	16.27
4	0.71	1.06	1.65	2.20	3.36	4.88	5.99	7.78	9.49	13.28	18.47
5	1.14	1.61	2.34	3.00	4.35	6.06	7.29	9.24	11.07	15.09	20.52
No significativo									Significativo		

f. Comparar los valores: X^2 calculado y el de la tabla de distribución.

Una vez que se realizaron los cálculos para la comprobación de la hipótesis los resultados indican que el valor de X^2 calculado es mayor que X^2 de la tabla: $23.45 > 3.84$ por lo tanto rechazamos la Hipótesis Nula H_0 y aceptamos la hipótesis alternativa H_1 que dice: *El uso del Lenguaje Radiofónico influye en la percepción del mensaje en los radioescuchas de la ciudad de Ambato.*

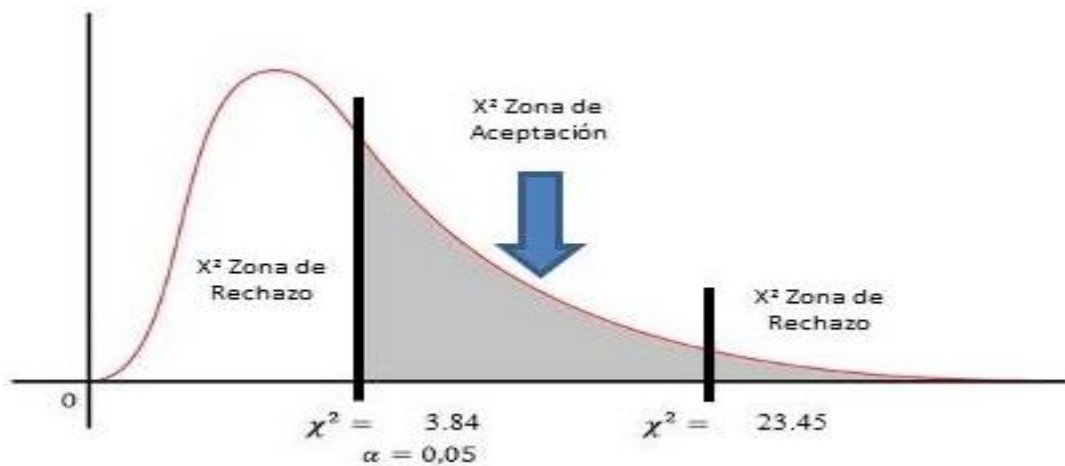


Gráfico N° 26. Chi Cuadrado
Fuente: Investigador
Elaborado por: Diego Silva

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Las principales características del lenguaje radiofónico son: claridad para tratar de hacer asequible la expresión hablada; lo concreto, que son formas que más “vitalizan” las imágenes y los relatos; brevedad, la necesidad de facilitar la asimilación y la fugacidad del mensaje.
- La aceptación de los programas radiales que hacen uso inadecuado el lenguaje es alto a pesar de que la mayor parte de la población encuestada está en contra de su uso y se manifestó a favor de un reglamento de regulación de los mismos.
- El rating y el tipo de programa son los factores que contribuyen a la proliferación del uso inadecuado del lenguaje en los programas radiofónicos.
- La mayor parte de los programas radiales no hace uso de libretos para el manejo correcto del lenguaje.

Recomendaciones

- Capacitación constate de los profesionales de la radio para la actualización de normas, procedimientos y métodos de uso del lenguaje radiofónico.
- Promover el buen manejo del lenguaje, educando a los oyentes para que escuchen los programas con el ánimo de entretenerse, pero sin perder el sentido crítico, pues no en pocas ocasiones los oyentes se han sentido aludidos o agredidos por los locutores, pero siguen escuchándolos sin ningún problema.
- Concientizar a los radiodifusores en las verdaderas funciones de los programas radiales: informar, educar, divertir, sin dejar a un lado la rentabilidad de la organización, pero evitando ponerla con fin último de un programa radial.
- Elaborar un manual de Lenguaje Radiofónico, con directrices de estilo para los profesionales de la radio de la ciudad de Ambato.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

Tema

Manual de Lenguaje Radiofónico, con directrices de estilo para los profesionales de la radio.

Datos informativos

- **Institución ejecutora:** Universidad Técnica de Ambato
- **Beneficiarios:** Radiodifusores de la ciudad de Ambato y público oyente de los programas radiales de la ciudad.
- **Ubicación:** Provincia Tungurahua, Ciudad Ambato.
- **Tiempo estimado para la realización de la propuesta:** 3 meses
- **Equipo Técnico Responsable de la Propuesta:** Investigador y Tutor de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, carrera de Comunicación Social.
- **Costo:** 800

Antecedentes de la propuesta

La presente investigación se realizó al observar la necesidad de la utilización de un lenguaje radiofónico adecuado por parte de los locutores hacia los radioescuchas, los mismos que se sienten identificados con un determinado programa radial.

Kaplún en el libro editado por el Centro Internacional de Estudios Superiores para América Latina (CIESPAL), afirma (Kaplún M., 1985, p15): “*Comunicar es una aptitud, una capacidad. Pero es sobre todo una actitud. Supone ponernos en disposición de comunicar, cultivar en nosotros la voluntad de entrar en comunicación con nuestros interlocutores*”. Entonces no debemos perder de vista el

modo con el que debemos dirigir las preguntas para una adecuada y diáfana forma de difundir las noticias con un sustento axiológico.

Se presenta a continuación una propuesta de la creación de un manual para el uso adecuado del lenguaje radiofónico el mismo que será distribuido a las diferentes radioemisoras de la ciudad de Ambato por parte del investigador.

Justificación

Los receptores continúan percibiendo un lenguaje inadecuado por lo que, se familiarizan con éste tipo de palabras, hasta llegar al punto de usarlas cotidianamente. Pero esto no les permite comprender la magnitud de cada cosa que hablan, poniendo en peligro el uso adecuado del lenguaje tanto en el receptor como el emisor. Por lo que el emisor necesitará utilizar un lenguaje radial apropiado, para adecuar nuevos contextos con el ánimo de alimentar al receptor para así obtener un mayor grado de significación a cada mensaje que escuchan, influyendo positivamente en la personalidad del oyente.

Los medios masivos en la actualidad, en este caso la radio, está basada en transmitir programas fuera del requerimiento de su público oyente llegando a la distorsión del mensaje, cosa que no tendría que ser así, se debería llegar a los radioescuchas con un mensaje claro y preciso utilizando de una manera adecuada la comunicación, en este caso, la comunicación verbal para que el mensaje sea claro y llegue de una manera precisa al radioescucha.

Para el autor de este trabajo de investigación se hace necesario el establecimiento de un manual para el correcto uso del lenguaje radiofónico por parte de los locutores de la ciudad de Ambato, así de esta manera llegar de una manera clara y concisa a su público oyente.

Los locutores de la ciudad de Ambato son parte esencial para llevar a cabo la propuesta, así como los radioescuchas ya que son el eje fundamental para que los programas radiales tengan o no éxito. La propuesta está enmarcada en tratar de mejorar el uso del lenguaje radiofónico por parte de los locutores mediante un manual, para que el mensaje llegue de una manera clara a los radioescuchas.

Objetivos

Objetivo General

Elaborar un manual de Lenguaje Radiofónico, con directrices de estilo para los profesionales de la radio de la ciudad de Ambato.

Objetivos Específicos

- Definir las principales características del lenguaje radiofónico.
- Identificar las características de la charla radiofónica
- Determinar sugerencias para analizar y criticar una emisión radiofónica
- Identificar pautas para la realización programas radiales

Análisis de Factibilidad

Factibilidad Operativa

La propuesta planteada en el presente trabajo de investigación viene sustentada en un estudio básico de factibilidad en virtud de que el lenguaje radiofónico utilizado por los locutores de las diferentes radios debe ser apropiado para el público oyente, garantizando la claridad en el lenguaje radial para tratar de hacer asequible la expresión hablada. Los medios radiofónicos deben llegar con un mensaje claro hacia el receptor para de esta manera facilitar la asimilación y la fugacidad del mensaje.

Factibilidad Técnica

El investigador cuenta con las herramientas, conocimientos, habilidades y la experiencia para hacer que la propuesta sea exitosa. Para el diseño de este manual se cuenta con el apoyo del Tutor de Tesis, quien posee el conocimiento y la experiencia necesaria para llevar adelante los objetivos planteados.

Factibilidad Económica

Los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar las actividades están cubiertos con el capital que dispone el investigador y para la implementación de esta propuesta.

Fundamentación Científica

Características del lenguaje radiofónico

Las peculiaridades del medio radiofónico condicionan la expresión hablada. El periodista radiofónico debe ser consciente de la fugacidad del mensaje; el oyente no puede volver a escuchar lo que se está contando, no puede comprobar si ha entendido bien la información. Su única opción es escuchar el texto en el momento, en el orden, y con el ritmo que establece el locutor. Por tanto, escribir para la radio implica saber utilizar adecuadamente el principal instrumento del periodista, la palabra. Para ello, se tendrán en cuenta las características básicas del lenguaje hablado y sus exigencias (RTVE, 2015):

- Claridad: se trata de hacer asequible la expresión porque existe el riesgo de interrumpir la asimilación mental de los mensajes si se adoptan códigos que requieren esfuerzos reflexivos y por tanto, tiempo de descodificación (comprensión)
- Lo concreto, en forma activa y presente. En radio son necesarias las formas que más “vitalizan” las imágenes y los relatos. En casos de equivalencia semántica, mejor las formas simples que las compuestas, el presente que el pasado, la frase activa que la pasiva.
- Brevedad. Las exigencias del tiempo, la necesidad de facilitar la asimilación y la fugacidad del mensaje obligan a la radio a construir mediante períodos y frases breves que aseguren la comprensión (RTVE, 2015).

El periodista radiofónico está obligado a dominar la ortografía, la morfología, la sintaxis y un vocabulario rico.

Debe saber escribir y narrar pero además debe adaptar su escritura y narración al ritmo, cadencia y entonación requeridos en cada momento. A estas características debe unirse el matiz de la expresión personal.

A través del micrófono, lo que se pierde desde el punto de vista plástico se gana en los matices de expresión exclusivos del sonido y en la posibilidad de testimonios

personalizados a través de la voz; es lo que se puede denominar tono comunicativo, necesario tanto en informativos como en programas. La voz, la música, los efectos y el silencio son los elementos sonoros que determinan la capacidad expresiva. La armonía de todos ellos en torno a un contenido interesante será la que permita sostener el relato radiofónico. Así, captar la atención y el interés del público y hacerlo con la gramática adecuada al medio y al mensaje será la principal exigencia del periodista radiofónico (RTVE, 2015).

El lenguaje radiofónico: materiales sonoros y no sonoros

Sin la existencia de un lenguaje y sin la existencia de un código o conjunto de normas y reglas que den sentido a ese lenguaje, difícilmente podríamos hablar de comunicación, de la misma manera que tampoco sería posible entablarla si no se dispone de un canal que la haga viable, si no se da una situación que la propicie -por mucho que deseemos conversar con alguien, raramente lo podremos hacer si no tenemos interlocutor-, o si no hay mensaje alguno que transmitir (Media Radio, 2015).

Los componentes del lenguaje radiofónico, o, dicho de otro modo, las materias primas con las que trabaja la radio son cuatro: la voz (o el lenguaje de los humanos), la música (o el lenguaje de las sensaciones), los efectos sonoros (o el lenguaje de las cosas) y el silencio. Como es lógico, el uso que se hace de estas materias varía en función del tipo de programa y, así, mientras que en un informativo predominan las voces de aquellos redactores/locutores que relatan las noticias, en una radio fórmula musical es precisamente la música la que tiene un papel protagonista (Media Radio, 2015).

El principal denominador común de los componentes del lenguaje radiofónico es, ante todo, su ilimitada riqueza expresiva y su gran poder de sugestión. Utilizando sólo la voz, o sólo la música, o la voz y la música, o la voz y el silencio, o todas las materias primas a la vez, podemos lograr que el oyente se alegre o se ponga triste, que visualice en su mente un paisaje, que recree un movimiento, que sienta miedo, que se entretenga o que se aburra... Porque, en el universo radiofónico, todo es posible (Media Radio, 2015).

Metodología

El Planeamiento, estructura su acción sobre la base de un conocimiento cabal de la situación y las perspectivas el plan nunca debe exceder la medida de las posibilidades reales de la organización, ni desentonar con las finalidades de la misma y mucho menos, con las variables del propio contexto al que está dirigido. Se determina la siguiente secuencia para determinar la metodología de trabajo.

Modelo Operativo

Fases	Metas	Actividades	Recursos	Responsables	Tiempo	Evaluación
Elaboración del Manual de Lenguaje radiofónico	Conocer a profundidad la problemática	Análisis de las características del lenguaje radiofónico	<ul style="list-style-type: none"> • Libros • Folletos • Manuales 	Tutor e Investigador	20 días	Fundamentación de la propuesta
Socialización de la Propuestas	Presentar la propuesta y solicitar recomendaciones a un grupo de radiodifusores	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de la propuesta • Recolección de recomendaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliografía • Talento Humano 	Tutor e Investigador	5 días	Documento de investigación con recomendaciones
Ajustes de la propuesta	Publicidad y promoción de la propuesta, implementado las recomendaciones a fin de obtener su aceptación	Revisión de las recomendaciones obtenidas	Información recogida	Investigador	15 días	Propuesta impreso
		Implementar las recomendaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Humano • Económico 	Tutor e Investigador	5 días	
Presentación de la propuesta final	Para su distribución en las radios de la ciudad	Convocatoria a los radiodifusores	Propuesta y Manual	Investigador	2 días	Informe de entrega y observaciones

Tabla N° 34. Modelo operativo

Fuente: Investigador

Elaborado por: Diego Silva

Elaboración de la propuesta



Manual de Lenguaje Radiofónico, con directrices de estilo para los profesionales de la radio



Elementos y definición del lenguaje radiofónico

Se entiende por lenguaje radiofónico, los diferentes elementos que adecuadamente combinados entre sí, hacen posible la estructuración de un mensaje para ser transmitido por medio de la radio. El correcto uso o manejo del lenguaje radiofónico, determina la calidad de los programas. Dos aspectos deben dominar el productor radiofónico en torno al lenguaje radial:

- a) Conocimiento de los elementos.
- b) Sensibilidad artística para mezclarlos adecuada y estratégicamente, a fin de sacar de ellos, el mejor resultado.

Si hacer buenos programas para la radio resulta ser un arte, realmente hay muy pocos artistas en este campo. En cuanto a programas radiofónicos en el medio ambateño se tienen de todo tipo: excelentes, agradables, tolerables, grotescos o encantadoramente aburridos.

El reto histórico de aquí y de ahora es entonces cómo generar buenos programas de radio. Un buen axioma es:

“En tanto no dominemos al medio, el medio nos domina a nosotros”.

El lenguaje radiofónico anatómicamente está integrado por tres elementos fundamentales e interdependientes: *la palabra, la música y el silencio*. Estos tres elementos constituyen el “alma” del programa radial.



Manual de Lenguaje Radiofónico, con directrices de estilo para los profesionales de la radio



a. La palabra

Fuera de los espacios puramente musicales y dependiendo de los formatos, la palabra hablada en los programas convencionales, ocupa más del 90% de la expresión radiofónica.

Esta realidad exige de parte del radiodifusor, una revisión de la estrategia productiva, pues aunque sea paradójico resulta ser que quien habla más, comunica menos. Para ser efectivos en la comunicación radial, se debe dosificar cuantitativa y cualitativamente el uso del lenguaje oral. Se debe por un lado, utilizar el menor número de palabras posibles para la estructuración del mensaje, y por otro lado, una buena norma sería:

“Cuando sea posible no debe decirse mediante palabras lo que pueda decir mediante otros recursos”.

Como ejemplo de esta premisa se pone a consideración la siguiente narración:

LOCUTOR: Aquella madrugada, Juan se despertó asustado. Dejando atrás el pesado sueño, mediante bostezos, trataba de desperezarse completamente. El vetusto lecho, como quejándose del tiempo, crujía al son de los movimientos de su temeroso dueño.

Pero se podría sacar mejor provecho radiofónico, mediante la siguiente secuencia:

LOCUTOR: Aquella madrugada, Juan se despertó.

JUAN: ¡Ay! Haciendo sonar el lecho emite dos bostezos largos.



Manual de Lenguaje Radiofónico, con directrices de estilo para los profesionales de la radio



Como se puede observar se ha hecho una gran economía de palabras. Ahora se analizará una segunda circunstancia:

Si los productores de los programas radiofónicos tuvieran la capacidad de transmitir en vivo y en eficaz improvisación los mensajes, la producción de los programas no representaría problema alguno. La dificultad está en que solamente alrededor de un 2% de los comunicadores radiofónicos poseen esta capacidad. Entonces, aunque el vehículo de la comunicación radial en última instancia es la palabra oral, el productor de programas de radio, previamente tiene que escribir. En otras palabras, tiene que visualizar el lenguaje oral y aquí está el verdadero problema, cómo escribir para hablar y no para leer.

Se debe recordar la sugerencia de los comunicadores de la escuela pragmática. Ellos insisten en que es necesario escribir para la radio de tal manera que el oyente pueda captar el mensaje mediante el mínimo esfuerzo posible. Además debe hacérselo en forma inteligible, correcta, relevante y atrayente.

Este propósito se logra mediante el uso del lenguaje sencillo y cuidadoso manejo de la redacción radiofónica. Debe recordarse que la combinación de palabras permite configurar el entorno del mensaje y permite expresar las ideas del radiodifusor.

Cuando se escribe para la radio, hay que hacerlo en lenguaje común, familiar, sin caer en *la vulgaridad* pero valorizando el habla popular. Esto no quiere decir que el mensaje debamos prescindir de términos poco usuales con los que se expresan los llamados lenguajes cultos y técnicos. Se debe hacerlo, pero con la debida explicitación:



Manual de Lenguaje Radiofónico, con directrices de estilo para los profesionales de la radio



“Cuando un programa de radio es denso, demasiado largo, está lleno de palabras que nos son desconocidas o poco familiares y frases extensas difíciles de seguir, o presenta un mensaje en forma desorganizada, lo normal es que tendamos a no atenderlo, nos exige demasiado esfuerzo” (Mario Kaplún).

Superar estas dificultades implica el conocimiento y dominio de algunas recomendaciones para la redacción del libreto radiofónico.

Tal como lo señalan Antonio Cabezas y Amable Rosario en su libro *“La Emisora Regional para el Desarrollo”*, las sugerencias que se puntualizan a continuación, no son originales, aparecen en casi todos los manuales, libros y folletos que hablan sobre el tema.

Lenguaje claro y directo

La claridad consiste en:	El lenguaje directo:
<ul style="list-style-type: none">• No poner muchas ideas en un solo párrafo.• No usar palabras difíciles de entender para su auditorio. Por ejemplo, hablando para una audiencia campesina, si se dice: <i>“aquella ínclita matrona jamás entendió el kit de la cuestión”</i>. Pese a nuestro afán persuasivo, no se logrará convencer a la audiencia de la información transmitida.	Significa que hay que decir las cosas sin rodeos, evitando las oraciones subordinadas, las metáforas y las construcciones de las oraciones rebuscadas. Ejemplos: <i>“...estoy aquí, en este altar de la libertad, estoy aquí en este escenario de la justicia, estoy aquí, en esta tarima de la democracia, estoy aquí en este teatro de la historia, para decirles desde esta amalgama heroica...”</i>



Manual de Lenguaje Radiofónico, con directrices de estilo para los profesionales de la radio



La claridad consiste en:	El lenguaje directo:
	<p>Lenguaje rebuscado:</p> <p><i>“Atisbaban mis ojos en lontananza la llegada de la penumbra...Mis ojos miraban en la lejanía la caída de la noche...”</i></p> <p>La manera más recomendable es escribir como se habla, poniendo:</p> <p>Sujeto + predicado + complemento.</p> <p>Cuando se escriba para la radio, se debe escribir primero y luego leer en voz alta y determinar si suena a lenguaje oral.</p>

Estilo: cortado, sencillo y coloquial

Estilo	Detalles
Cortado	El estilo cortado evita las oraciones largas. Debe usarse palabras cortas, de pocas sílabas y el punto aparte y seguido
Sencillo	En radio se usan palabras fáciles que empaten con el código del destinatario. No complique el libreto, no se está escribiendo para un público de profesionales de la radiodifusión. No se está escribiendo para personas de cultura escrita, sino para personas de cultura oral. No debe abusarse de palabras técnicas, complicadas, abstractas, extranjeras, poco usuales.
Coloquial	Con el libreto el radiodifusor pretende una conversación, un diálogo. El radiodifusor habla al oído de un oyente.



Manual de Lenguaje Radiofónico, con directrices de estilo para los profesionales de la radio



Estilo	Detalles
Coloquial	Nunca debe pensarse que habla a una muchedumbre, aunque el programa radial tenga una alta sintonía. La conversación radiofónica es íntima, cara a cara, uno a uno.

b. La música

Premisa:

La radio no es sólo palabra. Es también música y sonidos. En la radio, las imágenes hay que transformarlas en imágenes auditiva. Pues bien, en la producción de esas imágenes auditivas, la música y los sonidos serán nuestros dos preciosos y poderosos aliados. Los sonidos nos ayudarán a que el oyente vea con su imaginación lo que deseamos describir; la música, a que sienta las emociones que tratamos de comunicarle” (Mario Kaplún)

Se debe analizar la música y sus funciones en el lenguaje radial. La música puede cumplir 4 funciones básicas:

- Identificación
- Ambientación
- Puntuación
- Recreación

Música de identificación

Es un tema musical apropiado, seleccionado por el productor radial, para identificar un programa. Se llama también tema de presentación o característico.



Manual de Lenguaje Radiofónico, con directrices de estilo para los profesionales de la radio



Generalmente va al inicio y finalización de los programas, en los saludos y despedidas de los mismos.

Música de ambientación

Es la música que se utiliza para crear una atmósfera emocional adecuada a la escena o al momento radiofónico que se quiera destacar. Por ejemplo, si un personaje se encuentra en una fiesta bailando, se debe oír la música a cuyo ritmo baila o si se halla en un parque de diversiones, se debe escuchar la música de circo.

Música de puntuación

La música cumple las funciones de puntuación a través de lo que se llama: la cortina, el puente y la ráfaga musicales.

- ***La cortina musical:*** es un espacio musical de corta duración que se utiliza para separar las escenas o bloques de los programas. Generalmente para las cortinas, se emplean segmentos de interpretaciones musicales sin palabras. Algunos libretistas indican la duración de las cortinas en segundos, piden 5, 10 o 15 minutos de duración.

Esta precisión no es muy recomendable, pues la duración de la cortina depende más de la frase musical que de la petición cuantitativa en sí. Además la cortina musical usada inadecuadamente, resulta ser un ruido en la comunicación. El abuso de la cortina musical refleja la incapacidad del productor radial.



Manual de Lenguaje Radiofónico, con directrices de estilo para los profesionales de la radio



- **El puente musical:** el puente musical equivaldría al punto seguido en la puntuación escrita. Radiofónicamente se consigue insertando entre los parlamentos o entre las oraciones, una fracción musical más breve que la cortina musical. Sirve para facilitar la ilación de las ideas del mensaje del radiodifusor y dejar un ligero respiro tanto al emisor-receptor como al receptor-emisor.
- **La ráfaga:** como su nombre lo sugiere, es un fragmento musical más breve que la cortina y el puente musical. Se utiliza fundamentalmente para destacar algún estado de ánimo o resaltar la escena oral. Por ejemplo, si en una acción dramática, una persona que todos creían inocente, de pronto dice “yo lo hice”, se pide al control que ponga una ráfaga que dé efecto de asombro y de suspenso.

Un elemento, cuya definición se vuelve necesaria en este punto es el fondo musical:

El fondo musical, es la música que se escucha en segundo plano, como fondo a las palabras. Es un recurso válido pero hay que saberlo usar con medida y buen gusto. Muchas veces el fondo musical distrae al oyente, empaña la claridad del mensaje oral o sencillamente se convierte en ruido de la comunicación.

c. El silencio

Cuando se habla de lenguaje radiofónico no se incluye el silencio. Sin embargo, la radio valoriza el silencio y lo incorpora como uno de los elementos de su lenguaje. No hay que confundir el silencio con el bache radiofónico.



Manual de Lenguaje Radiofónico, con directrices de estilo para los profesionales de la radio



Los silencios según Máximo Estévez pueden ser de dos categorías: silencio absoluto y silencio de medida o relativo.

- Los silencios absolutos son silencios de palabras. Se suelen indicar escribiendo pausa.
- Los silencios de medida o relativos son aquellos que ilustran efectos o estados de ansiedad, por ejemplo el jadeo.

Características de la charla radiofónica

Ítem	Descripción
Objetivo:	Tiene un objetivo que debe quedar bien claro.
Motivadora:	Motiva al oyente. Capta su atención. Despierta su interés y entusiasmo.
Comunicadora:	Establece una comunicación personal con cada oyente. Dialoga con el oyente
Vivencial:	Parte de una situación vivencial. Apela a la experiencia de la oyente.
Una historia:	Debe contar una historia que suene real y humana para que capte la atención y despierte interés.
Clara:	El nivel del lenguaje es claro, sencillo y descriptivo. Usa metáforas y comparaciones. Da muchos ejemplos.
	Despliega imágenes auditivas: hacer ver el tema, induciendo a la reflexión; lo hace sentir en el nivel afectivo y lo hace vivir llevando a la acción.
	Va de lo sencillo lo complejo. Es progresivo y relevante. Aporta algo nuevo. Repite y resume la idea central, presentándola en diferentes conceptos.



Manual de Lenguaje Radiofónico, con directrices de estilo para los profesionales de la radio



Ítem	Descripción
Participativa:	No le da todo digerido al oyente. Estimula su reflexión. No da todas las respuestas. Deja que el oyente examine las ideas y saque sus propias conclusiones. Invita al oyente a involucrarse en la acción, o le da los elementos para tomar una decisión.
Amena:	Informa de manera entretenida. Enseña con humor y alegría. No abusa de los cortes musicales ni de los diálogos falsos.
Brevedad:	La brevedad es una característica importante, ya que éste es un género árido. Se dice que no debe exceder los cinco minutos. Sin embargo, para esto no existe regla fija.
Conclusión:	Termina haciendo una recapitulación del mensaje central.

Sugerencias para analizar y criticar una emisión radiofónica

Todo programa radial debe ser: comprensible, preciso, relevante, y entretenido.

1) Inteligibilidad:

a) Unidad técnica:

- i) Combinación agradable de voz y sonido.
- ii) Correcta modulación.
- iii) La música y los efectos están bien empleados: ¿son escasos o abundantes?
- iv) ¿El uso de los elementos radiofónicos produce ruido en la comunicación?

b) Voz comprensible:

- i) Vocalización clara, natural.
- ii) Buena lectura. Puntuación. Acentuación, seguridad.
- iii) Entonación. Entusiasmo. Pausas. Ritmo.



Manual de Lenguaje Radiofónico, con directrices de estilo para los profesionales de la radio



- c) Contenido o mensajes:
 - i) ¿La emisión tiene objetivos? ¿Cuáles son?
 - ii) ¿Percibe un plan, un esquema? ¿Cuál es?
 - iii) ¿Tiene un mensaje central? ¿Cuál es?
 - iv) ¿La información es clara y precisa?
 - v) ¿Hay progresión en los contenidos?
 - vi) ¿El contenido, es concreto o abstracto?
 - vii) ¿Va de lo sencillo a lo complejo?
 - viii) ¿Lo dice todo o deja una cierta participación?
 - ix) ¿Tiene redundancias o recapitulaciones necesarias?
 - x) ¿Induce a una acción concreta?
- 2) Corrección:
 - a) ¿Está bien documentada? ¿Hay errores de contenido?
 - b) ¿El contenido está bien codificado o es confuso?
 - c) ¿El lenguaje suena a oral o escrito?
 - d) ¿El lenguaje pertenece a la experiencia del oyente?
- 3) Relevancia:
 - a) ¿Se tiene presente al oyente, lo capta?
 - b) ¿Se parte de la experiencia del oyente?
 - c) ¿Se pone en el lugar del oyente?
 - d) ¿Hace nuevos aportes o dice lo conocido?
 - e) ¿Hace denuncia, pero anuncia algo?
- 4) Atracción:
 - a) La presentación ¿es ágil, amena?
 - b) ¿Enseña con alegría, humor?
 - c) ¿Es motivador, natural y sencillo o es artificial?
 - d) ¿Capta la atención y mantiene el interés?
 - e) ¿Establece comunicación con el oyente?
 - f) ¿El formato es el adecuado para el contenido del formato?



Manual de Lenguaje Radiofónico, con directrices de estilo para los profesionales de la radio



g) ¿Qué tiempo de duración tiene el programa?

Pauta para realizar programas radiales

Objetivos

- a) Establecer las pautas de organización; determinar los cursos de acción, que permitan elaborar el programa radiofónico.
- b) Comprender y analizar la importancia del equilibrio en la programación radiofónica, teniendo en cuenta la planificación y/o segmentos que contemplen la proporcionalidad en tiempo e intensidad de los temas tratar.
- c) Conocer la imbricación de los diferentes planos de realización de la puesta en el aire.

Objetivo a)

- ¿Qué programa se quiere hacer? (Descripción del programa)
- ¿Por qué se quiere hacer? (Origen y fundamentación)
- ¿Para qué se quiere hacer? (Objetivos y propósitos)
- ¿Cuánto se quiere hacer? (Metas)
- ¿Dónde se quiere hacer? (Localización de medios)
- ¿Cómo se va a hacer? (Actividades, roles, metodología)
- ¿Cuándo se va a hacer? (Calendarización, cronograma)
- ¿A quiénes va dirigido? (Franja de escuchas, sector social, generacional, geográfico, etc.)
- ¿Quiénes lo van a hacer? (Recursos humanos)
- ¿Con qué lo van a hacer? (Recursos materiales y financieros)



Manual de Lenguaje Radiofónico, con directrices de estilo para los profesionales de la radio



Objetivo b)

Análisis y justificación de:

- Número de bloques o segmentos y sus correspondientes ejes temáticos.
- Número de colaboradores y/o columnistas.
- Informes especiales.
- Entrevistados en piso: entrevistas grabadas y reportajes.
- Musicalización; incidencia de la música en el programa; juego semántico; porcentaje en relación a la palabra; tema musical completo.
- Elección de la cortina y separadores musicales.

Objetivo c)

Definir:

- Roles dentro del equipo periodístico; responsabilidades y exigencias mutuas.
- Vinculaciones operativas entre: operador de control / asistente de piso / musicalizador / productor / conductor / equipo en estudio.

Previsión de la evaluación

Preguntas básicas	Explicación
¿Qué evaluar?	La aplicación de la propuesta en las emisoras radiales de la ciudad de Ambato.
¿Para qué evaluar?	Mejorar la calidad de los programas radiales.
¿Con qué evaluar?	Con encuestas que contendrá preguntas cerradas
¿Cómo evaluar?	Se plantea preguntas basadas en la percepción del público oyente de los programas radiales y los cambios que escucha en los mismos
¿Dónde evaluar?	En la ciudad de Ambato
¿Quién evalúa?	Diego Silva
¿Cuándo evaluar?	Después del proceso de aplicación de la presente propuesta
Fuente de evaluación	Documentos, internet, textos, revistas, folletos y periódicos
Instrumento	Cuestionario previamente estructurado

Tabla N° 35. Previsión de la evaluación

Fuente: Investigador

Elaborado por: Diego Silva

Cronograma de Actividades

ACTIVIDAD	SEMANAS																								RESPONSABLE				
	DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO								
	1a	2a	3a	4a	1a	2a	3a	4a	1a	2a	3a	4a	1a	2a	3a	4a	1a	2a	3a	4a	1a	2a	3a	4a					
Tema			■																										Investigador
Planteamiento problema			■	■																									Investigador
Desarrollo del Capítulo I					■	■																							Investigador
Desarrollo del Capítulo II							■																						Investigador
Desarrollo del Capítulo III								■																					Investigador
Desarrollo del Capítulo IV									■	■																			Investigador
Revisión y Corrección											■																		Tutor/Investigador
Aplicación Encuesta												■	■	■															Investigador
Análisis Estadístico Capítulo IV														■	■														Investigador
Conclusiones y Recomendaciones															■														Investigador
Revisión y Correcciones																	■												Tutor/Investigador
Elaboración de la Propuesta																		■	■										Investigador
Integración del Proyecto																				■									Tutor/Investigador
Revisión Final																					■								Tutor
Defensa																							■						Investigador

Tabla N° 36. Previsión de la evaluación

Fuente: Investigador

Elaborado por: Diego Silva

BIBLIOGRAFÍA

1. ALESIO, M. (25 de Abril de 2010). *Mediación Familiar*. Obtenido de <http://www.calp.org.ar/Info/producciones/MediFliar.pdf>
2. Anda Gutiérrez, C. (2004). *Importancia de la radiodifusión en México*. México: Editorial Primera Edición.
3. Arnheim, R. (1932). *Film als Kunst*. Londres: Faber & Faber.
4. Arnoletto, E. J. (2007). *Diccionarios en Internet de las Ciencias Económicas y Sociales*. Buenos Aires: Ediciones EUMEDNET 2007.
5. Balsebre, A. (2010). *Lenguaje Radiofónico*. Barcelona, España: Universidad Autónoma de Barcelona.
6. BOLAÑOS, I. (2008). *Hijos Alineados y Padres Alienados Mediación Familiar en rupturas conflictivas*. Madrid: Editorial Reus.
7. CAICEDO, G. (6 de Noviembre de 2014). *Portafolio.Co*. Obtenido de <http://www.portafolio.co/columnistas/autoridad-nacional-radio-opinion>
8. Camacho, L. (1999). *La Imagen Radiofónica*. México: Editorial McGraw-Hill.
9. Chae, S. (22 de Enero de 2015). *Prezi.Com*. Obtenido de Características del Mensaje Radiofónico: <https://prezi.com/uabkvcoxwbt3/caracteristicas-del-mensaje-radiofonico/>
10. Chiavenato, I. (2010). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. México: McGraw-Hill Interamericana.
11. CONCORTV. (2010). *Análisis de la programación radial y televisa en horario familiar*. Lima: Consejo Consultivo de Radio y Televisión.
12. Diccionario Enciclopédico Larousse. (2009). *Diccionario Enciclopédico Volumen I*. México: Larousse Editorial.
13. Enciclopedia WIKIPEDIA. (12 de Enero de 2015). *El Mensaje*. Obtenido de <http://es.wikipedia.org/wiki/Mensaje>
14. Fages, J., & Pagano, C. (1978). *Diccionario de los medios de comunicación*. Valencia: Ediciones Fernando Torres.
15. Foerster, O. (1964). *Musische Bildung mit technischen Mittlern*. Berlín: Möselers.
16. Fonseca Yerena, M. d. (2000). *Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica*. México: Pearson Educación.
17. FUNDACION FNPI SURA. (13 de Febrero de 2014). *Fundación Gabriel García Márquez para el nuevo periodismo iberoamericano*. Obtenido de

<http://eticasegura.fnpi.org/2013/02/13/hablemos-de-etica-en-el-dia-mundial-de-la-radio/>

18. Fuzellierz, É. (1965). *Le langage radiophonique*. París: Institut des hautes études cinématographiques.
19. GLOBEDIA.COM. (1 de Diciembre de 2014). *GLOBEDIA*. Obtenido de ¿Qué es la mediación familiar?: <http://es.globedia.com/que-es-la-mediacion-familiar->
20. González Alonso, C. (2004). *Principios Básicos de Comunicación*. México: Editorial Trillas.
21. Huertas, A., & Perona, J. (1999). *Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio*. Barcelona: Editorial Bosch.
22. Iges, J. (22 de Enero de 2015). *Arte Sonoro*. Obtenido de José Iges: El arte radiofónico como expansión del lenguaje radiofónico: <http://www.uclm.es/ARTESONORO/oloboiges.html>
23. Johnson, R., & Kuby, P. (2005). *Estadística elemental, lo esencial*. México: Editorial Thomson.
24. Legorburu Hortelano, J. M. (2001). *Utilidad y Eficacia de la Comunicación Radiofónica en el Proceso Educativo*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
25. López Vigil, J. I. (2013). *Manual Urgente para Radialistas Apasionados*. Quito: Ediciones Inti Barrientos.
26. López, J. (2011). *La Descortesía en el Lenguaje Radiofónico*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
27. Martínez Bencardino, C. (2006). *Estadística Básica Aplicada*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
28. McQuail, D. (1985). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. México: Editorial Paidós.
29. Media Radio. (22 de Enero de 2015). *Características generales del medio*. Obtenido de <http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque2/pag1.html>
30. Moles, A. A., & Zeltmann, C. (1975). *La comunicación y los mass media*. Madrid: Ediciones Mensajero.
31. MÚNERA, L. F. (4 de Enero de 2015). *Diario El Mundo*. Obtenido de http://www.elmundo.com/portal/opinion/columnistas/divierten_o_pervierten.php#.VKmm2Xvkjs4

32. NAVARRO, J. (12 de Agosto de 2014). Obtenido de <http://miperiodiko.blogspot.com/2007/08/la-vulgaridad-en-la-radio-dominicana.html>
33. Nina, P. (2010). *La Producción de Programas Radifónicos en vivo y su relación con la improvisación*. Caracas: Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela.
34. Pasquali, A. (1978). *Comprender la Comunicación*. Caracas: Monte Avila Editores.
35. Pierre, A. (1989). *Lexique de la Presse Écrite*. París: Ediciones Dalloz.
36. Rabinowitz, J. (1991). *Los efectos fisiológicos del ruido*. México: Ediciones Mundo Científico.
37. Radio ABC. (15 de Enero de 2015). *El mensaje radifónico*. Obtenido de <http://www.abc.com.py/articulos/el-mensaje-radiofonico-921621.html>
38. Ramírez, O. (18 de Enero de 2015). *SlideShare.Net*. Obtenido de Mensaje Radifónico: <http://www.slideshare.net/oscamirez/mensaje-radiofnico>
39. RAMOS, D. (4 de Enero de 2015). *Academia.Edu*. Obtenido de http://www.academia.edu/7188061/EL_LENGUAJE_RADIOF%C3%92NICO
40. Redacción Diario ADN. (11 de Noviembre de 2012). La radio juvenil, ¿desparpajada o conservadora? *Diario ADN*, págs. <http://diarioadn.co/vida/tendencias/lenguaje-en-las-emisoras-juveniles-de-fm-por-qu%C3%A9-son-escuchados-1.31089>.
41. Romo Gil, M. C. (1987). *Introducción al conocimiento y práctica de la Radio*. México: Editorial Diana.
42. RTVE. (2015). *Manual de Estilo de RTVE*. Madrid: Radio y Televisión Española.
43. Sánchez, R. (1986). Radio transmisión en español: discurso e ideología. *Segundo congreso internacional sobre español de América* (págs. 206-210). México: Universidad Nacional Autónoma de México.
44. Stangl, W. (24 de Enero de 2015). *Blog de Miguel Witte*. Obtenido de Apuntes sobre Pedagogía y Psicología : http://www.miguelwitte.com/apuntes/comunicacion_interpersonal.html
45. Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Bogotá, Colombia: Editorial McGraw-Hill Interamericana.

46. Thompson, I. (15 de Enero de 2015). *Promonegocios.Net*. Obtenido de Definición de Comunicación : <http://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>
47. Tungurahua, M. d. (10 de Enero de 2011). *Estrategias de Turismo de Tungurahua*. Recuperado el 7 de Febrero de 2013, de Estrategias de Turismo de Tungurahua: <http://www.tungurahua.gob.ec/turismo/propuestas-estrategicas/propuestas-cantonales/canton-ambato>
48. UNESCO. (18 de Enero de 2015). *La función de los medios de comunicación comunitarios*. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/unesco/events/prizes-and-celebrations/celebrations/international-days/world-press-freedom-day/previous-celebrations/worldpressfreedomday2009001/themes/the-role-of-community-media/>
49. Webster's New World Dictionary . (1997). *Webster's New World Dictionary of the American Language*. Nueva York: Avenel Books.

Anexos



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Cuestionario para el Trabajo de Graduación “LOS PROGRAMAS RADIALES Y EL USO DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO EN LA CIUDAD DE AMBATO”

Anexo 1. Instrumento de recolección de datos a locutores

Encuesta dirigida a Radiodifusores de la ciudad de Ambato.

Objetivo: Identificar cuáles son los factores que contribuyen a la proliferación del uso inadecuado del lenguaje en los programas radiofónicos y determinar el nivel de aceptación que tienen los programas radiofónicos que hacen uso inadecuado del lenguaje.

Instructivo: Lea detenidamente y marque con una X en la alternativa correspondiente

1. ¿Qué tipo de programa radial tienen más influencia en el lenguaje de los radioescuchas?
 Musicales Entretenimiento Deportivos Noticias e Informativos
2. ¿Utilizan un libreto al momento de conducir el programa radial, para el uso adecuado del lenguaje?
 Sí No No Responde
3. ¿Cree Usted que el uso del doble sentido en su programa radial le ayuda a subir de rating?
 Sí No No Responde
4. ¿Cree Usted que las emisoras influyen en el comportamiento de la sociedad?
 Sí No No Responde

5. ¿Está de acuerdo en que se regule el contenido radial, y que su lenguaje se modifique para que sea apto a todo público?
- Sí No No Responde
6. ¿Cree Usted que los programas radiales influyen en el comportamiento de la sociedad?
- Sí No No Responde
7. ¿A qué tipo de público está dirigido su programa radial?
- Niños Jóvenes y adolescentes
- Mayores de 18 años A todo público
8. ¿Qué solución podría ser utilizada para mejorar el uso del lenguaje en los programas radiofónicos?
- Manual de Lenguaje Radiofónico Código de Ética
- Profesionalización de los Locutores Otro ¿Cuál?.....

Gracias por su colaboración!



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Cuestionario para el Trabajo de Graduación “LOS PROGRAMAS RADIALES Y EL USO DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO EN LA CIUDAD DE AMBATO”

Anexo 2. Instrumento de recolección de datos a oyentes

Encuesta dirigida a oyentes de los programas de radio de la ciudad de Ambato.

Objetivo: Identificar cuáles son los factores que contribuyen a la proliferación del uso inadecuado del lenguaje en los programas radiofónicos y determinar el nivel de aceptación que tienen los programas radiofónicos que hacen uso inadecuado del lenguaje.

Instructivo: Lea detenidamente y marque con una X en la alternativa correspondiente:

CUESTIONARIO

1. ¿Cree Usted que el lenguaje usado en los programas de radio en la ciudad es apto y apropiado para todo el público?
 Sí No No Responde
2. ¿Se ha sentido maltratado verbalmente por el lenguaje usado en las emisoras radiofónicas de la ciudad de Ambato?
 Sí No No Responde
3. ¿Qué tipo de programa radial tienen más influencia en el lenguaje de los radioescuchas?
 Musicales Entretenimiento Deportivos Noticias e Informativos
4. ¿Cree usted que los responsables de conducir un programa radial utilizan un libreto para el uso adecuado del lenguaje?
 Sí No N o Responde
5. ¿Cree usted que lo que dice un locutor, de un programa radial, siempre es lo suficientemente claro para que el público lo entienda?

Sí No No Responde

6. ¿Piensa Usted que los programas radiales, generalmente, contienen mensajes en doble sentido?

Sí No No Responde

7. ¿Piensa Usted que el contenido de los programas radiales responden a intereses y necesidades de los radioescuchas?

Sí No No Responde

8. ¿Está de acuerdo en que se regule el contenido radial, y que su lenguaje se modifique para que sea apto a todo público?

Sí No No Responde

9. ¿Existe espacio en los programas radiales para la opinión pública?

Sí No No Responde

10. ¿Cree Usted que las emisoras influyen en el comportamiento de la sociedad?

Sí No No Responde

11. ¿Piensa Usted que los programas radiales benefician a los radioescuchas?

Sí No No Responde

12. ¿En caso de ser afirmativa su respuesta a la pregunta anterior, qué beneficios brindan los programas radiales?

Informativos Educativos Diversión Otra

¿Cuál?.....

13. ¿Qué solución podría ser utilizada para mejorar el uso del lenguaje en los programas radiofónicos?




Manual de Lenguaje Radiofónico Código de Ética

Profesionalización de los Locutores Otro

¿Cuál?.....

Gracias por su colaboración!

Anexo 3. Evidencias Fotográficas

 A photograph showing a man in a dark jacket (the investigator) standing behind a man in a suit (a radio host) who is seated at a desk. The background features a yellow and white banner for 'RADIO ALEGRIA 98.5FM'. The investigator is pointing at a document on the desk.	<p>En esta fotografía se puede observar al investigador aplicando la encuesta a los locutores de la ciudad de Ambato.</p>
 A photograph showing three people sitting around a table. A man in a plaid shirt is holding a document and pointing at it. A woman in a blue headscarf is looking at the document. Another man in a dark shirt is looking down at a document on the table.	<p>En la siguiente fotografía se puede observar la encuesta a los radioescuchas de la ciudad de Ambato.</p>
 A photograph showing a man in a dark jacket and glasses (the investigator) standing next to a woman in a white jacket. They are both holding a large white document or manual. The background shows a radio station with glass windows.	<p>Finalmente el investigador realiza la entrega del manual a las estaciones radiales de la ciudad de Ambato.</p>

PAPER

“LOS PROGRAMAS RADIALES Y EL USO DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO EN LA CIUDAD DE AMBATO”.

Diego Javier Silva Paredes
Universidad Técnica de Ambato
Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales
Carrera de Comunicación Social

RESUMEN

El presente estudio investigativo tiene como tema: Los programas radiales y el uso del lenguaje radiofónico en la ciudad de Ambato. La investigación tomó como referencia al uso del lenguaje radiofónico utilizado por los locutores de las diferentes radios de la ciudad de Ambato y su incidencia en los radioescuchas. El presente trabajo de investigación se realizó en términos cualitativos, haciendo referencia a la existencia de normas para garantizar el uso adecuado del lenguaje dentro de los programas radiales, su muestra de estudio fueron 91 locutores de las estaciones radiales, así también, 383 radioescuchas para conocer su pensamiento acerca de la forma de locutar en las radios.

Una de las principales conclusiones manifiesta que la aceptación de los programas radiales que hacen uso inadecuado el lenguaje es alto a pesar de que la mayor parte de la población encuestada está en contra de su uso y se manifestó a favor de un reglamento de regulación de los mismos, en este caso un manual para el uso adecuado del lenguaje radiofónico.

INTRODUCCIÓN

La estructura general del presente trabajo de investigación viene dividida en capítulos, los que a su vez se subdividen en temas y subtemas como se detalle en el siguiente esquema:

Capítulo I: El Problema. Contiene el tema de la investigación, su contextualización y análisis el problema desde diferentes puntos de vista, apoyados en interrogantes, a los que se darán respuesta durante el desarrollo de la presente investigación. En este capítulo se estableció la delimitación del objeto de investigación, el para qué se investigó, con su justificación, su impacto, interés, factibilidad.

Capítulo II: Marco Teórico. Contiene la fundamentación bibliográfica – documental, que da validez a la solución del problema identificado. Inicialmente se analiza artículos científicos referentes a las variables de investigación, que se usaron como antecedentes al contenido teórico del presente trabajo. A continuación se lo fundamentó desde el punto de vista filosófico, legal y con un marco teórico donde se desagrega las variables de investigación.

Capítulo III: Metodología. Contiene la metodología del trabajo de investigación que se va a usar a los largo de su ejecución, según su modalidad, tipo y nivel. Adicionalmente se establece la población de estudio y se detalla cómo se va a recolectar la información de varias fuentes de estudio, y el tratamiento que se les va a dar luego de su procesamiento y análisis.

Capítulo IV: Análisis de resultados. Contiene el análisis e interpretan de los datos recopilados en los instrumentos de investigación, a través de una metodología estadística y gráfica.

Capítulo VI. Conclusiones y recomendaciones. Se establecen las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo de investigación, luego del análisis de la información recolectada.

Capítulo VI: Propuesta. Contienen la propuesta para la solución del problema identificado.

METODOLOGÍA UTILIZADA

Para el desarrollo de este proyecto la modalidad de investigación aplicada fue la de campo, pues se llevó a cabo en el lugar de los hechos para obtener información de cómo se usa lenguaje radiofónico en los programas radiales de la ciudad de Ambato

y su impacto en los radioescuchas. Así también se utilizó la investigación bibliográfica, con el propósito de conocer, ampliar y profundizar enfoques y conceptualizaciones de diferentes autores y páginas de internet sobre el lenguaje radiofónico y su incidencia en la percepción de los mensajes por parte de los radioescuchas.

Estas modalidades de investigación permitieron conocer los criterios de la población investigada y que se encuentra inmersa en el problema, de tal manera que se realizó encuestas para definir la percepción y valoración de los radioescuchas y radiodifusores en cuanto al uso del lenguaje radiofónico.

Tipos de investigación

Los tipos de investigación utilizados dentro de este trabajo de fueron: descriptiva y exploratoria.

Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva tiene como objetivo principal el de lograr la descripción de un evento de estudio dentro de un contexto. Fue importante para este proyecto su utilización, ya que mediante la observación se pudo describir el problema del uso inadecuado del lenguaje radiofónico y plantear alternativas de solución.

Investigación Exploratoria

En la presente investigación se realizó un sondeo de la percepción del público ambateño sobre el uso y abuso del lenguaje radiofónico en los programas radiales que se transmiten en la ciudad de Ambato, con el fin de obtener datos y elementos de juicio que permitan conocer los problemas por los cuales atraviesa y cómo estos afectan a la sociedad, dando la oportunidad de solucionar el problema con la elaboración de una guía de uso del lenguaje radiofónico.

Población y Muestra

Población

Según (Martínez Bencardino, 2006): “la población o universo es un conjunto de unidades o elementos que presentan una característica común. También es un conjunto de medidas obtenidas de las características estudiadas”.

La población de estudio identificada como público radioescuchas fue el valor de la PEA3, que de acuerdo con los datos publicados por el INEC al año 2013, dentro de la provincia de Tungurahua fue de 106,742. Adicionalmente se realizó una encuesta sobre el total de radiodifusores de la ciudad de Ambato: 91 locutores de diferentes programas radiales.

Muestra

“La muestra se define como un conjunto de medidas pertenecientes a una parte de la población. También es una parte de la población o subconjunto de elementos, que resulta de la aplicación de algún proceso, generalmente de selección aleatoria, con el objeto de investigar todas o parte de las características de estos elementos”, según (Martínez Bencardino, 2006).

Para realizar la presente investigación se calculó la muestra del total de la PEA que se mantiene a nivel de la ciudad de Ambato del año 2013, la misma que permitió tener una visión global de las causas y efectos más representativos que originan el problema que es objeto de la investigación. La muestra no garantiza un total exactitud, pero si una representación con respecto a su población.

Técnica de recolección de la información

Para el desarrollo de este proyecto de investigación la recolección de la información se realizó por medio de la siguiente técnica:

Encuestas

Una encuesta es un estudio observacional en el cual el investigador busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, y no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación (como sí lo hace en un experimento). Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación. (Johnson & Kuby, 2005)

RESULTADOS ALCANZADOS

Con los resultados del procesamiento de la información se realizó el análisis respectivo, realizando una interpretación estadística apoyados en el marco teórico, en los casos pertinentes. Se destacó las tendencias y relaciones con los objetivos e hipótesis, pudiendo de esta manera emitir las conclusiones y recomendaciones necesarias.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOLAÑOS, I. (2008). Hijos Alineados y Padres Alienados Mediación Familiar en rupturas conflictivas. Madrid: Editorial Reus.

Johnson, R., & Kuby, P. (2005). Estadística elemental, lo esencial. México: Editorial Thomson.

Martínez Bencardino, C. (2006). Estadística Básica Aplicada. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Pasquali, A. (1978). Comprender la Comunicación. Caracas: Monte Avila Editores.