



Universidad del Azuay

Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas

Carrera de Comunicación Social

**PROPUESTA DE ESTRUCTURA NARRATIVA QUE
PERMITA UNIFICAR LA PRESENTACIÓN DE
CONTENIDOS EN LAS CÁPSULAS
INTERCULTURALES DESARROLLADAS POR
LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DEL
AZUAY**

Autor:

Adrián Mateo Quito Arias

Director:

Julio Peñaherrera

**Cuenca – Ecuador
2022**

DEDICATORIA

Para la mano que enciende la luz
Para la melodía que acompaña
Para los ojos que no empañan
Y las muletas en forma de cruz
Para José y su fuerza de arcabuz
Que la promesa verá cumplir
Finalizando esta décima escribir
Así el miedo se sobre puso con dolor
Sanar con risas fue lo mejor
Sin duda valió la pena existir

Mateo Quito

AGRADECIMIENTOS

A cada uno de los profesores en la carrera de Comunicación Social que con su esfuerzo
y empeño han logrado cambiar la vida de muchos.
A los profesionales que colaboraron en el transcurso de esta tesis.
A Julio, coautor, por la paciencia y empatía siempre.

Mateo Quito

RESUMEN

Parte de las producciones radiales creadas por los centros educativos giran alrededor de temas culturales, ejemplo de ello son las cápsulas interculturales realizadas por los estudiantes de la carrera de Comunicación Social en la Universidad del Azuay en conjunto con la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión los cuales crean y practican lo aprendido al realizar las llamadas “cuñas interculturales”. Pero estas cápsulas carecen de una estructura ya que en la materia existe una libertad para su desarrollo y esto genera que la estructura se disperse. Por ende se propone una estructura que ayude como guía a los alumnos en la realización. Se pretende llegar a esto por medio de una investigación bajo enfoque metodológico mixto con alcance descriptivo en donde se utilizó para el estudio cualitativo un análisis de estructuras y para el estudio cuantitativo se usa una validación de expertos utilizando un cuestionario diferencial semántico para la estructura propuesta.

Palabras Clave: Radio, cápsulas, formatos, estructura, diferencial semántico.



Julio Peñaherrera

Director de tesis

ABSTRACT

Part of the radio productions created by the educational centers revolve around cultural themes, an example of this are the intercultural capsules made by the students of the Social Communication degree at the University of Azuay in conjunction with the Ecuadorian Association of Broadcasting, with which they practice what they have learned by making the so-called "intercultural spots". But these capsules lack production structure. Therefore, the development of said structure was proposed to help guide the students in the making of the capsules. It was intended to achieve this by means of a mixed methodological approach research with descriptive scope where a structure analysis was used for the qualitative study and an expert validation using a semantic differential questionnaire for the proposed structure was used for the quantitative study.

Keywords: Radio, capsules, formats, structure, semantic differential.

MateoQuitoA.

Translated by:

MateoQuitoA.

Author



ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO 1	11
MARCO TEÓRICO	11
1.1 LA RADIO: El medio	11
1.1.1 La radio y otros medios	12
1.2 La radio y la educación	12
1.3 La radio y sus formatos	13
1.3.1 El guion	16
1.3.2 La Estructura	16
1.3.3 Cápsulas	17
1.3.4 Temática	18
1.4 Análisis de contenido	19
CAPÍTULO 2	21
METODOLOGÍA	21
2.1 Tipo de estudio	23
2.1.2 Programas seleccionados para el estudio	23
2.2 Instrumentos	24
2.3 Procedimiento	25
CAPÍTULO 3	26
RESULTADOS	26
3.1 Resultados generales de los análisis de programa internacionales	26
3.2 Resultados generales del análisis de programa nacional	27
3.3 Propuesta de estructura	28
3.4 Resultado del cuestionario diferencial semántico	29
CAPÍTULO 4	35
Conclusiones y recomendaciones	35
4.1 Recomendaciones	37
BIBLIOGRAFÍA	38
ANEXOS	41

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1	21
Ficha para recopilación de información	21
Tabla 2	22
Pares opuestos del cuestionario diferencial semántico.....	22
Figura 1	30
Resultado cuestionario diferencial semántico: Feo / Bonito	30
Figura 2	31
Resultado cuestionario diferencial semántico: Informal / Formal	31
Figura 3	31
Resultado cuestionario diferencial semántico: Aburrido / Divertido	31
Figura 4	32
Resultado cuestionario diferencial semántico: Anticuado / Reciente	32
Figura 5	32
Resultado cuestionario diferencial semántico: Vulgar / Selecto	32
Figura 6	33
Resultado cuestionario diferencial semántico: Infantil / Maduro	33
Figura 7	33
Resultado cuestionario diferencial semántico: Irrelevante / Interesante	33
Figura 8	34
Resultado cuestionario diferencial semántico: Habitual / Insólito.....	34
Figura 9	34
Resultado cuestionario diferencial semántico: Frío / Cálido.....	34

ÍNDICE DE ANEXOS

1. Fichas de análisis de contenido de programa internacional	41
Ficha 1 programa internacional	41
Ficha 2 programa internacional	43
Ficha 4 programa internacional	47
Ficha 5 programa internacional	48
2. Fichas de análisis de contenido de programa nacional	50
Ficha 1 programa nacional	50
Ficha 2 programa nacional	51
Ficha 3 programa nacional	52
Ficha 4 programa nacional	53
Ficha 5 programa nacional	54
3. Cuestionario diferencial semántico	57

INTRODUCCIÓN

La Radiodifusión conocida popularmente como “el medio por excelencia” ha sido y es una fuente importante en la comunicación. A pesar de la presencia de nuevos medios o plataformas digitales que han surgido gracias al internet, la radio aún sigue vigente porque se ha caracterizado durante años por su adaptación y colaboración con otros medios (Barragán y Terceros, 2017).

De cierta forma, la cultura siempre ha estado presente en el ámbito radial y en Ecuador se siguen desarrollando en diferentes formatos a lo largo de todo el país. Aunque no siempre los horarios de programación pueden ser los adecuados para difundir el contenido que llevan estos programas el artículo 19 de la constitución ecuatoriana prioriza la distribución de este formato cultural (Constitución del Ecuador, 2008, art.19).

Entre dichos formatos con temática cultural están las cápsulas desarrolladas por la Universidad del Azuay (UDA) gracias a un convenio entre su Escuela de Comunicación Social y la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión (AER). Se realizan bajo la práctica y desarrollo de las habilidades obtenidas en las materias de radiodifusión en la carrera (Flores, 2019). Estas cápsulas son creadas de manera individual por los estudiantes, no siguen una estructura radial clara y en muchos casos están tan dispersas que podrían considerarse productos de distintos proyectos en los que coinciden únicamente las cortinillas de entrada y salida.

El autor Araya (2004) al hablar sobre el planeamiento de un programa radial menciona que una estructura es necesaria para tratar de forma más eficiente los temas, así con esto y los antecedentes motivaron esta investigación y hacen evidente la necesidad de crear una estructura unificadora para las cápsulas y así lograr su realización sistemática. Como resultado de este proceso, se pretende además alcanzar

mayor acogida por parte de los radioescuchas y aportar al desarrollo del aprendizaje de los estudiantes generado en las aulas.

CAPÍTULO 1

MARCO TEÓRICO

1.1 LA RADIO: El medio

La radio, al igual que otros medios, es una base importante en la información y comunicación de una sociedad, planteada de diferentes formas y con muchas temáticas abordadas, nos ha acompañado durante muchos años. Las autoras Soler, Rosales y Hechavarría (2019) incluso mencionan que el discurso radiofónico puede representar el orden social establecido, beneficiando puntos de vista en intereses particulares.

Seguramente el físico italiano Marconi, padre de un medio comunicativo caracterizado por matices intrínsecos que fue pieza clave en el desarrollo de comunidades, nunca se imaginó el alcance que tendría su invento (Cuesta, 2012).

Él es, en pocas palabras, el creador de la empresa que facilita el arraigo y refuerzo de imaginarios sociales, la consolidación de valores y paradigmas de vida y, en definitiva, es el gestor del medio de comunicación por excelencia: la radio. (Cuesta, 2012, p. 193)

Cuesta (2012) nos relata cómo Marconi se basó en los conocimientos de Maxwell y Hertz para patentar su invento en 1896, creando así un complejo técnico capaz de transmitir mensajes sin la necesidad de cables.

Pero esto, como todo en el mundo, fue evolucionando; Lara y Vera (2003) dicen que se generó en tres etapas de revolución. La primera surgió a mediados del siglo XX cuando por medio de los transistores permitió sacar la radio del hogar. La segunda revolución fue producto de los transistores, pero esta vez los de frecuencia modulada que al ser emisoras de corto y medio alcance dieron paso a la programación temática y segmentación de públicos. Y la tercera revolución que mencionan es la derivada de la tecnología digital.

Se puede considerar a la radio como masiva y selectiva a la vez, ya que llega a un gran número de personas, pero cada emisora dirige sus mensajes a grupos perfectamente identificables (Hernández, 2016).

1.1.1 La radio y otros medios

Barragán y Terceros (2017) mencionan que la radio siempre se vinculó con otros medios como el teatro, el teléfono, la prensa escrita entre otros. Cuesta (2012) dice que la radio debe hacer uso de las innovaciones tecnológicas para, de esta manera, acceder a mayor cantidad de información y a su vez ofrecer una constante interacción con la audiencia. Esto se puede utilizar o manifestarse, según Ortiz (2009), en los géneros periodísticos como el reportaje, por su construcción flexible en las formas de narración; la entrevista, por su característica amena y agradable; o la crónica, que, desde la perspectiva del periodista, narra lo que vive desde el lugar en el que se sucede.

Obviamente no hay que dejar de lado la era digital en la que vivimos. Lara y Vera (2003) recalcan lo mencionado por McLuhan en 1967 cuando dice que los medios electrónicos nos han lanzado a un mundo difuso donde la información nos llega de manera continua, y algunas veces hasta abrumadora.

MacFarland y Shane (2009) sobre la tecnología y la radio también mencionan que cualquier locutor podría enlazar varias emisoras en lo que llamaron una “red instantánea”.

1.2 La radio y la educación

Rodero (2008) nos habla sobre la herencia educativa de las generaciones, antes la cultura de la letra impresa dominaba la formación educativa, se inclinaba en las habilidades del lenguaje verbal y del conocimiento que en la letra impresa se impartía e incluso se mantiene en generaciones actuales. Bajo esta razón los educadores han comenzado a implementar medios audiovisuales en el aprendizaje.

No debemos olvidar que la cultura, además de por vía escrita y audiovisual, continúa transmitiéndose también por vía oral, auditiva. Es el lenguaje oral, siempre lo ha sido, nuestra forma principal de acceso al conocimiento. No sólo lo audiovisual es auditivo, sino que nuestras relaciones sociales en el día a día se producen fundamentalmente a través de la palabra hablada. A pesar de ello, la educación en la escuela retrae la expresión oral. Convertimos así a los niños en analfabetos auditivos, en inadaptados expresivos, en deficientes orales. Se otorga la relevancia a lo visual y se relega la principal forma de expresión del ser humano: la oral y, con ello, la educación del oído. (Rodero, 2008, p. 99)

Los centros educativos, como las universidades, incluyen a este medio como base de prácticas e información para los estudiantes, José Ventín Sánchez en su texto “El estudiante en la estructura productiva de la radio universitaria colombiana” cita a Faus (1973) y a Miller (2007) cuando se refiere a que la radio universitaria es un medio de comunicación que ha ido conformando su identidad desde 1915 y obviamente ha ido evolucionando.

Hoy, referirse a la radio universitaria, es entenderla desde sus diferentes finalidades: la divulgación del conocimiento, la extensión y la formación de los estudiantes. Como cualquier medio de comunicación, con mayor o menor grado de organización, tiene una estructura productiva conformada, entre otros, por estudiantes. (Ventín, 2018, p. 1191)

1.3 La radio y sus formatos

Todo producto radial se rige a un formato, Kaplún (1999) nos indica que a grandes rasgos se puede clasificar en dos géneros: los musicales y los hablados.

La radio hablada incluye formatos de programas como noticias, negocios, deportes, entre otros que fueron de los formatos de más rápido crecimiento a mediados de los años 90 (MacFarland y Shane, 2009).

Claramente para nuestra finalidad nos interesa la categoría hablada que a su vez se clasifica en función del número de voces que intervienen.

Kaplún (1999) los divide en tres tipos de programas de radio: en primer lugar la forma de monólogo que instituye la forma más habitual de la charla radiofónica individual. En segundo lugar, la forma de diálogo en la cual participan dos o más voces y se incluyen varios formatos como la entrevista, la mesa redonda el diálogo didáctico, entre otros.

Y la tercera y última forma que menciona Kaplún (1999) es la de drama, que al igual que la forma anterior, tiene en común el uso de varias voces pero con características diferentes que la constituyen como una categoría aparte. El mismo autor menciona que existen doce modelos clásicos en la radio: la charla, el noticiero, la nota o crónica, el comentario, el diálogo, la entrevista informativa, la entrevista indagatoria, el radio periódico, la radio revista, la mesa redonda, el radio reportaje y la dramatización.

Para propósito de este proyecto se destacan dos: La entrevista, definida por Kaplún como un diálogo basado en preguntas y respuestas en el cual participa una persona ajena al medio que responderá las cuestiones aportando una información u opinión que se supone le interesa al oyente. Ortiz (2009) añade que se permite modificar el orden de las respuestas, pero teniendo en cuenta el no descontextualizar deliberadamente las declaraciones.

Y el radio-reportaje, que es una monografía radiofónica sobre un tema específico con una duración de alrededor de media hora. A su vez se subdivide en dos categorías de realización, a base de documentos vivos (entrevistas, documentos como grabaciones, fotografías registradas en el lugar) o a base de reconstrucciones que se realiza con montaje como una interpretación de un locutor o con fondo musical (Kaplún, 1999).

Pero para la realización de cualquier tipo de programa de radio se requiere principalmente de creatividad, aprovechando su medio principal que es el sonido para utilizar de manera original el recurso y obtener un resultado novedoso y sugestivo para dar a los mensajes una mayor fuerza de persuasión (Hernández, 2016).

Al igual que en la televisión, la radio es un trabajo grupal en los que participan varias personas con diferentes actividades, entre ellos se encuentra el director, que en muchas ocasiones es también el guionista, y cumple el rol de hacer partícipe a todos sobre la idea que se quiere realizar, también cae sobre él la responsabilidad del programa acabado. Existe un responsable de la toma de sonido y su mezcla, un técnico de musicalización, así como también un técnico de efectos sonoros y hasta un cronometrador que se encarga de cumplir con exactitud el tiempo. No hay que obviar las profesiones actuantes como los locutores, actores, intérpretes entre otros, los cuales conllevan mucha responsabilidad también. En emisoras de tipo comercial se impone el trabajo realizado por una o dos personas (Martínez, 1997)

Por su parte Araya (2006) al hablar de los participantes en la radio menciona que distribuyen las tareas de acuerdo con las habilidades de las personas, en este punto se designa quién investiga y redacta textos y las personas que se encargaran de la musicalización y la locución, cabe recalcar que dependiendo de la cantidad de personas que colaboran, puede ser que alguien se encargue de más de una actividad.

Hay que tener en cuenta el tipo de lenguaje que se utiliza en los programas, la Real Academia Española (RAE) define al coloquial como “propio de una conversación informal y distendida”, por su parte el autor Antonio Briz (2010), y profundizando más, dice que el lenguaje coloquial responde a rasgos como la relación social entre los interlocutores, la inmediatez y una aproximación o acercamiento a lo social.

Por otra parte el lenguaje formal o estándar, de nueva cuenta, la RAE lo define como un “código de signos” y Zoe (2020) lo considera más como una forma correcta de hablar, propio de medios como la justicia, las instituciones y los libros de gramática. Briz (2010) sobre el lenguaje formal dice que está marcado por los rasgos de una relación social o funcional, cotidianidad temática de la interacción, fin interpersonal, entre otros.

1.3.1 El guion

Una planificación rigurosa de las tareas es necesaria en un trabajo de equipo como la producción radiofónica; esto con el objetivo de que todos los componentes que forman parte del mismo estén al tanto de las acciones que se llevan a cabo en todo momento. Para esto es necesaria la presencia de un guion (Martínez, 1997).

De la misma forma José Martínez (1997) menciona que entre las reglas para la realización del guion radiofónico se encuentran las enumeraciones de las páginas para ahorrar el tiempo durante un ensayo, recalcar y definir el efecto que se requiere poner o hacer en un momento específico, así como también especificar al lector las inflexiones de voz para un mayor entendimiento.

Así también son varias tareas que Araya (2004) nos menciona que forman parte de la preproducción, en las que se incluye actividades como determinar el tema respondiendo al “qué”, “cómo” y “por qué” para definir y organizar el programa que se llevará a cabo.

También menciona Araya (2006) a la organización y asignación de tareas como otro punto donde se define quién redactará los textos, guiones, quién se hará responsable de la musicalización y locución, investigación, redacción de guiones, búsqueda de recursos, verificación de detalles y realización de ensayos son partes importantes en este desarrollo.

1.3.2 La Estructura

Se necesita como base una estructura que, según Carlos Araya Rivera (2004), es el “esqueleto” del programa en el cual se ubican las secciones que conforman dicha pieza auditiva. Aquí se incluyen sus respectivas duraciones y hay que organizar adecuadamente las secciones ya que el oyente se va adaptando a él. Si se comienza con una sección lenta provocará un efecto distinto que si existe dinamismo en los primeros minutos comenta el autor.

De la misma forma Morales (2010) sobre las estructuras narrativas dice que son la forma de ordenar los elementos disponibles sobre una historia para que de esta manera resulte coherente y lógico, lo cual lleva a que su comprensión funcione de manera apropiada.

Aunque existe gran variedad de estilos estructurales narrativos, el procedimiento típico de “Presentación-Desarrollo-Conclusión” actúa como estructura base de manera ordenada para la información. Aquí la narrativa radial la mejora y hace énfasis en ciertos datos para resaltarlos; aunque la información radiofónica ofrece una visión fragmentada y es necesario reforzar la impresión de coherencia y unidad en un discurso informativo.

(Rodríguez, 1998, p.466)

Contrastando lo anterior, Martínez (1997), recalca que no existen unas reglas generales para la elaboración de un guion radiofónico y que las características varían dependiendo las particularidades de cada programa a realizar.

Por su parte Altamirano y Rodríguez (2021) dicen que son los formatos radiales los que permiten tener una estructura ya que posibilita la identificación del contenido, esto de manera coherente y lógica. Así mismo recalcan que cada formato muestra un estilo y este es diseñado por directores y productores.

1.3.3 Cápsulas

Las cápsulas radiales son programas producidos con la intención de propiciar en los oyentes un cambio frente a un hecho determinado. Comúnmente se utilizan para la realización de campañas educativas o sociales (Méndiz, et ál., 2013).

Méndiz (2018) menciona que el proponer un cambio desde la comunicación habla de la construcción de mensajes que logran que el receptor o audiencia reflexione sobre lo mencionado así como también a la socialización de un determinado tema.

La Universidad del Azuay y la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión (AER) en el año 2016 firmaron un acuerdo que permite a los estudiantes de la carrera de Comunicación

Social realizar cápsulas interculturales que contribuyan a la formación ciudadana, la promoción del arte de la ciudad y del país (Flores, 2019).

Méndiz (2018) menciona que la duración de las cápsulas radiales varía entre los 45 segundos y los 3 minutos y recalca que al igual que cualquier otro producto radiofónico tiene que ser realizado con un lenguaje claro, sencillo y reiterando la idea principal a transmitir para así llegar de mejor manera al oyente.

En base al cumplimiento de lo anterior se concreta el proceso de producción del programa radiofónico, su difusión y finaliza con la recepción de la audiencia (Araya, 2006).

Se considera una carencia el poco o nulo uso de un mundo multimedial tal como lo mencionan Barragán y Terceros (2017) en el texto llamado “Radio, redes e internet para la transformación social” en donde comentan que la radio siempre se vinculó con otros medios como el teatro, el teléfono, la prensa escrita y demás. También, estos dos autores plantean dos puntos en torno a los cuales piensan que gira, para los oyentes, el objetivo de prender la radio: para desconectar de los problemas y para resolver los problemas.

1.3.4 Temática

Flores (2019) menciona que las cápsulas producidas por la UDA abordan los temas interculturales del país y son desarrolladas por la escuela de Comunicación Social y Publicidad en los estudios de “Radio UDA”.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) sostiene que el término “intercultural” aborda las relaciones evolutivas entre grupos culturales y su interacción en planos locales, nacionales, regionales o internacionales. Además define al término “multicultural” como la naturaleza culturalmente diversa de la sociedad humana, no solo a la cultura étnica o nacional sino también en el ámbito lingüístico, religioso y socioeconómico (UNESCO, 2006).

Pero estos temas interculturales abordados en las cápsulas se hacen bajo las indicaciones de los profesores de la Universidad del Azuay. En las clases en las que se enseñan a producir las llamadas -cuñas interculturales- se mencionan dos características: que tenga una duración máxima de 2 minutos y 40 segundos, esto debido a que las cortinillas de introducción y de cierre duran 10 segundos cada una y el límite de tiempo programado para estas cápsulas es de 3 minutos; y la segunda indicación es que tendrá la presencia de un experto en el tema que se desarrolle en la cápsula (comunicación personal, julio de 2017)

En base a lo anteriormente mencionado, los alumnos tienen libertad de utilizar su creatividad para desarrollar dicha pieza auditiva, pero esto impide la creación de un hilo narrativo que se debería generar por medio de una estructura previamente establecida que dirija el contenido a un público más amplio y la información sea captada de manera más personal para fortalecer el mensaje que se quiere transmitir. (comunicación personal, diciembre de 2019)

Con esto pretendemos realizar y reforzar el tema de la “proxémica”. La proxémica deriva del latín *proximus* que quiere decir “más cercano” y como dice Watson (1972) evoca una imagen de proximidad. Knapp (1982) describe a la proxémica como el estudio del uso y percepción del espacio social y personal y Watson (1972) aunque parecido también, habla de la forma en la que se estructura y usa este espacio de proximidad.

1.4 Análisis de contenido

Para este análisis es importante aclarar que como dice Aigner (2009) al hablar del análisis de contenido como metodología nos referimos a una indagación o investigación de las comunicaciones mediante una clasificación en manera de categoría de los elementos que conforman esta comunicación o mensaje.

Bernard Berelson (1992) define al análisis de contenido como “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”.

De esta manera se recalca que en el análisis de contenido aplicado como técnica de investigación interesa principalmente el estudio de ideas o conceptos y no de las palabras textuales que se usan para ser expresadas, así como también el hecho de la existencia de un emisor que difunde un mensaje que conlleva contenido y forma hasta llegar a uno o varios receptores (Aigner, 2009, p. 5)

Las autoras Altamirano y Rodríguez (2021) al hablar de la técnica del análisis de contenido recalcan que su uso permite la combinación de la observación, interpretación, análisis y producción de datos para explicar de forma clara y directa.

CAPÍTULO 2

METODOLOGÍA

La presente investigación tuvo como objetivo principal desarrollar una propuesta de estructura para cápsulas interculturales que permita unificar la presentación de contenidos en los productos desarrollados con esta temática específica por los estudiantes de Comunicación de la Universidad del Azuay.

Como punto de partida de la investigación desarrollada se aplicó un análisis de contenido utilizando una ficha de contenido para la recopilación de información propuesta por Berelson, esta ficha fue previamente probada en la investigación realizada por las autoras Altamirano y Rodríguez (2021) y se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1.

Ficha para recopilación de información

Ficha de Contenido
Nombre del programa
Fecha de emisión
Tema
Forma del programa
Tiempo dedicado a la información
Tiempo dedicado a publicidad
Tipo de lenguaje utilizado
Estructura del programa
Formato del programa
Sustancia
Asunto
Tendencia
Pauta
Valores
Método
Técnica

Rasgos físicos y psicológicos

Actor

Autoridad

Origen

Grupo

Esta herramienta se aplicó en 5 capítulos elegidos de manera aleatoria de un programa internacional en la categoría de cápsulas interculturales y de la misma manera en 5 capítulos de un programa nacional de la misma categoría.

Esto se realizó con el objetivo de extraer información sobre la estructura que desarrollan dichas cápsulas, ver las coincidencias y usos frecuentes entre los programas y así poder obtener lo mejor de cada programa y plantear la estructura a proponer.

Luego para su validación se aplicó un cuestionario diferencial semántico el cual se trata de una serie de características en adjetivos opuestos planteados por Aros, *et al* (2019) en su cuestionario llamado “Herramientas para la evaluación de productor”. De este cuestionario se usaron nueve pares opuestos que aparecen en la Tabla 2.

Tabla 2.

Pares opuestos del cuestionario diferencial semántico

Luego de haber escuchado la maqueta presentada, complete el cuestionario

ADJETIVO	ESCALA	ADJETIVO
Aburrido	-3 -2 -1 0 1 2 3	Divertido
Anticuado	-3 -2 -1 0 1 2 3	Reciente
Informal	-3 -2 -1 0 1 2 3	Formal
Vulgar	-3 -2 -1 0 1 2 3	Selecto
Infantil	-3 -2 -1 0 1 2 3	Maduro
Irrelevante	-3 -2 -1 0 1 2 3	Interesante
Habitual	-3 -2 -1 0 1 2 3	Insólito

Feo	-3 -2 -1 0 1 2 3	Bonito
Frío	-3 -2 -1 0 1 2 3	Cálido

2.1 Tipo de estudio

Este estudio fue realizado bajo enfoque metodológico mixto con un alcance descriptivo (Hernández, et ál., 2010). El ámbito cualitativo se desarrolló por medio de un análisis de contenido de cinco capítulos seleccionados al azar de un programa nacional que aborda la temática de la interculturalidad. Posteriormente se analizó del mismo modo, la estructura de cinco capítulos seleccionados al azar de un programa internacional que aborda la misma temática. Luego del análisis se desarrolló el prototipo de estructura que a través del estudio cuantitativo se analizó con expertos en el ámbito a los que se les consultó sobre la estructura de las cápsulas, por medio de un cuestionario de diferencial semántico.

2.1.2 Programas seleccionados para el estudio

Así entonces, se analizó el programa internacional llamado “Somos Uru”. Este programa tiene como propósito una difusión y promoción intercultural de la comunidad Uru de Bolivia, con la duración de aproximadamente 4 minutos. Esta “micro serie” de 16 capítulos, como ellos lo definen en su página de Facebook, se difundió en las radios comunitarias Uru y también de manera virtual, esta última se realizó del 12 al 27 de octubre del 2020 y presentan como temática principal la historia de la Nación Uru, su mitología, prácticas culturales y económicas, territorios, vivencias y más.

De igual manera, se analizó el programa nacional llamado “Ñuca Ecuador / Yo Ecuador” un proyecto realizado por la Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador (UPS) y la Asociación ecuatoriana de radiodifusión del Ecuador (AER) cumpliendo así el Art. 36 de la Ley Orgánica de Comunicación: Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional, con respecto a la difusión de contenidos que promuevan la diversidad cultural del territorio

ecuatoriano. La docente a cargo y quien facilitó de manera aleatoria los programas es la Mgs. Susan Escobar. Las cápsulas fueron transmitidas en las diferentes emisoras de la asociación.

2.2 Instrumentos

Se hizo uso de dos instrumentos para la investigación y análisis. Para el estudio cualitativo se usó el análisis de contenido. Para el estudio cuantitativo se usó la validación de expertos.

Análisis de contenido. Se partió del uso de una ficha de contenido propuesta por Berelson la cuál fue usada y probada en la investigación realizada por las autoras Altamirano y Rodriguez (2021). Aquí se escriben desde los datos básicos como nombre y fecha de los programas hasta analizar con mayor detenimiento la estructura de los programas, parte que es vital en nuestra investigación.

Para la validación de expertos se utilizó un cuestionario de diferencial semántico. Este recurso se utiliza con el fin de obtener información que permita la evaluación de productos nuevos que no pueden ser analizados bajo parámetros con especificaciones técnicas (León, 2005). Se trata de una serie de características opuestas que se presentan en una escala y que consultan la postura de los participantes sobre un producto determinado. La persona consultada puede identificar su apreciación en función de dos adjetivos bipolares. Se hizo uso del cuestionario “Herramienta para la evaluación de productos” de Aros, et ál. (2009). La herramienta original consta de 24 pares opuestos de adjetivos. Para el propósito de este estudio utilizamos nueve pares (1. Divertido-Aburrido, 2. Reciente-Anticuado, 3. Formal- Informal, 4. Selecto-Vulgar, 5. Infantil-Maduro, 6. Interesante-Irrelevante, 7. Insólito-Habitual, 8. Feo-Bonito, 9. Cálido-Frío). Estos pares están organizados en una escala que va de -3(Feo) a +3(Bonito).

2.3 Procedimiento

Se analizó las estructuras de un programa radial nacional y un programa radial internacional de contenido intercultural para la propuesta de una estructura unificadora en la presentación de un producto radial intercultural.

El análisis de las estructuras de los capítulos seleccionados tanto del programa internacional como del nacional se realizó de manera subjetiva en base a las categorías que permiten establecer segmentos.

Este análisis nos permite crear una estructura propia para el programa radial. Se realizó la validación de este producto presentándolo a un grupo de expertos en radiodifusión y se evaluó utilizando el cuestionario de diferencial semántico.

CAPÍTULO 3

RESULTADOS

3.1 Resultados generales de los análisis de programa internacionales

Se partió por analizar en primer lugar el programa “Somos Urus”. Este es producido por una fundación de Bolivia en el que se presentan temas de su mitología, historia, economía, entre otros.

Todos los programas tienen un tiempo de, 4 minutos como mínimo y 4 minutos con 10 segundos como máximo, dedicados a la información, fuera de esto la cortinilla de presentación, la cual menciona a los productores y el nombre del programa, así como también la motivación para realizarla, dura 20 segundos. Luego de estos primeros 20 segundos, en todos los capítulos se presenta el nombre y el número del capítulo en aproximadamente 10 segundos (varía en la longitud del nombre del capítulo).

En todos los capítulos se mencionan reiterativamente los nombres de los personajes para que la gente los recuerde e identifique por su voz. De la misma forma se repiten conceptos, traducciones y detalles claves que - se considera- son importantes para el oyente.

Se utilizan instrumentos andinos, principalmente instrumentos de viento propios de la comunidad Uru de Bolivia, para la musicalización de fondo de los capítulos así como también para la separación de sub historias dentro de la narrativa.

En todos los capítulos, se presenta el tema a tratar antes del minuto y medio de información.

Al final de la mayoría de capítulos uno de los personajes (predominantemente Luisa quién cumple el papel de aprendiz) formula una última pregunta que sirve como “enganche” para el próximo capítulo.

La cortinilla de salida dura 41 segundos aproximadamente y está acompañada de música andina y una voz en off que menciona a los productores del proyecto, así como recalca el nombre del programa.

3.2 Resultados generales del análisis de programa nacional

De la misma manera se procedió a analizar el programa “Ñuca Ecuador / Yo Ecuador” como el programa nacional escogido. Este programa es producido por la Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador (UPS) en convenio con Ecuatoriana de Radiodifusión (AER). Las expresiones artísticas como la danza, rituales, cánticos y otras prácticas, al igual que expresiones y leyendas son los temas principales que son expuestos en la realización de las cápsulas.

No tienen un tiempo definido en la duración de los programas, de los 5 elegidos de manera aleatoria, dos duran 6 minutos con 10 segundos, uno 5 minutos con 30 segundos, otro dura 2 minutos con 20 segundos y 2 minutos con 16 segundos el último capítulo. Esto sin contar las cortinillas de introducción y salida.

Al inicio de cada capítulo se detalla la clasificación en la que está categorizado el programa, en este caso clasificación “A”, esta aclaración dura 15 segundos en promedio. De la misma manera coinciden con una cortinilla de introducción de 35 segundos y finalizan con una cortinilla de salida que dura 44 segundos en 4 de los 5 audios seleccionados al azar, la única con duración diferente es de 28 segundos.

En solo uno de los cinco programas elegidos al azar se presenta al invitado o experto en el tema, en los otros programas interviene de manera directa sin una previa presentación o justificación del porqué está ahí. No hay un promedio de duración en la participación del invitado ya que en algunos casos el invitado interviene de 50 segundos a 1 minuto y en otros programas su intervención dura más de 5 minutos continuos.

3.3 Propuesta de estructura

Se recomienda que la cápsula intercultural tenga una duración de 3 minutos tal como lo menciona el autor Méndiz (2018) al describir una cápsula radial, también hay que recalcar que debe tener un lenguaje sencillo y claro. Considerando estas recomendaciones se proponen los siguientes segmentos.

- Cortinilla de introducción: En 15 segundos se presentará el nombre del proyecto intercultural, “Voces, Colores y Sabores”. Esto con una misma voz comercial y musicalización que refiera de manera directa a la cultura ecuatoriana. También se mencionará a nuestra institución educativa que produce el programa y el convenio.
- Presentación: En esta sección de 15 segundos se presentará a los locutores y el nombre del capítulo individual dentro del proyecto. Esto será requerido para cada estudiante dentro del desarrollo creativo de la cápsula intercultural que realice, este segmento finalizará mencionando el tema principal a tratar en el programa.
- Conociendo al invitado: Los locutores introducirán al invitado justificando el porqué de su presencia, recalcando experiencia en la temática, información profesional, entre otros datos que resaltan la importancia de su participación, toda esta presentación terminará con un saludo cordial para cederle la palabra. Se propone que esto dure 20 segundos.
- Saludo del invitado: Luego del saludo por parte de los locutores, el invitado tendrá alrededor de 5 segundos para agradecer la apertura a su participación.
- Datos documentales relevantes: En esta sección los locutores presentarán de manera sencilla y clara el contexto histórico y/o estadístico para sentar las bases del tema a tratar en el capítulo. Se organizará en orden de relevancia, fechas de inicio, fundaciones, creaciones, datos paramétricos, cambios importantes, entre otros aspectos que aporten al conocimiento del tema. De manera obligatoria se darán las fuentes de donde se obtuvo la información. La duración de esta sección será de 30 segundos.

- Tema central / entrevista: En esta sección se presentará la entrevista editada, en algunas cápsulas puede incluir más de una entrevista. Para esto se debe plantear preguntas que permitan extraer la información deseada de los invitados, ya sean datos relevantes que aporten al contenido o la opinión del entrevistado. Cabe recalcar que para la edición de la entrevista, en estudio, se grabarán pequeñas locuciones que ayuden a la fluidez del contenido manteniendo la coherencia en las declaraciones. Esta sección durará 1 minuto.

- Conclusión, cierre e invitación: Se concluye con una intervención del presentador en la que hace una última aportación al tema y cierra el capítulo no sin antes invitar a los oyentes al próximo programa, así como también a la participación en redes sociales o plataformas que el proyecto maneje. Esto tiene una duración de 20 segundos.

- Cortinilla de salida: Usando la misma voz y musicalización de la cortinilla de inicio, cerrará el programa mencionando a la Universidad y al convenio con AER, así como también con el nombre del programa “Voces, Colores y Sabores”. Duración de 15 segundos.

Acotación importante: Los tiempos planteados para cada segmento pueden variar un poco, con la única regla que no modifique el tiempo total de la cápsula intercultural que está estructurada para 3 minutos en base a la teoría revisada y a los resultados de los análisis de los programas interculturales nacionales e internacionales.

Los análisis realizados con la herramienta se encuentran en los anexos de esta investigación.

3.4 Resultado del cuestionario diferencial semántico

El cuestionario diferencial semántico, desarrollado por Aros, Narváez y Aros (2009), originalmente constaba de 24 pares opuestos de adjetivos, para este estudio se escogió nueve pares que ayudarían a la extracción de información de los cuestionados. Véase anexo 3.

De la misma forma, se eligió a 8 profesionales en el ámbito de la radiodifusión, entre ellos locutores y productores comerciales, culturales, institucionales.

Cabe recalcar que la estructura propuesta fue desarrollada en una maqueta para presentársela a los profesionales y facilitar así el entendimiento y aplicación del cuestionario diferencial semántico.

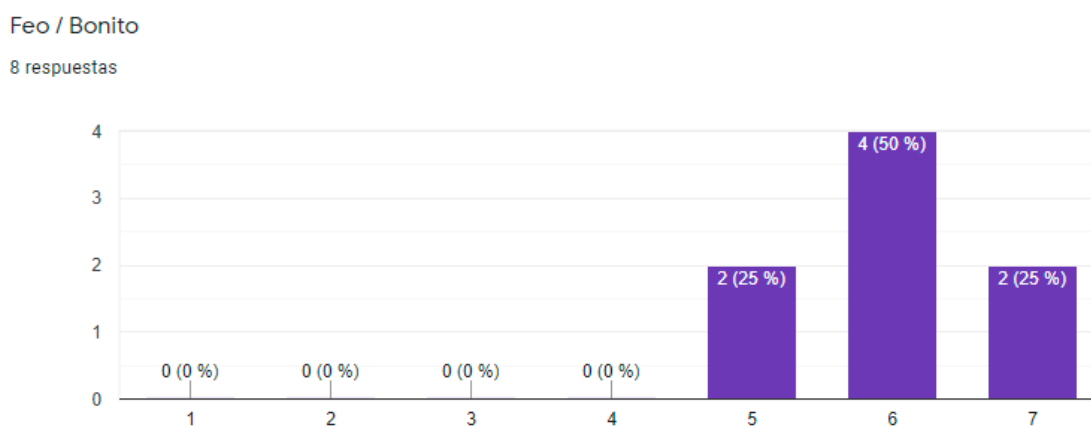
Así también se aclara que la plataforma de “Google Forms” fue en la que se desarrolló el cuestionario diferencial semántico.

En los par de adjetivos opuestos se hizo en una escala del 1 al 7 para su digitación, traduciéndose esto a la escala original donde se planteaban la escala de -3 a +3, digitándose así 7 opciones de respuestas en las dos formas incluyendo el número 0. Siendo así entonces los números “1, 2, 3” cercanos al adjetivo negativo y “5, 6, 7” al adjetivo positivo. El “0” se entenderá como indiferente a los adjetivos y su equivalente en la escala de 1 a 7 es el número 4.

Siendo así entonces los resultados mayormente positivos entre los cuales destacan ser más “divertido” que aburrido, de la misma forma con el adjetivo “selecto” que predomina al “vulgar” siendo un contenido más apegado al adjetivo “maduro” e “interesante”. Así mismo el adjetivo “bonito” se sobrepone a “feo”.

Figura 1.

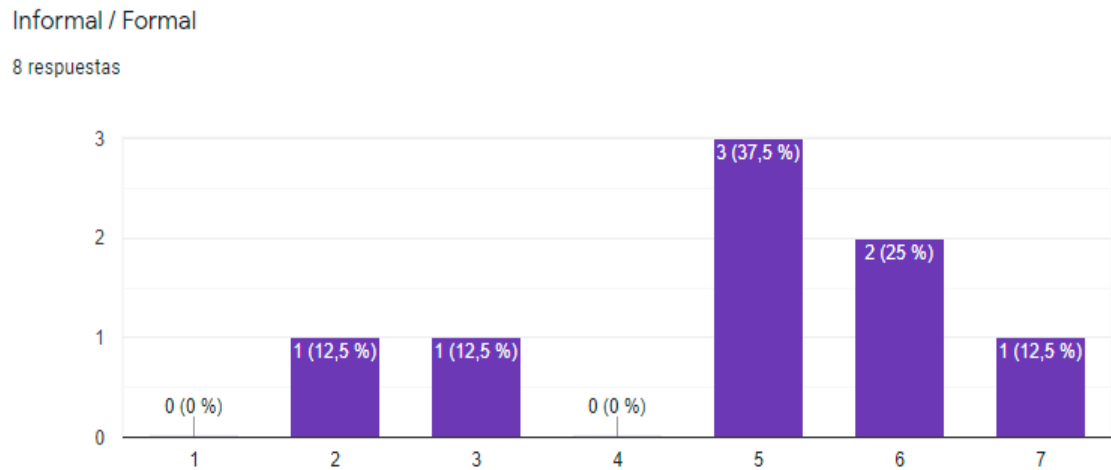
Resultado cuestionario diferencial semántico: adjetivos Feo / Bonito



El resultado más equilibrado, optando por una respuesta media, resalta “habitual / insólito” y de la misma forma “informal / formal” con respuestas de los dos lados, aunque sigue siendo más el dado que puede percibirse como positivo.

Figura 2.

Resultado cuestionario diferencial semántico: adjetivos Informal / Formal

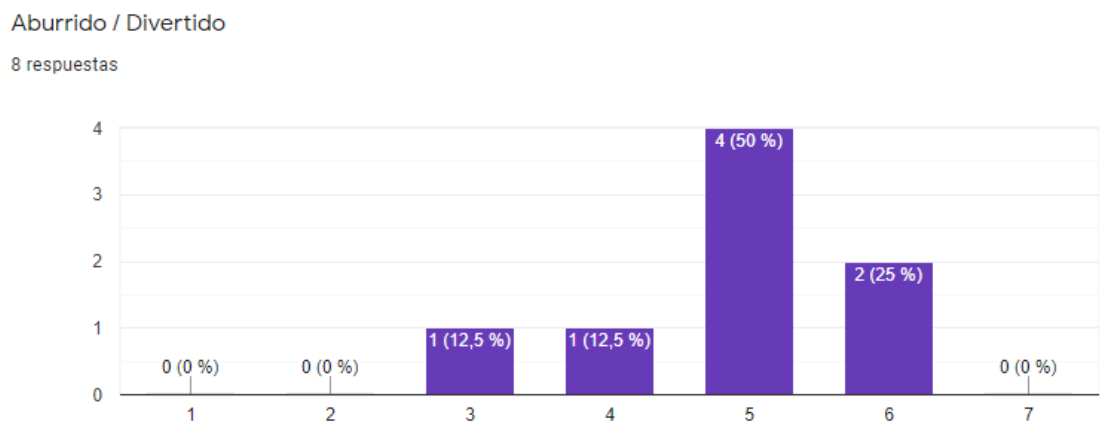


Resumen de resultados:

Aburrido / Divertido: cuatro personas seleccionaron el número 5, dos personas el número 6, una persona el número 3 y 4 respectivamente.

Figura 3.

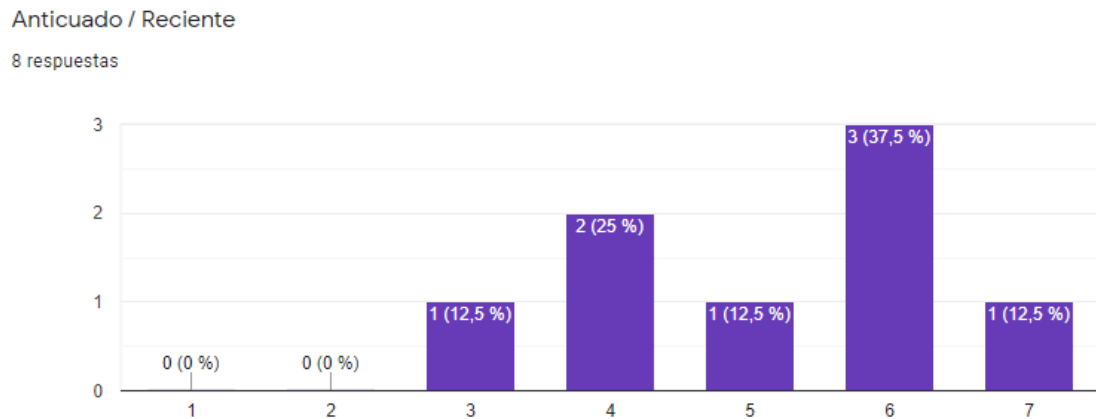
Resultado cuestionario diferencial semántico: adjetivos Aburrido / Divertido



Anticuado / Reciente: tres personas seleccionaron el número 6, dos personas el número 4 y una persona el número 3, 5 y 7 respectivamente.

Figura 4.

Resultado cuestionario diferencial semántico: adjetivos Anticuado / Reciente

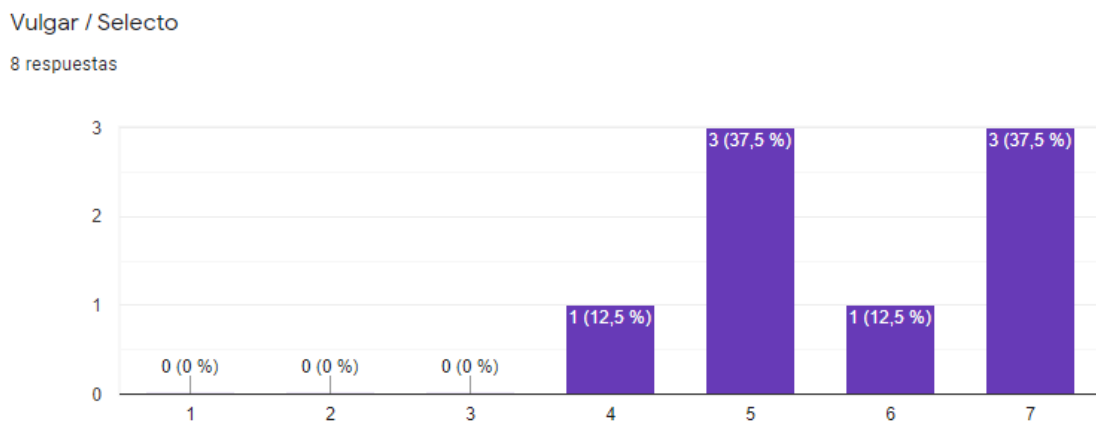


Informal / Formal: tres personas seleccionaron el número 5, dos personas el número 6, una persona el número 7, 2 y 3 respectivamente. Véase figura 2.

Vulgar / Selecto: tres personas seleccionaron el número 7 y 5 respectivamente, dos personas el número 4 y 6.

Figura 5.

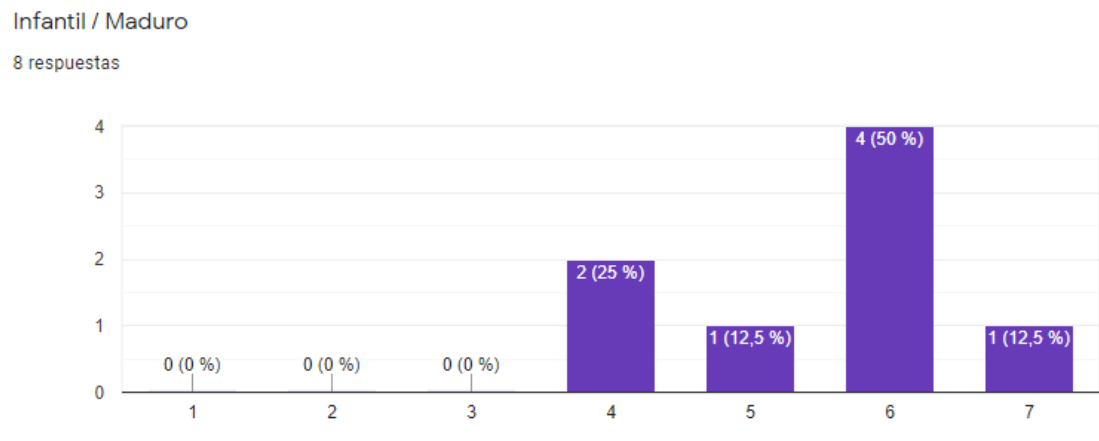
Resultado cuestionario diferencial semántico: adjetivos Vulgar / Selecto



Infantil / Maduro: 4 personas seleccionaron el número 6, dos personas el número 4 y una persona el número 5 y 7 respectivamente.

Figura 6.

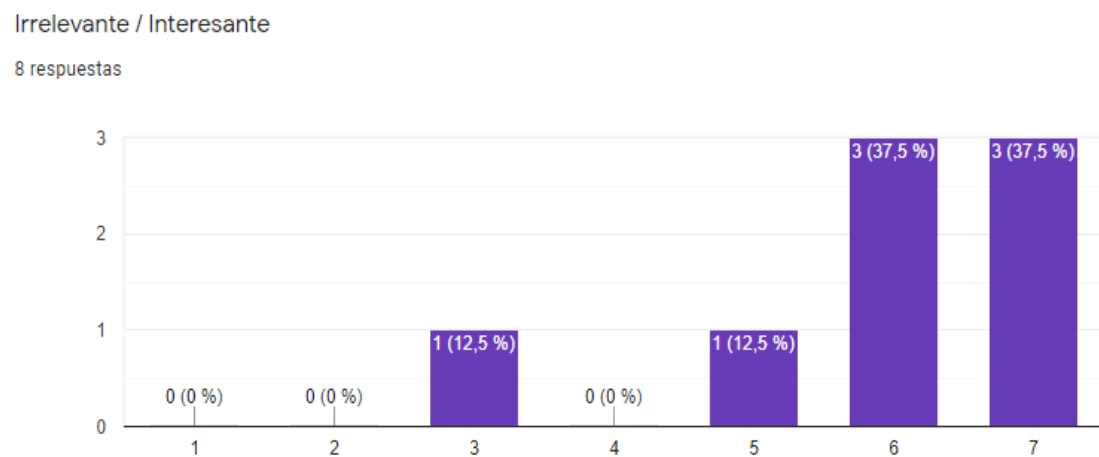
Resultado cuestionario diferencial semántico: adjetivos Infantil / Maduro



Irrelevante / Interesante: tres personas seleccionaron el número 6 y 7 respectivamente, una persona el número 3 y 5.

Figura 7.

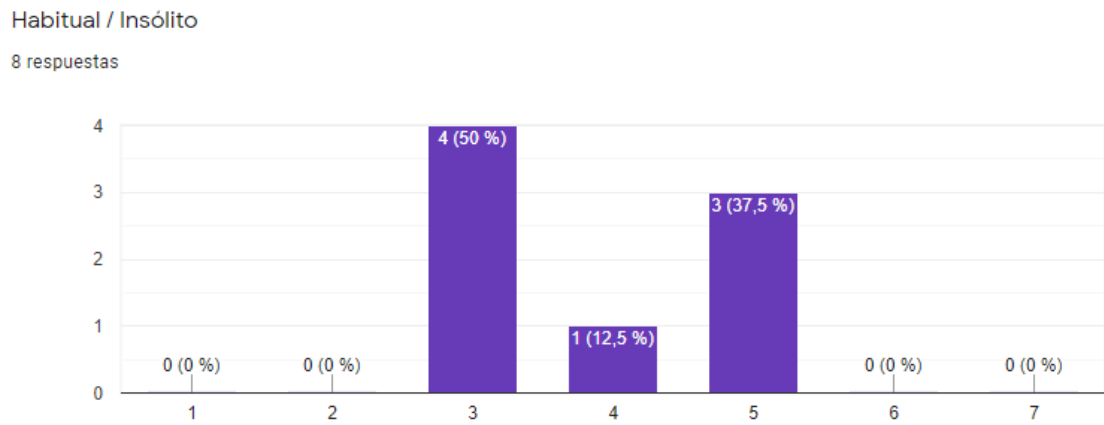
Resultado cuestionario diferencial semántico: adjetivos Irrelevante / Interesante



Habitual / Insólito: cuatro personas el número 3, tres personas el número 5 y una persona el número 4.

Figura 8.

Resultado cuestionario diferencial semántico: adjetivos Habitual / Insólito

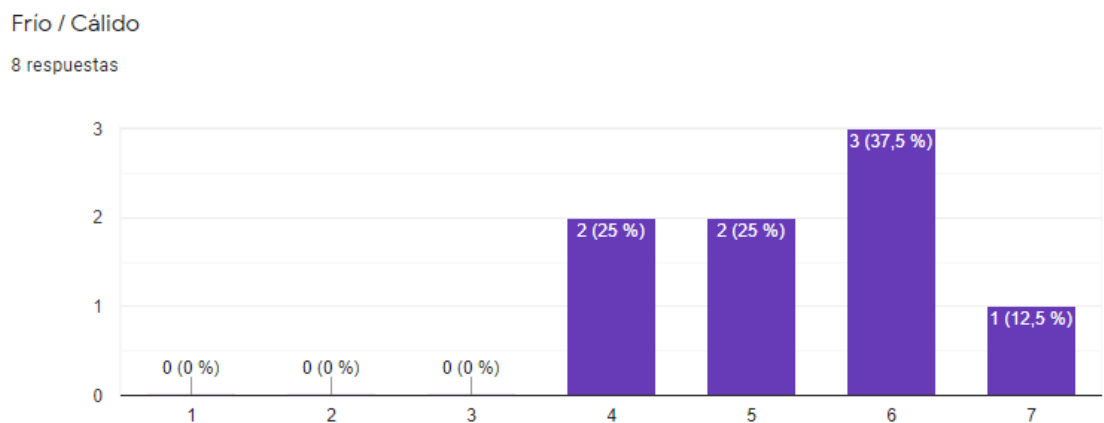


Feo / Bonito: cuatro personas el número 6 y dos personas el número 5 y 7 respectivamente. Véase figura 1.

Frío / Cálido: tres personas seleccionaron el número 6, dos personas el número 4 y 5 respectivamente y una persona el número 7.

Figura 9.

Resultado cuestionario diferencial semántico: adjetivos Frío / Cálido



CAPÍTULO 4

Conclusiones y recomendaciones

Para concluir con este proyecto de tesis hay que recalcar varios puntos. Primero resaltar la importancia que tiene la radio como medio de comunicación que evoluciona en distintas formas, mediante el desarrollo del marco teórico encontramos el uso importante que se le da en la educación a nivel mundial según nos cuenta el autor Ventín Sanches tanto para la divulgación del conocimiento como para la formación de estudiantes, así cuente este con poca o mucha organización estudiantil, y se considera un medio más de comunicación.

La radio también resalta por la facilidad de transmisión del mensaje, Barragan y Terceroms (2017) recalcan la característica de adaptación a diferentes otros medios y entre esos medios Cuesta (2012) incluye los digitales y la jerarquía que tiene como unos de los medios de comunicación tradicional más importante, a día de hoy sigue siendo fuente de confianza para cualquier mensaje a transmitir.

La radio va más allá de un medio solo auditivo, autores como Kaplún (1999) y muchos otros más recalcan que por medio de sus múltiples formatos nos hacen viajar por la creatividad, aquí se incluye a los receptores y participantes en una producción.

Saber explotar las características de las personas es muy importante también, así lo menciona Araya (2006) cuando menciona que los trabajos dentro de un proyecto radial se dividirán por las habilidades de las personas, así designaran un guionista, un locutor, un musicalizador, entre otros.

Cabe recalcar que si bien en este proyecto de investigación se propone una estructura para un formato radial, incitamos al uso de la creatividad individual para diferenciarse dentro de una estructura ya planteada.

Esta estructura propuesta se basa en lo descrito por Araya (2004) y su “esqueleto” en el cual se organizaron secciones que nosotros planteamos en nuestra propuesta. Morales

(2010) y el orden de elementos disponibles para que todo sea coherente y lógico, así también lo dicho por Rodríguez (1998) con la básica estructura de “presentación - desarrollo - conclusión” pero haciendo énfasis en ciertos datos para resaltarlos.

Con lo anterior investigado en el marco teórico y los resultados de nuestro análisis da como resultado la estructura que se propone en la cual se facilita la organización del contenido de una manera adecuada, propia, equilibrada y simple no solo para el oyente sino también para el encargado de desarrollar la cápsula intercultural.

La estructura que se propone se basa en todo lo dicho por autores que analizan la radio como medio de comunicación, sus diferentes formatos y fundamentalmente las cápsulas radiales las cuales, definidas principalmente por Méndiz (2018) y Flores (2019) tiene unas ciertas características que las encontramos al analizar de primera mano los programas interculturales “Somos Uru” y “Ñuca Ecuador”. De estos extrajimos las características que más se repiten y que en el marco teórico los autores resaltan para así tener lo más destacado y aplicarlo a nuestra estructura propuesta.

Realizando así una estructura con la duración de 3 minutos y dividiéndola en 8 secciones: Cortinilla de introducción, presentación, conociendo al invitado, saludo del invitado, datos documentales relevantes, tema central o entrevista, conclusión del tema en conjunto con el cierre y una invitación; y finalmente la cortinilla de salida.

Para esto se utilizó una metodología mixta usando así un estudio cualitativo por medio de un análisis de contenido que se aplicó en los programas interculturales antes mencionados y por la parte de la metodología cuantitativa se aplicó un cuestionario diferencial semántico para validar y darle un peso extra al resultado final y así enriquecer este proyecto de investigación.

Luego de la propuesta de estructura se validó con 8 expertos productores y locutores radiales. Profesionales en el ámbito de la radio comercial, institucional y cultural, lo cual nos

da un amplio espectro en la visión de las fortalezas y debilidades que la estructura pueda tener. Con esto damos mayor peso a la investigación y demostramos compromiso con el desarrollo adecuado de una estructura que unifique la presentación de contenido en el formato de una cápsula radial.

4.1 Recomendaciones

Los resultados de la validación nos dan como extra a la propuesta una idea de lo que se puede recomendar para futuras investigaciones en el adecuado desarrollo de cápsulas interculturales.

Principalmente y basándonos en los resultados de la validación con expertos, la cual fue aplicada bajo un cuestionario diferencial semántico, se recomienda desarrollar una investigación a profundidad en características que los expertos marcaron como negativas, por ejemplo, investigar si el lenguaje formal debería ser primordial en la producción de las cápsulas y si es así cómo desarrollarlo de la manera adecuada.

La primera de estas características es sobre el lenguaje “formal / informal”. Si bien en los resultados 6 de los 8 encuestados estás de acuerdo en que el lenguaje de las cápsulas interculturales está más apegado al término “formal” no quiere decir que este sea el adecuado para su desarrollo, así con esto recomendamos analizar en futuras investigaciones a profundidad el lenguaje con el que se debería dirigir y sobre todo para el público objetivo, cómo y porqué utilizar un lenguaje formal o informal según corresponda.

De la misma forma con el adjetivo “habitual / insólito” podemos buscar desarrollar la creatividad e impulsar contenido “insólito” aunque buscar características de los programas “habituales” nos sería de ayuda para familiarizarse con el oyente y el contenido.

BIBLIOGRAFÍA

- Aigner M. (2009). Análisis de contenido. Una introducción. *La Sociología En Sus Escenarios*, (3). <https://revistas.udea.edu.co/index.php/ceo/article/view/1550>
- Altamirano, J., Rodríguez, M. (2021). Análisis de contenido del programa Sin Pelos en la Radio emitido por la emisora La Otra, en los meses de junio-julio de 2020. *Universidad Politécnica Salesiana*. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/19913>
- Araya, C. (2004). Cómo planear un programa de radio. *Revista Educación*, 28(1), pp.191-200. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/educacion/article/view/2828>
- Araya, C. (2006). Cómo producir un programa de radio. *Revista Educación*, (30), pp.165-172. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/educacion/article/view/2236>
- Aros, M., Narváez, G., y Aros, N. (2009). El diferencial semántico para la disciplina del diseño una herramienta para la evaluación de productos. In *XIII Congreso Internacional de Ingeniería de Proyectos*. <http://dspace.aepro.com/xmlui/handle/123456789/2814>
- Barragán, V., y Terceros, I. (2017). Radios, redes e internet para la transformación social. *Quito: Ciespal*, (1), p.21.
- Berelson, Bernard (1992). *Content Analysis in Communications Research*. New York. *The Free Press*.
- Briz, A. (2010). Lo coloquial y lo formal, el eje de la variedad lingüística. *De moneda nunca usada: Estudios dedicados a José M^a Enguita Utrilla*, 125-133. <https://ifc.dpz.es/recursos/publicaciones/29/95/11briz.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador [Const.] (2008) *Artículo 19*. p.26. <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec030es.pdf>
- Cuesta, O. (2012). Los axiomas de la radio, la tecnología y el periodismo radiofónico. *POLIANTEA*, (8), pp.191-211. <https://biblat.unam.mx/es/revista/poliantea-bogota/articulo/los-axiomas-de-la-radio-la-tecnologia-y-el-periodismo-radiofonico>
- Flores, G. (2019). Medición del impacto que tienen las cápsulas radiales interculturales creadas por los estudiantes de la Universidad del Azuay de la ciudad de Cuenca (Trabajo de graduación previo a la obtención del título de Licenciado en Comunicación Social y Publicidad). Universidad del Azuay, Cuenca, Ecuador. <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/8860>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-hill / Interamericana editores, S.A de C.V.

- Hernández, C. (2016). Radio: Un Medio de Comunicación para Todos los Tiempos. *Santiago: Edimundo*. http://sistemamid.com/panel/uploads/biblioteca/2014-09-27_01-01-11110846.PDF
- Kaplún, M. (1999). Producción de programas de radio. *Quito: Quipus*, pp. 154-180.
- Knapp, M. (1982). Essentials of nonverbal communication. *Barcelona: Paidós*, pp. 342-359.
- Lara, A., y Vera, C. (2003). La radio en la era digital (Tesis de pregrado). *Universidad de Chile, Instituto de la Comunicación y la Imagen, Santiago de Chile*. http://www.periodismo.uchile.cl/archivos/tesis_radio.pdf
- León, J., (2005). Metodología para la detección de requerimientos subjetivos en el diseño de producto (Tesis doctoral). *Universitat Politècnica de Catalunya, España*. <https://www.tdx.cat/handle/10803/6840#page=1>
- MacFarland, D. T., y Shane, E. (2009). Modern radio formats: Trends and possibilities. *Journal of Radio Studies*, 3(1), 1–9. <http://dx.doi.org/10.1080/19376529509361969>
- Martínez, J. (1997). Introducción a la tecnología audiovisual: Televisión, vídeo, radio. *España: Paidós*, pp. 246-250.
- Méndiz, H. (2018). Eficacia de las cápsulas radiofónicas en el contexto escolar como método para el cambio en las actitudes alimentarias (Tesis doctoral). Universidad de Huelva, Huelva, p. 188. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=212852>
- Méndiz, H., Urzúa, A., Álvarez, L., Arce, D., Vallejos, D., y Zamorano, A. (2013). Eficacia de cápsulas radiales en la promoción de alimentación saludable. *Revista Chilena de Nutrición*, (40), pp. 364-368. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0717-75182013000400006&script=sci_arttext&tlng=n
- Morales, L. (2010). Forma y estructura discursiva de la noticia audiovisual: una propuesta para su estudio y análisis de sus efectos de sentido. *Perspectivas de la comunicación*, 3(1), pp. 7-19
- Ortiz, M. (2009). La creatividad como valor añadido en los contenidos informativos. *Creatividad y Sociedad*, (13), pp. 237-260. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4209590>
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, (23.^a ed.) [versión 23.4 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [2021].
- Rodero, E. (2008). Educar a través de la radio. *Signo y pensamiento*, 27(52), 97-109. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-48232008000100008

- Rodríguez Bravo, A. (1998). La dimensión sonora del lenguaje audiovisual. *Barcelona, España: Paidós*, p.466. <https://portalreerca.uab.cat/en/publications/la-dimensi3n-sonora-del-lenguaje-audiovisual-4>
- Soler, Y., Rosales, B., & Hechavarría, M. (2019). Estudio de caso sobre las estructuras narrativas en la comprensión del discurso informativo radiofónico. *Alcance*, 8(19), 163-179. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2411-99702019000100163&script=sci_arttext&tlng=en
- UNESCO. (2006). *UNESDOC Biblioteca digital*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000147878_spa
- Ventín, J. (2018). El estudiante en la estructura productiva de la radio universitaria colombiana. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, (25), 1191-1203.
- Watson, O. M. (1972). Proxemics as non-verbal communication. Man, language and society: Contributions to the sociology of language. *The Hague: Mouton*, 224-231.
- Zoe, M. (2020). Diferencias entre lenguaje estándar y lenguaje inclusivo en el contexto de las luchas políticas. *Heterocronías*, Vol. 2 N° 1, 61. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/heterocronias/article/view/29757>

ANEXOS

1. Fichas de análisis de contenido de programa internacional

Ficha 1 programa internacional

Tabla - Ficha de contenido

Nombre del programa	Somos Urus
Fecha de emisión	12 de Octubre del 2020
Tema	El origen de los Urus

Forma del programa

Tiempo dedicado a la información	4 minutos
Tiempo dedicado a publicidad	0
Tipo de lenguaje utilizado	Lenguaje formal (voz en off) y coloquial (personajes)
Estructura del programa	<p>Comienza con una cortinilla de 20 segundos en la que menciona la fundación que produce el contenido y presenta el nombre del proyecto y generaliza la temática.</p> <p>Presentan el número y nombre del capítulo.</p> <p>El capítulo comienza con la actuación de los personajes principales que son llamados por su nombre para que el público los pueda identificar.</p> <p>Utilizan jerga local y expresiones propias de las características de los personajes para dejar claro.</p> <p>Al minuto 1:20 ya es planteada la problemática y el tema a tratar.</p> <p>El personaje que lleva el hilo narrativo (el abuelo "tata Manuel") aclara de qué y quién se va a hablar para no dejar duda.</p> <p>Comienza cronológicamente la historia de los Urus.</p> <p>El personaje al que se le comunica esta información (Luisa) repregunta lo ya contado para reforzar el mensaje ejemplo: " ¡Ah! ¿Entonces nosotros los Urus siempre hemos vivido en las aguas?</p> <p>Al tercer minuto el personaje narrador recuerda historias y presenta los personajes principales de las mismas (Eulogio y su hijo Ricardo).</p> <p>Un sonido producido con un instrumento de viento da paso a la introducción de esta sub historia dentro de la narrativa.</p> <p>Eulogio comienza llamando al otro personaje por su nombre para así dar por hecho que él es el personaje restante.</p> <p>En los primeros 20 segundos de esta nueva historia ya se plantea la problemática.</p> <p>Un tercer personaje aparece dentro de esta sub historia y le</p>

responden con su nombre (Florencia) para así a futuro identificar dicho personaje así como también aclaran su participación dentro del grupo (es la madre).
 Florencia presenta la amenaza de la historia y da por entendido sus creencia (y que la “gota mama” nos protegerá bajo las aguas)
 Al minuto 4:10 un sonido de un instrumento de viento cierra la sub historia dentro del capítulo (sub historia dura un minuto con 10 segundo aproximadamente)
 Personaje de Tata Manuel concluye y cierra la historia y Luisa termina el capítulo con una pregunta que sirve como -enganche- para el siguiente capítulo (¿Y qué habrá pasado con la familia de Eulogio?).
 Instrumentos de viento cierra el episodio y la voz en off dice los productores (es una producción realizada por...)
 41 segundos de duración la cortinilla de salida desde los instrumentos de viento.

Formato del programa Cápsula radial dramatizada

Sustancia

Asunto	Orígenes y creencias de los Urus, presentación.
Tendencia	¿De dónde son originarios? ¿En qué deidades creían? ¿Qué tanto se conoce del tema? ¿Cómo resolvían sus problemas? ¿Quiénes están interesados en estas historias? ¿Quiénes son conocedores de estas historias?
Pauta	Puede producir identificación en las personas por la forma en la que está planteada el programa (abuelo cuenta historia a nieta) así como también una necesidad intrínseca de conocer los orígenes de cada persona.
Valores	Respeto a la jerarquía familiar y sus conocimientos así como también a la curiosidad de las nuevas generaciones.
Método	Narrativo e identificativo para causar empatía con el uso del lenguaje coloquial y enganchar al oyente en la historia.
Técnica	Pregunta, respuesta y aclaración para reafirmar.
Rasgos físicos y psicológicos	Físicos Personaje Tata Manuel: Voz cansada, quejidos y pausas, para demostrar la avanzada edad. Lucía: Voz más limpia y entusiasmada para demostrar juventud y curiosidad.
Actor	Psicológicos: Lucidez por parte de Tata Manuel al contar la sub historia y recordad nombre de los personajes. Lucía con curiosidad y deseo de aprender. Personajes: Voz en off para cortinillas Lucía Tata Manuel Eulogio

Autoridad	Florencia Ricardo
Origen	Personaje Tata Manuel Consejo educativo de la nación Uru, Instituto de Lengua y Cultura Uru apoyada por el fondo de asistencia internacional de los estudiantes y académicos noruegos SAIH
Grupo	Hombre y Mujeres

Ficha 2 programa internacional

Tabla - Ficha de contenido

Nombre del programa	Somos Urus
Fecha de emisión	20 de octubre del 2020
Tema	Actividad económica, venta de peces

Forma del programa

Tiempo dedicado a la información	4 minutos con 8 segundos
Tiempo dedicado a publicidad	0
Tipo de lenguaje utilizado	Lenguaje coloquial formal e informal
Estructura del programa	<p>Comienza con 20 segundos de cortinilla y luego presenta el número del capítulo y el tema.</p> <p>Música y sonidos ambientales dan paso al comienzo de la historia en este capítulo.</p> <p>El personaje narrador cuenta la historia de los Urus según lo que él sabe de sus antepasados. Menciona a la familia de otro personaje para dar paso a la sub historia.</p> <p>Al minuto 1:47 música y sonidos ambientales dan a entender que se adentra en la sub historia.</p> <p>Dos personajes nuevos entablan una conversación y lo llaman al otro por su nombre para aclarar quién es quién y definir al público sus personajes.</p> <p>Se acentúa la jerga en la forma de hablar así como también recalcan el tema principal (la pesca)</p> <p>Al minuto 2:20 se plantea la problemática de esta sub historia (“quieren que le vendamos más pescado”).</p> <p>Minuto 3:37 música de fondo anuncia que se termina la sub historia y regresa a la narrativa principal (Luisa y Tata Manuel)</p>

	<p>El personaje Tata Manuel recalca la palabra “antes” en varias ocasiones cuando narra, así da por hecho que las cosas fueron cambiando.</p> <p>Al minuto 4:01 se plantea la pregunta de enganche para el próximo capítulo (¿Y será que María ha aceptado ir al pueblo de Andrés?)</p> <p>Instrumentos de viento cierra el episodio y la voz en off dice los productores (es una producción realizada por...)</p> <p>40 segundos de duración la cortinilla de salida desde los instrumentos de viento.</p>
Formato del programa	Cápsula radial actuada

Sustancia

Asunto	Actividad económica de los Urus y su forma de convivencia.
Tendencia	¿Qué hacían? ¿Cómo los trataban? ¿Con qué intercambiaban? ¿Cómo convivían los grupos sociales?
Pauta	Identificación en las personas por la forma en la que está planteada el programa (abuelo cuenta historia a nieta) así como también una necesidad intrínseca de conocer los orígenes de cada persona. Empatía por las situaciones vividas.
Valores	Respeto, honestidad, confianza, responsabilidad, libertad.
Método	Método narrativo en el planteamiento del programa y tema. Identificación con la jerga utilizada.
Técnica	Pregunta, respuesta y aclaración para reafirmar.
Rasgos físicos y psicológicos	Físicos Personaje Tata Manuel: Voz cansada, quejidos y pausas, para demostrar la avanzada edad. Lucía: Voz más limpia y entusiasmada para demostrar juventud y curiosidad. Psicológicos: Lucidez por parte de Tata Manuel al contar la sub historia y recordad nombre de los personajes. Lucía con curiosidad y deseo de aprender.
Actor	Personaje femenino en la sub historia (María) timidez y duda en su accionar Personajes: Voz en off para cortinillas Lucía Tata Manuel María Andrés Ricardo
Autoridad	Loucalía (no se escucha con claridad) Personaje Tata Manuel

Origen	Consejo educativo de la nación Uru, Instituto de Lengua y Cultura Uru apoyada por el fondo de asistencia internacional de los estudiantes y académicos noruegos SAIH
Grupo	Hombre y Mujeres

Ficha 3 programa internacional

Tabla - Ficha de contenido

Nombre del programa	Somos Urus
Fecha de emisión	22 de octubre del 2020
Tema	Producción agro-ganadera, nuevas actividades económicas de los Urus

Forma del programa

Tiempo dedicado a la información	4 minutos
Tiempo dedicado a publicidad	0
Tipo de lenguaje utilizado	Lenguaje coloquial formal e informal
Estructura del programa	<p>Comienza con los 20 primeros segundos de cortinilla de introducción y da paso a la presentación de nombre y número del capítulo. Música de fondo y sonidos ambientales dan comienzo al capítulo que empieza con el tema con el que concluyó el capítulo anterior. En los primeros 13 segundos ya es presentada la problemática del capítulo.</p> <p>El personaje de Tata Manuel explica qué sabían hacer los Urus y a causa de qué aprendieron a hacer otras cosas.</p> <p>Tata Manuel explica con ejemplos la división del ganado y cómo desarrollaban con esto nuevas actividades económicas.</p> <p>Al mencionar un personaje hacen referencia a la relación familiar con otros de los personajes que en capítulos anteriores fueron presentados (“María, la hija mayor de Ricardo”).</p> <p>Al minuto 2:04 música de un instrumento de viento da paso a la sub historia del capítulo</p> <p>Presentan dentro de la conversación a un nuevo personaje (“Andrés ¿has visto a Javierito? -María, tú hijo se está alistando”).</p> <p>Al minuto 3 un nuevo instrumento de viento y acompañamiento de sonidos de ambientación dan por entendido el paso del tiempo (antes del sonido había ambientación de pájaros, luego del sonido la ambientación era de búhos, diciendo con esto que ya es de noche en la historia).</p>

Formato del programa	<p>En el minuto 4:22 se utiliza música de suspenso y uno de los personajes menciona un punto de interés (oro en el cerro Ototilla) dando a entender que este personaje a futuro tendrá algo que ver con esto.</p> <p>Al minuto 4:30 concluye el capítulo y la voz en off da paso a la cortinilla de salida hasta el minuto 5:15 (39 segundo en total de cortinilla)</p> <p>Cápsula radial actuada</p>
Sustancia	
Asunto	Nuevas actividades y el porqué de las mismas.
Tendencia	<p>¿Qué hacía?</p> <p>¿Cómo empezaron a hacer esto?</p> <p>¿Quién contaba estas historias y a quién serán contadas?</p>
Pauta	Identificación en las actividades así como en la narrativa planteada.
Valores	Respeto, honestidad, confianza, responsabilidad, libertad.
Método	Método narrativo en el planteamiento del programa y tema.
Técnica	Identificación con la jerga utilizada.
Rasgos físicos y psicológicos	<p>Pregunta, respuesta y aclaración para reafirmar.</p> <p>Físicos</p> <p>Personaje Tata Manuel: Voz cansada, quejidos y pausas, para demostrar la avanzada edad.</p> <p>Lucía: Voz más limpia y entusiasmada para demostrar juventud y curiosidad.</p> <p>Psicológicos: Lucidez por parte de Tata Manuel al contar la sub historia y recordad nombre de los personajes. Lucía con curiosidad y deseo de aprender.</p>
Actor	<p>Personaje femenino en la sub historia (María) madurez (ya creció)</p> <p>Javierito: Curiosidad</p> <p>Andrés: Curiosidad</p> <p>Personajes:</p> <p>Voz en off para cortinillas</p> <p>Lucía</p> <p>Tata Manuel</p> <p>María</p> <p>Andrés</p> <p>Javierito</p>
Autoridad	Personaje Tata Manuel
Origen	Consejo educativo de la nación Uru, Instituto de Lengua y Cultura Uru apoyada por el fondo de asistencia internacional de los estudiantes y académicos noruegos SAIH
Grupo	Hombre y Mujeres

Ficha 4 programa internacional

Tabla - Ficha de contenido

Nombre del programa	Somos Urus
Fecha de emisión	26 de octubre del 2020
Tema	La organización actual de los Urus de Poopó

Forma del programa

Tiempo dedicado a la información	4 minutos con 10 segundos
Tiempo dedicado a publicidad	0
Tipo de lenguaje utilizado	Lenguaje coloquial formal e informal
Estructura del programa	<p>20 segundos de cortinilla de introducción, luego presentación de nombre y número de capítulo.</p> <p>El capítulo comienza dando contexto de lo que sucede en ese momento (turistas fuera en el pueblo) con esto se da paso al tema principal del capítulo (el turismo)</p> <p>El personaje Tata Manuel cuenta cómo eran las autoridades antes y compara con las actuales.</p> <p>Tocan a la puerta para hablar con Tata Manuel y al mismo tiempo le llega un mensaje de texto a Luis, podemos ver las diferentes formas de comunicación por la tecnología.</p> <p>al minuto 3:15 sonido de motocicletas y de automóviles, así como el acompañamiento de música de fondo dan por entendido que se movilizan y que el tiempo va pasando.</p> <p>Al llegar al destino, el personaje de Tata Manuel se lamenta al ver el río seco y recordar cómo era antes, Luisa también se lamenta porque sabe cómo era por las historias que le habían relatado.</p> <p>Tata Manuel responde a la pregunta de Luisa sobre quién es la persona que esta adelante y Tata Manuel responde con un término (no se entiende bien) enseguida lo define como la autoridad máxima de la comunidad. Con esto enseña que el término significa lo que él dice. Repite lo mismo con dos términos más.</p> <p>Luisa dice “yo he visto el Chai y es una reunión grande” así este personaje también explica ciertos términos.</p> <p>Al minuto 5:10 termina el capítulo y empieza la música de la cortinilla de salida que dura, en conjunto con la voz en off, 37 segundos.</p>
Formato del programa	Cápsula radial actuada

Sustancia

Asunto	Nuevas organizaciones de los Urus
Tendencia	¿Quiénes eran las autoridades antes? ¿Cómo y por cuánto tiempo se eligen las autoridades ahora? ¿Qué actividades realizan las autoridades ahora? Definición de varias palabras o términos.
Pauta	Identificación en las personas por la forma en la que está planteada el programa (abuelo cuenta historia a nieta) así como también una necesidad intrínseca de conocer los orígenes de cada persona. Empatía por las situaciones vividas.
Valores	Respeto, honestidad, confianza, responsabilidad, libertad.
Método	Método narrativo en el planteamiento del programa y tema. Identificación con la jerga utilizada.
Técnica	Pregunta, respuesta y aclaración para reafirmar.
Rasgos físicos y psicológicos	Físicos Personaje Tata Manuel: Voz cansada, quejidos y pausas, para demostrar la avanzada edad. Lucía: Voz más limpia y entusiasmada para demostrar juventud y curiosidad. Psicológicos: Lucidez por parte de Tata Manuel al contar la sub historia y recordad nombre de los personajes. Lucía con curiosidad y deseo de aprender.
Actor	Personajes: Voz en off para cortinillas Lucía Tata Manuel
Autoridad	Tata Manuel
Origen	Consejo educativo de la nación Uru, Instituto de Lengua y Cultura Uru apoyada por el fondo de asistencia internacional de los estudiantes y académicos noruegos SAIH
Grupo	Hombre y Mujeres

Ficha 5 programa internacional**Tabla - Ficha de contenido**

Nombre del programa	Somos Urus
Fecha de emisión	27 de octubre
Tema	Conociendo al pueblo Uru del lago Poopó

Forma del programa

Tiempo dedicado a la información	4 minutos con 8 segundos
----------------------------------	--------------------------

Tiempo dedicado a publicidad	0
Tipo de lenguaje utilizado	Lenguaje coloquial formal e informal
Estructura del programa	<p>Comienza con 20 segundos de cortinilla de introducción y da paso a la presentación del nombre y número del capítulo.</p> <p>Al principio, el personaje de Luisa, dentro de su texto de conversación normal, da un resumen del final del capítulo anterior (“Tata Manuel, ayer hemos visto varios pájaros muertos...”).</p> <p>Tata Manuel al referirse a las tres comunidades las nombra lentamente para que el oyente pueda tener claridad de los nombres.</p> <p>Tata Manuel dice que ahora hacen otras cosas y aclara lo que hacían antes, se utilizan comparativos (“Ahora ya no pescamos, ahora hacemos...”).</p> <p>Luisa también compara las tres comunidades pero recalca los problemas en común, el personaje Tata Manuel también aporta problemas que tienen las comunidades incluyendo los entes gubernamentales.</p> <p>Al minuto 2, música de fondo y sonido ambiental de risas dan por hecho el paso del tiempo.</p> <p>Al minuto 2:20 otra vez música de fondo da por hecho que el tiempo pasa y que cambia de escena</p> <p>El personaje de Luisa hace preguntas puntales (“Tata Manuel ¿qué significa Yapayapani?”) Tata Manuel responde dando ejemplos (“es como pasto”)</p> <p>Al minuto 3:38 el personaje de Luisa usa una palabra en su idioma nativo, así demostrando que el personaje aprendió y evolucionó.</p> <p>Al minuto 4:38 suena la música de cortinilla de salida que dura 40 segundos.</p>
Formato del programa	Cápsula radial actuada

Sustancia

Asunto	Conociendo el pueblo del lago
Tendencia	<p>¿Qué hacían antes?</p> <p>¿Qué hacen ahora?</p> <p>¿A causa de qué cambiaron su actividad?</p> <p>¿Qué aprendió el personaje principal?</p> <p>¿Cuál es el objetivo de este personaje?</p>
Pauta	<p>Identificación en las personas por la forma en la que está planteada el programa (abuelo cuenta historia a nieta) así como también una necesidad intrínseca de conocer los orígenes de cada persona.</p> <p>Empatía por las situaciones vividas.</p> <p>Motivación para difundir la cultura y el aprendizaje.</p>

Valores	Respeto, honestidad, confianza, responsabilidad, libertad.
Método	Método narrativo en el planteamiento del programa y tema. Identificación con la jerga utilizada.
Técnica	Pregunta, respuesta y aclaración para reafirmar.
Rasgos físicos y psicológicos	Físicos Personaje Tata Manuel: Voz cansada, quejidos y pausas, para demostrar la avanzada edad. Lucía: Voz más limpia y entusiasmada para demostrar juventud y curiosidad. Psicológicos: Lucidez por parte de Tata Manuel al contar la sub historia y recordad nombre de los personajes. Lucía con curiosidad y deseo de aprender.
Actor	Personajes: Voz en off para cortinillas Lucía Tata Manuel
Autoridad	Personaje Tata Manuel
Origen	Consejo educativo de la nación Uru, Instituto de Lengua y Cultura Uru apoyada por el fondo de asistencia internacional de los estudiantes y académicos noruegos SAIH
Grupo	Hombre y Mujeres

2. Fichas de análisis de contenido de programa nacional

Ficha 1 programa nacional

Tabla - Ficha de contenido

Nombre del programa	Ñuca Ecuador
Fecha de emisión	No hay información
Tema	Curiquingue

Forma del programa

Tiempo dedicado a la información	6 minutos con 10 segundos
Tiempo dedicado a publicidad	0
Tipo de lenguaje utilizado	Lenguaje formal
Estructura del programa	Comienza aclarando la clasificación del programa ("A" Apto para todo público. Contenido: Informativo, de opinión, formativos, educativos y culturales) dura 10 segundos. Después, 30 segundos de cortinilla de introducción.

Formato del programa	<p>10 segundos de música acorde al tema del programa y luego comienza el locutor.</p> <p>Locutor define el término “Curiqingue” y luego describe exactamente de qué van a hablar (la danza).</p> <p>Desarrolla el tema con pequeños respiros musicales (dos o tres segundos) entre párrafos.</p> <p>Al minuto 3 interviene un segundo locutor para continuar hablando sobre la temática.</p> <p>Al minuto 3:40 presentan la opinión de un especialista previamente grabada que dura un minuto con 50 segundos (hasta el minuto 5:30).</p> <p>Regresa el locutor y continúa explicando y en el minuto 6:10 dan cita para una definición histórica (Antonio de Acevedo, en 1789 ...)</p> <p>Al minuto 6:50 comienza la cortinilla de salida con una duración de 44 segundos.</p> <p>Cápsula intercultural</p>
----------------------	---

Sustancia

Asunto	Definición de la danza llamada “Curiqingue”
Tendencia	¿Qué es un Curiqingue? ¿Por qué la danza se llama así? ¿Cómo es la danza?
Pauta	Conocimiento sobre danzas ancestrales y costumbres de los orígenes de las comunidades.
Valores	Respeto, educación, aprendizaje, etc.
Método	Descriptivo
Técnica	Presentación del tema, desarrollo, opinión de experto, conclusión.
Rasgos físicos y psicológicos	Ninguno.
Actor	Dos locutores y un experto invitado.
Autoridad	Locutores
Origen	Sociedad ecuatoriana de Radiodifusión en convenio con Universidad Politécnica Salesiana.
Grupo	Hombres y mujeres, comunidad intercultural y plurinacional.

Ficha 2 programa nacional

Tabla - Ficha de contenido

Nombre del programa	Ñuca Ecuador
Fecha de emisión	No hay información
Tema	Rituales mortuorios afroecuatorianos

Forma del programa

Tiempo dedicado a la información	6 minutos con 10 segundos
Tiempo dedicado a publicidad	0
Tipo de lenguaje utilizado	Lenguaje formal (locutora) y coloquial (intervención de experta)
Estructura del programa	Comienza con la clasificación del programa, 10 segundos, y la cortinilla de introducción, 35 segundos. Locutora habla sobre el tema. Al minuto 1:08 habla una persona sobre el tema (no se le presenta ni se sabe ninguna información) y dura hasta el minuto 6:42, un total de 5 minutos con 36 segundos de intervención. La locutora cita la fuente y termina el programa con 44 segundos de cortinilla de salida.
Formato del programa	Cápsula intercultural

Sustancia

Asunto	Cantos que comúnmente se hacen en los rituales mortuorios en las comunidades afroecuatorianas.
Tendencia	¿Cuáles son los rituales mortuorios? ¿Qué cantos realizan en los rituales mortuorios? ¿Qué significan esos cantos?
Pauta	Conocimiento sobre los rituales que las comunidades afroecuatorianas hacen.
Valores	Respeto, homenaje, etc.
Método	Descriptivo
Técnica	Presentación y definición del término, experta y conclusión con fuentes
Rasgos físicos y psicológicos	Ninguno
Actor	Locutora y experta
Autoridad	Locutora
Origen	Sociedad ecuatoriana de Radiodifusión en convenio con Universidad Politécnica Salesiana.
Grupo	Hombres y mujeres, comunidad intercultural y plurinacional.

Ficha 3 programa nacional**Tabla - Ficha de contenido**

Nombre del programa	Ñuca Ecuador
Fecha de emisión	No hay información

Tema	Chigualo
Forma del programa	
Tiempo dedicado a la información	5:30
Tiempo dedicado a publicidad	0
Tipo de lenguaje utilizado	Lenguaje formal (Locutora) y lenguaje coloquial (invitada/experta)
Estructura del programa	Clasificación 15 segundos y cortinilla 35 tiempo 50 segundos hasta comenzar la cápsula. La locutora presenta el tema y define el término. Interviene una persona que no es presentada en el minuto 1:15 (posiblemente experta invitada). Respiros musicales de máximo 3 segundos entre párrafos. Al minuto 6:05 la locutora menciona la fuente de información y concluye el programa. Cortinilla de salida con duración de 44 segundos
Formato del programa	Cápsula intercultural
Sustancia	
Asunto	Definición del término "chigualo"
Tendencia	¿Qué es "chigualo"? ¿Por qué se hacían este tipo de cantos?
Pauta	Significado de los diferentes altares Conocimiento sobre cantos ancestrales en los ritos mortuorios infantiles.
Valores	Respeto, educación, homenaje, etc.
Método	Descriptivo
Técnica	Presentación y definición del término, experta y conclusión con fuentes
Rasgos físicos y psicológicos	Ninguno
Actor	Locutora y experta
Autoridad	Locutora
Origen	Sociedad ecuatoriana de Radiodifusión en convenio con Universidad Politécnica Salesiana.
Grupo	Hombres y mujeres, comunidad intercultural y plurinacional.

Ficha 4 programa nacional

Tabla - Ficha de contenido

Nombre del programa	Ñuca Ecuador
Fecha de emisión	No hay información
Tema	Montubios

Forma del programa

Tiempo dedicado a la información	2 minutos con 20 segundos.
Tiempo dedicado a publicidad	0
Tipo de lenguaje utilizado	Lenguaje formal (locutora) experto (informal)
Estructura del programa	Clasificación 15 segundos y cortinilla 35 segundos de entrada 50 segundos en total. La locutora comienza hablando del tema Al minuto 1:30 interviene otro interlocutor que habla en primera persona, esto dura hasta el minuto 3. La locutora cita la fuente, esto con el nombre del invitado y concluye el programa con la cortinilla de salida que dura 44 segundos.
Formato del programa	Cápsula intercultural

Sustancia

Asunto	Información sobre las comunidades denominadas "Montubias"
Tendencia	¿Quiénes son? ¿Cómo se formaron? ¿Sus características?
Pauta	Conocimiento sobre las comunidades ecuatorianas
Valores	Respeto, educación, etc.
Método	Descriptivo
Técnica	Presentación y definición del término, experto y conclusión con fuentes
Rasgos físicos y psicológicos	Ninguno
Actor	Locutora y experto
Autoridad	Locutora
Origen	Sociedad ecuatoriana de Radiodifusión en convenio con Universidad Politécnica Salesiana.
Grupo	Hombres y mujeres, comunidad intercultural y plurinacional.

Ficha 5 programa nacional

Tabla - Ficha de contenido

Nombre del programa	Ñuca Ecuador
Fecha de emisión	No hay información
Tema	Leyenda de la Boa de Capocuy

Forma del programa

Tiempo dedicado a la información	2 minutos con 16 segundos
Tiempo dedicado a publicidad	0
Tipo de lenguaje utilizado	Lenguaje formal (locutora) lenguaje coloquial (narrador de la historia)
Estructura del programa	Clasificación 15 segundos y cortinilla de introducción de 35 segundos con un total de 50 segundos. La locutora habla del tema Al minuto 1:15 un segundo locutor comienza a contar la leyenda de la Boa de Capocuy, esto dura hasta el minuto 2:22. La locutora continúa hablando del tema y concluye en el minuto 3:07. Una cortinilla diferente a las de los otros programas cierra con una duración de 28 segundos.
Formato del programa	Cápsula intercultural

Sustancia

Asunto	Leyendas ecuatorianas. Leyenda de la Boa de Capocuy
Tendencia	¿Qué tradiciones orales hay? ¿Para qué sirven estas tradiciones? ¿Qué tipos de tradiciones orales existen?
Pauta	Conocimiento sobre las leyendas que se cuentan en las comunidades afroecuatorianas.
Valores	Respeto, aprendizaje, educación, etc.
Método	Descriptivo
Técnica	Presentación del tema, lectura de la historia, conclusión.
Rasgos físicos y psicológicos	Ninguno
Actor	Locutora y narrador
Autoridad	Locutora
Origen	Sociedad ecuatoriana de Radiodifusión en convenio con Universidad Politécnica Salesiana.
Grupo	Hombres y mujeres, comunidad intercultural y plurinacional.

3. Cuestionario diferencial semántico

Este cuestionario se realiza para el desarrollo de la tesis sobre la propuesta de estructura para cápsulas interculturales en el proceso de titulación de Mateo Quito, estudiante de la carrera de Comunicación Social en la Universidad del Azuay (UDA).

La propuesta de estructura, usada en la maqueta que escucharán, nace a partir de la problemática identificada en las cápsulas interculturales que desarrollan en la UDA. Estas al ser creadas de manera individual por los estudiantes carecen de una estructura radial y en muchos de los casos están tan dispersas que podrían considerarse productos de distintos proyectos en los que coinciden únicamente las cortinillas de entrada y salida.

Partiendo de esto se analizaron programas de características similares a los producidos por los estudiantes de la UDA, para esto se usaron 5 cápsulas de un programa intercultural nacional y 5 de uno internacional. Extrayendo de este análisis, y en base a la teoría, las características más apropiadas para la estructura de cápsulas interculturales. Cabe resaltar que lo que escucharán a continuación, incluyendo la cortinilla y locución, es una maqueta, demo o grabación de prueba para ejemplificar el resultado final.

El cuestionario diferencial semántico se utiliza para obtener información que permita, a la persona consultada, identificar su apreciación en función de los adjetivos opuestos que se le presentan. Los adjetivos fueron escogidos del cuestionario “Herramienta para la evaluación de productos” propuesta por Aros, Narváez y Aros (2009).

Nombre:

Edad:

Luego de haber escuchado la maqueta presentada, complete el cuestionario

ADJETIVO	ESCALA	ADJETIVO
Aburrido	-3 -2 -1 0 1 2 3	Divertido
Anticuado	-3 -2 -1 0 1 2 3	Reciente
Informal	-3 -2 -1 0 1 2 3	Formal
Vulgar	-3 -2 -1 0 1 2 3	Selecto
Infantil	-3 -2 -1 0 1 2 3	Maduro
Irrelevante	-3 -2 -1 0 1 2 3	Interesante
Habitual	-3 -2 -1 0 1 2 3	Insólito
Feo	-3 -2 -1 0 1 2 3	Bonito
Frío	-3 -2 -1 0 1 2 3	Cálido