

La producción de audios en América Latina y su difusión a través de Internet

The production of audios in Latin America and its diffusion through the Internet

Clara Robayo Valencia- Universidad Nacional de Loja -

clara.robayo@unl.edu.ec

Mónica Hinojosa Becerra- Universidad Nacional de Loja -

monica.hinojosa@unl.edu.ec

Isidro Marín Gutiérrez- Universidad Técnica Particular de Loja-

imarin1@utpl.edu.ec

Abstract: Las radios tradicionales comenzaron a elaborar portales en Internet para difundir su programación, eran muy básicos, y sus enlaces solo se movían dentro de la misma página. Era una promoción del medio. Poco a poco fueron avanzando este tipo de portales. Así incorporaron aportaciones de Internet como: enlaces, elementos gráficos, videos, entre otros. Sin descuidar la principal característica de la radio, el sonido. La presente propuesta consistirá en un estudio sobre la producción audios para la Web mediante el análisis de caso de la Asociación de Radialistas Apasionadas y Apasionados. Un aspecto fundamental de análisis es la producción de audios, y sus etapas de producción, y estudiar el impacto que tiene la Web sobre este proceso.

Keywords: podcast; radio; nuevas tecnologías; Internet; medios de comunicación.

1. Introducción

En Ecuador, la radio no apareció hasta mediados de los años veinte. Existían pocos y escasos receptores. La radio causó un gran impacto en el imaginario social, aunque como lo afirma el autor Álvaro San Félix su costo era elevado, y no todos podían acceder a este medio de comunicación. En la actualidad, las personas siempre están en contacto con una radio, ya sea en su casa, oficina, en el auto o celular (San Félix, 1991: 15). Por ello, este medio está en constante renovación y evolución, gracias al avance de la tecnología.

Internet se convierte en una herramienta importante para los medios de comunicación. Para la radio, ha sido la oportunidad para expandir sus horizontes. Este medio comenzó a desarrollar producciones para colgarlas en la Web, así ofrecer entretenimiento a una audiencia universal (Duarte, 2006). A su vez, los productos comunicacionales fomentan las nuevas formas de interactividad, éstos ofrecen a los usuarios nuevas posibilidades de comunicación, pues su contenido en audio se convierte en un Medio Social (Checa García, 2015: 115). Estas producciones engloban varios temas, desde tecnología hasta cultura.

Un ejemplo de este trabajo son los Radialistas Apasionadas y Apasionados. Ellos utilizan Internet como plataforma de difusión de sus audios. Producen material no solo para un medio y un tipo específicos de oyentes, sino para un público universal (López Vigil, 2013). Esta situación motivó el presente estudio.

1. La radio y sus orígenes

Si se habla de los orígenes de la radio se puede mencionar a Guillermo Marconi. El joven italiano que logró transmitir ondas sin cables. Así, inicialmente, a su ayudante lo mandó con una escopeta detrás de una colina y él se quedó con un receptor inalámbrico. Desde un laboratorio, Marconi con un transmisor envió la letra S y su asistente lanzó un disparo (López, 1995). Marconi así continuó sus experimentos y para el año 1901 cubrió la distancia de tres mil trescientos kilómetros.

Poco a poco nuevos inventos fueron apareciendo. Para ese entonces, la voz no había podido ser transmitida, los receptores solo captaban el código Morse.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2017

En 1906, cuando Reginald Fessenden logró transmitir la voz, aunque solo lo hizo a un kilómetro de distancia.

Para el año 1907, el “Audion” de Lee de Forest creó las condiciones necesarias para hacer radio (López, 1995), pues su invento permitía transformar el sonido en señales eléctricas. Las transmisiones serían receptadas por antenas que las reconvertían en sonido.

El interés en la radiodifusión fue creciendo, no solo en personas con recursos económicos, sino también aficionados quienes se asociaron para crear receptores. Éstos en sus inicios eran grandes y costosos. Los receptores de aquella época permitían una recepción individualizada, pues se tenía que utilizar un casco, el aparato necesitaba baterías y se escuchaba tres diales. Esta situación cambió en los años veinte cuando la señal podía ser transmitida por altavoces conectados a una red eléctrica. Se sintonizaba un solo dial; en esta época también las radios eran más accesibles para las personas.

Los años treinta son los años dorados de la radio, allí se desarrolló la calidad del sonido y una mejor recepción, pues las antenas eran colocadas en lugares altos. Además, las instalaciones y los equipos de las emisoras mejoraron, lo que permite que se de montaje sonoro, mezclas, y la utilización de efectos de sonido.

En cuanto al contenido de la radio aparece el género informativo, con la presencia de corresponsales en el lugar de los hechos para dar mayor inmediatez en la noticia. Aparecen a su vez inventos como disco blando y disco eléctrico, los cuales ayudan a las transmisiones de los programas, pues todo se tenía que hacer en vivo y gracias a estas invenciones se podía reproducir los contenidos.

Si se habla de calidad de los programas, en estos años, se puede mencionar la aparición de un género conocido como: *la literatura radiofónica*. Eran textos como novelas u obras de teatro pensadas para la radio; permitían que el oyente, mediante el sonido, pueda imaginar la historia, así se consolida la imagen sonora.

Para los años 50 el avance de la radio era impresionante. Mejoró la calidad del sonido, pues aparece la Frecuencia Modulada (FM). Y están los transistores,

que permiten un mayor número de oyentes, pues son más compactos y baratos. Pero, ¿qué pasó con la radio en el Ecuador?

2. La radio en Ecuador

En nuestro país, la radio no apareció hasta mediados de los años veinte. Existían pocos y escasos receptores, mientras el mundo iba a vivir los años de gloria de la radio. Causó un gran impacto en el imaginario social. La primera radio en Ecuador estaba en Riobamba y nació en 1929 (Punín, 2015). Su costo era elevado, y no todos podían acceder a este medio de comunicación. Un obrero recibía por su trabajo 90 sucres, una casa costaba de treinta a cuarenta 1.000 sucres y si se habla de comida, el quintal de arroz costaba diez y ocho sucres.

La programación radial se hacía entre radio-aficionados quienes tenían las posibilidades de acceder a los equipos para difundir los mensajes; es decir, personas que tenían recursos en esa época. Por una parte, se puede hablar de varios grupos dueños de medio. Radio *El Prado*, salió al aire en junio de 1929, pertenecía a los Cordovez, quienes tenían también una fábrica textil con el mismo nombre.

La principal radio de la época fue *HCJB* y se mantiene hasta la actualidad. Difundía mensajes evangélicos y ganó muchos adeptos. Estuvo en el aire desde diciembre de 1931 y sus equipos eran de segunda mano. No faltó quien quiso hacerle la competencia a esta emisora, así aparece en 1935 la *Radio El Palomar* (Yaguana & Delgado, 2014).

Con todo es interesante conocer cómo *HCJB* logró salir al aire. San Félix (1991) cuenta como Juan Behr, un guayaquileño de 22 años, creó un equipo de onda corta. Así también, les provee micrófonos muy rudimentarios. Eran de madera con una bocina de teléfono de magneto. No fue la única emisora que ocupó estos equipos, *Ecuador Radio* funcionó con aparatos similares desde 1930. A Behr se lo considera el primer *speaker* puesto que hacía anuncios publicitarios, los redactaba y difundía por las emisoras, también cantaba. A él y a Domingo Feraud se los escuchaba por los altavoces situados en el Parque Montalvo y Plaza Centenario en Guayaquil.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2017

Otra emisora importante fue *La Radio Quinta Piedad*, pertenecía al Doctor Robert Levi Hoffman. Transmitía en la noche programas cívicos, literarios y de música clásica. Incluso en uno de los programas, Gabriela Mistral, recitó y participó, pues se había hospedado en la hacienda Piedad, donde funcionaba la radio.

Las radios del país no tuvieron verdaderos profesionales ni instalaciones adecuadas para su funcionamiento. En 1956, la radiodifusión entró en crisis, pues la calidad de los programas era baja, estos eran copia y plagios de programación extranjera. Los dueños de las emisoras comenzaron a comprar programas extranjeros. Así, los artistas de radionovelas y radioteatros se quedaban sin trabajo. Para el año 1960, la radio entra en frontal competencia con la televisión, San Félix afirma:

“La década de los 60 enfrenta la radio con la televisión; tendrá que competir con desventaja por la ausencia de programas radio teatrales y musicales [...] las emisoras muelen discos, economizando dinero y anulando en el oyente el derecho a la imaginación” (San Félix, 1991: 27).

Se podría decir que desde el año 1944 la producción radiofónica entra en crisis:

Desde el año 1944, el auge de la radio difusión en Guayaquil fue tan inusitado que cada vez se fueron cumpliendo menos normas reglamentarias oficiales. Los propietarios de las emisoras comenzaron una gran competencia comercial. El anuncio comercial, convertido ya en su fuente de ingreso, trato de ser conquistado a base de cualquier concesión (San Félix, 1991:17).

La falta de ética profesional y la intromisión de intereses comerciales hicieron que los programas se dedicaran a promocionar productos, colocaciones de domésticas y ofrecían servicios de agencias matrimoniales. Poco a poco, las radionovelas ecuatorianas fueron desapareciendo. Por el contrario, los dueños de las radios se excusaban bajo el argumento que no había producciones de calidad.

Los intereses comerciales han marcado la historia de la radio en Ecuador, pues falta de profesionalización de quienes están inmersos en el panorama

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2017

radiodifusor ecuatoriano parece ser uno de los motivos por los cuales esta actividad ha caído en un gran desprestigio (San Félix, 1991: 25).

En la actualidad, algunas emisoras dedican sus espacios a anuncios publicitarios, pues representa parte importante de sus ingresos. La publicidad es el pulmón de la economía de las radio emisoras y está controlada por agencias publicitarias que prefieren colocarla en las radios FM (Borja, 1998: 75). Por otro lado, es interesante analizar cómo se producía en las radios del país. Como se dijo anteriormente, los equipos eran rudimentarios para la producción radiofónica y si se quería transmitir desde exteriores de la emisora era una misión imposible, pues se tenía que tomar las líneas de redes telefónicas, con las interferencias que ello significaba.

Con el avance de la tecnología, la producción análoga mejoró, aparecieron los casetes, entonces se grababa en ellos, para poder transmitirlos. Se abrían sus estuches se sacaban las cintas, se recortaban y pegaban a mano la parte necesaria. Si se necesitaba enviar un reportaje se grababa en casetes y se enviaba por correo. La tecnología avanzó y ahora ya existen mejores equipos, la producción ahora es digital.

En la producción actual intervine la computadora, con programas fáciles de usar para: la edición, montaje, masterización. Antes se elaboraban los efectos de sonido, ahora se puede encontrar en la web. Si el programa se hace en vivo se utiliza la música que se la graba en discos compactos. También hay consolas para controlar el volumen de la voz, de la música y de las llamadas al aire. Además tiene ecualizadores para mejorar el tono de la voz. Es decir, mejoran la calidad del sonido y la elaboración del contenido radial, aunque todavía en algunas emisoras nacionales se mantienen vestigios de la producción análoga.

En la actualidad, las transmisiones también pueden ser digitales con un servicio satelital. Varias emisoras de nuestro país ya utilizan satélite, para tomar noticias internacionales de otras radios y retransmitirlas. Esta puede ser catalogada como la unidireccional, la más usada en nuestro país. La segunda, es utilización del satélite para compartir contenido entre emisoras. Este es un sistema que pretende instaurar la Asociación Latinoamericana de Educación

Radiofónica (ALER). Ésta quiere incidir en la opinión pública por eso se ha creado América en Red, ALRED, donde cada emisora es un nudo en la Red y la información va de ida y vuelta de manera participativa (Olivo, 2016).

El mundo se va conectando a través de la tecnología y otros avances. Internet es otra herramienta que ha permitido que las radios se desarrollen. Se habla de dos posibilidades para la radio: una es la radio territorial con emisión Web, que produce sus contenidos en una estación radiofónica y luego los sube a la Web, los denominados *podcast*. La segunda es la radio de amplia cobertura que transmite contenidos desde la Web, las llamadas radios *on-line*.

En conclusión, la radio avanza utilizando las nuevas tecnologías como herramienta, no como amenaza, y se perenniza en el tiempo para las nuevas generaciones.

3. El radio arte

Entre los 30 la radio vivió una época de oro, no solo aquí, sino alrededor del mundo. En esta época la radio fue escenario de múltiples creaciones artísticas: radio teatro y la radio novela. Así se fue consolidando el *radio arte*. Lidia Camacho define este género como buscar nuevas formas de expresión radiofónica más arraigadas que ponen a prueba el talento y la imaginación del artista y del radio escucha (Camacho, 1999: 2). Jorge Iges (2004) habla del arte radiofónico como un conjunto de manifestaciones sensibles que tienen lugar dentro de las líneas de nacimiento y desarrollo tanto del arte sonoro del siglo XX como de la propia radio. Así el arte incursiona en la radio para provocar en el oyente sensaciones indescriptibles. La radio viene a ser el medio para crear productos artísticos, siempre y cuando esté elaborado correctamente. Para hablar de su realización y puesta en escena se necesitaría un análisis exhaustivo. Iges explica que este género es un arte riguroso.

Se desprende de esa afirmación el hecho de que las obras de dicho arte participan, en tanto que contemporáneas, de los mismos criterios estéticos y conceptuales que animan la producción artística de un periodo dado en otros dominios de la creación. No se constata un divorcio entre la creación artística de un tiempo concreto y la realizada para la radio, si bien esta última tiene en

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2017

cuenta lo específico del espacio para el que nace. Una especificidad que toma en cuenta la fugacidad del medio, su dependencia de la tecnología y su existencia en el presente y sólo en el presente (Iges, 2004: 47).

Hay una vinculación entre la obra de la cual se habla, aunque no es evidente, pues como dice el autor, la radio tiene su especificidad y debe adaptarse para que los oyentes entiendan. Además, Iges menciona, aparte de las características propias del medio, los factores externos como la tecnología, para así tener en cuenta las ventajas que podemos obtener de la misma.

El radio arte debe tener una vinculación directa con la literatura. De estas ventajas mencionadas por Iges se puede aprovechar las obras y brindar un producto espectacular al radio escucha.

La radio es un medio de difusión donde se puede estimular al oyente con palabras, y la literatura crea obras maestras a través del lenguaje. Esta última crea un mundo maravilloso que puede ser difundido por la radio para no anular el componente imaginario, sino brindarle una ayuda a través de la adaptación.

No hay que olvidarse nunca de motivar la imaginación. Para ello, el artista debe valerse de cualquier recurso. Un ejemplo que se puede citar es del autor Luigi Russolo, en 1913 escribe un libro llamado *El arte del ruido*, en el cual destaca el valor de este elemento dentro de la producción radiofónica.

Se habla de un doble objetivo en el radio arte, primero como instrumento de comunicación, pues las iniciativas artísticas en un medio masivo rompen la monotonía del discurso establecido. Así, puede tratar un tema cotidiano hasta un tema político como un toque humorístico. Y el segundo para promover la cultura de una sociedad. En una sociedad donde el acceso a la cultura es reservado, se debe exigir que los medios de comunicación promuevan la cultural, que mejor a través de un entretenido radio teatro.

Por ejemplo, en 1991 mientras se desarrollaba la Guerra del Golfo al artista británico Rod Summers se le ocurrió sacar un programa llamado *falso informativo*. En este programa se representaba a un político; el cual, en vez de utilizar su discurso, decía: “estoy triste, muy triste”.

Se le podría catalogar como una irrupción en el estilo tradicional, una forma diferente de producción radiofónica. La más famosa y recordada obra de este

tipo es la *Guerra de los mundos*, llevada a cabo con Orson Welles, por la CBS en 1938, la cual causó mucha conmoción. En Ecuador esta transmisión tuvo mucho impacto. *Radio Quito* llevó a cabo esta radio arte el 12 de febrero de 1949. La emisión comenzó con: “¡Atención! Nave de Marte cae en Cotocollao”, tuvo música y el relato de Leonardo Páez. Los quiteños estaban aterrados, ni los pronunciamientos de las autoridades calmaron a la gente. La Cruz Roja, Policía Nacional y Ejército salieron a las calles. Todos en busca de los famosos marcianos. Después de que los locutores anunciaron que fue una obra de ficción, algunos se tomaron las calles e incendiaron *Radio Quito*. En el edificio también funcionaba *El Comercio*, así tituló ese medio la noticia al día siguiente: “*Fue la exaltación de unos pocos la que ocasionó destrucción de El Comercio*”. Los locutores, como Luis Beltrán, pedían auxilio y rogaban a la gente que dejase pasar a los bomberos. A este tipo de producciones se las puede catalogar como: *realismo radiofónico*. Así, una obra puede calar en el imaginario colectivo y generar diversas reacciones.

Cualquier idea es buena dentro del arte radiofónico. Se puede parodiar a su vez el resto de géneros radiofónicos como la entrevista. Otro clásico es la *Clases de música en la granja*, en donde se simula un diálogo con una experta, todo esto matizado con una orquesta de animales.

El radio arte puede utilizar: la música, los efectos especiales, la voz y hasta el silencio para mejorar su producción. Camacho menciona en su libro, *La imagen radiofónica*, que para que un producto radiofónico este bien construido debe responder a dos preguntas ¿qué? y ¿cómo?; sin embargo, no se toma en cuenta que estas interrogantes están excluyendo al oyente, siendo él parte fundamental del proceso. Se debería añadir las preguntas: ¿por qué? o ¿para quién?, se está construyendo la obra. Considerando estos tres cuestionamientos los objetivos y cualidades del producto vienen por añadidura.

4. La producción radial

4.1. Investigación radiofónica

Uno de los antecedentes más importantes de la producción radiofónica es la investigación. Este proceso implica mucha rigurosidad y trabajo duro de quién

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2017

elabora un producto radiofónico. Se trata de un proceso similar a una investigación periodística, aunque tiene que adaptarse al medio. Es decir, toda la información recabada debe sintetizarse y adaptarse para el público. Como en todo proceso investigativo debe recurrir a varias fuentes.

Como se dijo anteriormente, para adentrarse en la indagación de un tópico comunicativo primero se debe pensar en el público:

“Organizar y mantener registradas ciertas informaciones vitales para la gerencia de producción tales como: número de llamadas telefónicas, tipos de participaciones, solicitud de temas y tendencias de las preferencias musicales, estudios de opinión sobre diversos temas de interés público, análisis de fuentes de información, indagación sobre las estrategias comerciales, etc” (García y Meza, 1999).

Con este paso, se logra tener claro cuál es el público objetivo al cual se está dirigiendo la producción. Así también, se habla de estudios de opinión, ellos serían indispensables para determinar las necesidades comunicativas de la audiencia. Otra pregunta resuelta sería, cómo se puede llegar a ellas a través de las tendencias. Una buena táctica para hacer partícipe al público de nuestro proceso son los grupos focales y talleres, se los llevará a cabo si se tiene el tiempo necesario.

Una vez establecido el contexto del público objetivo, se puede arrojar una lista de tópicos apropiados. Es posible analizar el contexto de las personas involucradas en la producción del material para verificar que su ideología no afecte el proceso, pues el producto estaría parcializado.

Ya seleccionado el tema a investigar, se debe recurrir a todas las fuentes necesarias, para establecer un contraste adecuado. Con toda la información recogida, se procede a seleccionar cuál es útil. Puede ayudar los mapas conceptuales así como lluvia de ideas para organizar toda la información, así tener una estructura clara de cómo va a ser el texto para el libreto o guion.

Una idea es invitar a personas, que entren dentro del target seleccionado, para llevar a cabo un grupo focal y exponerles cómo se va a grabar o va a ser abordado el tema. Así, se comprueba si el público responde adecuadamente al producto comunicativo. Entonces se procede a redactar el guion o el libreto definitivo.

5. Metodología

Se analizará una muestra de audios de los Radialistas Apasionados y Apasionadas. Se los seleccionó de todas las categorías, excepto de: Capacitaciones y Especiales, pues solo tienen texto. A continuación se presenta la lista de *radioclips* seleccionados:

Radioclips seleccionados			
Fecha	Categoría	Nombre	Tiempo
29 de agosto de 2016	Derechos Humanos	No más rostros sin rastro	2:41
15 de diciembre de 2015	Derechos Humanos	Una revolución educativa	6:21
8 de septiembre de 2015	Derechos Humanos	¡Fuera delincuentes disfrazados de gobernantes!	9:31
19 de octubre de 2015	Cultura	Kafka y la muñeca viajera	8:17
5 de octubre de 2015	Cultura	El secreto de los indios	4:11
27 de septiembre de 2016	Género	Sociedades abortivas	3:41
27 de septiembre de 2016	Género	El doctor, el policía y el abogado	5:49
4 de mayo de 2015	Derechos Humanos	Ayotzinapa somos todos y todas	20:49
14 de marzo de 2016	Ecología	Uruguay y costa rica: energías limpias	4:51
31 de marzo de 2014	Sexualidad	Juntos para siempre	8:50
5 de septiembre de 2016	Sexualidad	¿Lesbianizar?	3:39
3 de julio de 2015	Mujeres	La ninfa de la danza libre	07:52
3 de junio de 2015	Derechos Humanos	Algo huele a podrido	06:30

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2017

Abordan temáticas como: la equidad de género, la defensa de los derechos de las mujeres y niños, la sexualidad, denuncian actos de corrupción y atacan la hegemonía estadounidense.

Su duración varía entre dos a cinco minutos, aunque hay un audio de más de diez minutos. Éste pertenece a la serie llamada *Cien Mujeres en conflicto* y son *clips* largos producidos por SERPAL y transmitidos por los Radialistas.

Se propone un análisis del discurso radiofónico. Para cumplir el objetivo de la disertación se llevará a cabo el análisis exhaustivo de la primera dimensión de los audios y se seleccionará ciertos aspectos de las otras dimensiones para determinar las características del discurso radiofónico de los *radioclips*.

5.1. Análisis de los radioclips

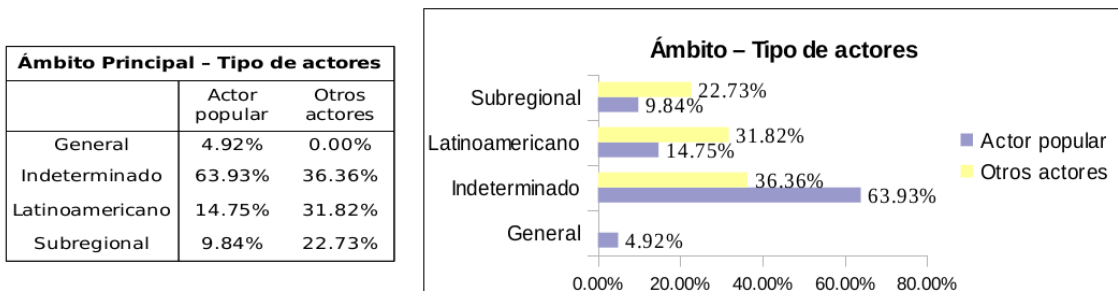
El estudio por algunos aspectos de las dimensiones explicadas permitirá determinar las características del discurso construido por los Radialistas Apasionados. Después del análisis, el estudio arrojó los siguientes datos, ilustrados con cuadros y dibujos.

5.2. Ámbito

El ámbito se lo cruzo con los tipos de actores para determinar en qué lugar se ubica a los personajes.

5.2.1 Ámbito principal - Tipo de actores

Gráfico 1. Ámbito principal - Tipo de actores



Se puede apreciar que los *actores populares* en su mayoría están ubicados en ámbitos indeterminados. En segundo lugar en espacios latinoamericanos, esto se debe a que uno de los objetivos de los Radialistas es abordar ámbitos de Latinoamérica y de Sudamérica. Por ello el 10% de los actores populares están

Del verbo al bit

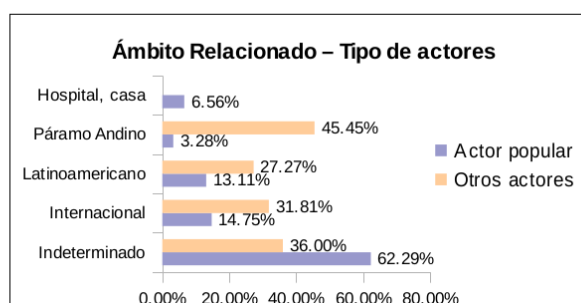
Universidad de La Laguna, 2017

ubicados en el ámbito Subregional. En los *otros actores* se los ubica en su mayoría en ámbitos indeterminados. Aquí también, en segundo lugar aparece Latinoamérica, con un 32%. Y en tercer lugar con un 23% el ámbito subregional.

5.2.2 Ámbito relacionado - Tipo de actores

Gráfico 2. Ámbito Relacionado - Tipo de actores

Ámbito Relacionado – Tipo de actores		
	Actor popular	Otros actores
Indeterminado	62.29%	36%
Internacional	14.75%	31.81%
Latinoamericano	13.11%	27.27%
Páramo Andino	3.28%	45.45%
Hospital, casa	6.56%	0%



Los *actores populares* están ubicados en su mayoría en espacios *indeterminados*. Con un 15% aparece el ámbito internacional, es necesario puntualizar que en el ámbito principal no apareció. Así mismo, *Latinoamérica* tiene un 13%. A los *otros actores* se los encuentra en su mayoría en el páramo andino con un 45%. Aquí también aparece el espacio *indeterminado* con un 36% y el Internacional con un 31%.

No interesa que el oyente se ubique en un lugar determinado, pues están dirigiéndose a un público universal, si se especifica un espacio geográfico se puede crear la sensación de exclusión. Por ello, en los 2 tipos de actores, el ámbito con mayor porcentaje es el indeterminado. La ideología de esta fundación es abordar temáticas relacionadas con Latinoamérica, éste tiene un datos representativos en las dos categorías.

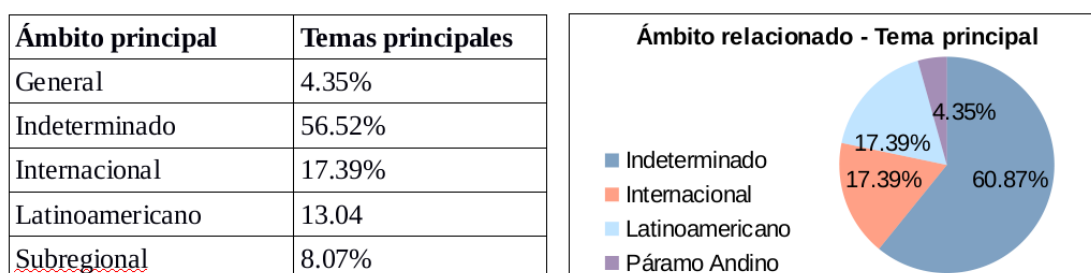
5.2.3 Ámbito principal - Tema principal

Para establecer el contexto de los audios se cruza los ámbitos con el tema.

Tabla 5. Contexto de los audios y el tema

ÁMBITO PRINCIPAL – TEMA PRINCIPAL					
Principal	General	Indeterminado	Internacional	Latinoamericano	Subregional
Social	0.00%	7.69%	25.00%	0.00%	0.00%
Censura de medios	0.00%	0.00%	0.00%	33.33%	0.00%
Económicos	0.00%	0.00%	25.00%	0.00%	0.00%
Lenguaje	100.00%	7.69%	0.00%	0.00%	0.00%
Falta de autoestima	0.00%	7.69%	0.00%	0.00%	0.00%
Falta de valores	0.00%	7.69%	0.00%	0.00%	0.00%
Maternidad	0.00%	15.38%	0.00%	0.00%	0.00%
Desarrollo profesional	0.00%	15.38%	0.00%	0.00%	0.00%
Problema social	0.00%	7.69%	50.00%	33.33%	0.00%

Gráfico 2.2 Ámbito principal – Temas principales



Se puede apreciar que los temas principales en su mayoría se ubican en ámbitos indeterminados. Y dentro de esta categoría los temas con un porcentaje representativo son: la maternidad, el desarrollo profesional y la sexualidad. Cabe recalcar que la ideología de los Radialistas es el feminismo, entendido como la igualdad de derechos tanto para los hombres como para las mujeres. Además a los Radialistas les interesa promulgar información sobre la sexualidad para erradicar los tabúes que existen sobre este tema. Es decir con estos porcentajes comprueban cuáles son sus objetivos.

Con el 17% aparece el ámbito internacional y los temas más trascendentales dentro de esta categoría son los problemas sociales y económicos. Los Radialistas denuncian cualquier situación que afecte a los pueblos, ellos no

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2017

tienen censura para ningún tema. Por ello, se puede apreciar uno de los audios denuncian como Estados Unidos apoya a la agrupación terroristas Zetas.

Esto también puede explicar el 13% del ámbito latinoamericano, en donde lo más destacado son los problemas sociales, políticos y censura de los medios de comunicación. Aquí se puede citar el audio “*El misterio del papel prensa*”. Aquí se expone como los diarios argentinos, *Clarín* y *Nación*, no denunciaron los abusos llevados a cabo por la dictadura del General Videla.

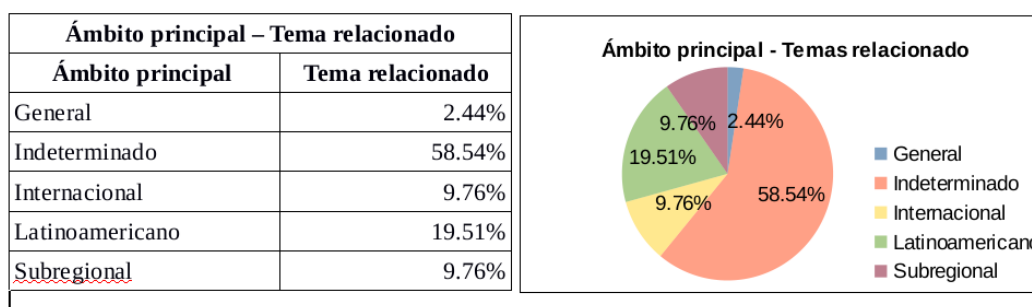
Aquí se comprueba el contexto en el cual se produjeron los audios. Pues en septiembre del 2010, una de las noticias más importantes fue la masacre en Tamaulipas, donde mataron a 72 personas migrantes a manos de los Zetas. Y también se hablaba sobre la discusión del Parlamento argentino para aprobar una ley que declare de interés público el papel para periódicos. Y la investigación sobre los dueños de los diarios *Clarín* y *Nación*.

5.2.4 Ámbito principal - Tema Relacionado

Tabla 6. Contexto de los audios y el tema relacionado

ÁMBITO PRINCIPAL – TEMA RELACIONADO					
PRINCIPAL	General	Indeterminado	Internacional	Latinoamericano	Subregional
Desarrollo profesional – Laboral	0.00%	8.33%	0.00%	0.00%	0.00%
Lenguaje	100.00 %	4.17%	0.00%	0.00%	0.00%
Problemas familiares	0.00%	12.50%	0.00%	0.00%	0.00%
Género	0.00%	8.33%	0.00%	0.00%	0.00%
Problema social	0.00%	16.67%	0.00%	12.50%	50.00%
Problema cultural	0.00%	12.50%	0.00%	0.00%	50.00%
La codicia	0.00%	4.17%	0.00%	0.00%	0.00%
La edad medieval	0.00%	0.00%	25.00%	0.00%	0.00%
Libertad de expresión	0.00%	0.00%	0.00%	25.00%	0.00%
Problemas judiciales	0.00%	0.00%	0.00%	25.00%	0.00%
Problema políticos	0.00%	0.00%	25.00%	12.50%	0.00%
Inseguridad	0.00%	4.17%	0.00%	25.00%	0.00%
Problema económico	0.00%	12.50%	50.00%	0.00%	0.00%
Falta de valores	0.00%	8.33%	0.00%	0.00%	0.00%
Sexualidad	0.00%	8.33%	0.00%	0.00%	0.00%

Gráfico 3. Ámbito principal – Tema relacionado



Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2017

Dentro de los temas relacionados el ámbito que más destaca es el indeterminado. Allí se puede apreciar que el problema social tiene un 17%. Otros porcentajes importantes tienen los problemas culturales, económicos y familiares. Se comprueba que los Radialistas quieren exponer los problemas de la sociedad y la familia.

5.2.5 **Ámbito relacionado - Tema principal**

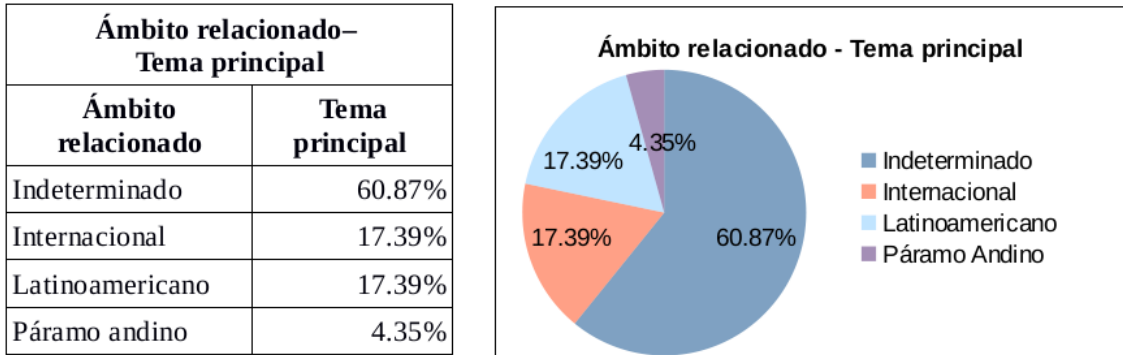
Tabla 7. Contexto de los ámbitos relacionados y el tema principal

ÁMBITO RELACIONADO – TEMA PRINCIPAL				
ÁMBITO RELACIONADO	Indeterminado	Internacional	Latinoamericano	Páramo Andino
Social	7.14%	25.00%	0.00%	0.00%
Censura de medios	0.00%	0.00%	25.00%	0.00%
Económicos	0.00%	25.00%	0.00%	0.00%
Lenguaje	14.29%	0.00%	0.00%	0.00%
Falta de autoestima	7.14%	0.00%	0.00%	0.00%
Falta de valores	7.14%	0.00%	0.00%	0.00%
Maternidad	14.29%	0.00%	0.00%	0.00%
Desarrollo profesional	14.29%	0.00%	0.00%	0.00%
Problema social	7.14%	50.00%	25.00%	0.00%
Problema de género	7.14%	0.00%	0.00%	0.00%
Problema ecológico	0.00%	0.00%	25.00%	100.00 %
Problema político	0	0.00%	25.00%	0.00%
Problema cultural	7.14%	0.00%	0.00%	0.00%
Sexualidad	14.29%	0.00%	0.00%	0.00%

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2017

Gráfico 4. Ámbito relacionado– Tema principal



Nuevamente aparece el ámbito indeterminado con el porcentaje más destacado, 61%. Y aparecen, dentro de esta categoría la maternidad y la sexualidad con 14%. Como ya se dijo estos temas son trascendentales en los audios de los Radialistas. Con el mismo porcentaje, 17%, los ámbitos internacional y latinoamericano se destacan, con problemas sociales, políticos y ecológicos. Los Radialistas abordan temas de la realidad cultural y los exponen sin ninguna censura.

Del verbo al bit

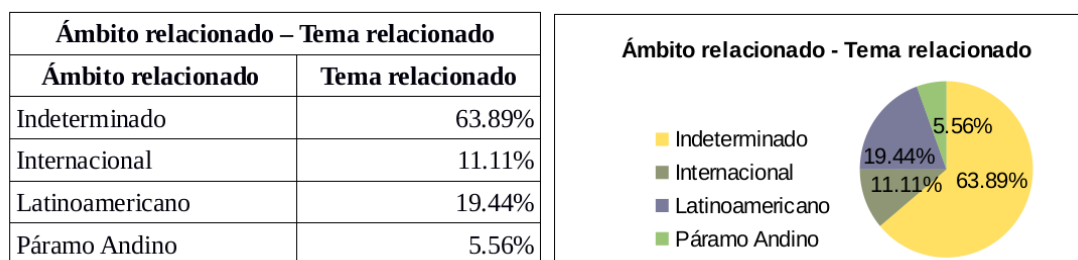
Universidad de La Laguna, 2017

5.2.6 **Ámbito relacionado - Tema relacionado**

Tabla 8. Contexto de los ámbitos relacionados y temas relacionados

ÁMBITO RELACIONADO – TEMA RELACIONADO				
Ámbito relacionado	Indeterminado	Internacional	Latinoamericano	Páramo Andino
Desarrollo profesional	21.43%	0.00%	0.00%	0.00%
El lenguaje	14.29%	0.00%	0.00%	0.00%
Problema familiar	14.29%	0.00%	0.00%	0.00%
Genero	14.29%	0.00%	0.00%	0.00%
Problema social	21.43%	0.00%	14.29%	50.00%
Problema cultural	21.43%	0.00%	14.29%	0.00%
La codicia	7.14%	0.00%	0.00%	0.00%
La edad medieval	0.00%	25.00%	0.00%	0.00%
Libertad expresión	0.00%	0.00%	28.57%	0.00%
Problema judicial	0.00%	0.00%	14.29%	0.00%
Problema político	0.00%	25.00%	14.29%	0.00%
Inseguridad	7.14%	0.00%	14.29%	0.00%
Problema económico	14.29%	50.00%	0.00%	0.00%
Falta de valores	14.29%	0.00%	0.00%	0.00%
Sexualidad	14.29%	0.00%	0.00%	0.00%

Gráfico 5. Ámbito relacionado – Tema relacionado



Aquí aparece con un 64% el ámbito indeterminado y destacando se los problemas sociales y culturales. Una tendencia marcada y comprobada con los anteriores gráficos.

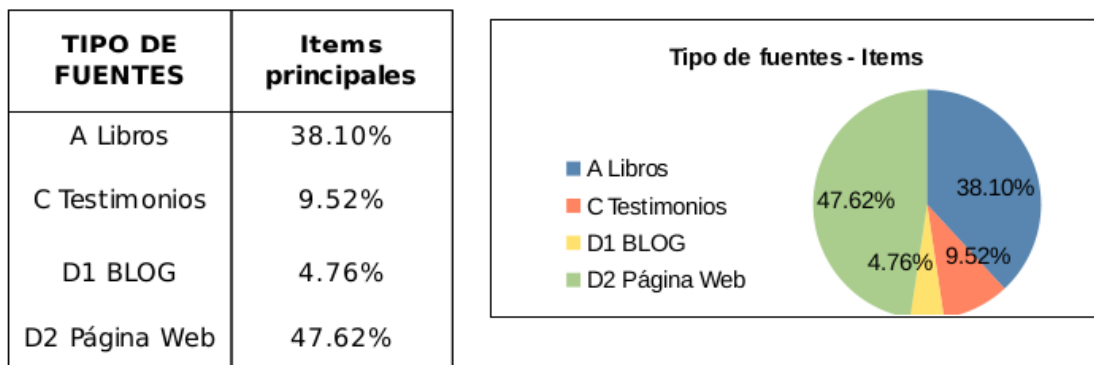
5.3. Fuentes

Fuentes	Items
Indirecta	7.00%
Implícita	71.43%
No fuente	21.43%

5.3.1 Cruce de Fuentes con Items

El análisis de las fuentes se lleva a cabo para apreciar en que se sustenta la información de los Radialistas.

Gráfico 6. Tipos de fuentes



Según los gráficos se puede apreciar que más de la mitad de las fuentes de los audios son implícitas. No se dice de donde se obtuvo, dentro del audio, la información. Por lo general, los Radialistas hacen constar la fuente en el guion del *radioclip*. Las fuentes a las que más recurren son las páginas web. Aunque también con un 38% aparecen los libros como fuentes de consulta.

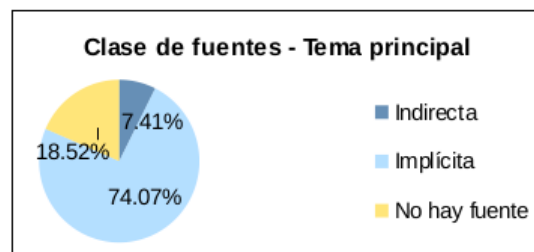
5.3.2 **Cruce de fuentes con tema**

Tabla 10. Clasificación de fuentes

CLASE DE FUENTES – TEMA PRINCIPAL			
	Indirecta	Implicita	No hay Fuente
Ámbito social	0.00%	20.00%	0.00%
Censura	0.00%	5.00%	0.00%
Lenguaje	50.00%	5.00%	20.00%
Falta de autoestima	50.00%	5.00%	0.00%
Falta de valores	0.00%	5.00%	20.00%
Maternidad	0.00%	10.00%	0.00%
Maternidad y Desarrollo profesional	0.00%	10.00%	0.00%
Género	0.00%	5.00%	20.00%
Ecológico	0.00%	10.00%	40.00%
Político	0.00%	5.00%	0.00%
Cultural	0.00%	5.00%	0.00%

Gráfico 7. Clases de fuentes.

Clases de Fuentes	Indirecta	Implicita
Tema principal	7.41%	74.07%



La fuente implícita predomina con un 74%. Los audios no hacen constar la fuente, sino al final del guion. Con un 18% se destaca la categoría no hay fuente, lo cual quiere decir que varios temas no tienen ningún sustento. Entre estos tópicos destacan: la falta de valores, los problemas de género y problemas ecológicos. Esto se debe a que son relatos cuentos para preservar el medio ambiente, historia de motivación o dramatizados sobre roles sociales.

Como por ejemplo, el audio *Servicio doméstico obligatorio*, en donde se dice que va a crearse una ley para obligar a los hombres a hacer un año de labores domésticas antes de casarse, para que no dependan de la mujer. Un audio humorístico para concienciar la importancia de las mujeres en el hogar, y no sea solo ella la que se haga cargo de los quehaceres domésticos.

6. Conclusiones

La Asociación Radialistas Apasionadas y Apasionados elabora productos radiofónicos pues son escasos en la Web e indispensables para las emisoras. Las producciones se pueden difundir libremente, pues no creen en los derechos de autor. Los Radialistas no censuran ningún tipo de tema. Sin embargo, de acuerdo a su subjetividad y línea ideológica privilegian ciertos tópicos. La sexualidad en nuestra sociedad sigue siendo un tema tabú, frente a él se construyen varios mitos. Los Radialistas buscan la erradicación de los mismos y construir valores sexuales.

Los Radialistas por una parte quieren ilustrar los abusos que vive la sociedad, y a su vez, a través de sus audios, que sean los ciudadanos, movimientos sociales y demás quienes transformen su realidad. Por ello, en los *radioclips* son ellos quienes otorgan acciones positivas y negativas, transforman su realidad y sufren sanciones conflictos y consensos.

La promoción de la igualdad social también se evidencia en el mensaje, pues así como los ciudadanos sufren sanciones, los gobiernos y demás estamentos de poder se ven afectados por acciones legales. La comunicación entre el emisor y receptor es jerarquizada. El primero impone las reglas y se vuelve unidireccional, pues las respuestas del usuario tienen que pasar por el filtro del emisor. Esto se debe a que la participación del usuario no es abierta en el sitio web y en esta página los roles no se cambian, es decir el oyente no puede pasar a ser emisor.

Hay una presencia subjetiva del enunciador a través de juicios y sentencias. El discurso de los Radialistas involucra en su mayoría actores para que el oyente se sienta representado y que sus problemas son denunciados. Los Radialistas utilizan argumentos de cantidad y calidad para convencer al oyente. Además,

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2017

legitiman su discurso a través de testimonios de personajes. Dentro de las producciones se recurre a la emotividad, a lenguaje popular y se busca atraer la atención del receptor. La ideología de los Radialistas es visible en cada producto comunicacional que ellos elaboran. Ya sea mediante la promoción de la justicia y equidad social, la promoción de los derechos de las mujeres o la denuncia de delitos cometidos por actores religiosos o gubernamentales.

7. Referencias bibliográficas

- Borja, R. (1998). *Comunicación social y pueblos indígenas del Ecuador*, Quito: Abyalala.
- Camacho, L. (1999). *La imagen radiofónica*, México: McGraw-Hill.
- Checa García, F. (2015). El uso del podcast y wikis como herramientas de generación y gestión de conocimiento. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 40(4), 113-137.
- Duarte, E. (2006). Navegar en la Radio Multimedia: ¿El Hábito Hace al Monje?, *Razón y Palabra*, 49:10-17.
- García Dávila, D.M. y Meza Tovar, J.G. (1999). De radio en radio: el escenario radiofónico. *Revista Latina de Comunicación Social*, 20. En <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999eag/59mara.htm>
- Iges, J. (2004). Arte radiofónico. Algunas líneas básicas de reflexión y de actuación, *Telos: Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, 60, 46-51.
- López Vigil, J. I. (1995). ¿ Qué hace comunitaria a una radio comunitaria?. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (52), 51-54.
- López Vigil, J.I. (2013). *Manual Urgente para Radialistas Apasionados*: Lima. Edición digital de código abierto.
- Olivo, D.V. (2016). *Plan de funcionamiento y operatividad para CSC radio de la facultad de ciencias sociales y comunicación*, Bachelor's thesis, QUITO/UIDE/2016.
- Punín Larrea, M.I. (ed.) (2015). *Comunicación y periodismo. Cinco versiones de la historia*. La Laguna: Cuadernos Artesanos de Comunicación.
- San Félix, A. (1991). *Radio difusión en la mitad del mundo*, Quito: Nacional.

Del verbo al bit
Universidad de La Laguna, 2017

Yaguana, H. y Delgado, W. (2014). *85 años de la radiodifusión en Ecuador*.
Quito: Ciespal.