



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**  
*La Universidad Católica de Loja*

## **ÁREA SOCIO HUMANÍSTICA**

TITULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

**Investigación de la producción radiofónica en las emisoras de cobertura nacional, tomando en cuenta al radioteatro como una alternativa para mejorar el servicio público comunicacional de las radioemisoras FM del Distrito Metropolitano de Quito**

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTOR: Cevallos Velásquez, Ángel Gustavo

DIRECTOR: Marín Gutiérrez, Isidro, Ph.D.

CENTRO UNIVERSITARIO QUITO

2016

## APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Doctor.

Isidro Marín Gutiérrez

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación, denominado: Investigación de la producción radiofónica en las emisoras de cobertura nacional, tomando en cuenta al radioteatro como una alternativa para mejorar el servicio público comunicacional de las radioemisoras FM del Distrito Metropolitano de Quito”, realizado por **Ángel Gustavo Cevallos Velásquez**, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, Abril de 2016

F) .....

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo **Cevallos Velásquez, Ángel Gustavo** declaro ser autor del presente trabajo de titulación: *Investigación de la producción radiofónica en las emisoras de cobertura nacional, tomando en cuenta al radioteatro como una alternativa para mejorar el servicio público comunicacional de las radioemisoras FM del Distrito Metropolitano de Quito*, siendo el Ph.D. Isidro Marín Gutiérrez director del presente trabajo y eximo, expresamente, a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

.....

**Autor: Cevallos Velásquez, Gustavo**

**Cédula: 170306147-1**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto de tesis a Dios, a mis hijos y a mi esposa. A Dios porque siempre estuvo conmigo dándome sabiduría y fortaleza. A mis hijos que siendo ya profesionales me dieron el ejemplo y la confianza para seguir adelante. Y a mi esposa, por haberme motivado para conseguir mis objetivos.

Muchas gracias a todos.

## **AGRADECIMIENTO**

Este trabajo es el resultado de mucha gente que estuvo a mí alrededor: En especial mi familia que siempre estuvo conmigo apoyándome en todo. Al personal docente y administrativo del Centro San Rafael de la UTPL por su motivación para que no desmaye en mis objetivos.

A María Belén Lema y Andrés, mis queridos alumnos que estuvieron presentes cuando requería de su aporte. Y finalmente a las autoridades y compañeros de CIESPAL, por las facilidades que me dieron para lograr este propósito.

Y en especial, al Dr. Luis Cifuentes, Profesor, académico y periodista profesional, por su valiosa ayuda al guiarme con sus conocimientos, desde el principio, paso a paso y en momentos en que el cansancio y el decline hacían presa de mí.

Muchas gracias.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DETITULACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
RESUMEN.....	1
INTRODUCCIÓN.....	3
1.1 La historia de la radiodifusión.....	7
1.2 Primeras transmisiones .....	9
1.3 La radio en América .....	9
2.1 La comunicación radiofónica.....	19
2.2 Funciones.....	20
2.2.1 Informar .....	20
2.2.2 Educar .....	20
2.2.3 Orientar .....	20
2.2.4 Entretener .....	21
CAPITULO III .....	22
3.1 La educomunicación en la programación radiofónica.....	23
CAPITULO IV .....	25
4.1 La gestión por procesos en la comunicación radiofónica.....	26
4.2 La planificación estratégica de la comunicación radiofónica .....	26
4.3 La personalidad del medio, identidad de la radio. ....	28
4.4 Formación profesional.....	29
4.5 Prácticas profesionales.....	29
4.6 Las audiencias .....	32
4.7 El empirismo, una realidad.....	32
5.1 Los derechos constitucionales de la comunicación .....	35
5.2 La ley de comunicación .....	35
5.3 La ley de la propiedad intelectual.....	36
5.4 Derechos de autor .....	38
5.5 Medios de comunicación privados .....	39

5.6 Clasificación de audiencias y franjas horarias .....	40
6.1 La ética en la comunicación radiofónica .....	43
6.2 Código deontológico de una estación de radio .....	43
6.3 Finalidad y alcance .....	44
6.4 Actividad comunicacional de una estación de radio.....	44
6.5 DERECHOS DE LAS PERSONAS Y GRUPOS DE ATENCIÓN PRIORITARIA....	49
6.6 Manual de estilo .....	50
6.7 Parrilla de programación.....	58
CAPITULO VII.....	60
7.1 La producción radiofónica .....	61
7.2 Pre producción .....	61
7.3 Metodología para la producción radial .....	62
7.4 Proceso de investigación.....	63
7.5 Instrumentos de trabajo .....	63
7.6 Géneros de la producción .....	64
7.6.1 Dramático.....	64
7.6.2 Periodístico.....	64
7.6.3 Musical .....	65
7.6.4 Atracción .....	65
7.6.5 Color .....	65
7.6.6 Dinámica .....	66
7.6.7 Identidad .....	66
7.6.8 Arte .....	66
7.7 Libretos.....	67
7.8 Lenguaje radiofónico .....	71
7.9 La palabra .....	73
7.10 Lenguaje radiofónico claro y directo .....	74
7.10.1 Claro.....	74
7.10.2 Directo.....	75
7.11 Estilo: cortado, sencillo y coloquial .....	75
7.11.1 Cortado .....	75
7.11.2 Sencillo.....	75
7.11.3 Coloquial.....	75
7.12 La música.....	76

7.12.1 Música de identificación .....	76
7.12.2 Música de ambientación.....	76
7.12.3 Música de recreación.....	77
7.13 Efectos de sonido .....	77
7.13.1 Rol ambientador y descriptivo .....	77
7.13.2 Protagonico y expresivo .....	78
7.13.3 Rol complementario o narrativo .....	78
7.14 El silencio .....	78
7.15 Valores de producción .....	78
7.16 Posproducción .....	80
7.17 Géneros radiofónicos .....	80
7. 17.1 El radioteatro.....	80
<b>7.17.2 Dramatizaciones</b> .....	<b>83</b>
8.1 El radio teatro. una alternativa de producción.....	86
8.2 Formatos .....	96
8.2.1 El radio drama.....	96
8.2.2 La radionovela.....	98
8.2.3 Cuñas dramatizadas .....	101
8.2.4 El documental radiofónico.....	104
INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA .....	113
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	133
BIBLIOGRAFIA .....	140
ANEXOS .....	149



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Porcentaje de Emisoras FM por preferencia .....	114
Gráfico 2. Porcentaje de preferencia de los programas de emisoras FM .....	115
Gráfico 3. Calificación cuantitativa de los programas identificados en la preferencia de la población.....	116
Gráfico 4. Percepción sobre la incorporación de nuevos formatos radiofónicos en las estaciones FM del DMQ .....	117
Gráfico 5. Porcentaje de personas que han escuchado un radioteatro.....	118
Gráfico 6. Razones por las cuales las emisoras FM del DMQ deben incluir el radioteatro.....	119
Gráfico 7. Temas a tratar en la producción del radioteatro .....	120
Gráfico 8. Tipo de música a utilizarse .....	121
Gráfico 9. Aceptación del radioteatro en las emisoras FM del DMQ .....	122
Gráfico 10. Sugerencias para mejorar la programación de las emisoras FM del DMQ ....	123

## RESUMEN

Uno de los géneros importantes que tiene la comunicación radial es el radioteatro. Su incidencia en la preferencia de los oyentes ha hecho que sirva para emitir mensajes sobre educación, orientación y entretenimiento.

Lastimosamente, la proliferación de emisoras en el DMQ, y la escasa producción radiofónica, han hecho que el radioteatro pierda vigencia en la mayoría de las estaciones de Quito.

Según nuestra investigación, los factores que impiden la realización de los dramatizados son dos: la mayoría de emisoras del DMQ no tiene el equipo humano para hacerlo y los costos de producción son altos.

En la investigación utilizamos la técnica de la entrevista, y encontramos que el 64,66% de los habitantes de Quito prefieren programas de entretenimiento y musicales. Y apenas tres de cada 100 personas gustan del radioteatro.

Sin embargo, una mayoría significativa, sienten la necesidad de escuchar programas que utilicen el radioteatro como un elemento importante para crear imaginación, creatividad y contenido formativo.

Por estas consideraciones, el radioteatro surge como una demanda ciudadana que ven en el radioteatro una propuesta válida para educar, informar y entretener.

**Palabras Claves:** Radioteatro, dramatizados, Producciones radiofónicas

## ABSTRACT

One of the major genres of radio communication is the radio drama. Its impact on the preference of listeners has made serve to send messages about education, guidance and entertainment.

Unfortunately, the proliferation of radio stations in the DMQ, and poor radio production, has made the radio drama lose force in most Quito stations. According to our research, the factors that impede the realization of the dramatized are two: most stations in the DMQ not have the team to do it, and the production costs are high.

In the research we used the interview technique, and found that 64.66% of the inhabitants of Quito prefer entertainment and music programs. And only three of every 100 people are fond radio drama.

However, a significant majority, feel the need to listen programs that use the radio drama as an important element to create imagination, creativity and educational content. For these reasons, the radio drama demand arises as a citizen request, who see in it a valid reason to educate, inform and entertain.

**Key Words:** Radiodrama, dramatization, radio production.

## INTRODUCCIÓN

La iniciativa de desarrollar el presente proyecto de investigación sobre la incidencia del radio teatro en las emisoras FM del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ) surge a raíz del contenido del libro *Testimonios del Radioteatro en Quito*, de la periodista Margarita Guerra Gándara (2008), donde se refiere a la época de oro de este género radial, cuando proliferaron sus largas series y radionovelas que impactaron en los oyentes entre 1959 y 1970. Así como por mis actividades profesionales de muchos años en la comunicación radial.

Es importante señalar que Ecuador es uno de los pioneros de la radiodifusión en Sudamérica con el nacimiento, en Riobamba, de la radio El Prado, el 13 de junio de 1929. Luego, en los años 30 aparecieron otras emisoras que merecieron la preferencia en sintonía como: radio *Ortiz* o radio *El Telégrafo*, en Guayaquil. Por esa misma década apareció en Quito la radio *HCJB La Voz de los Andes* y en los años 40 sale al aire la radio *Quito*, del diario *El Comercio*, conforme se relata en el primer capítulo de este trabajo (Yaguana Romero y Delgado López, 2014).

En el capítulo 2 afirmo que la radio sigue siendo el medio más rápido y efectivo para transmitir un acontecimiento. Actualmente, con las nuevas tecnologías, a través de la radio podemos conocer otros lugares, otras culturas, lo que nos permite ampliar nuestro conocimiento. Pero, ¿cómo alcanzar estos beneficios? Una de las mejores alternativas es el radioteatro. Si bien, actualmente, la producción de radionovelas es escasa, el radioteatro continúa vigente para la promoción de productos radiofónicos que cumplan las cuatro funciones de la comunicación que son: informar, educar, orientar y entretener.

Con la aplicación de los métodos de investigación como el inductivo – deductivo, científico, histórico fue posible demostrar que las dramatizaciones son una gran herramienta para proyectar una buena educación participativa entre los pueblos. Con este género se puede estudiar, aprender y enseñar. En este contexto, tanto Paulo Freire como Mario Kaplun señalan que el diálogo, entendido como un proceso de comunicación, es real y efectivo entre emisores y perceptores, porque así llega el conocimiento (Kaplun, 1998).

Al momento de realizar la investigación de campo, a través de una encuesta y entrevista a profundidad, la población del DMQ y los directivos de las emisoras en FM afirman que la comunicación radiofónica se encuentra en un proceso de crecimiento muy acelerado, debido a las nuevas tecnologías, y la radio exige la producción de géneros periodísticos acordes con la demanda informativa de la población. Así el radioteatro podría surgir como una buena opción. En nuestro trabajo de investigación encontramos que el 64,66% de estaciones del DMQ ofertan programas musicales y de entretenimiento y solo tres de cada 100 oyentes gustan del radioteatro. Esto es debido a que actualmente este género radiofónico tiene escasa producción. Además, solicitan incorporar nuevos programas que precisamente contengan radio-dramas con temas específicos dedicados a la comunidad. Un factor importante a considerar es la nueva oportunidad que tiene ahora el radioteatro, pues, según la Ley de Comunicación, se debe generar espacios para promover la producción nacional, especialmente dramatizados que difundan los temas interculturales.

Finalmente, este trabajo de investigación concluye reafirmando que el radioteatro, como un conjunto de palabras, efectos sonoros y música que permite contar una historia. La misma que se refleja en la imaginación del oyente, creando una fantasía fácil de recordar. Por lo que recomienda que la gestión de las emisoras de frecuencia modulada del DMQ

sea fortalecida con la inclusión, en sus programaciones del radioteatro como una oferta comunicacional atractiva que contribuya al desarrollo humano de la audiencia, con mejores estándares de calidad y mayores niveles de exigencia.

## **CAPÍTULO I**

## 1.1 La historia de la radiodifusión

El nacimiento de la radio tuvo tres factores fundamentales que marcaron el inicio de este importante invento: Descubrimientos técnicos, necesidades militares y la competencia política de las naciones en el mundo. En los aportes del inventor norteamericano Alexander Lee Forret sobre Guillermo Marconi se detalla que el científico facilitó la aparición de la radio, que con sonidos y palabras, permitió las primeras transmisiones con la utilización del micrófono (Lusa Monforte, 2006).

En 1873, el matemático escocés James Clerk Maxwell envió sus teorías a la Royal Society de Londres en el que daba a conocer su teoría dinámica del campo electromagnético. Esta teoría estaba relacionada con los campos eléctricos variables que crean campos magnéticos también variables y que viajan por el espacio en forma de ondas electromagnéticas, sobre las que se asentaron los fundamentos de la radioelectricidad (Maxwell, 1998).

En 1888, Heinrich Rudolf Hertz fue el primero en demostrar la teoría de Maxwell, al idear como "crear" artificialmente tales ondas electromagnéticas y como detectarlas. Hertz llevó a la práctica emisiones y recepciones de estas ondas y analizó sus características físicas, demostrando así que las ondas creadas artificialmente tenían todas las propiedades de las ondas electromagnéticas descubiertas por Maxwell (Bronowski & Bruce, 1985).

El dispositivo que diseñó Hertz para producir ondas electromagnéticas consistía en dos barras metálicas del mismo tamaño alineadas y muy próximas. Con esta demostración el físico alemán dio un paso gigante al probar que las ondas electromagnéticas se propagan a una velocidad similar a la velocidad de la luz y que se reflejan con las mismas



características físicas que las ondas de luz en superficies metálicas, sentando así las bases para el envío de señales de radio (Gabàs Masip, 2015).

En 1895 en Italia, Guillermo Marconi, un joven de apenas 20 años, recibía a través de un diario la noticia de los efectos de las ondas electromagnéticas engendradas por un oscilador eléctrico inventado por Hertz. Un año después, en 1896, Marconi patenta un dispositivo de perfeccionamiento en las transmisiones de impulsos y señales eléctricas y en 1901 consiguió, por primera vez, transmitir señales de lado a lado del océano Atlántico (Yaguana, 2014).

Aunque tradicionalmente se atribuye el invento de la radio a Marconi, la verdad es que sistemas similares, o algunas de sus partes, estaban siendo desarrollados en diferentes lugares del mundo de forma simultánea. Marconi tuvo el mérito de saber integrar en un solo equipo los conocimientos de otros importantes científicos como: Hertz, Tesla, Branly, Lodge o Popov (Marincic & Budimir, 2001).

Sobre los inicios de la radio, el conocido comunicador cubano, José Ignacio López Vigil afirma que:

“El teléfono transformaba el sonido en señales eléctricas y lo enviaba, valiéndose de micrófonos y auriculares, por un tendido de cables similar al del telégrafo. La voz humana iba y venía sin necesidad de ningún alfabeto para descifrarla. Si viajaba la voz, podía viajar la música. Y cualquier ruido. El sonido había roto para siempre con la esclavitud de la distancia” (López Vigil, 2000: 6-7).

## 1.2 Primeras transmisiones

La Nochebuena de 1906, Reginald Aubrey Fessenden transmitió desde Brant Rock Station (Massachusetts) la primera señal de audio de la historia. Así, barcos en alta mar pudieron oír una transmisión que incluía a Fessenden tocando al violín y leyendo un pasaje de la Biblia (Belrose, 2002).

La primera transmisión radial latinoamericana se hizo desde la terraza de un coliseo en Argentina el 27 de agosto de 1920, según lo afirman Martha Merkin, Juan José Panno, Gabriela Tijman y Carlos Ulanovsky autores del libro “Días de Radio”. Quizás esta fue “la primera emisión pensada para público en general y porque fue realizada con propósitos de continuidad, a pesar de su carácter experimental” (Zambelli, 2006).

En 1922, en Inglaterra, la estación de Chelmsford, perteneciente a la *Marconi Wireless*, emitía dos programas diarios, uno sobre música y otro sobre información. El 4 de noviembre de 1922 se fundó en Londres la British Broadcasting Corporation (BBC) que monopolizó las ondas inglesas (Ramos, 2007).

## 1.3 La radio en América

En América las primeras transmisiones para entretenimiento regulares comenzaron en 1920 en Argentina. El 27 de agosto de 1920, el médico Enrique Susini y un grupo de entusiastas amigos montaron un transmisor de 5 vatios en la azotea del teatro Coliseo. Desde allí hicieron las primeras pruebas. El 27 de agosto de 1920 a las 9 de la noche, *los locos de la azotea*, como ya les llamaban, transmitieron para todo Buenos Aires una ópera de Richard Wagner. Éste fue el primer programa de radio dirigido a público abierto que se

oyó en nuestro Latinoamérica (López Vigil, 2004). Para 1925 ya había doce estaciones de radio en esa ciudad y otras diez en el interior de Argentina. Los horarios eran breves y muchas veces entrecortados, desde el atardecer hasta la medianoche (López Vigil, 2000).

La primera emisora de carácter regular e informativo es la estación 8MK (hoy día WWJ) de Detroit, Michigan (Estados Unidos) perteneciente al diario *The Detroit News*, que comenzó a operar el 20 de agosto de 1920 en la frecuencia de 1500 kHz AM. Aunque muchos autores opinan que es la KDKA, de Pittsburg, que comenzó a emitir en noviembre de 1920, porque obtuvo una licencia comercial antes que aquella y entregó a millares de oyentes los resultados de las elecciones presidenciales entre Harding y Cox, demostrando así que la radio podía competir con mucha ventaja a la prensa escrita (Berkman, 1988).

En 1922, la radio llegó a Chile con la primera transmisión radial que la Universidad de Chile realizó desde el diario *El Mercurio* de Santiago. El 10 de octubre de 1922 salió en Cuba la radio PXW, estación que estaba patrocinada por la empresa Cuban Telephone Company, el presidente de ese entonces, Alfredo Zayas, pronunció un saludo desde el palacio presidencial que fue transmitido por la emisora cubana (Salwen, 1993).

En la segunda mitad de los años 20 del siglo XX surgen estaciones de radio en Perú (1925), Venezuela, El Salvador y República Dominicana (1926), Costa Rica (1927), Bolivia y Colombia (1929). Luego en la década siguiente se incorporan St. Pierre y Miquelón (1930), Honduras (1933), Panamá y Barbados en 1934, Guatemala, Guyana y Surinam (1935), Belice en 1937, Jamaica y Nicaragua en 1939. En 1940 ingresa Haití y Paraguay en 1941. En 1925 Ecuador empieza sus emisiones experimentales con su primera estación, radio El Prado, de Riobamba (San Félix, 1991).

En más lugares del continente casi por la misma época, se inauguraron otras emisoras importantes como la primera transmisión que se hizo en el Brasil, realizada por Radio Club de Pernambuco el 6 de abril de 1919. En 1921 el turno le corresponde a Honduras con la HRB “La Voz del Trópico”, y México, donde la radio inició en Córdoba.

Como ya lo anotamos anteriormente en 1922 tres países inician la radio, Chile el 19 de agosto con la transmisión desde el patio central del diario El Mercurio; Puerto Rico el 2 de diciembre con la WKAQ radio, y Cuba el 10 de octubre con la emisora 2LC, para celebrar el aniversario del grito de Yara. En el mismo país en 1958 desde la Sierra Maestra, sale al aire Radio Rebelde.

En 1926, el 1º de marzo, nace la primera emisora de El Salvador y de Centroamérica, la AQM, (iniciales del presidente Alfonso Quiñónez Martínez), hoy Radio Nacional de El Salvador.

En ese mismo año la radiodifusión nació en Venezuela el 23 de mayo con la emisora AYRE. En Costa Rica el 24 de diciembre de 1927. En 1928 Bolivia y Honduras se inician en la radiodifusión, Bolivia en la ciudad de Sucre y Honduras con “La voz del Trópico”.

En Colombia fue en 1929 cuando comenzó la radiodifusión comercial en Bogotá. Guatemala y Uruguay en 1930, Guatemala inaugurando Radio Nacional de Guatemala, y CX6 en Uruguay. Panamá en 1933, entró al mundo radiofónico con “Radio Experimental” o Radio Tembleque. El 30 de enero de 1937 se reinauguró Radio Nacional del Perú y OAX. En Nicaragua el 14 de junio de 1940 con la emisora Y.N.O.W. la voz de América Central, aunque 9 años antes intentó con la “Voz de Nicaragua.

Dentro de este boom radiofónico que poco a poco se instalaba en la región, es importante saber quiénes fueron los iniciadores, los dueños y el personal que empezó trabajando en las emisoras de ese tiempo, y lograron el interés de esas audiencias, como los siguientes personajes: “Los locos de la azotea” en Argentina, encabezados por el médico Enrique Telémaco Susini, que fueron los pioneros de la radio en América Latina; en Brasil el padre gaucho, Roberto Landell De Moura; los hermanos Enrique y Rodolfo Costas en Bolivia; en Chile Arturo Salazar y Enrique Sazié; en Colombia los padres de la radio son entre otros, Manuel Gaitán de La Voz de la Víctor y don Hernando Bernal Andrade y su señora, doña Luisa Mahé de Bernal.

En Costa Rica el precursor de la radio fue Amando Céspedes Marín; en Cuba, Luis Casas, hijo y padre; en Ecuador, Carlos Cordovez y familia; en Guatemala, Julio Caballeros Paz; en México, Emilio Azcárraga; en Nicaragua, José Mendoza Osorno y Moisés Le Franc; en Panamá, Fernando Joly, Félix Álvarez, Emérito Núñez y Enrique Paniza , en Paraguay Salvador Guanes, Alfonso Sá, el sanlorenzano Zacarías León Sotelo y el austriaco Ernesto Stricker, de San Bernardino; en Uruguay Sebastián Paradizabal y en Venezuela, Roberto Scholtz y Alfredo Moller.

(Tomado de un artículo titulado “La historia de la radio en Latinoamérica”, publicado en Radio Santa fe de Colombia el 10 de febrero de 2016, por el periodista Luis Eduardo Forero Medina).

Es importante señalar que en 1933 Edwin Armstrong describió un sistema de radio de alta calidad, menos sensible a los parásitos radioeléctricos que la AM, utilizando la modulación de frecuencia (FM). A finales de la década este procedimiento se estableció de forma comercial al montar su propia emisora con este sistema. Gracias a este nuevo invento, el

mundo se hizo más pequeño. Cualquier nación podía difundir mensajes, consignas e instrucciones atravesando fronteras y accidentes geográficos de forma prácticamente instantánea (Murillo Fuentes, 2007).

#### **1.4 La radio en Ecuador**

A finales de la década de los 20 del siglo XX Ecuador empieza con sus primeras transmisiones radiales. Los pioneros fueron pocos y contaron con equipos pequeños de escasa potencia tanto para emitir y receptor mensajes. Tampoco existían muchos receptores por su alto costo y su curiosidad era mínima. Los aparatos eran adquiridos en el exterior y servían como una distracción en pocos hogares ecuatorianos. Al inicio, algunas emisoras preferían hacer transmisiones nocturnas para evitar ruidos e interferencias atmosféricas (Yaguana Romero y Delgado López, 2014).

En Ecuador varias ciudades se atribuyen ser las pioneras de la radiodifusión. Por ejemplo, en Guayaquil cuentan que los primeros aparatos receptores de radio se introdujeron entre los años 1925 y 1927.<sup>1</sup> “Se dice que la primera emisora cultural del puerto fue fundada por Francisco Andrade Arbaiza, con un transmisor construido en el barrio Las Peñas, a la que denominó Radio París” (Grupo Historadio, 2011).

Pero la verdad sea dicha, el nacimiento de la radiodifusión ecuatoriana fue en Riobamba con la instalación de la Estación Radiodifusora *El Prado*, cuyo protagonista fue el Ing. Carlos Cordovez Borja, un ingeniero electrónico graduado en la Universidad de Yale Estados Unidos, quien construyó un transmisor de 100W para contactos con radioaficionados antes de ser una emisora (Brito López, Cedillo Guallpa & Ramos Jarro, 2009).

Luego el 27 de febrero de 1925, el ingeniero Cordovez construyó un pequeño transmisor que lo instaló en la fábrica de tejidos El Prado (de allí viene su nombre) y comenzó a emitir señales de prueba. Meses después, estas emisiones se fueron perfeccionando hasta que llegó la primera transmisión que se realizó desde el colegio San Felipe en el mismo año. El transmisor era de 25 w. en transformador y 5 w. en antena y operaba en los 60 metros (Álvarez Moreno, 2012).

El jueves 13 de junio de 1929, a las 9 de la noche, radio *El Prado* inició oficialmente sus transmisiones radiales, convirtiéndose desde ese instante en la primera radiodifusora que se puso al servicio de la cultura y entretenimiento en Ecuador (Historadio, 2011a).

La radio *El Prado* era muy sintonizada en la ciudad de Panamá. Se recibían de esa tierra tropical muchas cartas y entre ellas la del médico quiteño Juan José Moreno, radicado desde mucho tiempo en esa capital istmeña (San Félix, 1991).

Hugo Delgado Cepeda, radiodifusor guayaquileño, cuenta que el joven de 22 años Juan Behr, estudiante de radiotécnica por correspondencia, en el Instituto Rosenkranz de Los Ángeles, es quien construyó un equipo de 20W de onda corta para lanzar al aire. El 16 de julio de 1930, su *Ecuador Radio* HC2JBS en los 31 mts. Él mismo redactaba los avisos comerciales del almacén de su padre y los emitía tres veces a la semana, por lo que Delgado considera a Behr como el primer locutor comercial del país (Barros Pacheco, 2015).

La tercera emisora que tuvo Guayaquil fue radio *Quinta Piedad* HC2RI, del Dr. Robert Leví Hoffman. Funcionaba los jueves y domingos por la noche, emitiendo música clásica, programas literarios y cívicos. Luego en 1935, los guayaquileños pudieron deleitarse con

*Radio Ortiz*, de Rigoberto Ortiz Bermeo. El 8 de julio de 1936 apareció *Ondas del Pacífico* y su propietario fue Alfonso Wilmot. Finalmente, ese mismo año estuvo en el aire *La Voz del Alma*, de la señora Odalia Arauz de García, en los 9.400kc. En 1936 nació en Guayaquil *Radio El Telégrafo*, que pertenecía al diario del mismo nombre; estaba en los 1.800 kc. onda larga y 4.600 kc. onda corta, cubría la banda de los 62,5 metros (Álvarez Moreno, 2012).

El 6 de septiembre de 1933 nació *La Voz del Litoral*, asistida técnicamente por el Ing. Eric Williams, de la casa Reed and Reed. Fue la primera en trabajar con libretos, desterrando la improvisación; además inició espacios de radioteatro con la participación de las figuras más notables de la época (San Félix, 1991).

El 25 de diciembre de 1931 Quito tiene la primera señal de radio, HCJB *La Voz de los Andes*. Los pastores evangélicos propietarios de la emisora lograron un permiso de operación por 25 años otorgado por el Presidente de la República, Dr. Isidro Ayora. Los pioneros de la radiodifusión en la ciudad capital y en la provincia de Pichincha son los señores Dr. Clarence W. Jones, Dr. Reuben Larson, Sr. Juan D. Clark y David S. Clark y sus correspondientes esposas. Denominada inicialmente *La Voz de Quito*, después pasó a llamarse *La Voz de los Andes* (San Félix, 1991).

En 1940 *Radio Quito* apareció en la capital de los ecuatorianos, radioemisora perteneciente a los propietarios del diario *El Comercio*. El 12 de febrero de 1949, *Radio Quito* puso al aire la versión radiofónica de *La guerra de los mundos*, de H.G. Wells (Macaroff, 2012).



Las primeras señales de radio en Cuenca fueron emitidas desde un transmisor de 50 watos de potencia, instalado en la casona de la señora Hortensia Mata. Estas transmisiones ya tenían horarios y responsables de la programación e incluían presentaciones de artistas, en un amplio salón con la participación del público. Es importante señalar que no existe la fecha exacta de las emisiones radiales, aunque se tiene claro que fue en la década de los 30.

La primera emisora del estado fue la experimental HC1DR aproximadamente en 1929. Fue construida por Cesar A. Semante y Victoriano Salvador con una potencia de 15 W, que cubría gran parte de la ciudad capital. El horario de transmisión era de 19 a 21 horas. En 1941 esta emisora experimental y luego de fastuosa reinauguración se transforma en Radio Nacional del Estado. (San Félix 1991, pag. 37).

En 1934 se creó en Quito, Radio El Palomar del conocido radiodifusor Leonardo Ponce Pozo. Funcionaba en la calle bolívar y Pichincha (hoy Benalcázar). Inicialmente tuvo 100 w de potencia y funciono hasta 1948. (San Félix 1991 pag. 46.)

En Guayaquil en enero de 1935, se fundó la HC2ET que pertenecía a la Casa American Trading Co., famosa por distribuir los radios marca Zenith. Mientras que para mayo de ese mismo año, en la ciudad de Ibarra se inaugura la primera emisora de la provincia de Imbabura llamada “La Voz de Imbabura” de don José Aurelio Gómez Jurado.

También en 1936 nace la emisora guayaquileña HIR S. A. que emitió programas comerciales. Sus propietarios fueron los señores, Horacio y Ramón Sierra. (San Félix 1991, pag. 16).

Para el año 1938, el general Ricardo "macho" Astudillo, siendo gerente de The Guayaquil and Quito Railway funda la radio "Nariz del Diablo" que perteneció a la Empresa de Ferrocarriles del Estado. Su nombre se debía a uno de los lugares más sorprendentes de la geografía nacional, por donde la línea férrea desciende violentamente a la costa. Su inauguración se realizó en el Club de Ferroviarios situado en la calle Sucre entre Guayaquil y Venezuela. (San Félix 1991 pag. 51)

En Cuenca, en la década de los treinta, un grupo que se denominó "Club de compañeros", había emitido señales electrónicas adaptando un micrófono a una radiola. Más tarde fue utilizado un pequeño transmisor ensamblado en una caja de madera de 40 centímetros de alto, provisto de un micrófono de carbón. Este equipo fue propiedad de Juan Eljuri y quienes hicieron posible las emisiones de radio fueron Alejandro Orellana Solano y José Justiniano Espinoza. (ERAZO L., 1980 Manual Práctico de la Radiodifusión pp. 21-22)

En Ambato, la primera radio que salió al aire fue La Voz del Progreso, que surgió luego del terremoto del 5 de agosto de 1949 (Jiménez, 2010).

## CAPITULO II

## **2.1 La comunicación radiofónica**

A diferencia de la prensa escrita y del trabajo que cumple actualmente la televisión, en la radio se vive una comunicación muy particular. Pues en ella el emisor y el receptor se juntan sin conocerse y se ven sin ser vistos. En la radio la imaginación está presente de forma diversa en la mente de los oyentes, que perciben espacios sin ser percibidos y con un solo elemento (el audio) pueden crear un mundo de muchos colores. En la radio se crean imágenes mentales que son diferentes a las que ofrecen el cine, la televisión, la prensa, la fotografía o los videojuegos, por citar otros medios de comunicación (Fernández, 1994).

La capacidad de generar imágenes mentales en los oyentes es, sin duda, la principal especificidad de la radio como medio de comunicación. Aunque tradicionalmente también se le han atribuido otras propiedades a las que necesariamente tenemos que referirnos, como su inmediatez, la heterogeneidad de su audiencia, su accesibilidad o la credibilidad de sus mensajes (Bernal Antúnez *et al.*, 2015).

Además, la radio, en comparación con la prensa o la televisión, es barata y técnicamente sencilla. No hace falta disponer de grandes infraestructuras para emitir, ni trasladar cámaras, ni equipos de iluminación o enlaces personal técnico numeroso. La radio actualmente, pese a los avances que han experimentado otros medios gracias a la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, sigue siendo la más rápida y la más instantánea, sobre para transmitir acontecimientos noticiosos de última hora (Ávila Bohórquez, 2011).

Además, “la radio no ha perdido la virtud de llegar a todos los públicos, porque, entre otras cosas, sus mensajes son sencillos y fáciles de entender, además que mientras se escucha radio se pueden desarrollar otras actividades” (Recursostic.educacion.es, 2015).

## **2.2 Funciones**

La radio es el primer medio que cumple las cuatro principales funciones de la comunicación como son: informar, educar, orientar y entretener (Sosa, 2012).

### **2.2.1 Informar**

Es la función más importante de la radio, donde la libertad de expresión es un derecho pues nos deja escuchar lo que queremos y tenemos la oportunidad de interactuar con los personajes que hacen la noticia o la información. Es decir, permite al ser humano ejercer la libertad de transmitir y recibir información.

### **2.2.2 Educar**

Es otra de las funciones sociales de la radio que tiene el propósito de difundir la cultura, el conocimiento, el orgullo nacional, costumbres valores universales, concienciación cultural, moral y conductual. Con la radio se puede lograr el desarrollo de individuo y la sociedad.

### **2.2.3 Orientar**

Consiste en contribuir a conformar ideas sobre los acontecimientos de los cuales se informa a la audiencia, aportando de esta manera a la construcción del individuo y de la sociedad.

#### **2.2.4 Entretener**

La radio a cada instante genera entretenimiento, una sana diversión como elementos atractivos para su audiencia. Además, es gratuita e inspira confianza pues tiene un halo de naturalidad y amistad que difícilmente se aprecia en otros medio audiovisuales.

### **CAPITULO III**

### 3.1 La educomunicación en la programación radiofónica

La educación en materia de comunicación es una disciplina que incluye todas las formas de estudiar, aprender y enseñar, en el contexto de la utilización de los medios de comunicación en el currículo escolar. María Lujan González Portela (2015) en su libro *Educomunicación, educación para la comunicación desde un enfoque ético e intercultural*, señala que:

“...la Educomunicación tiene una gran amplitud y es extensible y complementaria a investigaciones en otras áreas científicas. Podríamos decir incluso, que casi ninguna actividad humana escaparía al influjo de la Educomunicación porque tanto la comunicación y la educación extienden sus influencias a todos los ámbitos de nuestro mundo” (González Portela, 2015).

El método se sustenta en la pedagogía crítica de Paulo Freire (2005), quien planteaba el diálogo entendido como un proceso de comunicación, sin división entre emisores y receptores. Se trata de que los alumnos y los espectadores participen juntos, se conviertan en emisores activos, conozcan la realidad de los acontecimientos y hagan un ensayo crítico sobre cualquier situación para llegar al verdadero conocimiento.

En este sentido, Mario Kaplún (1998) también nos habla del mismo concepto en su modelo autogestionario. En él, el sujeto participa activamente en el proceso educativo, se involucra, investiga, busca respuestas, problematiza y solo así llega al conocimiento.

Actualmente es importante saber que la educomunicación está presente en la nueva era de los procesos de enseñanza-aprendizaje, porque también engloba una concepción



técnica, que le permite saber utilizar las nuevas tecnologías de la comunicación (Aparici, 2011).

## **CAPITULO IV**

#### **4.1 La gestión por procesos en la comunicación radiofónica**

#### **4.2 La planificación estratégica de la comunicación radiofónica**

La premisa de presentar un marco teórico–conceptual de la planificación de la comunicación radiofónica en función del desarrollo nos ubica en una dicotomía natural de conceptos desde el sentido mismo de las palabras: planificación y comunicación, o viceversa. Es apreciable que la planificación alcanzó un alto grado de confiabilidad, por su importancia en el país, mientras que el análisis científico de la comunicación superó los límites del empirismo. A su vez, está reconocida la interrelación de las dos disciplinas cuando se entrelazan y emergen, en unidad funcional.

“Para algunos la planificación de la comunicación en general significa la racionalización del uso de los medios de comunicación colectiva, para despertar en la población actitudes favorables a una determinada política de desarrollo o para conseguir la cooperación y movilización popular en la implantación de un programa específico sectorial; para otros, en cambio supone el crear condiciones socio políticas que faciliten la participación de la población en todo el proceso de la planificación” (Proaño, 1994:56).

En la primera aseveración, la comunicación está ubicada en el nivel de apoyo de la planificación, exclusivamente en la tarea o misión de difusión exclusiva de mensajes elaborados en las cúpulas y aislados de los perceptores, que son en este caso la radio, un ente pasivo, mientras que la segunda puntualización encierra la inclusión de la comunicación humana interpersonal y masiva, producto de un intercambio permanente.

En la planificación del desarrollo se sigue considerando poco o esporádicamente a la comunicación, salvo cuando es inviable llegar por contacto directo a sectores sociales y zonas más amplias, para lo que se acude al uso de los medios radiofónicos. En los planes de desarrollo local, como regionales o de instancias intermedias entre el Estado y la población, la comunicación radial no está considerada aún como aspecto estratégico, debido a la mínima importancia que le otorgan los directivos o, a su vez, la utilizan inadecuadamente; lo mismo sucede en los programas políticos y de gobierno que se elaboran o implementan. Por estas consideraciones, los investigadores de las ciencias sociales han considerado a la planificación de la comunicación en general como la disciplina que consiste en una actividad encaminada a lograr la racionalización de las operaciones que se pretende llevar a cabo con el fin de obtener un propósito determinado de comunicación; implica la ejecución propositiva de una serie de actividades predeterminadas para llegar a afectar a los receptores o audiencias públicas (Hernández Rodríguez, 2002).

La valoración cuantitativa y cualitativa de la planificación de la comunicación en la macro y micro organización institucional será determinada por la agenda de desarrollo, que deben cumplir las estaciones de radio. La elaboración de un esquema práctico será vital, por la simple razón de que constan factores como la política de desarrollo, la infraestructura del sistema de comunicación, la tecnología y los públicos hacia donde está dirigida esa acción. Hancocck, un planificador, subraya que los parámetros ideales de esa estrategia son: período de gestación – formulación de política – planificación estratégica – planificación operacional – implementación – evaluación. Sin embargo de constituir elementos secuenciales y primordiales, representan las metas del presente. En los actuales momentos se ha mencionado la necesidad de avanzar hacia el futuro, no a

manera de pronóstico sino como un acto de prevenir “lo que vendrá”, lo que se conoce también como planificación prospectiva.

El periodismo radiofónico se encuentra en un proceso de crecimiento muy acelerado debido a que la tecnología avanza en forma vertiginosa, y el medio de comunicación, radio, exige la producción de géneros periodísticos acordes con la demanda informativa de la población. Hombres y mujeres que han abrazado esta profesión encuentran en la misma una puerta abierta a sus primeras prácticas periodísticas profesionales (Garcés, 2007).

En consecuencia, quien labora en el mundo exigente de la radio requiere del dominio de ciertas destrezas, que complementadas con el arte de hablar le convierte en un comunicador radiofónico de vital importancia para la masificación del mensaje. En la actualidad la competencia es absolutamente creciente, el número de estaciones de radio que ofrecen varios servicios como: noticias, radio revistas, entretenimiento, radioteatro, etc. aumenta a diario; en lo que tiene que ver con los noticieros, el mercado ocupacional es cada vez más reducido; las empresas radiofónicas piden y obligan al periodista radial, más capacidad, más talento y más audacia en la cobertura informativa (Martini & Luchessi, 2004).

#### **4.3 La personalidad del medio, identidad de la radio.**

Existen verdaderas particularidades y riquezas en el uso del lenguaje radiofónico, por cuanto su origen facilita el experimento de la relación al resurgimiento de la radiodifusión, a partir de los años sesenta, luego de la Segunda Guerra Mundial. Hay una verdadera contundencia en el adecuado uso de las palabras o términos que permitan el entendimiento de los seres humanos en toda la extensión de la significación.

Podemos asegurar que la radio tiene una personalidad definida y para disponer de una audiencia masiva está obligada a la utilización de un lenguaje y estilo propios, en otros términos, la radio debe adaptar las palabras al mensaje que va a transmitir.

Marshall McLuhan (1998) señaló que la radio es la extensión del oído y la televisión de la vista, en virtud a que el usuario tiene que necesariamente emplear estos dos órganos de los sentidos con mayor frecuencia debido al cambio que van experimentando.

#### **4.4 Formación profesional**

Las universidades ecuatorianas no le dieron la importancia del caso a la formación profesional de los comunicadores radiales, debido a las limitaciones de índole económica que impidieron la dotación de verdaderos centros audiovisuales, que cuenten con una tecnología mínima para el entrenamiento de los comunicadores en formación. En esta consideración decimos que la producción es casi nula y no se diga de la calidad. El dominio de áreas específicas no ha sido desarrollado de manera suficiente como para garantizar el uso adecuado del lenguaje radiofónico.

Quienes laboran en este medio de comunicación desconocen la manera de desenvolverse con el lenguaje radiofónico, por cuanto no disponen de los conocimientos suficientes para facilitar la utilización de las palabras, el sonido, silencio, los efectos del sonido, la música en el logro de los productos bajo los parámetros de calidad.

#### **4.5 Prácticas profesionales**

En la práctica profesional radiofónica, la característica principal del uso del lenguaje oral en una estación radial se inicia desde la función que cumple a partir de las características propias y de su especificidad. Para el efecto, deberá seleccionar un estilo basándose en una metodología distinta a la que se usa en la comunicación impresa, una revista o en el cine. La comunicación en radio no puede tener el mismo tratamiento que otros medios masivos.

El lenguaje audiovisual está considerado también como lenguaje sonoro. Es decir que existe un nexo entre el oyente y el medio, por cuanto el ser humano usuario es absolutamente participativo y no meramente receptivo, que solo está para recibir los mensajes y nada más. Así mismo el comunicador social tiene que considerar dos elementos fundamentales para agradar con su lenguaje a los oyentes, a saber:

1. Escribir para el oído: sencillez, claridad y brevedad.
2. Hablar para el amigo o amiga oyente, estilo coloquial, conversacional, e íntimo; cotidiano, común, corriente; entendible, audible, claro; sugestivo, seductor, emotivo y expresivo.

Sobre las prácticas profesionales en un medio radiofónico, en la Ley Orgánica de Comunicación (2013) se establece lo siguiente:

**Art. 15.** Los servidores públicos y trabajadores de los medios radiales, en su actividad profesional, se regirán a lo siguiente:

- a. **Respeto a las normas.** Respetar todas las normas establecidas en la Constitución, en la Ley Orgánica de Comunicación y más normativas aplicables, respecto a la difusión de contenidos de interés público.
  
- b. **Uso de información privilegiada.** No utilizar nunca en beneficio propio informaciones privilegiadas obtenidas de forma confidencial, como periodistas en ejercicio de su función informativa.
  
- b. **Información.** No difundir información tergiversada. La información debe ser obtenida de manera adecuada respetando los códigos de conducta profesionales y derechos humanos establecidos en la Constitución.
  
- d. **Secreto profesional y anonimato.** Respetar la voluntad del informante en cuanto a su deseo de mantenerse en el anonimato con respecto a una determinada información.
  
- e. **Contraste.** Contrastar las fuentes y brindar el espacio debido a la persona afectada a exponer su propio punto de vista sobre los hechos.
  
- f. **Fuentes, citas y derechos de autor.** Citar las fuentes de la información y respetar los derechos de autor.
  
- g. **Versiones y rumores.** No dar paso a rumores o conjeturas, salvo que sean contrastadas e identificadas desde la fuente para que sean convertidas en noticia u opinión.



- h. Tratamiento de la violencia.** Mantener alta y especial sensibilidad en caso de informaciones que puedan desatar violencia o prácticas inhumanas o degradantes.

#### **4.6 Las audiencias**

Cuando hablamos de las audiencias, a partir de la clasificación de los oyentes por estratos sociales, se determina a los denominados públicos que están conformados por distintos segmentos de la población o estratos sociales. El lenguaje radiofónico permite un nexo entre el oyente y el medio de comunicación, lo que muestra al ser humano como un agente participativo y no solo como un ente receptivo (Gómez Vargas, 2015).

La radio tienen una personalidad definida y para llegar a sus audiencias lo hace utilizando un lenguaje, un estilo y redacción propios. La radio posee una manera muy especial de llegar a sus interlocutores para lo que deberá considerar aspectos como:

- a. La conformación social de los oyentes.
- b. Preferencias circunstanciales de los oyentes.
- c. Empleo de palabras comunes y propias del léxico popular.
- d. Correspondencia a la problemática a la que pertenece el receptor.
- e. Variedad de imaginarios sociales y políticos.

#### **4.7 El empirismo, una realidad**

En Ecuador y en particular en el Distrito Metropolitano de Quito, desde el apareamiento de la radio el empirismo ha estado presente debido a que los empresarios no han tenido

la preocupación, de manera general o particular, en concentrar en sus plantillas de trabajadores a profesionales preparados en las universidades ecuatorianas, simplemente por el costo y por priorizar las utilidades frente a la calidad de los programas. De ahí que la mayoría de los trabajadores de la radio ecuatoriana sean improvisados (Muños & Eduardo, 2015).

El gobierno nacional de Ecuador está desarrollando una calificación del personal de radio y TV previo a la entrega de un certificado de profesionalización, que le permita trabajar en medios audiovisuales.

## CAPILTULO V

## **5.1 Los derechos constitucionales de la comunicación**

Como todas las emisoras que funcionan en nuestro país, también las estaciones FM del Distrito Metropolitano de Quito están sometidas a las normas que dispone la Ley Orgánica de Comunicación en lo que se refiere a los derechos constitucionales que tiene en este caso la comunicación radial.

## **5.2 La ley de comunicación**

En el título IV de la Ley Orgánica de Comunicación (2013) actualmente en vigencia se establece muy claramente lo que se denomina “Regulación de contenidos” y en el artículo 60 existen seis estilos o formas de comunicar que son:

1. Informativos -I-
2. De opinión -O-
3. Formativos/educativos/culturales -F-
4. Entretenimiento -E-
5. Deportivos -D-
6. Publicitarios -P-.

En este caso el radioteatro está en el inciso en el número 3, que se refiere a programas con contenido formativo/educativo y cultural. Para esto señalamos textualmente lo que dice el artículo 60 sobre la regulación de contenidos:

“Los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar todos los contenidos de su

Publicación o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos”. Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deben identificar el tipo de contenido que transmiten y señalar si son o no aptos para todo público, con el fin de que la audiencia pueda decidir informada mente sobre la programación de su preferencia”( Ley Orgánica de Comunicación, 2013).

### 5.3 La ley de la propiedad intelectual

Por propiedad intelectual se entiende, en términos generales, a toda creación del intelecto humano. Los derechos de propiedad intelectual protegen los intereses de los creadores al ofrecerles prerrogativas en relación con sus creaciones (García, 1997).

En el convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (1976) consta una lista de objetos que se prestan a la protección por conducto de los derechos de propiedad intelectual, en la que constan los **fonogramas**<sup>1</sup>, que abarcan precisamente a las producciones radiales, como el radioteatro.

La importancia que reviste proteger la propiedad intelectual se deja por primera vez constancia en el Convenio de París de 1886. De la administración de los tratados se encarga la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) de la cual Ecuador es miembro. En ella se hace referencia a que los productores gozan el derecho a autorizar o prohibir la retransmisión, importación y distribución de sus fonogramas y copias derivadas de los mismos y del derecho a una remuneración equitativa por la radiodifusión y comunicación al público de sus programas (López Guzmán & Estrada Corona, 2012).

---

<sup>1</sup> Fonograma: Toda fijación exclusivamente sonora de los sonidos de una ejecución o de otros sonidos o de sus representaciones digitales. Las grabaciones gramo fónicas, magnetofónicas y digitales son copias de fonogramas. (*Registro Oficial No 320 Ley de Propiedad Intelectual*, n.d.).

El radioteatro está catalogado como un fonograma y está protegido por la Ley de Propiedad Intelectual. En la Ley de Propiedad Intelectual de Ecuador, en el párrafo tercero de los productores de fonogramas, que es lo que nos compete, los artículos 92, 93 y 96 señalan:

**Art. 92.** Los productores de fonogramas son titulares del derecho exclusivo de realizar, autorizar o prohibir:

- a) La reproducción directa o indirecta de sus fonogramas, por cualquier medio o forma;
- b) La distribución al público; y,
- c) La importación por cualquier medio de reproducciones de fonogramas, lícitas e ilícitas.

**Art. 93.** Las licencias exclusivas que otorgue el productor de fonogramas deberán especificar los derechos cuyo ejercicio se autoriza al licenciatarario, a fin de legitimar la intervención de este último ante las autoridades administrativas y judiciales que corresponda.

**Art. 96.** La duración de la protección de los derechos del productor de fonogramas, será de setenta años contados a partir del primero de enero del año siguiente a la fecha de la primera publicación del fonograma (*Registro Oficial N° 320 Ley de Propiedad Intelectual*, n.d.).

#### 5.4 Derechos de autor

El derecho de autor se aplica a las creaciones artísticas como libros, obras musicales, pinturas, esculturas, películas, fonogramas o producciones audiovisuales. La expresión “derechos de autor” nos remite a la persona creadora de una obra artística, a su autor, reconocido en la mayor parte de leyes donde goza de derechos específicos como impedir la reproducción deformada de su creación (Yúdice, 2002). El radioteatro, las dramatizaciones, las radio novelas, etc., son creaciones que deben ser reguladas por las leyes que protegen los derechos de autor.

En el libro *Principios básicos del derecho de autor y los derechos conexos* (Fernández Ballesteros, 1991) se señala que:

La finalidad de los derechos conexos es proteger los intereses legales de determinadas personas que hayan creado obras que merezcan la concesión de un derecho de propiedad que asimile al derecho de autor (Fernández Ballesteros, 1991:45).

Hasta la fecha se han venido otorgando derechos conexos a tres categorías de beneficiarios que de alguna manera abarca a las creaciones radiofónicas:

- Artistas, intérpretes y ejecutantes;
- Productores de fonogramas; y
- Organismos de radiodifusión.

En lo que respecta a los artistas, intérpretes y ejecutantes, se estipulan sus derechos a impedir la fijación (grabación), la radiodifusión y comunicación al público sin su consentimiento de sus interpretaciones o ejecuciones en directo, o en determinadas circunstancias. En cuanto a los productores de fonogramas se establece que gozan del derecho a autorizar o prohibir la reproducción, importación y distribución de sus fonogramas y copias derivadas de los mismos y el derecho a una remuneración equitativa por la radiodifusión y comunicación al público de sus producciones. Mientras que los organismos de radiodifusión gozan del derecho a autorizar o prohibir la retransmisión, la fijación y la reproducción de sus emisiones (Fernández Ballesteros, 1991).

### **5.5 Medios de comunicación privados**

Para los medios privados, en la Sección 3, Artículo 84, del Título V. Medios de Comunicación Social, en esta misma Ley, se hace referencia a los medios de comunicación privados y se establece que: “Los medios de comunicación privados son personas naturales o jurídicas de derecho privado con o sin finalidad de lucro, cuyo objeto es la prestación de servicios públicos de comunicación con responsabilidad social” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2013).

Al respecto, la mayoría de la emisoras FM del Distrito Metropolitano de Quito que transmiten programas dramatizados son de carácter privado. Es decir que sus productos radiofónicos son comercializados o financiados por alguna empresa o institución interesada.



En lo que se refiere a la producción nacional, el radioteatro en la mayoría de emisoras quiteñas es quizá el mejor representante del esfuerzo ecuatoriano por producir dramatizados de calidad dirigido a todas las audiencias; con actores, locutores, libretistas, productores, técnico y profesionales independientes, según lo que establece el artículo 97 de la misma ley que en su parte pertinente señala:

**Espacio para la producción audiovisual nacional.** Los medios de comunicación audiovisual, cuya señal es de origen nacional, destinarán de manera progresiva, al menos el 60% de su programación diaria en el horario apto para todo público, a la difusión de contenidos de producción nacional. Este contenido de origen nacional deberá incluir al menos un 10% de producción nacional independiente, calculado en función de la programación total diaria del medio. Para el cómputo del porcentaje destinado a la producción nacional y nacional independiente se exceptuará el tiempo dedicado a publicidad o servicios de televenta. La cuota de pantalla para la producción nacional independiente se cumplirá con obras de productores acreditados por la autoridad encargada del fomento del cine y de la producción audiovisual nacional” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2013).

## **5.6 Clasificación de audiencias y franjas horarias**

En lo que se refiere a la clasificación de audiencias y franjas horarias, la Ley Orgánica de Comunicación hace referencia a la Clasificación de Audiencias y Franjas Horarias que también compete a las emisoras que transmiten radio dramas de contenido formativo, educativo, cultural y entretenimiento. Allí se establece los tipos de audiencia y la franjas de programación como lo señala el artículo 65 del mismo Capítulo IV que dice:

Se establece tres tipos de audiencias con sus correspondientes franjas horarias, tanto para la programación de los medios de comunicación de radio y televisión, incluidos los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, como para la publicidad comercial y los mensajes del Estado:

1. Familiar: Incluye a todos los miembros de la familia. La franja horaria familiar comprende desde las 06h00 a las 18h00. En esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación “A”: Apta para todo público;
2. Responsabilidad compartida: La componen personas de 12 a 18 años, con supervisión de personas adultas. La franja horaria de responsabilidad compartida transcurrirá en el horario de las 18h00 a las 22h00. En esta franja se podrá difundir programación de clasificación “A” y “B”: Apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta; y,
3. Adultos: Compuesta por personas mayores a 18 años. La franja horaria de personas adultas transcurrirá en el horario de las 22h00 a las 06h00. En esta franja se podrá difundir programación clasificada con “A”, “B” y “C”: Apta solo para personas adultas”. Los contenidos de las producciones radiofónicas que utilizan el género del radioteatro pueden mantener una audiencia y horarios en los tres tipos señalados en este artículo (Asamblea Nacional del Ecuador, 2013).

## CAPITULO VI

## **6.1 La ética en la comunicación radiofónica**

En general el poder de los medios de comunicación para transmitir o difundir ideas y valores, para enviar y recibir información o para modular conductas es muy importante en los escenarios socio-políticos, económicos y culturales en la sociedad. Entonces, la radio como medio de comunicación es un instrumento de diálogo democrático, donde se dicen y proyectan cosas que inmediatamente tienen repercusión y son devueltas por el público oyente (López Vigil, 2004).

En un estudio del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Técnica Particular de Loja se manifiesta que gran parte de los medio radiales ecuatorianos no maneja un código de ética o un manual de procedimientos para el personal que trabaja en una emisora. Esto no hace pensar que la “Empresa Radial” ecuatoriana está siendo mal utilizada porque se privilegia lo económico por encima de la función social, que debería ser el principio fundamental de todo medio comunicativo (Yaguana Romero, 2015).

## **6.2 Código deontológico de una estación de radio**

En el presente proyecto de investigación es fundamental generar una propuesta de Código Deontológico, en cumplimiento de las disposiciones de la Ley Orgánica de Comunicación, vigente en Ecuador.

El instrumento legal debe garantizar a los radioyentes contenidos de calidad, en los que se respete la dignidad humana, la diversidad de ideas, la libertad de expresión de todos los ciudadanos, el respeto a la vida privada y el derecho a la réplica (Gargurevich, 1986).

De esta forma sus tareas serán las de producir con la mejor calidad y mayor cantidad posible todos los contenidos de los programas, la música en todas sus expresiones, los deportes, las noticias, los reportajes y el entretenimiento, buscando la equidad en los temas y propuestas frente a la diversas problemáticas de tipo social, económico y político (Micó, Canavilhas, Masip & Ruiz, 2007).

### **6.3 Finalidad y alcance**

El presente código es de aplicación para todo el personal que trabaja en las radioemisoras de todo el país. Su función es la de ser un mecanismo de equilibrio entre los medios de comunicación y la sociedad. Para avalar el respeto a los principios y valores de la comunicación radial, los trabajadores de una estación de radio se comprometen a observar rigurosamente las siguientes normas de conducta en el ejercicio y desarrollo de su actividad profesional.

**Art. 2.** Los servicios de una radioemisora deben contribuir a proteger y respetar los derechos fundamentales de las personas, así como los valores nacionales reconocidos por la Constitución y los principios determinados en la Ley Orgánica de Comunicación.

**Art. 3.** Ninguna disposición del presente Código Deontológico puede entenderse limitativa o restrictiva en el plano del derecho a las libertades de información, opinión, expresión, difusión del pensamiento y del derecho a la intimidad y a la inviolabilidad de las comunicaciones, consagrados en la Constitución de la República del Ecuador.

### **6.4 Actividad comunicacional de una estación de radio**

**Art. 4.** Los servicios informativos de una radio buscarán cumplir los más altos parámetros de calidad editorial. Su relación con el público, las fuentes, colaboradores, protagonistas y generadores de la información, se regirá por la ética profesional y de respeto a los derechos de las personas. Los valores éticos y editoriales de una emisora, se apuntalan en los siguientes principios:

**a. Precisión, rigor y credibilidad.** Transmitir o difundir únicamente informaciones sustentadas, evitando afirmaciones o datos imprecisos que puedan menospreciar o lesionar la dignidad de las personas, o provocar daño o descrédito injustificado a instituciones y entidades públicas y privadas, así como la utilización de términos o calificativos injuriosos o discriminatorios.

**b. Imparcialidad.** Los servicios informativos de una estación de radio respetan la libertad de expresión de las personas y buscan incluir a todos los ciudadanos, independientemente de sus posturas o tendencias filosóficas, políticas o culturales. El compromiso es exponer la diversidad de opiniones, creencias y valores de la sociedad, sin tomar partido, ni inducir al público a elegir colocarse en una u otra postura. De este modo no serán actores ni protagonistas de la información.

**c. Independencia.** Los medios de comunicación radiofónicos se mantendrán independientes tanto del gobierno como de los movimientos y partidos políticos, así como de grupos económicos o sociales que atenten contra la estabilidad social. Los servicios de una radio, no engrosarán los intereses de grupos que se encuentren en desacuerdo con los principios de la Ley de Comunicación o la Constitución del Estado Ecuatoriano.

**d. Responsabilidad pública.** Los espacios informativos de una emisora conocen el poder que implica la actividad comunicacional, por lo tanto se comprometen a no utilizar jamás ese poder en perjuicio de intereses públicos o lesionar los derechos de las personas.

**e. Compromiso social.** Las estaciones de radio se comprometen con la promoción y difusión de contenidos de acuerdo a la misión que tenga la radio de acuerdo a la realidad nacional y regional, valorando el imaginario colectivo.

**f. Claridad.** El estilo informativo, formativo y educativo de una emisora será claro, conciso, preciso, fluido, fácilmente comprensible para la mayoría, respetuoso de las normas del idioma y capaz de captar la atención y el interés del público.

**g. Democracia.** Los medios de comunicación, y en especial la radio, se comprometen a la apertura de espacios donde se propicien encuentros y debates continuos sobre la problemática actual, con responsabilidad en la formación de la opinión pública.

**h. Pluralidad.** Otra de las responsabilidades que tiene una radio es brindar la apertura necesaria a la diversidad de ideas y corrientes del pensamiento político, ideológico, cultural y socioeconómico, de esta manera se garantizará la libertad de expresión.

**i. Ética.** Los medios de comunicación radial, mantendrán vigentes los valores éticos en el quehacer profesional, laboral y en todos los productos radiofónicos que se emitan al aire.

**Art. 5. El interés público** prevalecerá sobre cualquier otra consideración en materia de política editorial. Las decisiones editoriales se las tomará en función de las siguientes prioridades:

- Respeto al derecho a la libertad de expresión.
- Apoyar y sostener el derecho a la información y comunicación, establecido como derecho constitucional.

**Art. 6. Respeto a la diversidad, plurinacionalidad e interculturalidad.** El trabajo periodístico, formativo, educativo de los medios radiales se regirá en el respeto a la diversidad, plurinacionalidad e interculturalidad mediante la incorporación permanente de personas y grupos discriminados e invisibilizados como fuente de información o protagonistas.

**Art. 7. Distinguir hechos y opiniones.** Se evitará la confusión o distorsión deliberada, observando siempre una clara distinción entre hechos y opiniones.

**Art. 8. Integridad y responsabilidad.** En la publicación de información u opiniones, una estación de radio no recibirá retribuciones o gratificaciones de ninguna índole de terceros.

**Art. 9. Posición de los medios de comunicación radiofónicos en asuntos judiciales.** De conformidad con el artículo 25 de La ley Orgánica de Comunicación, los medios de comunicación en general se abstendrán de tomar posición institucional sobre la inocencia o culpabilidad de las personas que se encuentren involucradas en una investigación legal o proceso judicial penal, mientras no se haya dictado la sentencia por juez competente y



la información sea veraz y pública. Así mismo, de conformidad con el artículo 27 de la ley Orgánica de Comunicación, siempre que los medios de comunicación aborden hechos sometidos a investigación o procesos judiciales, están obligados a transmitir la información requerida de una manera equitativa y en igualdad de condiciones las versiones y argumentos de las partes involucradas.

**Art. 10. Evitar la discriminación y el estereotipo.** Se deberá actuar con responsabilidad y rigor en el caso de informaciones u opiniones con contenidos que pudieran desembocar en prácticas discriminatorias de hecho o ideología por razón de sexo, etnia, creencia o situación social y cultural, así como de aquellas que den lugar al uso de la violencia, anulando expresiones o testimonios lesivos para la condición personal de los individuos y su integridad física y moral.

**Art. 11. Rectificación y réplica.** Se rectificará oportunamente y con el tratamiento pertinente a la circunstancia, las informaciones y las opiniones que se deriven de ellas, cuya falsedad o inexactitud haya sido demostrada y que, por tal motivo, resulten perjudiciales para los derechos o intereses legítimos de las personas y/o entidades y organismos afectados.

**Art. 12.** La prestación de los servicios de una estación de radio se rige por los siguientes principios:

- a) La libertad de expresión, de pensamiento y de opinión.
- b) La defensa y respeto a la persona humana.
- c) El respeto a la pluralidad informativa, política, religiosa, social y cultural.

- d) La defensa del orden jurídico democrático, de los derechos humanos fundamentales y de las libertades.
- e) La libertad de información veraz e imparcial, el fomento de la educación y cultura de la nación.
- f) La protección y formación integral de los niños y adolescentes, así como el respeto de la institución familiar.
- g) La promoción de los valores y la identidad nacional.
- h) La responsabilidad social de los medios de comunicación.
- i) La consecución del buen vivir.

**Art. 13.** Los programas que se emitan desde cualquier radioemisora deben ser analizados y evaluados previamente por la Dirección de la estación, Dirección de producción y Programación, siendo seleccionados de entre los programas existentes, de producción nacional como extranjera, los idóneos que cumplan con los parámetros de calidad establecidos por este medio.

## **6.5 DERECHOS DE LAS PERSONAS Y GRUPOS DE ATENCIÓN PRIORITARIA**

**Art. 14.** Conforme a lo establecido en la Constitución, la Ley Orgánica de Comunicación y demás normativas constitucionales aplicables, los trabajadores y servidores públicos de los medios de comunicación radiofónicos, garantizarán y respetarán los siguientes derechos:

- a) Respeto a las personas y su intimidad. Evitar la intromisión inoportuna y especulaciones innecesarias sobre sentimientos y circunstancias de las

personas. Omitir contenidos que se encuentren en contra de la dignidad, encauzándose en un mal concepto de los involucrados.

- b) Protección de menores. Manejar con extremo cuidado toda la información que afecte a menores, absteniéndose a difundir su identificación cuando aparezcan como víctimas, testigos o inculcados en causas criminales o de delitos sexuales.

## **6.6 Manual de estilo**

En el mismo Código Deontológico se establece un manual de estilo con normas que rigen la actividad de una radioemisora, así:

**Art. 16. El estilo periodístico.** Para consolidar el proceso comunicacional durante la edición de los géneros periodísticos, los comunicadores profesionales de una estación de radio, deberán considerar los siguientes conceptos:

El periodístico es un tipo de escritura que se distingue de los demás debido a dos características. Su apelación directa a un referente exclusivamente la realidad y su lenguaje que debe ser: claro, directo y conciso, dirigido a un público bien delimitado. Para el efecto deberá considerar el paradigma de la objetividad periodística. El mismo puede apelar a recursos como: la argumentación, la narración, la descripción, y diversidad de sonidos. Asimismo, debe construir sus propias reglas y cumplir con ciertos requisitos para ser decodificado por el perceptor.

Para la realización de los productos comunicacionales que serán difundidos en los distintos programas radiofónicos. Se deberá considerar que el estilo del discurso

periodístico asumido por cada medio de comunicación no solo prescribe las reglas de su coherencia interna, sino que determina el contacto que establece con el actor social.

**Art. 17. Los géneros periodísticos.** En la actividad diaria del proceso comunicacional en una emisora, deberá considerarse que los géneros periodísticos responderán a un estilo periodístico donde existirán determinadas formas de presentar la información, diferentes codificaciones, es decir, distintos géneros. En tal virtud, los comunicadores profesionales se ajustarán a determinados cánones para que su información sea decodificada de acuerdo a determinado género, a partir de codificaciones semánticas y la habilidad para establecer categorías exhaustivas para enmarcar y diferenciar a los distintos géneros periodísticos.

**Art. 18. Géneros informativos.** Son las distintas formas o modos de escribir y hacen referencia a un estilo, estructura, tiempos verbales, etc. Se clasifican en: géneros de opinión y géneros informativos.

Los géneros periodísticos guardan una estrecha relación con el objetivo final del comunicador (informar, opinar y entretener). Intentan poner en conocimiento de los lectores acontecimientos que han sucedido o que podrían llegar a suceder. Contienen recursos que fortalecen en el perceptor la certidumbre de credibilidad. Estos recursos son: citas textuales, descripciones físicas de personas y lugares y escenas dialogadas.

**Art. 19. Tipos de géneros informativos**

**a. Nota informativa.** Parte de los acontecimientos que se consideran noticia y es el género básico de un noticiero de radio.

**b. Sumario.** Síntesis inicial. La noticia se redacta en el primer párrafo. Qué-los hechos, Quién-el sujeto, Cómo-el modo, Dónde-el lugar, Cuándo-el tiempo, Por qué-la causa.

**c. Economía.** En radio se debe aportar el mayor número de datos utilizando el menor número de palabras. Debe ser conciso y claro sin adornos innecesarios y giros poéticos.

**d. Objetividad.** No se puede hablar en primera persona (el buen político) y no se debe abusar del uso de adjetivos y/o adverbios (bastante lejos, está divinamente).

**e. Simplicidad.** Evitar palabras no usuales o técnicas (lóbrego, estigma, inefable...). En la alocución radial se debe evitar las redundancias (historia pasada, grave peligro, memorioso recuerdo...). Y se debe evitar construcciones largas y complejas.

**f. Coherencia.** No se debe cambiar el tiempo verbal en medio de una nota. Es preferible el tiempo pretérito y, salvo excepciones, no es conveniente recurrir al tiempo presente.

**g. Crónica.** Es un relato detallado de los acontecimientos. Se diferencia de la noticia porque lo que cuenta al principio es el final. Inicia con el desenlace y sigue con los acontecimientos de acuerdo a como se desarrollaron.

**h. Armado.** Pirámide normal. Sigue al pie de la letra el armado cronológico. (Crece hasta el desenlace).

**i. Martillo.** Resume la información principal en las primeras líneas y luego relatando secuencialmente los hechos.

**j. Segmentos narrativos.** Se dedican a los acontecimientos considerados procesos y ponen el acento en el aspecto temporal del relato. *Tiempo pretérito* (José María Velasco Ibarra fue cinco veces Presidente de la República). *Presente histórico* (José María Velasco Ibarra, nace el 19 de marzo de 1893 y en sus cinco periodos realiza una gran obra pública con la construcción de puentes, carreteras, escuelas y colegios; según importantes documentos que no habían sido registrados en la presidencia). Al utilizar el presente histórico se logra una mejor fuerza narrativa al texto.

**k. Segmentos descriptivos.** Son segmentos donde el texto se detiene sobre objetos y seres dejando de lado el aspecto temporal (Juan Tamayo, encargado de limpieza, en sus actividades habituales, mientras quitaba polvo de viejos y maltratados anaqueles del archivo de la Presidencia, encontró lo que a simple vista parecían papeles viejos, desteñidos, rotos y sin valor).

**l. Segmentos comentativos.** Son conectores que aseguran un relato coherente (por otra parte, sin embargo o además). Estos recursos permiten crear la ilusión de que el cronista participa de los hechos desde el mismo lugar en que estos ocurren.

**m. Escenas dialogadas.** Refieren a lo que otros dijeron y pueden incluirse en una crónica a través de: Discurso directo: Cita textual del personaje (“la historia se desempolva con estos documentos encontrados” comentó Don Juan. Discurso indirecto: Facilita el resumen de la información (El funcionario de limpieza destacó la importancia de los documentos encontrados...)

**n. La entrevista.** Es el resultado de un proceso compuesto de distintas instancias en el que el diálogo con el entrevistado es solamente uno de varios pasos.

**n.1. Pasos para la entrevista.**

**n.1.1. Preparación.** Se elige al entrevistado de la totalidad de personas entrevistables sobre un tema.

**n.1.2. Conversación-** Es un diálogo en el que el periodista (entrevistador) es quien orienta el encuentro.

**n.1.3. Agenda de preguntas y repreguntas.** Instancia donde se desarrolla la entrevista.

**n.1.4. Escritura.** Momento creativo donde se define temas obtenidos en la entrevista en función de los objetivos planteados.

**n.1.5. Emisión.** Es su reproducción propiamente dicha.

**Art. 20. Géneros interpretativos.** Hay que considerar que tanto la crónica, como la entrevista y la nota pueden ser informativas o interpretativas dependiendo de dónde se ponga el acento a la hora de realizarlas. En el primer grupo genérico, se hará hincapié en el relato objetivo de los hechos, y en el segundo caso, se insistirá en ofrecer una visión particular de los hechos.

- a. **Notas de color:** En los noticieros radiofónicos, este tipo de notas se las utiliza muchas veces como cierre de bloque o de emisión, guardando los temas más duros o espinosos para los principios de bloque.

**Art. 21. Géneros de opinión.** El periodismo de opinión se refleja en editoriales, columnas, comentarios deportivos, críticas literarias o de espectáculo. Son puntos de vista que el periodista hace a través de comentarios. No se trata de información objetiva. El hallazgo de documentos probablemente importantes de aquel periodo, en los archivos de la Presidencia, no trascenderán en la construcción de la actual democracia que vivimos

a. **Entretenimiento.** Surge de una reelaboración de la realidad y muchas veces refleja la postura editorial del medio. Este periodismo puede reflejarse a través de dibujos humorísticos, historietas, juegos, entretenimientos y literatura.

b. **Editorial.** Es el género mediante el cual la Radio da a conocer sus puntos de vista sobre ciertos acontecimientos de la realidad actual.

c. **Comentario.** El periodista realiza un análisis profundo de algún hecho de la realidad, lo descompone en partes y lo vuelve a componer de acuerdo con un punto de vista particular. Indica al perceptor un camino para comprender ese hecho.

d. **La reseña crítica.** Reseña es un género que permiten informar y a la vez realizar una crítica. La crítica es consignada a un conocedor de un tema específico.



**e. La reseña y la crítica.** La reseña es un género que permiten informar y a la vez realizar una crítica (ejemplo: Crítica de espectáculos). La crítica es consignada a un conocedor de un tema específico.

**f. La elección del género.** A la hora de transmitir una información depende, por tanto, de dos situaciones. Que imaginemos a la audiencia con un cierto conocimiento previo de la materia informada, en cuyo caso habrá que ofrecerle algo más que la noticia. Y que nuestro posible oyente carezca de información sobre el hecho.

## **Art. 21. Otras maneras de informar**

### **a. Los géneros específicos del Periodismo Web**

Estos géneros desarrollan, unos más que otros, las tres características constitutivas de la red: hipertexto, multimedia e interactividad. Los géneros propios de Internet enmarcados en los que se puede denominar géneros de opinión de los usuarios.

#### **a.1. Mensajes de oyentes**

Este recurso pertenece a los perceptores. Los mensajes son el único tipo de interactividad que se establece entre los medios radiales y sus usuarios. El comunicador contestará por el mismo medio a las inquietudes del público, produciéndose así un rico intercambio entre emisor y perceptor.

#### **a.2. Encuestas de opinión**

Las encuestas son una forma más que importante de lograr una *fidelización* del público (es decir, que los oyentes sigan visitando la radio a lo largo del tiempo), y mostrar los resultados es una forma de mantener el interés por opinar. Por último, hay que destacar que muchas veces los temas elegidos por los medios para lanzar las encuestas están directamente relacionados con la agenda de temas que tratan los medios, es decir, aquellas cuestiones a las que se les da mayor importancia.

### **a.3. La entrevista on-line**

En este nuevo género (que también recibe el nombre de *foro*), desaparece la intermediación del periodista, y se produce un desordenado pero rico intercambio con los verdaderos intereses del público. A eso se suma que el entrevistado *va leyendo las preguntas que le llegan y puede elegir para responder aquellas que considera de mayor interés* (Fondevila Gascón, 2012).

## **Art. 22. Prácticas generales de los medios de comunicación radiofónicos**

- a.** Los medios de comunicación radiofónicos cumplirán de manera efectiva y eficaz todas las normas deontológicas establecidas en el Art. 10 de la Ley Orgánica de Comunicación.
- b.** En caso de difundir información errónea o falsa, la radioemisora, deberán rectificar de inmediato.
- c.** Los medios de comunicación radiofónicos, a más de cumplir con las normas establecidas en este Código Deontológico, se comprometen a cumplir todas las normas establecidas en su Manual de Estilo.

## **6.7 Parrilla de programación**

El diseño de la parrilla de programación de una emisora en frecuencia modulada demanda la realización de un estudio de mercado, que facilita la identificación de la preferencia de los oyentes inmersa en una demanda donde constan elementos como: programas, contenidos, horarios y promotores. Si consideramos que la radio es el medio de comunicación masivo de mayor alcance, la investigación social deberá considerar la realidad territorial, cultura, costumbres y tradiciones de la población, usos de tiempo y en particular la incidencia de la tecnología en el comportamiento humano (Moreno, 2005).

Además el responsable de la elaboración del instrumento técnico considerará en forma obligatoria los derechos de comunicación de la Constitución de la República, Ley y Reglamento de Comunicación; así como las regulaciones emitidas por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación, CORDICOM, con la finalidad de ajustarle al Sistema Nacional de Comunicación. Por consiguiente, es fundamental revisar permanentemente la normatividad expedida por los organismos del Estado Ecuatoriano y cumplir con los plazos previstos en la aprobación de la programación en los estamentos respectivos.

Una recomendable práctica al momento de construir la parrilla de programación es sujetarse a las matrices del CORDICOM, que se ajustan de acuerdo a la naturaleza del medio de comunicación radiofónico: público, público oficial, privado y comunitario. Al igual que en el proceso deberá privilegiarse la participación del talento humano inmerso en la programación, toda vez que son quienes están en una constante interactividad con las audiencias, acorde con las características de la movilidad humana y la realidad social de

cada una de las jurisdicciones, que forman parte de la cobertura de las emisoras en frecuencia modulada del Distrito Metropolitano de Quito (Suing, Arrobo & Campos-Freire, 2015).

## CAPITULO VII

## 7.1 La producción radiofónica

Producir un espacio de radio es como un proceso dinámico que fluctúa de acuerdo con las necesidades, los tiempos, los objetivos y el contexto del trabajo radiofónico y del quehacer comunicativo (Kaplún, 1978). La puesta al aire de un programa necesita mucha dedicación y cuidado y el buen conocimiento del lugar en el que se va a trabajar: el estudio de radio y el equipo humano con el que trabajamos, o sea, el personal requerido para realizar un programa y las distintas funciones que deben ser llenadas: guionista, productor, director, coordinador, técnico de sonidos, locutor, etc.

- **Guionista.** Persona de gran creatividad que elabora el guión o libreto del programa.
- **Productor.** Es quien tiene la responsabilidad de ejecutar todo lo concerniente al contenido del programa: Grabación, edición, musicalización, etc.
- **Director.** Persona que está al mando de todos los elementos que constituye una producción radiofónica.
- **Coordinador.** Apoyo técnico profesional tanto al productor como al director.
- **Técnico de sonido.** Profesional a cargo del manejo de las herramientas necesarias para una producción de radio (consolas, grabadora, discos, efecto de sonido, etc.)
- **Locutor.** Profesional encargado de hablar radiofónicamente lo que ha escrito el guionista, bajo el control del productor, con la aceptación del director.

## 7.2 Pre producción

Con la información suficiente sobre el tema que vamos a tratar elaboramos un resumen de lo que será el contenido comunicativo del programa. Es decir, escribimos el libreto o guión radiofónico, que no es otra cosa que la narración ordenada de la historia que se desarrollará en el programa. Incluye la acción, los diálogos, los detalles ambientales y las indicaciones técnicas (Araya Rivera, 2012). En este libreto también se presentan los datos técnicos de la audición como: nombre del programa, tema, tipo de programa, audiencia, dirección, producción, locución, controles, edición, duración.

### **7.3 Metodología para la producción radial**

La producción en los medios radiales está de acuerdo al programa o producto que quiera realizarse. Depende también del tiempo que se necesite para llenar un espacio. No es lo mismo producir un informativo diario de actualidad de 60 minutos que una cuña publicitaria de 30 segundos de duración. De hecho, no es la misma dedicación que se pone en la elaboración de una radio revista, que la producción de un radio drama o una serie de radioteatro que tienen los mismos elementos radiofónicos como: una buena selección de música, efectos sonoros, voces calificadas, y la preparación de un guión o libreto radiofónico.

La mayoría de las emisoras FM del Distrito Metropolitano de Quito, cuentan con un estudio de producción, y en ellos los productores se encargan de buscar toda la documentación necesaria para la emisión de un programa, de preparar los temas musicales para el espacio para el que trabajan, de seleccionar efectos sonoros, cortinas musicales, etc.

Los productores son personas que muchas veces pasan inadvertidas porque su trabajo está tras bastidores, son casi invisibles. Pero sin su aporte y dedicación sería prácticamente imposible la emisión de muchos de los productos y programas que conforman la oferta radial de las distintas estaciones.

Por otra parte, y precisamente por esa estrecha relación que la producción guarda con los programas, los procesos que se deben poner en marcha están muy condicionados por los llamados géneros programáticos, es decir, por las formas de transmisión de los contenidos, lo que obliga a utilizar una metodología para la producción radial (Media Radio, 2015). Para la realización de productos radiofónicos es necesario aplicar algunos puntos importantes que nos permitirán lograr nuestro objetivo.

#### **7.4 Proceso de investigación**

La investigación se realizó bajo el proceso de encuestas con una muestra realizada a 10 emisoras FM del Distrito Metropolitano de Quito. Aquí planteamos preguntas para determinar cómo está estructurado un programa radial. El 63% de las emisoras, respondieron que era necesario tener un producto de entretenimiento, de calidad y buenos contenidos diseñados para lograr una mayor audiencia. Mientras que el 37% varía entre música, transmisiones y programas de farándula.

#### **7.5 Instrumentos de trabajo**

Los principales instrumentos para la elaboración para una producción radial son los siguientes:



- Equipos tecnológicos: grabadoras, micrófonos, computadores, programa para editar audios (Adobe Audition 3.0).
- Equipo humano: locutores, redactores de libreto, editores, control máster, etc.
- Estudios: cabina profesional de grabación de audio.

## **7.6 Géneros de la producción**

Existen tres grandes géneros de la producción radiofónica: dramático, periodístico y musical. Dentro de cada género están los formatos, es decir las formas concretas con las que hacemos un programa de radio.

### **7.6.1 Dramático**

En el género dramático aparecen un sinnúmero de formatos como: radioteatros, radionovelas, socio dramas, *sketches* cómicos, personificaciones, diálogos y monólogos, cuentos, leyendas, mitos, fabulas, parábolas, relatos históricos, chistes, noticias dramatizadas, poemas, historias de canciones, radio clips, etc.

### **7.6.2 Periodístico**

Es un género radiofónico que encierra a la noticia corta o ampliada, crónicas, boletines, semblanzas, entrevistas individuales y colectivas, ruedas de prensa, reportes y corresponsalías, comentarios y editoriales, debates y mesas redondas, encuestas, charlas, tertulias, reportajes, etc.

### **7.6.3 Musical**

Para el género musical tenemos varias formas de producción como la misma versatilidad de la música, programas de variedades, estrenos, música del recuerdo, programas de un solo ritmo, de un solo interprete, recitales, conciertos, festivales, rankings, complacencias, etc.

Algunas emisoras incluyen a la radiorevista como un cuarto genero de producción. La verdad es que la radiorevista es algo así como un súper formato donde aparecen todo tipo de recursos y formatos, sean estos dramáticos, periodísticos y musicales. Por eso, se les suele llamar “programas ómnibus” porque todos se pueden montar en ellos (Araya Rivera, 2011).

En esta metodología también hay que tomar en cuenta la imagen artística de una estación de radio, para lo que debe tener las siguientes características:

### **7.6.4 Atracción**

Una producción artística de calidad debe captar la atención del oyente empleando acertadamente los recursos sonoros que dispone.

### **7.6.5 Color**

Al emplear adecuadamente los efectos de sonido, los géneros musicales y la voz con sus diferentes matices, se crea una producción radial con una especie de luz y color agradables para nuestros oídos.

#### **7.6.6 Dinámica**

Si a una producción radiofónica le agregamos identificativos de entrada, separadores entre canciones, algunos indicativos o efectos sonoros, significa que hemos añadido una dinámica al programa, porque hemos incorporado valores de producción radiofónica.

#### **7.6.7 Identidad**

Una correcta producción, adaptada al estilo de la emisora, enfatiza y potencia la identidad de la misma, impregnando en el oyente una huella única, que la hace perfectamente diferenciable del resto de emisoras.

#### **7.6.8 Arte**

Casi siempre, al trabajo de producción sonora no se le otorga el valor artístico que merece. Si analizáramos en profundidad algunas producciones, veríamos con claridad que se puede asemejar a pintar un cuadro cuando, por ejemplo, editamos al milímetro los cortes de audio de un dramatizado, un mensaje o cuña de una radio. Con el manejo del sonido y los tonos de la voz, probablemente lograremos una verdadera obra de arte (The JingleBox, 2012).

## 7.7 Libretos

No hay una sola forma para escribir libretos radiales. Estos pueden ser expuestos por el director del radioteatro, por los actores, por quien primero graba o por quien edita el programa. Depende también del formato que va a utilizar el libretista. Cada formato tiene su estilo, sus pautas, su forma. Es decir, existen múltiples maneras de escribir un libreto. El libreto se diferencia del guion porque se lo escribe completo, y se define de acuerdo con el programa que se va a realizar. No es lo mismo escribir para una radio revista que para un noticiero, o el libreto de una cuña con el texto de una radionovela (Hilliard, 2000).

Para escribir un libreto para radio se aplican las siguientes reglas:

- Escribir en papel blanco y de un solo lado. Es preferible que el papel sea firme para evitar crujidos.
- Escribir a doble espacio para poder hacer anotaciones posteriores.
- No dividir las palabras al final de la línea, ni el párrafo al final de la hoja. Esto dificulta la lectura.
- Numerar los renglones. Esto permite ahorrar tiempo al momento de repetir la locución o una escena.
- Los nombres de los personajes se escriben a la izquierda y con mayúsculas.
- Las acotaciones de tonos para los actores o locutores, se escriben dentro del texto, en mayúsculas y entre paréntesis. No hay que abusar de ellas porque ensucian la lectura y se la puede suplir con signos de puntuación normales (¡! ¿?... ) o con pautas de ensayo.

- Para un cambio importante de entonación que debe hacer el locutor o actor, se suele indicar con (T).
- Si lo que se quiere es una pausa especial, en el libreto se debe señalar con la palabra (PAUSA).
- Los planos de una producción radiofónica también se indican con mayúsculas y entre paréntesis. El primer plano, se presupone, solo se indican los 2P y 3P, o los desplazamientos como: (de 3P a 1P, de 1P a 3P).
- La música, tanto cortinas como fondos musicales, se indica como “control”. Se escribe con mayúsculas y subrayada.
- Los efectos de sonido, sea que se tomen de discos o se hagan directamente en cabina, se indican como “efecto”, y se detallan en mayúsculas y subrayados.
- Cada actor y locutor debe tener una copia del libreto. Así mismo el director y el operador de producción.

Ejemplo:

## CUENTOS Y LEYENDAS DE MI CIUDAD

### EL GALLITO DE LA CATEDRAL LIBRETO: GUSTAVO CEVALLOS V.

CONTROL	PRESENTACIÓN
1. LOC.	<b>Hoy escucharán “La venganza del Gallito de la Catedral”</b>
2. LOC.	Adaptación radiofónica de la leyenda escrita por Guillermo Noboa.
CONTROL	TEMA CARACTERÍSTICO.
3. NARRADOR	Hoy les voy a contar las hazañas de Don Ramón Ayala y Sandoval, hombre valiente, aficionado a la vihuela y a las deliciosas mistelas, de un buen licor. Lo interesante de esta leyenda, es que entre las

aventuras de Don Ramón, aparece mezclado el “Gallito de la catedral”, figura tradicional quiteña que aún luce su arrogancia, sobre las cúpulas coloniales del viejo templo metropolitano....

CONTROL TEMA DRAMÁTICO.

4. NARRADOR Cuentan que Don Ramón, después de saborear con exceso las mistelas de la atractiva “Chola Mariana”, llegaba al pretil del templo y en tono desafiante le gritaba, al gallito de la catedral.....

5. DON RAMÓN ¡El que se crea hombre, que se pare enfrente!...!Que para mí no hay gallitos que valgan! ¡Ni el de la catedral!.... ¡Ni el de la catedral...

6. NARRADOR Esto, como es lógico, causaba la molestia de los transeúntes, los vecinos, de sus amigos, el escribano, el sacristán de la iglesia y hasta de las devotas del templo....

7. MUJER 1 ¡Dios mío que boca!

8. MUJER 2 ¡Ya no hay vida con estos borrachos!

9. MUJER 3 ¡Justo infierno!...¡Justo infierno!...

CONTROL TRANSICIÓN CON MÚSICA DE SUSPENSO.

10. NARRADOR Una noche, cuando la luz de los faroles, alumbraba el pretil de la catedral, Don Ramón, que había tomado más de lo ordinario, divisó que una figura arrogante salía entre las anchas columnas del centro, y...

11. DON RAMÓN (SORPRENDIDO) ¿Eh?... ¡Dios mío! ... ¡Es el gallo de las cúpulas!.. ¿No puede ser?.... ¡Mientras más se aproxima!..¡Más grande es!... (T) ¡Ya está casi de mi tamaño!...

CONTROL RÁFAGA Y FUNDE CON SONIDO DE ALETEO

12. DON RAMÓN      ¿Pero?... (MOLESTO) ¡A mí no me vengan con cuentos!...!Para mí no hay gallos que valgan!.. Ni el de la catedral, ni el de la cate..... (DESENFOCA) (DE 1P A 3P).

13. GALLO            (INTERRUMPE CON VOZ RONCA)... ¡Calla insolente, o te acabo a picotazos!...

CONTROL            EFECTO DE PERSONA QUE CAE Y MANTIENE SONIDO DE ALETEO

14. DON RAMÓN      ¡Ayayay!..... ¿Qué me has hecho?..... ¡Has rasgado mi pierna con tu espuela!... ¡No...No me picotees la cabeza!.... ¡Me vas a matar!..

15. GALLO            (voz ronca)... ¡Claro que te voy a matar!... ¡Si me prometes, que no volverás a beber las mistelas de la chola Mariana, ni otro licor! ....

16. DON RAMÓN      (MIEDOSO) ¡Sí...Sí!... ¡Lo prometo!...

17. GALLO            (voz ronca) ¿Prometes no lanzar injurias contra el gallo de la catedral, ni contra ningún ser humano?

18. DON RAMÓN      ¡Lo prometo!...!Jamás volveré a tomar ni agua!....!Menos licor!..¡Te lo juro de rodillas!... ¡Pero no me pegues!

CONTROL            GOLPE DRAMÁTICO.

19. GALLO            (imponente) Mmmm...¡Levántate pobre mortal!... ¡Y ten cuidado!  
¡Que si vuelves a tus faltas, en este mismo lugar te esperaré para dar fin a tu vida!

20. DON RAMÓN      ¡Sí!..¡Sí gallito!..¡Lo que tú digas...!

21. GALLO            Está bien.... ¡Vete!.... ¡Pero recuerda que siempre estaré vigilándote desde la cúpula de la catedral, no lo olvides!....! Ja, ja, ja! (SONIDO DE ALETEO)

CONTROL            TRANSICIÓN. SUBE CORTINA

22. NARRADOR Cuenta la gente que después de este acontecimiento, Don Ramón llevo en adelante una vida de recato y no volvió a tomar ni una gota de aguardiente. Muchos aseguran que los autores del encantamiento del gallo de la catedral, habían sido el sacristán y el escribano....

CONTROL EFECTO DE TERROR

23. NARRADOR ¡Aunque algunas devotas de la catedral daban por cierto que fue obra de los espíritus del otro mundo!

CONTROL DESPEDIDA

**Fuente:** elaboración propia a partir de la leyenda “la venganza del gallito de la catedral”

## 7.8 Lenguaje radiofónico

Entendemos por lenguaje radiofónico al conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por cuatro elementos: palabra, música, efecto de sonido y silencios, que adecuadamente combinados entre sí, hacen posible la elaboración de un mensaje para ser transmitido por los medios de comunicación masivos: radio y televisión (Balsebre, 1994).

El manejo de este lenguaje, en función de sus características propias y de su especificidad, determinan un estilo y una metodología distintos a las que se aplican a los medios escritos; por cuanto el uso de los términos tiene que estar acorde con la problemática del oyente o televidente y constituir un mensaje de fácil comprensión (García & Páez, 2002).



En la guía didáctica sobre radio de la UTP, encontramos un interesante definición de lo que es el lenguaje radiofónico: “cada elemento, tiene un peso o prioridad diferente, dependiendo de la forma mezclados y utilizados por el productor radiofónico, quien les adjudica un sentido y una justificación distinta a cada uno de ellos” (Yaguana Romero, 2015).

Los diferentes géneros o elementos radiales, adecuadamente combinados entre sí, hacen posible la estructuración de un mensaje para ser transmitido en una estación de radio. El correcto uso o manejo del lenguaje radiofónico determina la calidad de una producción radiofónica. Allí es importante señalar dos aspectos que deben dominar el productor o realizador en torno al lenguaje radial:

- Conocimiento cabal de los géneros o elementos radiofónicos.
- Sensibilidad artística para mezclarlos adecuada y estratégicamente, a fin de sacar de ellos el mejor resultado.

En la investigación realizada a las 10 emisoras del Distrito Metropolitano de Quito, encontramos que tienen programas de todo; excelentes, agradables, tolerables, aburridos malos y muy malos. El compromiso es entonces, ¿cómo generar buenos programas para radio? Un buen axioma es: en tanto nosotros no dominemos el medio, el medio nos domina a nosotros. Frente a este desafío, reiteramos en el siguiente planteamiento:

El lenguaje radiofónico está integrado por cuatro elementos fundamentales e interdependientes: la palabra, la música, los efectos de sonido y el silencio.

## 7.9 La palabra

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

Esta realidad exige de una estrategia productiva, pues aunque paradójico resulta ser que, quien habla más, comunica menos. Para ser efectivos en la comunicación radial, debemos dosificar cuantitativamente y cualitativamente el uso del lenguaje oral. Por un lado, hay que utilizar el menos número de palabras posibles para elaborar un mensaje, y por otro, cuando sea posible no diga mediante palabras, lo que puede decir mediante otros recursos (Rodero Antón, 2005).

Si un productor de radio tiene la capacidad de transmitir en vivo y en eficaz improvisación, los mensajes, la producción de programas no representaría problema alguno. La dificultad está en que solamente el 10% de los comunicadores radiofónicos poseen esta capacidad. Entonces, aunque el vehículo de la comunicación radial, en última instancia es la palabra oral, el productor de programas de radio, previamente, tiene que escribir. En otras palabras, tiene que visualizar el lenguaje oral, o sea el problema es, como escribir para hablar y no para leer.

Recordemos aquí la sugerencia de los comunicadores de la escuela pragmática. Ellos insisten en que es necesario escribir para radio de tal manera que el oyente pueda captar el mensaje mediante el mínimo esfuerzo posible. Nosotros agregaríamos algo más como: se debería escribir en forma inteligible, correcta, relevante y atrayente (Tubau, 1993).

Para lograr este propósito se debe utilizar un lenguaje sencillo, y un cuidadoso manejo de la redacción radiofónica, o sea, escribir para radio. La combinación de palabras nos ayuda a configurar el entorno del mensaje, nos permite expresar nuestras ideas. Cuando se escribe para radio, se hace con un lenguaje familiar, sin caer en la vulgaridad pero valorizando el habla popular, su gracejo, su identidad. Esto no quiere decir que en nuestro mensaje debamos prescindir de términos poco usuales como los llamados lenguajes culto y técnico; hay que hacerlo pero sin exagerar (Haye, 1995). Aquí vale incluir lo que Mario Kaplún dice:

Cuando un programa de radio es denso, demasiado largo, está lleno de palabras que nos son desconocidas o poco familiares y de frases extensas, difíciles de seguir, o presentan un mensaje en forma desorganizada, lo normal es que tendamos a no atenderlo; nos exige demasiado esfuerzo (Kaplún, 1978: 121).

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

## **7.10 Lenguaje radiofónico claro y directo**

### **7.10.1 Claro**

La claridad consiste en:

- No poner muchas ideas en un solo párrafo.
- No usar palabras difíciles de entender para el auditorio.

### **7.10.2 Directo**

Significa que hay que decir las cosas sin rodeos, evitando las oraciones subordinadas, las metáforas y las oraciones con palabras rebuscadas. La manera más recomendable de escribir como se habla es poniendo, sujeto más el verbo y luego el complemento. Cuando se escribe para radio, se escribe primero y luego se lee en voz alta para determinar si suena a lenguaje oral (Tubau, 1993).

## **7.11 Estilo: cortado, sencillo y coloquial**

### **7.11.1 Cortado**

El estilo cortado evita las oraciones largas. Se debe de usar palabras cortas, de pocas sílabas, el punto aparte y el punto seguido.

### **7.11.2 Sencillo**

En radio se usan palabras fáciles que empaten con el código del destinatario. No es bueno complicar el libreto, pues no está escribiendo para un público de técnicos igual que usted. No está escribiendo para personas de cultura escrita, sino para personas de cultura oral. No abuse de palabras técnica, complicadas, abstractas, extranjeras, poco usuales (López Vigil, 1997).

### **7.11.3 Coloquial**

Con el libreto se pretende iniciar una conversación, un diálogo. Porque se habla al oído del oyente. Nunca se habla para una muchedumbre, aunque sean muchos los oyentes. La conversación radiofónica es íntima, cara a cara, uno a uno. A la hora de escribir un libreto radiofónico, se debe de sentir al receptor imaginariamente a su lado, dialogue con él.

## **7.12 La música**

La radio, como lo afirma Mario Kaplún, no es solo palabras. Es también música y sonidos. En una emisora, las imágenes radiales hay que transformarlas en imágenes auditivas. La música y los sonidos son dos importantes aliados, pues nos ayudarán a que el oyente vea con su imaginación lo que deseamos describir; que sienta las emociones que tratamos de comunicar (Kaplún, 1978). La música puede cumplir cuatro funciones básicas: identificación, ambientación, puntuación y recreación.

### **7.12.1 Música de identificación**

Es un tema musical apropiado, seleccionado por el productor radial para identificar el programa. Se llama también tema de presentación o característica. Generalmente va al inicio y final de los programas, en los saludos y despedida de los mismos.

### **7.12.2 Música de ambientación**

Es la que se utiliza para crear una atmosfera emocional adecuada a la escena o momento radiofónico que se quiere destacar.

### **7.12.3 Música de recreación**

Es toda la música que escuchamos para nuestro descanso y esparcimiento espiritual. Existen muchos generosa musicales que pueden ser usados en una programación de radio: música popular, folklórica, romántica, tropical, instrumental, cantada, etc.

### **7.13 Efectos de sonido**

El sonido es un elemento por excelencia del medio radiofónico. El profesor español Aníbal Arias dice al respecto: “Sonidos y música son tan necesarios a la palabra como lo son a la vida misma cuya ficción queremos llevar al oyente. El sonido constituye el decorado radiofónico” (Kaplún & García, 1985: 65).

Los sonidos tiene la característica de humanizar la escena, dan vida al programa, dan realismo y posibilita el dialogo. La expresión “sonido” en la radio se la conoce como efectos sonoros o efectos de sonido. Los efectos de sonido actúan sin la necesidad de palabras y pueden cumplir varias funciones como: rol ambientador o descriptivo, rol protagónico o expresivo, rol complementario o narrativo y rol ornamental (Albaina, 2013).

#### **7.13.1 Rol ambientador y descriptivo**

Los efectos de sonido generalmente se los usa como fondo de la escena donde los protagonistas realizan un dialogo determinado. Este tipo de efectos no ayuda a reconocer el sitio donde se realiza una acción.

### **7.13.2 Protagónico y expresivo**

En algunos momentos los efectos de sonido cobran valor comunicativo no solo de referencia sino de una forma realista en la producción radiofónica.

### **7.13.3 Rol complementario o narrativo**

Estos son efectos de sonido que complementan y ayudan al mensaje oral. Son los famosos finales musicales.

## **7.14 El silencio**

En el lenguaje radiofónico es muy importante tomar en cuenta al silencio. En una producción radial, el silencio es un elemento necesario que nos permite crear e imaginar una acción en el libreto y en la actuación. Los silencios, según Máximo Estévez, pueden ser de dos categorías: silencio absoluto o silencio de medida o relativo.

Los silencios absolutos son silencios de palabras, cuando la alocución se suspende o deja un espacio para empezar o continuar. Se los conoce también como pausa.

Los silencios de medida o relativos son aquellos que ilustran efectos o estados de ansiedad, por ejemplo el jadeo (Estévez, 2015: 9).

## **7.15 Valores de producción**

La realización de un plan de trabajo es imprescindible para que la producción de un programa, sin importar el género, sea exitosa. Este éxito depende de múltiples factores que deben ser tomados en cuenta y evaluados, antes y durante la grabación. Además de los efectos de sonido, que son importantes en la producción de radio dramas, existen los valores de producción que son los “agregados” que pone el productor, el técnico de sonidos o el editor, en la elaboración de un producto radiofónico. Ahí cumplen un papel importante la creatividad y la imaginación de quien dirige la obra. Muchas veces se deben cambiar en los textos y libretos, la parte pertinente a efectos de sonido, música, y los parlamentos (Kaplún, 1978).

Byron Garzón, experto productor radiofónico, propone algunos datos interesantes sobre el tema:

La radio es, por excelencia, una herramienta de educación. Cuando ponemos la música correctamente para un espacio-tiempo, estamos educando. No podemos, por ejemplo, poner una percusión árabe en una producción de afro-ecuatorianos, aunque el libreto nos pida “percusión” sin especificar. Tenemos que buscar música de percusión afro-ecuatoriana, incluso por simple sentido común, aunque parezca “difícil” por así decirlo. Caer en esta práctica resulta ser un error que en las radios locales se escucha muy a menudo (Garzón, 2015: 10).

Al realizar un radioteatro, tenemos que construir imaginarios coherentes con la realidad cultural, geográfica, no podemos seguir produciendo radio a la ligera. Hay que investigar, hay que crear, poner lo que se siente en ese momento, lo que creas que va a mejorar la producción. El técnico de sonido editor no puede ser solo el que mueve el ratón y las perillas. Tiene que convencerse que es un elemento fundamental, un actor clave del complejo proceso de la comunicación. La edición radiofónica es como una ecuación, que



hay que resolverla. En los detalles sonoros está la solución a esa ecuación llamada edición (Rodero Antón & Scolari, 2011).

Se entiende también como valores de producción a todos los materiales necesarios para la producción (cables, micrófonos, sillas, estudio, cintas, cd, papelería, soportes). Si se graba en cabina, o hay entrevistas en la calle, utilizar la unidad móvil, hay que seleccionar adecuadamente los micrófonos, unidireccional, omnidireccional, etc.

### **7.16 Posproducción**

Es última etapa de la producción, se procede a la auto-evaluación de las dos etapas anteriores, o sea de la preproducción donde se determina los objetivos y roles del equipo con la recolección y selección de información y de la producción o sea la salida al aire. La posproducción nos permite realizar una evaluación de varios insumos como el desempeño del personal en cada uno de su rol. Existen diferentes maneras de evaluar un programa de radio. Siempre es importante hacerlo teniendo en cuenta las dimensiones comunicativas, culturales, y políticas del programa (UCV, 2013).

### **7.17 Géneros radiofónicos**

#### **7. 17.1 El radioteatro**

Uno de los principales géneros radiofónicos que aún subsiste en varias emisoras de la ciudad de Quito es el radioteatro, entendido como el espacio radiofónico que se compone de palabras, diálogos, música y efectos sonoros, que ayuda al oyente

a imaginar una historia o acontecimiento, pues la radio carece de componentes visuales (Barea, 2000).

En la primera mitad del siglo XX, los radioteatros estaban entre las alternativas de diversión más populares en todo el mundo. Muchos productores y directores de radio diferencian entre radioteatro y radionovelas. Podría decirse que mientras el radioteatro engloba todo tipo de montaje radiofónico de raíz dramático o género teatral, la radionovela es una dramatización emitidas por capítulos o serial radiofónico (Monge, 1994).

La radionovela tuvo un gran desarrollo entre 1920 y 1940 convirtiéndose en una forma de entretenimiento popular a nivel mundial. Con la llegada de la televisión, a mediados del siglo XX, decayó progresivamente hasta ocupar pequeños espacios de entretenimiento en la programación general de las emisoras quiteñas (García, 1995).

En ocasiones, ese radioteatro suele ser una obra completa, emitida sin interrupción, como por ejemplo el famoso montaje del norteamericano Orson Welles *La guerra de los mundos* transmitida en New Jersey el 30 de octubre de 1938. Fue una extraordinaria adaptación radiofónica de la novela de ciencia ficción del mismo nombre escrita por H.G. Wells. Pese a que al comienzo se aclaraba que era una obra de ficción, los oyentes pensaron que efectivamente la Tierra estaba siendo atacada por extraterrestres (Cannavacciuolo, 2013).

En la ciudad de Quito los efectos que causó este radioteatro fueron trágicos y sorprendentes, pues los creadores del espectáculo radial, Leonardo Páez y el

actor chileno Eduardo Alcaraz, no advirtieron al público que el hecho era solamente una dramatización. Fue tal el realismo de las escenas radiales que los radioescuchas creyeron que realmente los “marcianos” habían llegado al norte de Quito. Las consecuencias fueron fatales. Cuando la población se enteró que era un programa dramático y al saberse burlada, primero atacó con piedras y ladrillos y luego incendió el edificio del diario *El Comercio*, donde funcionaba la *Radio Quito*, que era la emisora que transmitía dicho radioteatro. En el flagelo murieron cinco personas y los daños se calcularon en ocho millones de sucres (Yaguana & Delgado, 2014).

Sobre el tema, el recordado periodista y director de radioteatro Álvaro San Félix, en su libro *Radiodifusión en la Mitad del Mundo* se refiere a este acontecimiento como: “El radioteatro más caro del mundo”, donde narra lo siguiente:

Fue la noche funesta y doliente del sábado 12 de febrero de 1949 cuando se hizo una arriesgada e imprudente radio teatralización de la novela “*La Guerra de los Mundos*” del escritor inglés Herber G. Wells. Esta obra fue concebida y transmitida con tal crudo realismo, a través de *Radio Quito*, que se produjo una verdadera agitación en la ciudad que tradicionalmente era apacible y cordial (San Félix, 1991:48).

El radioteatro hizo su aparición en Quito en los años 40 del siglo XX, como afirma Margarita Guerra Gándara en su libro *Testimonios del Radioteatro en Quito*. Allí califica a ese espacio de tiempo, como la “época de oro” de este género radiofónico, que cubrió de gloria las décadas de 1950, 1960 y 1970 (Guerra Gándara, 2008: 15).

Todavía el público quiteño recuerda extraordinarias dramatizaciones realizadas por escritores, libretista y actores ecuatorianos, como: *El Descubrimiento del Río Amazonas* y *El derecho de Nacer*, de Gonzalo Proaño; *El violín del gitano*, de Antonio Lujan; *Los Relatos del Caminante*, de Gonzalo Portugal; *Leyendas y Tradiciones del Ecuador*, de Jorge Zaldumbide Cáceres; *Cuentos famosos de la Literatura Universal*, de Álvaro San Félix; *La familia luna*, de Leo Rivas; *La sombra del ahorcado* y *Fray Gregorio* de, Leonardo Páez; entre varias obras que fueron el deleite de los oyentes capitalinos<sup>2</sup> (Redacción Cultura, 2010).

En las dos últimas décadas del siglo XX, también se hicieron algunas dramatizaciones importantes como: *Sebastián de Benalcázar*, que obtuvo premio Ondas de España; *Se llamaba Bolívar* y *la Fragua de Vulcano*, de Humberto Pérez Estrella; *Con los pies torcidos por el camino recto*, pieza que narra la vida y obra del Hermano Miguel, *Los viajes de Julio Verne*, de Oswaldo Merizalde; *Los Dramas de la Pasión*, *Teresa de Calcuta* y *La Princesa Diana*, de Gustavo Cevallos, obras que marcaron una etapa maravillosa del radioteatro capitalino (Muñoz Quiroz, 2014).

Un estudio más extenso sobre este género radiofónico se desarrolla en el capítulo 8

### **7.17.2 Dramatizaciones**

Los dramatizados son de origen griego y hacen referencia al acto de representación de una determinada situación o hecho. Lo dramático está vinculado al drama y este al teatro. Por consecuencia: drama significa acción, actuar y teatro significa contemplar, espectáculo. Dramatizar una historia consiste en adaptar un texto de

---

<sup>2</sup> Moya Herrera Jaime, operador especializado en son montaje de Radionovelas que las realizo en Radio Quito, Radio Nacional y Emisoras Gran Colombia.

género narrativo o poético al formato propio de una obra de teatro, donde el diálogo entre los personajes es lo más importante de la representación. Este proceso requiere de un gran talento y de un considerable dominio del lenguaje, para conseguir que los roles tengan la suficiente naturalidad como para que la obra parezca real y natural, conservando la belleza y la profundidad de la historia original (Garnica, 2013).

En el Distrito Metropolitano de Quito existen algunas emisoras que practican este género radial con la producción de varias piezas de radioteatro como: Radio Quito, Radio Pichincha, Radio Municipal, Radio Católica Nacional y HCJB, estaciones que todavía logran despertar el interés en sus oyentes (Rodríguez Álvarez, 2014).

Además en instituciones educativas de la capital, con motivo de las fiestas de la ciudad se realizan dramatizaciones donde los alumnos representan leyendas como *El Gallo de la Catedral*, *Cantuña*, *la Casa 1028*, *El Padre Almeida*, etc., que recuerdan al Quito antiguo (Landeta Olivo, 2012).

## CAPITULO VIII

## **8.1 El radio teatro. una alternativa de producción**

Uno de los géneros más interesantes que tiene la comunicación radial es el radioteatro. Un conjunto de palabras, efectos sonoros y música característica, que permiten contar una historia, la misma que se refleja en la imaginación del oyente, creando una fantasía fácil de recordar (Barea, 2000).

El radioteatro, conocido también como radio comedia, comedia radiofónica o teatro radiofónico, es un espacio que se transmite en la radio, que tuvo gran desarrollo en los años 1920 al 1940, convirtiéndose en una forma de entretenimiento a nivel mundial. El radioteatro empezó con apenas unas lecturas de fragmentos de textos literarios, que gozó de la aceptación de un gran número de oyentes. Más adelante, impulsados por este acogimiento favorable, se inició la dramatización radiofónica. Para lograr los efectos del teatro, se adaptaron los textos literarios al lenguaje radiofónico, dotándolos de mayor intensidad mediante la voz (Marrona & Sánchez Vilela, 2001).

Al carecer de componentes visuales, los radioteatros dependen del diálogo, música y los efectos de sonido para ayudar al oyente a imaginar la historia. A diferencia de la televisión, en la radio, la persona debe imaginarse los sucesos ya que, obviamente, la radio no cuenta con imágenes (Guerra, 2008).

En la primera mitad del siglo XX, los radioteatros estaban entre las alternativas de ocio más populares en todo el mundo. Sin embargo, la invención de la TV le hizo perder popularidad y, poco a poco, los radioteatros comenzaron a desaparecer. En la actualidad, un porcentaje muy bajo de la programación radial es ocupado por radioteatros (Gotlip, 2001).

Realmente no es que el radioteatro haya muerto, lo que pasa es que las radionovelas que eran series de comedias radiofónicas y que se basan en el radioteatro, ya no se hacen, precisamente por el apareamiento de las “telenovelas” que incluyen a más del sonido, imágenes o el video, que quitan esa fantasía de la que hablamos anteriormente. Al respecto cabe señalar lo que dice Margarita Guerra Gándara en el prólogo de su libro *Testimonios del Radioteatro en Quito*:

“Varios entrevistados apuntan a una verdad, el radioteatro no puede morir, por distintas razones pero en su mayoría, por sus posibilidades educativas, Es que no hay quien reconozca la penetración de la radio, para llegar a todas las capas sociales y para alcanzar los más remotos lugares de la geografía de un país, de allí el inmenso potencial que posee el radioteatro para la educación, la formación en valores, la prevención de la salud, las campañas cívicas, la revalorización de la identidad del país, el volver a la vida su historia, sus costumbres, su cultura” (Guerra Gándara, 2008:10).

Hay quienes diferencian entre radioteatros o radio dramas y radionovelas, señalando que las radionovelas son series que se emiten por capítulo, mientras que los radioteatros resultan equivalentes a las obras de teatro, que comienzan y finalizan en una misma emisión, sin que existan interrupciones (Maza Pérez & Cervantes de Collado, 1994).

Sobre las radionovelas y el Radioteatro, Hernán Yaguana Romero manifiesta que:

“La radionovela es la clásica novela de varios capítulos, con una trama continuada. Hay que escucharla íntegra o casi íntegra; si se pierde algún capítulo es difícil



reubicarse y seguir el argumento. Por el contrario en el caso de radioteatro, la acción comienza y termina en una misma emisión, en el caso de ser unitario. Si es seriado cada capítulo presenta una trama independiente, que puede ser seguida y comprendida sin necesidad de haber escuchado los capítulos anteriores.” (Yaguana, 2015: 28).

Así pues, la producción radiofónica de radioteatros en varios países de nuestro continente todavía logra buenos resultados en las audiencias. En Argentina por ejemplo, durante 2003 y 2004, el escritor y productor Alberto Migré resurgió el género radio teatral los domingos a la noche en la sintonía de LR3 Radio Belgrano de Buenos Aires (Foffani, 2013).

En Chile, Radio Agricultura comenzó a emitir en 2011 el Gran Radioteatro, en horarios nocturnos, narrando historias de ficción inspiradas en leyendas urbanas y rurales, supersticiones, costumbres, folclore, anécdotas, sucesos históricos y lo mejor de la literatura chilena (Santa Cruz, 2014).

En Perú se hizo un breve ciclo de radioteatro durante los años 2005-2006, en CPN radio, en horario nocturno, primero en vivo, y luego grabado en estudio y lanzado al aire durante el programa (Arce Herrera & Chumbe Vásquez, 2014).

Mientras que en Cuba, como en otros muchos países hispanoamericanos, la radionovela folletinesca y lacrimógena ha conseguido fabulosas cotas de popularidad entre la audiencia cubana. Así lo demostró *El collar de lágrimas*, serial de José Sánchez Arcilla, que con sus 965 capítulos fue la radionovela cubana de mayor duración, y que dejó de emitirse el 31 de diciembre de 1946. Así mismo, en la memoria sentimental cubana

permanece el recuerdo de Félix B. Caignet y su obra magna *El derecho de nacer* (Castellanos, 2006).

Por otro lado, en los Estados Unidos, en los años 30 fueron muy populares las seriales *El llanero solitario* y *El Avispón Verde*, héroes enmascarados creados por George W. Trendle y Fran Striker. Y el clásico mundial *La guerra de los mundos*, de H.G. Wells, en 1938 (Troya Hervías & Campo Gómez de la Torre, 2014).

En Ecuador según el locutor, actor, libretista y productor radiofónico Jorge Zaldumbide Cáceres, la época de oro del radio teatro en Quito, fue entre las décadas de los años 40 y finales de los 70, cuando se hicieron extraordinarias obras de radioteatro que hasta hoy se las recuerda. En una entrevista realizada por el periodista Alfonso Murriagui para el semanario *Opción*, Jorge Zaldumbide nos cuenta algo sobre su actividad en el mundo maravilloso de la radio comedia:

Yo tuve la gran oportunidad de ser parte del elenco de radioteatro que formó Gonzalo Portugal, para HCJB, la Voz de los Andes, porque él trabaja para esa Radio; el grupo estaba conformado con gente de gran trayectoria en la radiodifusión como Fernando Fegan, Julián Terneux, Érica Von Lipke, Jorge Escobar, Álvaro San Félix. Con ese elenco hicimos cosas espectaculares en radioteatro como “Quo Vadis”, “Los de Abajo”, de Ciro Alegría, “Crónicas Marcianas”, “Relatos del Caminante”, es decir trabajamos unos dos años, intensamente, para producir un radioteatro de primera categoría (Murriagui, 2008: 33)

El radio teatro en la mayoría de las estaciones ecuatorianas y especialmente en Quito, se inició en los años cuarenta del siglo pasado, pero las mejores producciones de este

género radiofónico, se realizaron en las décadas de los años 1950, 1960 y 1970, aunque hubo algunas importantes dramatizaciones en las dos últimas décadas del siglo XX. (Guerra Margarita, Testimonio del Radio teatro en Quito, Pág. 9 presentación).

Al comienzo las emisoras funcionaban solo dos horas por semana, extendiéndose el horario progresivamente para permitir la entrada en la década del 40 al radioteatro, y posteriormente a las radionovelas, que fueron semillero de actores y actrices. (Forero Luis 2016, La historia de la radio en Latinoamérica, 2016, Radio Santa fe de Colombia).

Las novelas, las comedias y otras obras escénicas eran esperadas con premura por los radioyentes, llegando a convencer tanto los argumentos que los auditorios se apasionaban al extremo de llorar por el héroe y odiar al villano.

Hay nombres de series que difícilmente se borrarán del inventario del recuerdo, y que podrían quedar en la leyenda. En la producción nacional se destacan: El Derecho de nacer, El Violín del gitano, El Descubrimiento del Gran Río de las Amazonas, Cuentos Famosos de la Literatura Universal, Relatos del Caminante, Leyendas y Tradiciones del Ecuador, como referentes del inicio del radioteatro en el Ecuador. Luego desde 1970, aparecieron series inolvidables como: El Conde Drácula y La maldición del Inca, radionovelas que se transmitieron en el conocido espacio llamado "Suspenso a las 10" de Radio América; Los Dramas de la Pasión, La Madre Teresa de Calcuta en Radio Quito, etc.

En lo que se refiera a las radionovelas que llegaban desde Cuba, Colombia, Panamá, Venezuela estaban: El Gato, Luis Dragón, Kalimán, Porfirio Cadena, Chucho El Roto, Llanco el gitano, Ráfles el ladrón de las manos de seda y hasta series cómicas como La Tremenda Corte con el

insuperable “Tres Patines”.

Todas aquellas candilejas fueron producidas por empresas afanadas en cubrir las expectativas de los públicos deseosos de emociones conmovedoras y melodramáticas. Obras que se iniciaron con el tema, el guión, el libreto, el reparto actoral, la caracterización de los personajes, para luego proceder con las grabaciones en donde lo más adelantado era la cinta de grandes carretes. Vendría la edición manual, la sonorización, la ambientación, la masterización, para finalmente empoderarse en los destinatarios.

(Opinión: El Radioteatro por Germánico Solís. Diario la Hora, 5 de enero del 2016).

Es necesario indicar que los iniciadores del radioteatro en Quito y en otras ciudades del Ecuador fueron: Gonzalo Proaño, Edmundo Rosero, Leo Rivas, Gonzalo Portugal el argentino Antonio Lujan y el chileno Eduardo Alcaraz.

Para constancia de la presencia de este género radiofónico, se realizó una recopilación de datos para lograr una ficha técnica de los radioteatros más destacados.

### **La guerra de los mundos**

#### Ficha Técnica

Nombre: La guerra de los mundos

Libretos: Eduardo Alcaraz. Adaptación Radiofónica de la novela “La Guerra de los mundos del escritor inglés Herber G. Wells.

Duración: 60 minutos

Narrador: Raúl López D., quien era el locutor de planta a esa hora

Reparto Eduardo Alcaraz, Leonardo Páez, Luis Beltrán G., José A. Llerena, Gonzalo Portugal, Oscar Guerra, Enrique “manito Hurtado, Gustavo Herdoíza y Fernando “el indio” Guevara Silva.

Dirección: Leonardo Páez

Emisora: Radio Quito

Fecha: 12 de febrero de 1949

Fuente: Dialogo con Oscar Guerra, actor y Luis Baca, operador de transmisores de esa época.

### **El derecho de nacer**

#### Ficha Técnica

Nombre: El Derecho de Nacer

Libretos: Gonzalo Proaño. Adaptación radiofónica de la novela escrita por el cubano Félix B. Caignet.

Duración Más de 300 capítulos de 20 minutos cada uno

Narrador Gonzalo Portugal

Reparto Alma Nury y su hija, Nelly Granja, Gloria Ortiz, Oscar Guerra, Pepe Guido, Jorge Fegan Antonio Ulloa Copiano, Eva Morillo, Mary Ramia, María L. Moncayo, Manuel Guevara y Gonzalo Portugal.

Dirección Gonzalo Proaño.

Emisora Radio Espejo.

Horario Todas las noches de lunes a viernes a las 20h00

Fecha 1950.

Fuente Conversación con Oscar Guerra, Gonzalo Proaño Jr. y Marcelo Guerra.

## **El Violín del gitano**

Ficha Técnica.

Nombre	El violín del gitano
Libretos	Antonio Lujan
Duración	60 capítulos de 20 minutos cada uno
Narrador	Oswaldo Merizalde Catefort
Reparto	Fanny Moncayo, América Chiriboga, Oswaldo Merizalde, Hnos. Ulloa Copianno Ana Raquel Grueso, Manuel Guevara.
Técnico	Aníbal Vascones
Dirección	Antonio Luján
Emisora	Radio La Voz de la Democracia
Horario	8h30 de lunes a viernes
Fecha	1965
Fuente	Dialogo con la primera actriz nacional Fanny Moncayo.

## **Leyendas y Tradiciones del Ecuador**

Ficha Técnica

Nombre	Leyendas y Tradiciones del Ecuador
Libretos	Jorge Zaldumbide Cáceres
Duración	100 capítulos de 25 minutos cada uno.
Narrador	Rene Torres

Reparto Erika Von Lippke, Lola Gavilanes, Jorge Escobar, Rene torre, Marco mena, Jorge Aníbal Salcedo, Marco Mena, Lola Baca, Álvaro San Félix, Cristel Rex Villacís, Eduardo Brito.

Técnico Jaime Moya y Luis Almeida.

Dirección Jorge Zaldumbide Cáceres

Emisora Radio Quito “La Voz de la Capital”.

Horario Todos los domingos a las 21h00.

Fecha 1968

Fuente Dialogo con Jaime Moya Herrera, técnico operador de Radio Quito, especializado en grabar radioteatro.

## **El Conde Drácula**

### Ficha Técnica

Nombre: El Conde Drácula

Libretos: Ernesto Romero

Duración: 100 capítulos de 20 minutos cada uno.

Narrador: Edison Espinosa

Reparto: Hilda Sampedro, Carmen del Valle, Judith Vargas, Fanny Laso, Mario Moscoso, Mario Boada, Carlos Cueva, German Campaña, Gustavo Cevallos, Ernesto Romero,  
Jaime Vásquez

Dirección: Galo Hernández

Técnico: Alfredo Falconí, José Luis Bolaños y Hugo Benavidez.

Emisora: Radio América “La Pasillera” y Radio Presidente.

Horario: Todas las noches a las 10h00.  
Fecha: 1970  
Fuente: Conversación con Hilda San Pedro y José Luis Bolaños.

Pero, realmente el pionero del radioteatro en el Ecuador fue Gonzalo “El Gordo” Proaño, un destacado actor, libretista, director y publicista que en el año de 1954 fundó su radioemisora llamada radio Victoria, conocida como la “Catedral del Radioteatro” donde realizó importantes obras radio dramáticas como: *El dolor de ser pobre*, *Dos contra el mundo*, *Sergio Velásquez acusa*, de la cubana Iris Dávila y *La Intrusa*, de Caridad Bravo Adams (Guerra, 2008).

En 1951 dirigió en Radio Espejo un gran elenco de actores que consiguió al año siguiente, impactar con *El derecho de nacer*, de Félix B. Caignet; la compañía la formaban, Alma Nury (su esposa), Gloria Ortiz, Ana Raquel Grueso, Eva Morillo, María L. Moncayo, Mary Ramia, Violeta Ruiz, Antonio Ulloa, Pepe Guido; Manuel Guevara, Jorge Fegan, Rene Rivadeneira y Oscar Guerra (Tremonti, 1995).

En 1953, Gonzalo Proaño produjo *Sor Alegría*, en la que Alma Nury reafirmó sus cualidades de primera actriz. En 1955 Proaño encarnó al *Abuelito Noel y su nieto Pochito* y en 1956 creó al detective chino Val Bott Ling en *El misterio de la Cuerda Macabra*. Su arte pasó por Guayaquil y en radio Atalaya dirigió el acontecimiento radial: *¿Por qué se hicieron hombres?* Con su familia se radicó en Bogotá, donde se abrieron campo en radio, teatro y televisión. Gonzalo falleció en 1963, Dimitri en 1964 y Alma Nury en 1975 (Guerra, 2008).



## 8.2 Formatos

Existen varios formatos para producir radioteatros como: los dramatizados (radio drama), las radionovelas, cuñas dramatizadas y el documental.

### 8.2.1 El radio drama

El radio drama o radioteatro es la mezcla del arte dramático y el medio radiofónico, Rudolf Arnheim, en su texto *Estética Radiofónica* comenta que “la obra radiofónica es capaz de crear un mundo propio con el material sensible que dispone. La radio comedia se basta a sí misma, es acústicamente completa” (Taller de Guión I, 2015).

El radio drama proyecta en la audiencia un acontecimiento mediante la participación de personajes, diálogos, ruidos música, silencios y del ambiente que los rodea que son precisamente los elementos básicos del radio drama, logrando que el público tenga la posibilidad de “presenciar” auditivamente la acción que “sucede” mientras escucha (Rodero Antón, 2005).

La capacidad con que cuenta el medio radiofónico para utilizar las técnicas dramáticas clásicas, nos permiten ofrecer un discurso que incide en la emotividad del escucha y con ello aprovechar la empatía natural en el espíritu humano para involucrarlo e identificarse con la historia y, por ende, con el discurso del radiograma en cuestión. En sentido estricto podemos distinguir al radio drama de la narración radiofónica en la forma como presentamos los hechos, mientras que en la narración una voz “cuenta” la historia, en el radio drama los personajes

representan la historia. Siendo una mezcla de la técnica discursiva del drama con el lenguaje radiofónico, el radio drama toma partes de ambos universos (Sloan, 1993).

De acuerdo con Mario Kaplún (1978), los radio dramas son:

- a. **Radio drama unitario:** la acción comienza y termina en esa única emisión. La pieza radiofónica constituye una unidad en sí misma. Aunque de los tipos de radio dramas existentes es el más sencillo de realizar, tiene una dificultad mayúscula, en una sola emisión deben presentarse, definirse y explotarse los personajes, es como un cuento, su misma brevedad obliga una escritura fluida y concreta para ser entendible.
- b. **Radioteatro:** un texto dramático original para teatro es adaptado para su representación en la radio. Es el inicio del radio drama como género radiofónico. Puede ajustarse al formato unitario o a una radionovela. Dependiendo de la obra el radio teatro puede tener principio y final o convertirse en un seriado de varios capítulos.
- c. **Serie radio dramática:** Es una serie de programas, cada capítulo presenta una historia independiente, que puede ser seguida y comprendida sin necesidad de haber escuchado los capítulos anteriores, en él hay un personaje, o grupo de personajes, permanente que le da continuidad a la historia. La complejidad de este tipo de producciones radica en la identificación que se logre entre el público y los personajes, pues a partir de sus características generales se desarrollarán las anécdotas particulares de la serie, y si bien la identificación no es tan sustancial como en la

radionovela, es necesaria si se pretende que el escucha acepte y siga la serie.

- d. **Radionovela:** La historia se desarrolla en varios capítulos, requiere que se escuche completa o casi completa pues con la pérdida de algunos capítulos es difícil seguir la trama general. Sin duda es el género radio dramático más difícil de escribir, pues involucra el uso casi a la perfección de los puntos climáticos que mantengan el interés del oyente.

Siendo una mezcla de la técnica discursiva del drama con el lenguaje radiofónico, el radio drama toma partes de ambos universos, el arte dramático y la comunicación radial (Kaplún, 1978).

### **8.2.2 La radionovela**

Como bien dice el maestro Mario Kaplún (1978), la radionovela es uno de los géneros radiofónicos más conocidos y efectivos para cumplir los preceptos de la comunicación. Las radionovelas se diferencian de los radioteatros porque son series que se emiten por capítulos, mientras que los radioteatros son obras que comienzan y finalizan en un mismo programa, sin interrupciones. La radionovela estaba escrita a modo de narración dialogada, con episodios de intriga, de pasión, de comedia, de melodrama, de acción y de enganche.

Risas, llantos, emoción y ternura son algunos de los sentimientos que los seriales proporcionaban al oyente. En esta época dorada de las novelas, el actor locutor tiene una especial relevancia, y es en este momento cuando la voz matizada,

educada, cuidada, y la interpretación es imprescindible para ser una figura radiofónica (García, 1995).

Se conoce como **radionovela** o **serial radiofónico** a un tipo de radioteatro que comenzó a retransmitirse por la radio a principios del siglo XX. Existen diferencias entre radionovela y radioteatro. La radionovela es una dramatización emitida por capítulos. Mientras que el radioteatro, engloba todo tipo de montaje radiofónico escenificado y de raíz dramática, que tiene un principio y final en una sola audición (Quiroz, 1993).

### **Un poco de historia**

En el mundo anglosajón parece haber comenzado en los Estados Unidos Estados. Un breve bosquejo (guión) de educación escrito específicamente para la radio, transmitida por Pittsburgh de KDKA en 1921, según el historiador Bill Jaker. Una radio de Chicago emite una temporada completa de óperas en noviembre de 1921. En 1922 Newark WJZ de estudios, tramite todas las comedias originales de musicales de Broadway. Y los actores Grace George y Hayes Herbert llevan a cabo una dramatización completa en una estación de San Francisco en el verano de 1922 (Agarwal, 2006).

Un importante punto de inflexión en la radio novela llegó cuando una exitosa prueba de audición el 3 de agosto de 1922, comenzó sus emisiones semanales de obras de teatro de larga duración en septiembre de 1922, utilizando música, efectos de sonido y un grupo regular de actores en Cincinnati, EE.UU. Un drama notable de radio temprana fue de uno de los primeros escritos especialmente

hechos para la radio difusión en el Reino Unido, y fue una comedia de Peligro por Richard Hughes, transmitido por la BBC el 15 de enero de 1924, sobre un grupo de personas atrapadas en una mina de carbón de Gales (Quevedo Orozco, 2001).

Una de las piezas radiofónicas más influyentes en francés fue la ganadora del premio “Maremoto”, de Gabriel Germinet y Cusy Pierre, que presenta un relato realista de un barco que se hunde antes de revelar que los personajes son en realidad actores ensayando para una emisión. Traducido y difusión en Alemania y en Inglaterra en 1925, el drama fue programado originalmente por Radio-París al aire el 23 de octubre de 1924, pero fue prohibida de la radio francesa hasta 1937 porque el gobierno temía que los dramáticos SOS de los mensajes se confundieran con una verdaderas señales de socorro (Barea, 1998).

En Ecuador desde los años 40, se produjeron varias radionovelas notables como (Guerra, 2008):

- *El Derecho de nacer*. Félix B. Caignet. Radio Nacional Espejo. Director Gonzalo Proaño
- *Cumbres borrascosas*. Radio Victoria. Director Gonzalo Proaño.
- *Amazonas el gran rio ecuatoriano*. Basado en el libro *Los Argonautas de la selva*, de Leopoldo Benítez Vinuesa. Radio Nacional del Ecuador. Director Gonzalo Proaño.
- *La guerra de los mundos*. H.G. Wells. Radio Quito (Adaptación). Director Leonardo Páez.
- *La sombra del ahorcado*. Leonardo Páez. Radio Quito. Director Leonardo Páez.

- *Leyendas y Tradiciones del Ecuador*. Varios autores. Radio Quito. Director Jorge Zaldumbide Cáceres.
- *El violín del gitano*. Radio La Voz de la Democracia. Director Fernando Lujan.
- *Veinte mil leguas de Viaje Submarino*. Julio Verne. Radio Nacional del Ecuador. Director Oswaldo Merizalde.
- *Los Dramas de la Pasión*. Radio Quito. Álvaro San Félix. Director Gustavo Cevallos.

Además, en Quito se escucharon importantes radionovelas que llegaban de otros países como Colombia, Cuba, Panamá, Argentina y México. Por ejemplo: *El Gato*, más de 25 capítulos de una hora de duración, se transmitió con gran sintonía en Radio Nacional Espejo; *Luis Dragón el conquistador del espacio*, fue la radionovela estelar de Emisoras Gran Colombia; *El 5 9 7 está ocupado*, serial colombiana, se transmitía a las ocho de la noche en Radio Nacional Espejo; *Míster Chang el detective chino*, fue un éxito en Radio Gemas; *Kaliman y Porfirio Cadena* series mexicanas muy escuchadas de Radio Nacional Espejo, entre otros programas (Guerra, 2008).

### **8.2.3 Cuñas dramatizadas**

Como hemos explicado anteriormente, el radioteatro, los dramatizados o la radio comedia siguen vigentes en la comunicación radial del mundo. Si bien ya no se producen esas radionovelas que contenían varios y a veces demasiados capítulos, ahora a la radio comedia se la usa para la producción pequeños dramatizados conocidos como, “cuñas”, en la cuales el radioteatro es una gran herramienta para crear mensajes cortos, atractivos, entretenidos y de fácil comprensión.

Las radioemisoras de la actualidad, salvo excepciones, ya no producen seriales radiofónicas, como se lo hacía antiguamente. Ya no hay esos capítulos de 30, 40 ó 60 minutos de duración, o esas series de más de 400 capítulos, como la famosa radionovela cubana de Félix B. Caignet, *El derecho de nacer*. Para pena y tristeza de millares oyentes, las radionovelas han quedado en el olvido (Tremonti, 1995).

Hay varias formas de producir una cuña dramatizada. Los elementos son los mismos que se utilizan en el radioteatro pero con mucha creatividad. Hay que pensar que al elaborar una cuña, el tiempo es mínimo, su promedio es 30 segundos y depende del productor o creativo, de la pieza radial. La mayoría de estas producciones son de carácter comercial, pero con este formato también se pueden hacer cuñas que abarquen temas educativos, culturales, históricos, geográficos, de salud o turismo (Uribe, 2011).

En la página virtual de Radialistas apasionados, encontramos algunos datos interesantes relacionados a la cuña dramatiza:

“¿Cómo producir una buena cuña o spot? La palabra “cuña” comienza por “c”, tal como las cuatro características fundamentales de este formato:

- **Corta.**

Como los perfumes caros, las cuñas vienen en frascos pequeños. Antes solían durar varios minutos. Actualmente, el promedio es de 30 segundos. O de menos: 20, 15 ó 10 segundos.

En tan corto tiempo, expresar una idea motivadora para el público se convierte en un alarde de síntesis y de imaginación. Decir más con menos. Simplificar la idea, ahorrar palabras, condensar el argumento. La cuña debe entenderse desde la primera pasada.

- **Concreta**

En ningún tipo de cuñas (comerciales, promocionales o educativas) tienen cabida las generalidades. Pretender explicar en unos segundos la relación entre países ricos y pobres es pedirle demasiado al formato. El esquema de una cuña puede resumirse así: plantear un problema concreto y ofrecer una solución concreta.

- **Completa**

La mayoría de las cuñas se han convertido en simples mensajes grabados a una o dos voces con un fondo musical. Por su misma brevedad, las cuñas deben aprovechar al máximo las posibilidades que brinda el lenguaje radiofónico. Crear imágenes auditivas con palabras que se vean, sugerir escenarios sonoros, incorporar brevísimas escenas dramatizadas, hacer montajes originales con las posibilidades que brinda la edición digital. Una cuña completa es la que juega con voces, música, efectos y planos.

- **Creativa**

Hay quien nace creativo. Y hay quien se hace creativo. En cualquier caso, un creativo o creativa suele rechazar la primera idea que viene a su cabeza a la hora



de inventar algo. Esa primera idea es la tónica, el lugar común, el estereotipo que ha ido fabricando nuestra mente sobre cualquier cosa. Por ejemplo, dibujar un bombillo para sugerir la inspiración. O poner el rugido de un león para indicar que una emisora es poderosa. Peor aún, autocalificarse como la primera para decir que somos muy buenos. La insatisfacción será la mejor consejera del creativo (radialistas.net, 2015).

Como comentario final diremos que con estos dramatizados, nos acercamos más a la vida cotidiana de nuestra audiencia; depende mucho de la creatividad que se ponga en la elaboración de una cuña dramatizada para lograr el éxito del producto que se quiera difundir. Hay algunos radiodifusores o directores de radio que están seguros que una cuña bien hecha le hace más atractiva a su parrilla de programación.

#### **8.2.4 El documental radiofónico**

Mucha gente piensa que el documental es solo para el cine o la televisión; pues los que piensan así están equivocados, pues existe también el documental radiofónico o sonoro con características propias y muchas posibilidades de realización. El documental es un formato radial creativo que nos sirve para conocer un acontecimiento histórico, para analizar las condiciones sociales de una región o para resaltar la biografía de un importante personaje. Camila Gutiérrez, del Centro de Producciones Radiofónicas CPR, se refiere al documental radiofónico de la siguiente manera:

En el formato sonoro también es posible “ver” infinidad de cosas, ya que una parte de ellas las crea el productor, cuando mezcla los elementos del lenguaje radiofónico, y el oyente las termina de completar con lo que imagina de acuerdo a su experiencia de vida, gustos, edad, etc. Un documental sonoro, utiliza de la manera más amplia los elementos del lenguaje radiofónico (Centro de Producciones Radiofónicas, 2015).

Pero específicamente refiriéndose al documental dramatizado, Camila Gutiérrez dice: “En el documental dramatizado, la temática se apoya en diálogos que recrean los hechos. El retrato sonoro, por su parte, cuenta una historia, tema o hecho, sin necesidad de usar al narrador. Este último tipo, es el que más se aproxima a la definición que deseamos darle al documental sonoro ya que los elementos radiofónicos, combinados y ricamente utilizados, logran mayor o más expresividad que un documental donde la palabra predomina. El documental sonoro debería estar cerca del arte, de lo emocional, trabajando de la manera más ingeniosa las posibilidades del medio”.<sup>3</sup>

Como conclusión diremos que un documental es la mezcla de voces, sonidos, efectos, silencios, planos y ambientes. Pero más que todo está la creatividad que el productor pueda poner. Porque en radio, un documental sonoro no solamente hay que relatarlo, más bien, hay que mostrarlo.

---

<sup>3</sup> <http://cpr.org.ar/2013/08/el-documental-sonoro-no-contemos-mostremos/> quinto párrafo

## **METODOLOGIA**

La población objeto de estudio de la encuesta son personas que se viven en Quito y que escucha la radio. La forma de ponernos en contacto ha sido con el contacto directo en reuniones del investigador principal. Hemos establecido contacto y encuestado a una muestra intencional y heterogénea de 150 personas obtenidas a través del contacto directo. No pretendemos que se trate de una muestra estadísticamente representativa, aunque sí es una muestra muy amplia, en donde se incluyen personas de diferentes edades, sexos, estado civil, extracción socioeconómica o lugar de residencia. Como hemos comentado la muestra no es estadísticamente representativa ya que tiene un carácter intencional pero responde a un objetivo de exploración (Briones, 1990). Para llegar a las conclusiones y recomendaciones sobre esta investigación se utilizó la técnica de la encuesta, mediante la aplicación de 10 preguntas a 150 personas de los tres sectores de la ciudad de Quito, repartidas de la siguiente forma:

## **ENCUESTA**

- **SECTOR NORTE**

Número de personas:50

Edad: De 15 a más de 50 años.

Sexo: 25 femenino y 25 masculino.

- **SECTOR CENTRO**

Número de personas:50

Edad: De 15 a más de 50 años

Sexo: 25 femenino y 25 masculino

Preguntas 10

- **SECTOR SUR**

Número de personas:50

Edad: De 15 a más de 50 años

Sexo: 25 femenino y 25 masculino

Preguntas 10

Los cuestionarios fueron administrados por el investigador y se respondieron por escrito. Fueron codificados las encuestas en el programa Excel. Las preguntas abiertas fueron recodificadas previamente siguiendo criterios de otras investigaciones previas y estaban relacionadas a saber qué radios en FM del DMT tenían las preferencias de los oyentes en tres sectores populosos del norte, centro y sur de Quito y conocer de cerca la situación de los dramatizados en la programación de cada una de las emisoras preferidas.

Las respuestas obtenidas en esta encuesta nos permitirán buscar varias alternativas para ofrecer o mejorar los espacios radiofónicos dedicados al radioteatro.

#### **Desarrollo de la encuesta:**

Estimado amigo y amiga, el objetivo de la presente encuesta es conocer la gestión comunicacional de las emisoras de frecuencia modulada en el Distrito Metropolitano de Quito (DMQ) y sobre la base de su información proponer una alternativa para mejorar la oferta radiofónica, especialmente de producción y difusión de géneros relacionados a la convivencia humana, como el radioteatro.

1. ¿Cuáles son los radios en frecuencia modulada que escucha usted en orden de preferencia?

a .....

b .....

c .....

*Con esta pregunta queremos saber el número de emisoras que tienen mayor sintonía en el DMQ y conocer el porqué de esta audiencia.*

2. En la emisora que escucha preferentemente, ¿qué tipo de programas le concentran su atención?

Noticieros.....

Musicales.....

Entretenimiento.....

Radio revistas.....

Radio teatros.....

Otros.....

Cuáles.....

*Aquí es importante señalar que de acuerdo a la respuesta, nosotros conocerías de primera mano el tipo de programación que mantienen las emisoras de la ciudad.*

3. Califique de 1 a 5 la calidad de contenidos de los programas preferidos por Ud.

1 - 2 - 3 - 4 - 5

¿Por qué su calificación?.....

*Como bien dice la pregunta aquí también buscamos saber los contenidos de cada programa y la calidad de producción y grabación de los mismos.*

4. Desde su visión de oyente, ¿estima que la programación de las radios en frecuencia modulada deben incorporar otros formatos radiofónicos?

Sí.....

No.....

Porqué.....

*Esta pregunta es la más importante de la encuesta porque es donde establecemos si el radioteatro puede ser solicitado en la programación de las emisoras y su razón.*

5.- ¿Alguna vez ha escuchado un radio teatro y qué comentario le merece?

Sí.....

No.....

Apreciación personal.....

*Con esta pregunta queremos saber si el entrevistado conoce algo sobre las producciones de la época de oro del radioteatro y si añora las famosas series y radionovelas que fueron parte principal en las emisoras de esa época.*

6. Seleccione las razones por las cuales deberían las emisoras de frecuencia modulada incorporar en sus programaciones, el radio teatro.

Orienta a los oyentes

Refleja la problemática social

Involucra a la sociedad

Educa a los niños

Motiva a una meditación

Promueve la solución

*Aquí conoceremos, que criterio tiene el oyente del radioteatro y cuál es su función en la colectividad.*

7. Desde su experiencia de usuario de los medios de comunicación, ¿qué tipo de temas debería privilegiar un productor radiofónico cuando elabora un radio teatro?

Sociales

Culturales

Políticos

Deportivos

Económicos

Históricos

Promoción de derechos

Otros

*Esta pregunta busca encontrar la capacidad que tiene el realizador o productor de radioteatro en utilizar temas que vayan en beneficio de la colectividad con el genero del radioteatro.*

8. Para complementar el contenido de un radio teatro, ¿qué tipo de música debería utilizarse?

Nacional

Internacional

Mezclado

Por qué.....

*Con esta pregunta también encontramos la preferencia que tienen los oyentes en relación a la música, los efectos y valores de producción en la realización de un dramatizado.*

9. ¿Considera que las radio novelas tendrían aceptación en los y las oyentes de las emisoras de frecuencia modulada de la ciudad de Quito?

Si

No

Por qué

*Con el fin de mantener el interés del oyente hacia el radioteatro, esta pregunta nos ayuda a conocer el futuro del radioteatro en las emisoras FM del DMQ.*



10. Sugiera una o dos iniciativas para mejorar la producción radiofónica en la ciudad de Quito.

1.....

2.....

*Finalmente con esta pregunta buscamos el aporte de los oyentes para realizar mejores y nuevas producciones radiofónicas que utilicen el radioteatro para beneficio de la comunidad quiteña.*

#### DATOS TÉCNICOS

Edad

Sexo

Lugar de Residencia

Nivel de Escolaridad

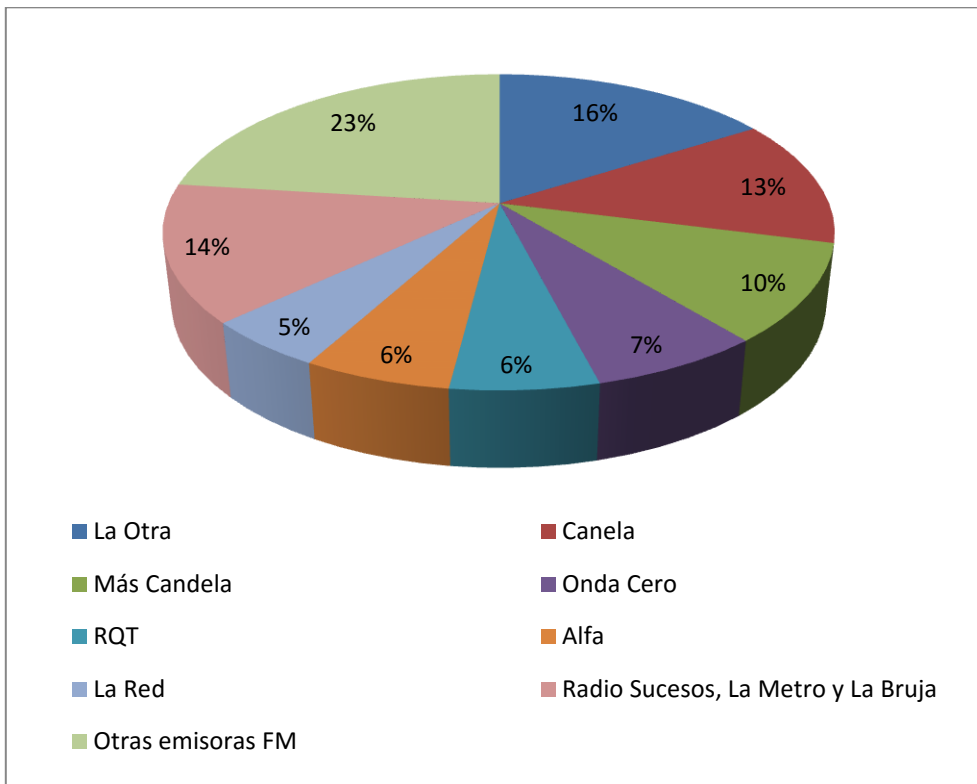
Las respuestas obtenidas en esta encuesta nos permitirán buscar varias alternativas para ofrecer o mejorar los espacios radiofónicos dedicados al radioteatro.

## INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

### 1. ¿Cuáles son las radios en frecuencia modulada que escucha Ud. en orden de preferencia?

La preferencia de sintonía expresada por el universo escogido, en el presente proyecto de investigación, ubica en cuatro bloques sustancialmente definidos y diferenciados. Las emisoras *La Otra* 16%, *Canela* 13% y *Más Candela* 10% conforman el grupo de mayor aceptación, que corresponde al 39%. Un 24% de los encuestados prefiere las emisoras *Onda Cero* 7%, *RQT* 6%, *Alfa* 6% y *La Red* 5%. A su vez ubica a *Radio Sucesos*, *La Metro* y *La Bruja*, sumadas en un 14%, toda vez que el porcentaje de preferencia de cada una de ellas está en el orden inferior al 5%. Finalmente, 10 emisoras de frecuencia modulada no alcanzan el mínimo del 3%, cada una de identificación de los oyentes, luego en total representan un 23% del total investigado. (Graf. 1)

**Gráfico 1. Porcentaje de Emisoras FM por preferencia**

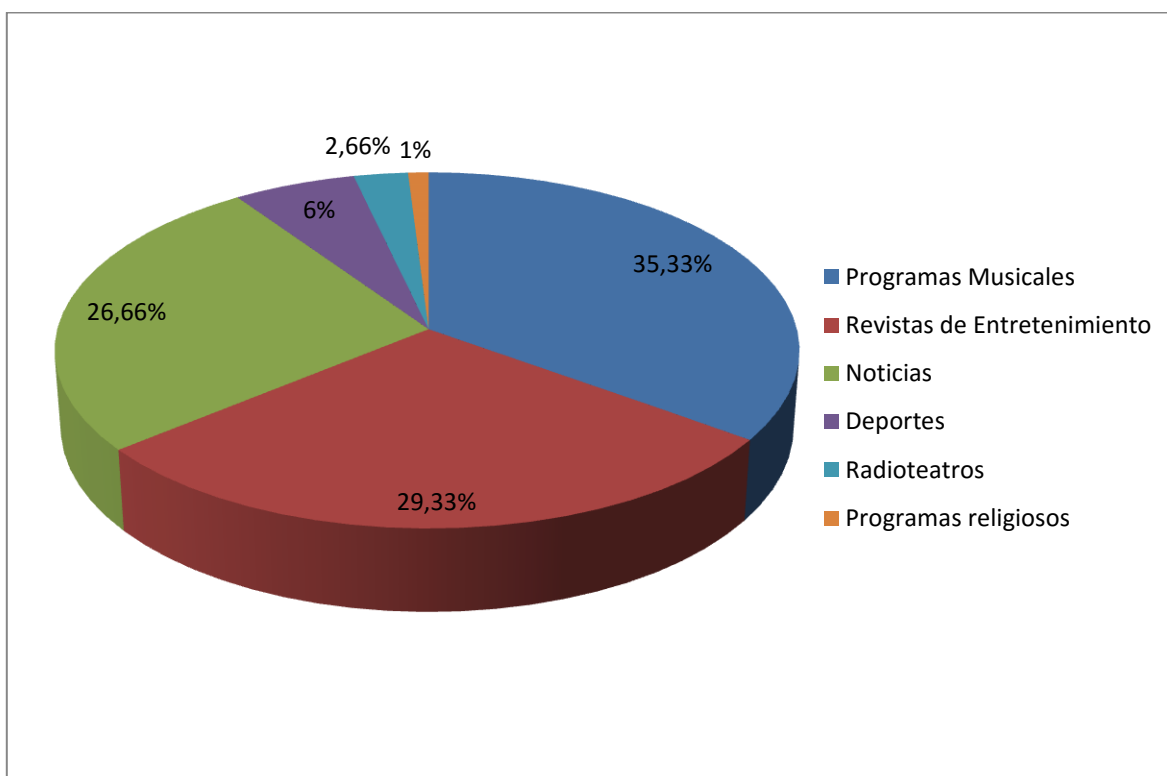


**Fuente: Elaboración propia**

**2. En la emisora que escucha preferentemente, ¿qué tipo de programas le concentran su atención?**

Los programas musicales alcanzan el 35,33% de preferencia en la sintonía; a continuación los formatos de entretenimiento como radio revistas son aceptados en un 29,33%; los espacios noticiosos cubren el 26,66 %; mientras que los géneros deportivos copan el interés del 6% de la población investigada. Es mínima la aceptación para los radio teatros 2,66% y religiosos en el 1%. (Graf. 2)

**Gráfico 2. Porcentaje de preferencia de los programas de emisoras FM**

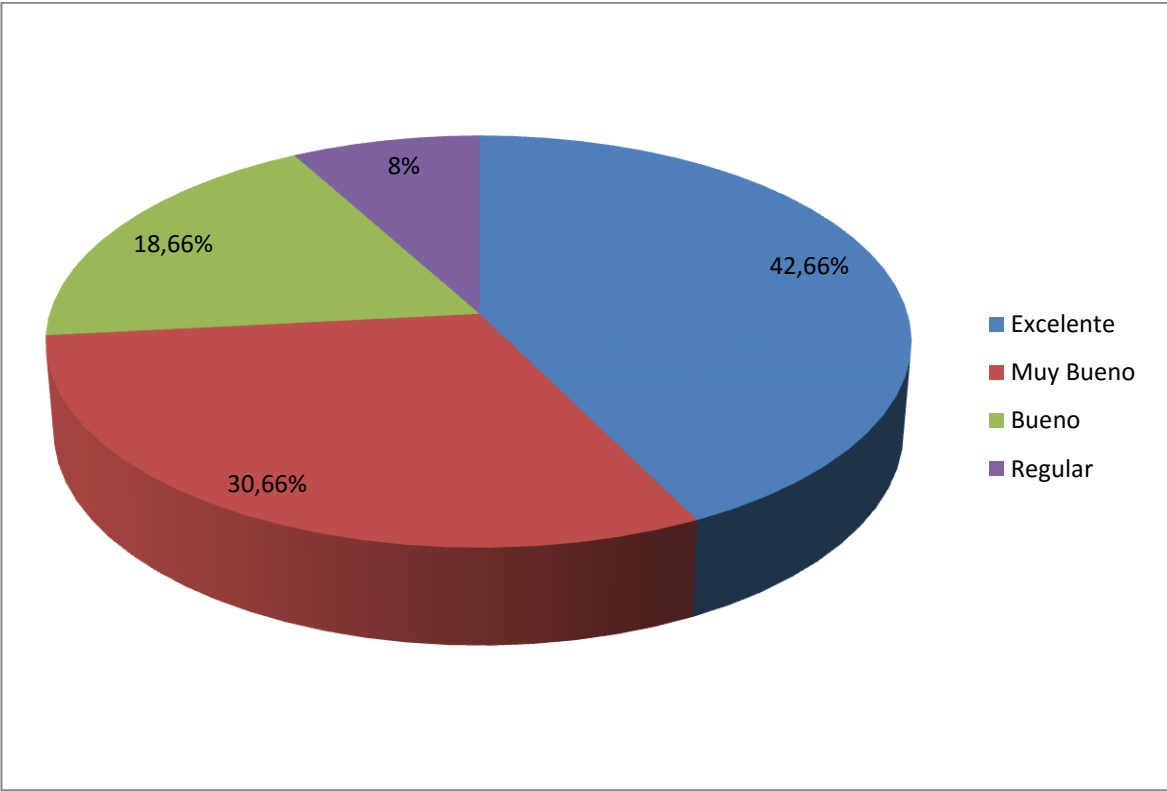


Fuente: Elaboración propia

**3. ¿Califique de 1 a 5 la calidad de contenidos de los programas preferidos por Ud.?**

Al momento de otorgar una calificación cuantitativa de los programas identificados en la preferencia de la población encontramos que un 42,66% les ubica con excelente; 30,66%, muy buena; y, 18,66%, buena calidad. Un mínimo porcentaje el 8% determina una calificación regular. (Graf. 3)

**Gráfico 3. Calificación cuantitativa de los programas identificados en la preferencia de la población.**

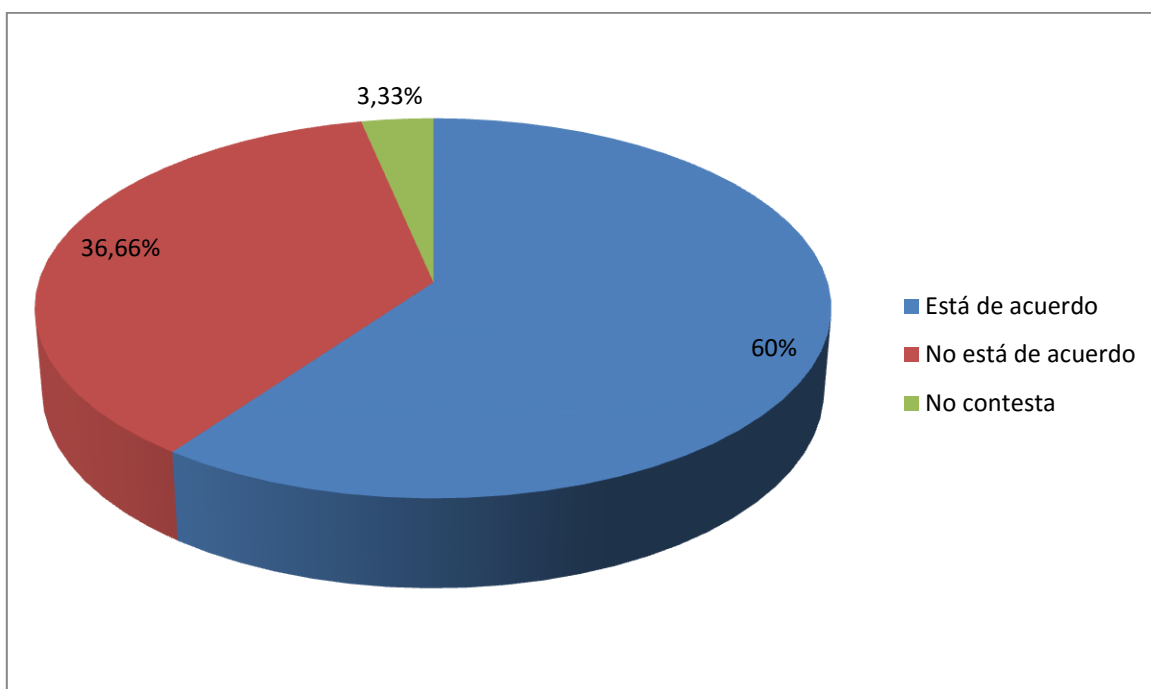


Fuente: Elaboración propia

**4. Desde su visión de oyente, ¿estima que la programación de las radios en frecuencia modulada deben incorporar otros formatos radiofónicos?**

El 60% del total del universo de encuestados demanda urgente a los directivos de las emisoras de frecuencia modulada del Distrito Metropolitano de Quito la incorporación de nuevos formatos o programas radiofónicos. A su vez, un 36,66% no está de acuerdo con la renovación de la programación radiofónica; y, apenas un 3,33% prefiere no contestar. (Graf. 4)

**Gráfico 4. Percepción sobre la incorporación de nuevos formatos radiofónicos en las estaciones FM del DMQ**

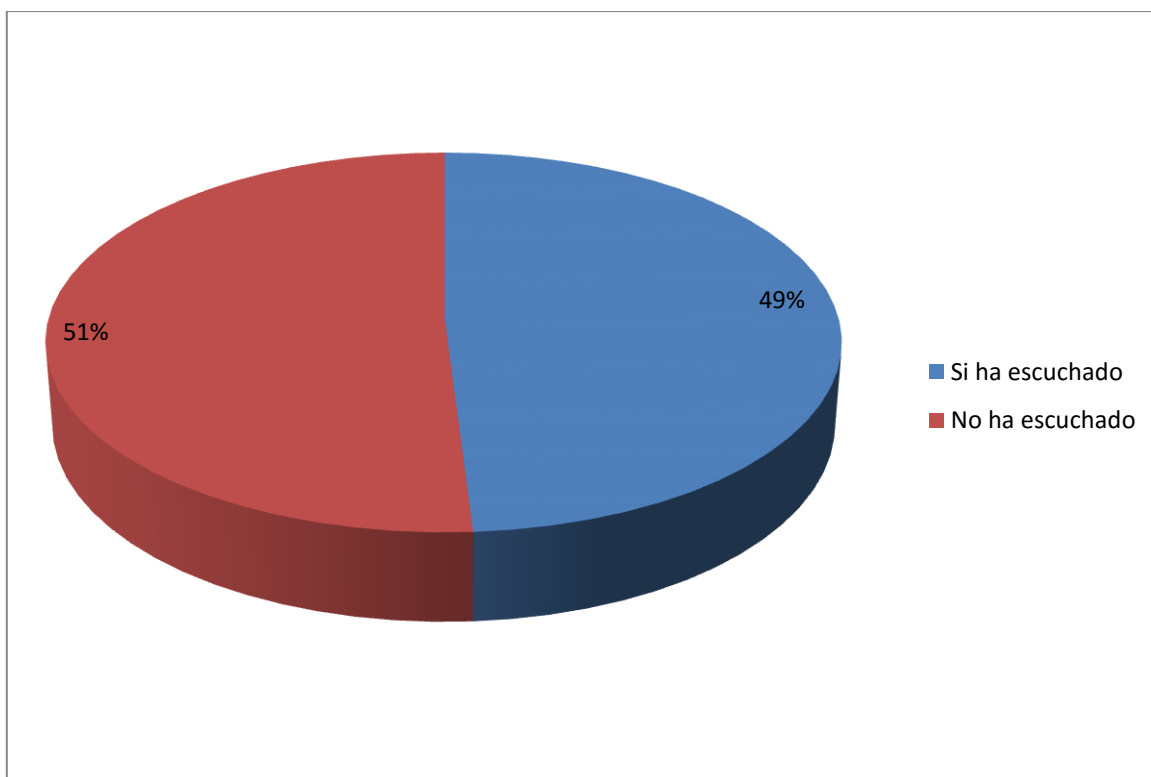


Fuente: Elaboración propia

### 5. ¿Alguna vez ha escuchado un radio teatro y qué comentario le merece?

El 51% expresa que no escucha programas identificados como radio teatro; mientras que el 49% sí identifica este formato de programación en la oferta de programación de las radioemisoras en frecuencia modulada. (Graf. 5).

**Gráfico 5. Porcentaje de personas que han escuchado un radioteatro**

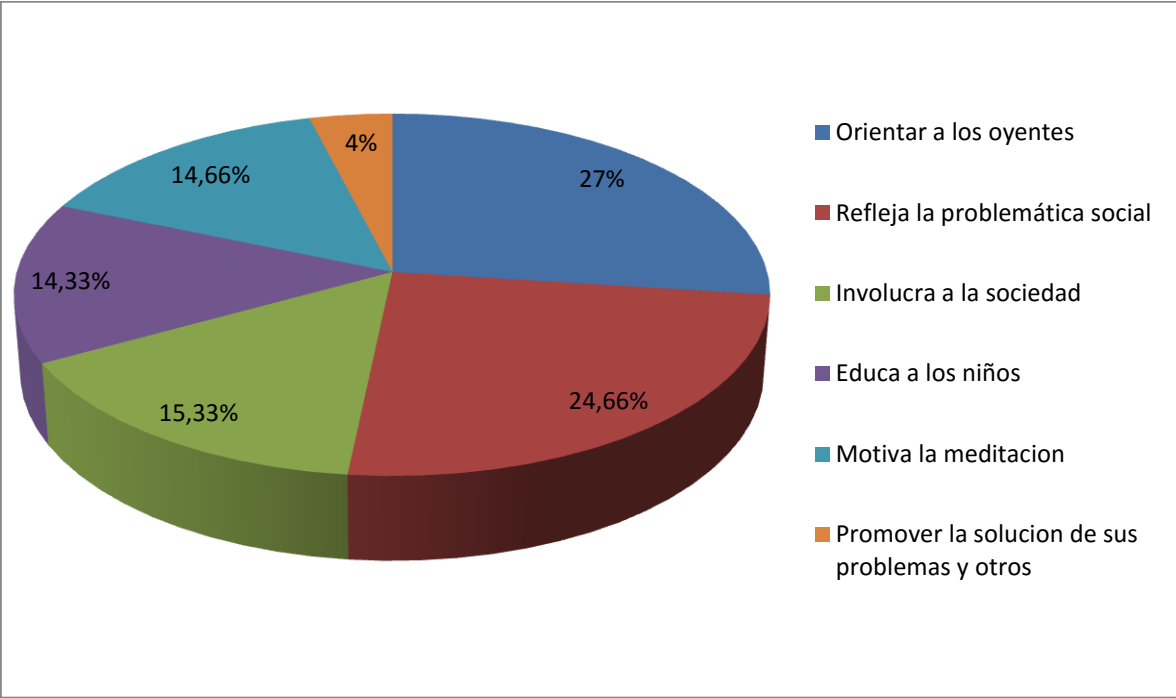


Fuente: Elaboración propia

**6. Seleccione las razones por las cuales deberían las emisoras de frecuencia modulada incorporar en sus programaciones, el radio teatro**

Una absoluta mayoría de los ciudadanos y ciudadanas (96%), que respondieron la encuesta ratifica sus argumentos sobre la validez de incluir en las programaciones radiofónicas al radio teatro por cuanto cumple con los roles importantes de orientar a los oyentes 27%. Refleja la problemática social 24,66%; involucra a la sociedad 15,33%; educa a los niños 14,33%; y, motiva a una meditación 14,66. Apenas el 4% expresa que pueden promover la solución a sus problemas y otros. (Graf. 6)

**Gráfico 6. Razones por las cuales las emisoras FM del DMQ deben incluir el radioteatro.**



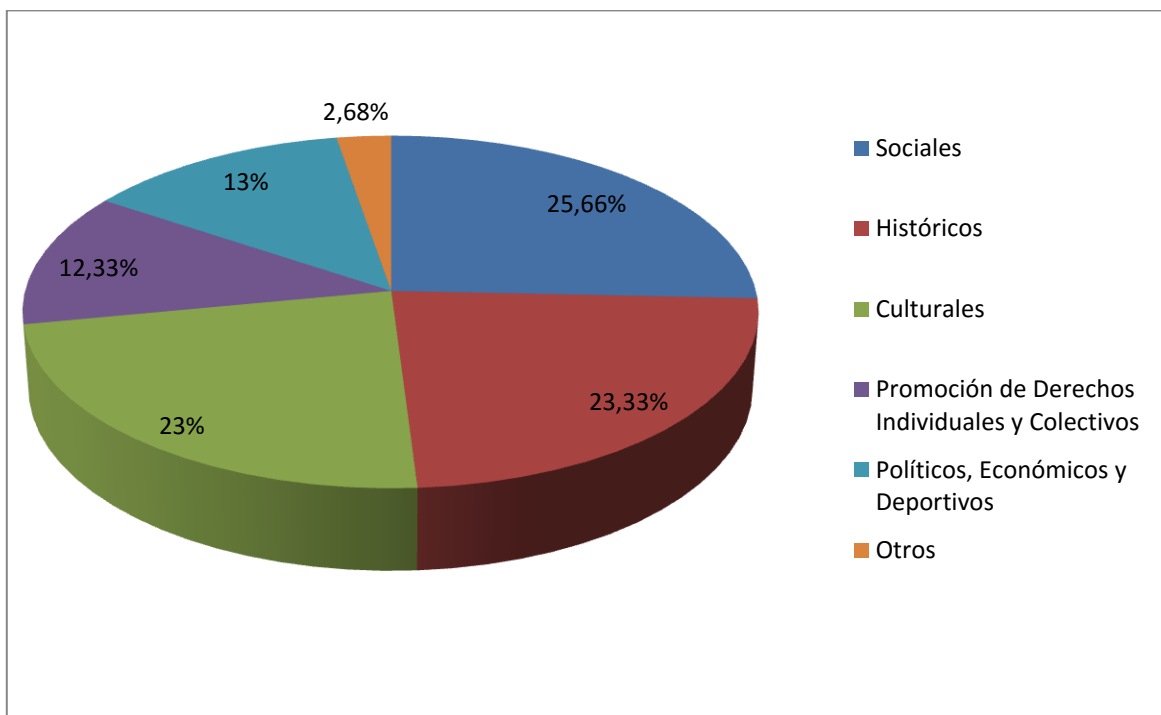
Fuente: Elaboración propia



**7. Desde su experiencia de usuario de los medios de comunicación, ¿qué tipo de temas debería privilegiar un productor radiofónico cuando elabora un radio teatro?**

A criterio de la población investigada, los responsables de las parrillas de programación de las emisoras en frecuencia modulada deberían incorporar en los espacios destinados al radio teatro los siguientes temas de interés colectivo, en su orden: Sociales 25,66%; Históricos 23,33%; Culturales 23%; y, la Promoción de Derechos Individuales y Colectivos 12,33%. Por su parte los temas Políticos, Económicos y Deportivos merecen el 13% de estimación. (Graf. 7)

**Gráfico 7. Temas a tratar en la producción del radioteatro**

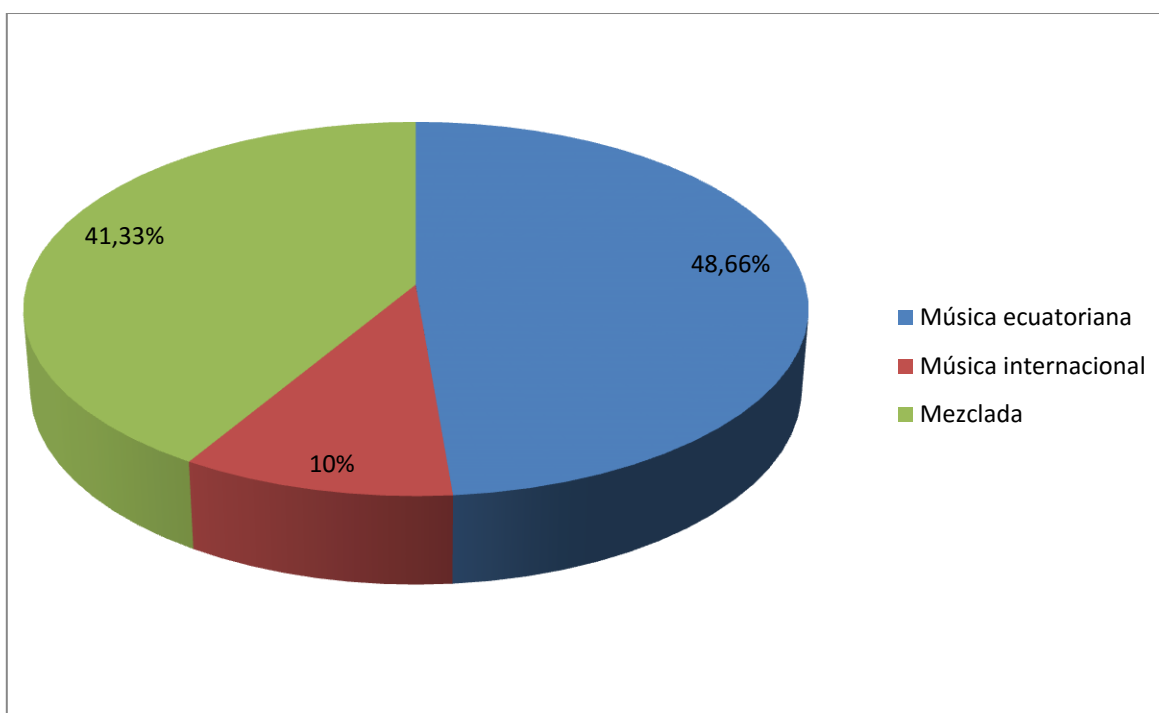


Fuente: Elaboración propia

**8. Para complementar el contenido de un radio teatro, ¿qué tipo de música debería utilizarse?**

Los perceptores de las programaciones radiofónicas consideran que en la producción de los radio teatros los responsables deben privilegiar la música ecuatoriana en un 48,66%; interpretación internacional el 10%; y exige una mezcla de los dos géneros musicales un 41,33%. (Graf. 8)

**Gráfico 8. Tipo de música a utilizarse**

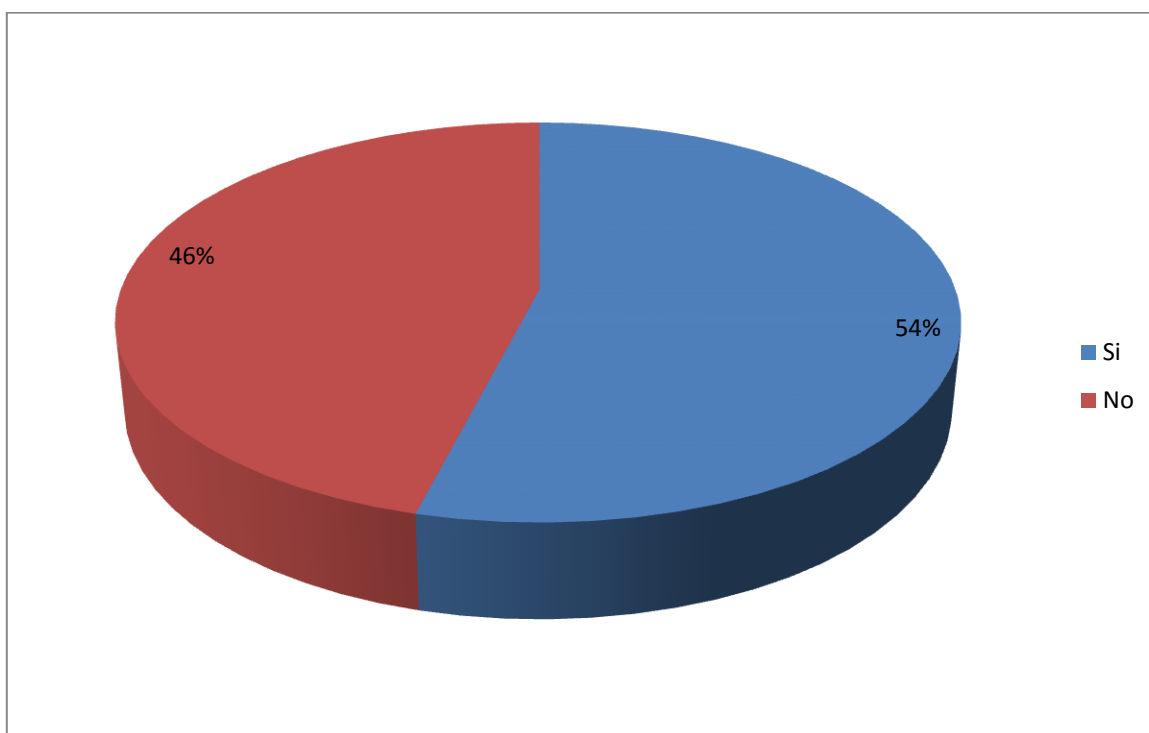


Fuente: Elaboración propia

**9. ¿Considera que las radio novelas tendrían aceptación en los y las oyentes de las emisoras de frecuencia modulada de la ciudad de Quito?**

Según el 54% de la población encuestada los formatos radiofónicos de la radio novela sí tendría aceptación en la audiencia mientras que un 46% considera negativa esa posibilidad. (Graf. 9)

**Gráfico 9. Aceptación del radioteatro en las emisoras FM del DMQ**

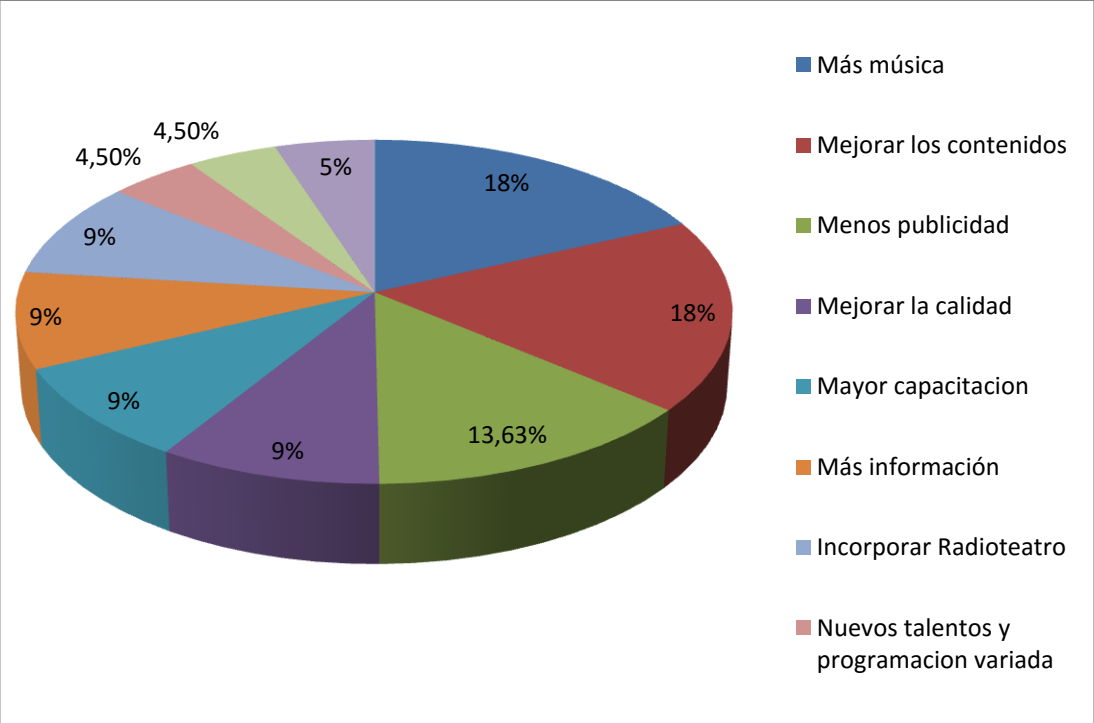


Fuente: Elaboración propia

**10. Sugiera una o dos iniciativas para mejorar la producción radiofónica en la ciudad de Quito.**

Al momento de solicitar a los encuestados las iniciativas personales para mejorar las programaciones radiofónicas ubicamos en un mismo porcentaje, 18%, “más música” y “mejorar contenidos” como los más significativos. Un 13,63% desearía escuchar menos publicidad; y a su vez un similar grupo de ciudadanos y ciudadanas, que representan el 9% cada una piden mejorar la calidad, mayor capacitación, más información y que el radioteatro sea incorporado. Los nuevos talentos y la programación variada representan el 4,5% de la exigencia. (Graf. 10)

**Gráfico 10. Sugerencias para mejorar la programación de las emisoras FM del DMQ**



Fuente: Elaboración propia

**ENTREVISTA**

Para la realización de esta técnica se buscó a tres ejecutivos de varias emisoras quiteñas: un gerente, un director de programación y un productor radiofónico para hablar sobre el radioteatro. Los entrevistados fueron:

- Roberto Álvarez, gerente de *Radio Centro FM, Los Cuarenta Principales* de Quito.
- Jonathan Vizuite, director de programación de *Radio Platinum FM* y *Radio Quito La Voz de la Capital*.
- Byron Garzón, productor radiofónico de *Radio La Luna FM* y productor virtual de Chasqui Radio.

Las preguntas que se plantearon a estos tres entrevistados fueron:

1. ¿Conoce usted algo sobre el radioteatro que se ha producido en las emisoras del DMQ?
2. ¿Su emisora ha producido o produce actualmente algún dramatizado?
3. ¿Es fácil ahora hacer radioteatro?
4. ¿Cree usted que el género del radioteatro ha perdido vigencia?
5. ¿Qué piensa usted sobre las cuñas dramatizadas?
6. ¿Si tuviera financiamiento, su emisora volvería a producir radionovelas?
7. ¿Es una necesidad imperiosa formar comunicadores para la producción de géneros como el radio teatro?

8. ¿Qué productos podría usted difundir o promocionar utilizando el radioteatro?
  
9. ¿Cree usted que las agencias de publicidad estarían interesadas en incluir en sus formatos de producción de cuñas a los dramatizados?
  
10. ¿Es cierto que en las radios del DMQ hay capacidad para producir radioteatro?

## INTERPRETACIÓN DE LAS ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

### PREGUNTAS

#### 1. ¿Conoce usted algo sobre el radioteatro que se ha producido en las emisoras del DMQ?

Respecto a esta pregunta los tres personajes entrevistados coinciden en que el radioteatro fue un espacio muy importante en la programación de emisoras tradicionales como *Radio Quito*, *Radio América*, e incluso una emisora creada para los jóvenes de esa época como fue Radio Presidente.

El director de radio Quito, Jonathan Vizúete, hace referencia a las producciones que ya señalamos en el capítulo 3 (3.2.1 El radioteatro) donde se destaca la extraordinaria adaptación radiofónica del libro *La guerra de los mundos* de H. G Wells, realizada para esta emisora por Leonardo Páez, el 12 de febrero de 1949.

Mientras que Byron Garzón y Roberto Álvarez hablan de una época inolvidable que tuvieron los quiteños al escuchar radio novelas, como *La Maldición del Inca*, *Drácula*, *Leyendas y tradiciones*, de producción nacional, y otras series venidas del exterior como, *El Gato*, *Kaliman*, *Porfirio Cadena*, *Luis Dragón*, etc., radionovelas que tuvieron éxito en los años 50, 60 y 70.

Según lo expuesto por los entrevistados, el radioteatro en el DMQ tiene una historia de más de 60 años y las series y dramatizados están en el recuerdo de los oyentes como buenos programas de entretenimiento y distracción.

## 2. ¿Su emisora ha producido o produce actualmente algún dramatizado?

A pesar de que no existirá una continuidad en los procesos de elaboración del radioteatro, nuestros entrevistados afirman que las emisoras capitalinas, actualmente, sí producen dramatizados, aunque sea esporádicamente debido a varios factores que han influido en el interés de los oyentes, como la incidencia de la televisión.

Roberto Álvarez hace hincapié en espacios como *Los 40 principales*; Byron Garzón señala obras como *Rosa de Luxemburgo*, los excelentes dramatizados de *Radialistas apasionados*; y Jonathan Vizuite nos habla sobre la dramatización de cómo se hizo “*La guerra de los mundos*”.

Concluimos entonces que el radioteatro tiene todavía vigencia en las parrillas de programación de las emisoras del DMQ.



### **¿Es fácil ahora, hacer radioteatro?**

Hay argumentos interesantes en las respuestas. Los tres entrevistados coinciden en que actualmente la tecnología favorece la producción de radioteatros, por la facilidad que brindan los nuevos programas de producción y edición de audio, que sirven para reformar la voz, efectos de sonido, etc.

No están de acuerdo sobre el personal capacitado necesario para realizar estas producciones; mientras Jonathan Vizúete dice que no hay actores, guionistas, locutores y que el costo es significativo, Byron Garzón manifiesta que sí hay, incluso voces bien matizadas y bien habladas. A esto Roberto Álvarez insiste en que la tecnología ayuda a mejorar las voces y a crear personajes.

Conclusión: actualmente hay ciertos impedimentos para producir radioteatros, pero no constituyen una barrera imponderable para hacerlos. Si la tecnología nos brinda recursos técnicos que facilitan la realización de estos programas, hay que aprovecharlos.

### **4. ¿Cree usted que el género del radioteatro ha perdido vigencia?**

En la interpretación hay varias respuestas. El representante de *Radio Centro*, Roberto Álvarez, sostiene que no hay incentivos y falta capacitación. En verdad, aparte de los talleres que dicta el Ciespal, no hay otra institución que se preocupe de la formación de locutores, actores, libretista, etc.

Por su parte, Byron Garzón manifiesta: “No ha perdido vigencia”. En esencia, lo que perdió vigencia fue la programación de las emisoras del DMQ, que desde los años 80

hasta el 2000 se volvieron estrictamente musicales y no dieron espacios para este tipo de producciones. Sin embargo, el radioteatro y los dramatizados continuaron en el aire.

Luego existe una seria debilidad, las emisoras no se preocupan de capacitar a su personal, no brindan incentivos para crear que nuevos productos radiofónicos y que por el asunto comercial y económico, algunas emisoras capitalinas prefirieron cambiar su programación volviéndolas musicales o sea “moledoras de discos”, como dice el argot popular.

##### **5. ¿Qué piensa usted sobre las cuñas dramatizadas?**

Los entrevistados señalan que en las radios FM del Distrito Metropolitano de Quito las cuñas dramatizadas tienen una gran acogida y excelente resultado, pues según nos cuenta Byron Garzón, al hablar de la “vecinita”, se está creando un personaje que promueve a “vender un mensaje”, y ese personaje es precisamente una de las partes que conforman el radioteatro.

Según Jonathan Vizuete, son mensajes creados de acuerdo con las necesidades de clientes y oyentes, que pueden ser de carácter comercial o de servicio a la comunidad.

Para Roberto Álvarez, las cuñas dramatizadas cumplen el objetivo de atraer al cliente, si el formato y la producción están bien hechos, entonces son mensajes cumplidores.

En consecuencia, las cuñas dramatizadas son una alternativa de creatividad que tienen las emisoras capitalinas para enviar mensajes efectivos sobre diferentes temas proyectados a la colectividad.

## **6. ¿Si tuviera financiamiento, su emisora volvería a producir radionovelas?**

Al respecto todos coinciden que sí hay posibilidades de generar programas dramatizados. Lo que pasa es que debido a los altos costos que tienen este tipo de producciones no es tan fácil realizarlos. A esto se agrega, según Vizúete, el incremento de las redes sociales, el internet y la televisión. Pero si se logra un buen auspicio, tanto gubernamental o privado, se puede producir buen radioteatro en el DMQ.

Con mucha razón Byron Garzón manifiesta que se puede producir en un “100% y hasta culebrones”. Luego, sí es posible, porque también el dramatizado es una buena opción para quien maneja la producción y el marketing de las agencias de publicidad.

## **7. ¿Es una necesidad imperiosa formar comunicadores para la producción de géneros como el radio teatro?**

Sí, porque para producir radioteatro se necesita no solamente ser comunicador, sino también poseer talento. Así piensan Álvarez, Vizúete y Garzón. Además este último agrega que la capacitación es un recurso comunicacional que vuelve a tener vigencia actualmente, porque las nuevas generaciones no tenían un referente de este género radial.

Por estos motivos, es muy importante encontrar nuevos talentos, que avancen a la especialización en el radioteatro a través de la capacitación.

**8. ¿Qué productos podría usted difundir o promocionar utilizando el radioteatro?**

Este formato radiofónico facilita promocionar y difundir todos los productos, incluyendo los temas interculturales, políticos, educativos y de contenido social. El radioteatro es el producto comunicacional idóneo para hablar con la gente.

**9. ¿Cree usted que las agencias de publicidad estarían interesadas en incluir en sus formatos de producción de cuñas a los dramatizados?**

Dentro de la formación de los publicistas y de los creativos de una agencia de publicidad, el radioteatro es fundamental para conseguir productos efectivos y de buena calidad. De acuerdo al grupo objetivo, el dramatizado proyecta el mensaje con mayor inmediatez y eficacia, pues el oyente está familiarizado con la actuación de los personajes que promocionan un producto. Con el radioteatro y de acuerdo con las necesidades de una comunidad es más fácil difundir un mensaje.

**10. ¿Es cierto que en las radios del DMQ hay capacidad para producir radioteatro?**

A pesar de que Jonathan Vizúete y Roberto Álvarez coinciden en que no todas las emisoras del Distrito Metropolitano de Quito pueden hacer radioteatro, ya sea por falta de personal capacitado, financiamiento, o porque el formato radiofónico pasó de moda, ahora se abre una nueva oportunidad para el radioteatro porque, según la Ley de Comunicación, se buscarán espacios para promover la producción nacional, especialmente los dramatizados que difundan los temas interculturales.

Actualmente, muchas emisoras de Quito continúan haciendo programas interesantes con el radioteatro: noticias, mensajes para la juventud, campañas educativas, de prevención contra las enfermedades, valores cívicos, turismo, humor, deportes, etc. Y algunas estaciones, como la radio pública, mantienen desde sus inicios la tradición del radioteatro.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

1. La sintonía de las emisoras de frecuencia modulada en el Distrito Metropolitano de Quito tiene una polarización, siete radios concentran el 63% de la sintonía debido a su variada programación, que incluye con mayor énfasis la difusión de programas en vivo y de entretenimiento; mientras que el 37% no alcanzan el rango de aceptación de 5 entre 100 oyentes.

En el estudio, la mayoría de las estaciones FM del DMQ tiene una programación de entretenimiento en vivo. La primera recomendación es incluir micro espacios dramatizados sobre personajes de la música, deporte, humor (*sketch*), farándula nacional e internacional, los mismos que también pueden ser en vivo o producidos con antelación.

2. Los habitantes del DMQ seleccionan con preferencia a las emisoras que les ofertan programas de entretenimiento y musicales, así se expresan un 64,66%. Un número considerable, que representa el 26,66%, escucha noticieros por cuanto Quito concentra a las distintas funciones del Estado. Hay que advertir que apenas 3 de cada 100 prefiere el radio teatro, por cuanto estos formatos radiofónicos conforman una escasa oferta radiofónica.

Si en Quito el 26,66% de oyentes escuchan noticieros y solo tres de cada 100 prefiere el radioteatro es precisamente porque las emisoras no usan los dramatizados en los informativos para dar una imagen más real a una noticia. Por ejemplo, en lo que se refiere a eventos ambientales, crónica roja, mensajes especiales u otros, el radioteatro es una excelente herramienta para lograr la aceptación de muchos oyentes que a más de informarse, también se distraen.

3. Los programas radiofónicos preferidos por los habitantes del DMQ han merecido un significativo reconocimiento y aceptación por la calidad de sus contenidos, así lo manifiesta un 92% que otorga una aceptable calificación debido a la actualidad, uso de nuevas tecnologías y talento humano competente, entre otras razones.

Existen varios programas computarizados de audio que nos permite, actualmente, producir grandes y pequeños espacios dramatizados que ayudarían a que la parrilla de programas de las emisoras del DMQ tenga mayor aceptación, tanto por su calidad como por su contenido.

4. A pesar de que la encuesta refleja un mayoritario reconocimiento a la programación radiofónica, sin embargo una mayoría significativa estima la necesidad de incorporar nuevos programas, por cuanto consideran a la innovación como un elemento básico de la modernización y el cumplimiento de la normatividad vigente.

El radioteatro no ha pasado de moda, prueba de ello es que la mayoría, o casi la totalidad de cuñas comerciales son dramatizadas tanto las producidas en Ecuador como las que vienen de países extranjeros. Esto nos hace pensar que aunque el tiempo de duración de un comercial es mínimo (30-40 segundos) este género radiofónico es efectivo. Aquí juega un papel importante la creatividad, que está estipulada en la ley de Propiedad Intelectual y de Derechos de Autor.

5. En la memoria histórica de los habitantes del DMQ está el radioteatro, debido a que corresponde a la imaginación, creatividad, contenido formativo, conduce a la recordación histórica, constituye un formato pedagógico. Esas afirmaciones forman



parte del juicio de valor de quienes respondieron en positivo, no así para aquellos que prefirieron no señalar argumentos en su respectiva negación.

A mediados de los años 60, en Ecuador la televisión comercial acaparo la sintonía de muchos radioyentes, pues incluyó en su programación los llamados “culebrones” que pulverizaron a las históricas “radionovelas” que hasta esas fechas tenían la preferencia del público quiteño. El hecho es que la televisión tiene dos elementos: el audio y el video, mientras que la radio solamente se maneja con el audio; esto permitió que las telenovelas fueran más sintonizadas, pues el televidente escuchaba y veía las escenas de una serie, y ya no utilizaba su imaginación como era común en la radio. Pero actualmente en muchos países de Latinoamérica como México, Argentina y Colombia y otros, el radioteatro ha vuelto con fuerza, pues las audiencias prefieren escuchar radio a la mala programación televisiva y la poca creatividad de sus productores. Nuestro país y en especial las estaciones del DMQ tienen el mismo problema y creo que es el momento de mirar hacia el radioteatro como elemento indispensable para reforzar sus espacios programáticos.

6. El radio teatro surge como una demanda ciudadana, por cuanto correspondería al escenario del ejercicio de derechos constitucionales y legales de la comunicación, que privilegian a la ciudadanización de este eje transversal del desarrollo humano a partir de las principales funciones: orientar y educar, sin descuidar el entretenimiento.

La radio es el primer medio de comunicación que cumple estos preceptos; es por eso que mantiene y logra el interés de miles de oyentes en el mundo. A parte de esto, la radio brinda la oportunidad a muchos autores, compositores, creativos, músicos, artistas, escritores, libretistas, etc., para que puedan expresar su cualidades en obras literarias, audiovisuales y musicales. Especialmente el radioteatro configura un equipo

de producción de gente importante y necesaria para cumplir estas funciones comunicacionales.

7. Casi la totalidad de los habitantes del DMQ demandan que los temas inmersos en el desarrollo humano, problemática social, ejercicio de derechos, fortalecimiento de la interculturalidad, formación ciudadana, entre otros, estén considerados en la producción del radio teatro como una alternativa de la oferta radiofónica.

Con el género del radioteatro, aparte del tema comercial, se puede lograr producciones radiofónicas que ayuden a la promoción de la salud, la educación, los temas ambientales, seguridad ciudadana, turismo y la preservación de nuestra identidad. Sin duda alguna, como hemos dicho antes, el radioteatro es una herramienta fundamental para elaborar mensajes fáciles de captar y entender por la ciudadanía en general.

8. Hay una conciencia plena de que la ley del “uno por uno” debe cumplirse en las programaciones radiofónicas para otorgarle el valor significativo a la música ecuatoriana, que involucra autores y compositores que requieren de una promoción masiva para fomentar los valores de una cultura arraigada en la historia nacional. También es fundamental destacar que los géneros musicales internacionales han logrado captar el interés por su variedad; luego deben intercalarse en las producciones del radio teatro.

Para lograr una mejor vigencia de la ley del “uno por uno” es necesario primero crear nuevas empresas de producción audiovisual, lugares donde el artista nacional logre productos de excelente calidad que pueda competir con las producciones del exterior. Solo así se podría cumplir con esta ley. Caso contrario, las estaciones de radio

ecuatorianas no tendrían el material necesario para equilibrar este tipo de producciones, habida cuenta que la producción fonográfica internacional es sumamente mayor a la nacional y el artista ecuatoriano estaría en desventaja.

9. El radio teatro es un formato que para los oyentes les genera interés, novedad, por cuanto se diferencia con otros programas y representa un símil de éxito, pues consideran un espacio idóneo para el rescate de las tradiciones y que fomenta el valor histórico en las presentes y futuras generaciones.

En épocas anteriores, el radioteatro fue el elemento primordial para hacer conocer los cuentos, leyendas y tradiciones que cada región de Ecuador tiene. Casos como las *Leyendas y tradiciones del Ecuador*, transmitidas por Radio Quito; *Relatos de mi tierra*, que puso en el aire Radiodifusora Tarqui o *Cuentos y Leyendas de mi ciudad*, serie radiofónica producida por Ciespal. Éstos fueron quizá la mejor herramienta de promoción para este tipo de acontecimientos que vivieron nuestros antepasados, y que se encuentran en la memoria de los oyentes quiteños. De esa época a la actual han pasado muchas otras cosas que sería bueno hacerlas conocer por medio de nuevos programas de radioteatro.

10. La vigencia de la Ley Orgánica de Comunicación a partir del 2013 ha motivado una mayor exigencia por parte de los y las oyentes para demandar un proceso de mejoramiento de los contenidos en los programas radiofónicos. Es evidente también que la radio en frecuencia modulada esta asimilada como el medio idóneo para escuchar “buena música”, pero esa inclinación tiene una característica de privilegiar a los intérpretes ecuatorianos. Hay que destacar también que la población también exige una mayor capacitación del talento humano que labora en las radioemisoras.

Con una buena capacitación a la gente vinculada a la radio, se puede lograr productos de excelente contenido y calidad. Es verdad que esta ley ha ayudado a que los oyentes exijan a la emisora a mejorar su programación. Lo recomendable sería que en ese calificativo que da la audiencia de “buena música” se incluya a los intérpretes ecuatorianos con productos de mejor o superior calidad de los que estamos acostumbrados y que generalmente vienen de fuera del país.

## **BIBLIOGRAFIA**

- Agarwal, M. H. B. (2006). Radio y Televisión Públicas en Estados Unidos. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 95.
- Albaina, I. M. (2013). Arte, ética y cine. *La bioética*, 125.
- Álvarez Moreno, M. A. (2012). *Radio el Prado y su Influencia en la Radiodifusión de Riobamba Durante el Periodo 1925-1980*. Riobamba, Universidad Nacional de Chimborazo.
- Aparici, R. (2011). *Educomunicación: más allá del 2.0*. Madrid, Editorial Gedisa.
- Araya Rivera, C. (2011). Cómo planear un programa de radio. *Revista Educación*, 28(1), 191-200.
- Araya Rivera, C. (2012). Cómo producir un programa de radio. *Revista Educación*, 30 (2), 165-172.
- Arce Herrera, C., & Chumbe Vásquez, N. (2014). Humor en la radio peruana: análisis audiográfico, de contenido y comparativo del programa 'Los chistosos' de RPP Noticias. Tesis de grado no publicada de Comunicación. Piura, Universidad de Piura. Facultad de Comunicación.
- Arias, A. *Apuntes sobre el lenguaje radiofónico*. Quito, Ciespal.
- Asamblea Nacional del Ecuador (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito.
- Ávila Bohórquez, A. (2011). Radioficción educativa: tres proyectos de creación. Trabajo Fin de Máster. Sevilla, Universidad de Sevilla.
- Balsebre, A. (1994). *El lenguaje radiofónico*. Madrid, Cátedra.
- Barea, P. (1998). El itinerario ibérico de un autor radiofónico llamado Bertolt Brecht. *Revista de estudios de comunicación ZER*, 16, 33.
- Barea, P. (2000). *Teatro de los sonidos, sonidos del teatro: teatro-radio-teatro, ida y vuelta*. Universidad del País Vasco, Servicio Editorial= Euskal Herriko Unibertsitatea, Argitalpen Zerbitzua.
- Barros Pacheco, M. A. (2015). *Las voces y estilos de la narración de fútbol en Quito*. Quito, Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador.
- Belrose, J. S. (2002). Reginald Aubrey Fessenden and the birth of wireless telephony.

*Antennas and Propagation Magazine, IEEE, 44(2), 38-47.*

- Bernal Antúnez, I. R., Gómez, J. L. M., Ortiz, M. I. V., Landavazo, A. R., & Valencia, J. A. Á. (2015). Hábitos de estudiantes universitarios en el uso de la radio. *NovaRua, 4(7)*.
- Briones, G. (1990). *Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales*. Madrid, Trillas.
- Brito López, E., Cedillo Gualpa, S., & Ramos Jarro, I. (2009). *Historia y evolución de la radio Cuencana*. Cuenca, Universidad de Azuay.
- Bronowski, J., & Bruce, M. (1985). La Revolución Industrial. *Lecturas Universitarias, 10*.
- Cannavacciuolo, M. (2013). La ficción entre trauma real e imaginario: "Shelter" de José Emilio Pacheco. *Altre Modernità, 396-407*.
- Castellanos, N. (2006). El precio de un pecado: oír radionovelas a escondidas. *Signo y Pensamiento, 48: 91-104*.
- Centro de Producciones Radiofónicas (2015). *No contemos, mostremos: El documental sonoro*. Retrieved 3 May 2015, from <http://cpr.org.ar/2013/08/el-documental-sonoro-no-contemos-mostremos/>
- Estévez, M. (2015). *Apuntes sobre el lenguaje radiofónico*. Quito, Ciespal.
- Fernández Ballesteros, C. (1991). El Derecho de Autor y los Derechos Conexos en los umbrales del año 2000. In *Derechos de autor y derecho conexos en los umbrales del año 2000* (pp. 107-134). Madrid, Ministerio de Cultura.
- Fernández, J. L. (1994). *Los lenguajes de la radio*. Buenos Aires, Atuel.
- Foffani, E. (2013). "Rolando Rivas, taxista", de Alberto Migré: inscripciones de la modernidad literaria en la telenovela argentina de los 70. In *Variaciones sobre el melodrama*: pp. 667-687.
- Fondevila Gascón, J. F. (2012). El uso de recursos del periodismo digital en la prensa del Reino Unido, Francia, Estados Unidos y España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 18 (1): 73-87*.
- Freire, P. (2005). *Pedagogía del oprimido*. Madrid, Siglo XXI.
- Gabàs Masip, J. (2015). Maxwell: la teoría electromagnética de la luz. *Arbor, 191(775):*

265-279.

- Garcés, R. (2007). La crisis de los discursos radiofónicos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 62: 227-232. Recuperado de: <http://www.revistalatinacs.org/200719RaulGarces.htm>. DOI: 10.4185/RLCS-62-2007-745-227-232
- García, E. R. (1997). *Propiedad intelectual: el moderno derecho de autor*. Universidad externado de Colombia.
- García, L. (1995). En defensa de la radionovelas. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 52, 40-43.
- García, M. G., & Páez, J. J. P. (2002). *Teoría y técnica del lenguaje radiofónico*. Editorial Bosch.
- Gargurevich, J. (1986). La ética en la empresa periodística. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 18, 19-23.
- Garnica, L. (2013). *Sociodrama*. *Liligm9.blogspot.com*. Retrieved 15 April 2015, from <http://liligm9.blogspot.com/>
- Garzón, B. (2015). *De la edición radiofónica y los imaginarios*. Quito. Retrieved from [http://radioslibres.net/media/uploads/documentos/de\\_los\\_imaginarios\\_a\\_la\\_edicion\\_radiofonica\\_completo.pdf](http://radioslibres.net/media/uploads/documentos/de_los_imaginarios_a_la_edicion_radiofonica_completo.pdf)
- Gómez Vargas, H. (2015). En búsqueda de la audiencia radiofónica. *Comunicación y Sociedad*, 14-15.
- González Portela, M. (2015). *Educomunicación, educación para la comunicación desde un enfoque ético e intercultural*. Loja, UTPL.
- Gotlip, A. (2001). *El radioteatro: Jorge Edelman, un relato de vida*. Neuquén, Beatriz Viterbo Editora.
- Grupo Historadio (2011). *Historadio: historia de la radio en el Ecuador*. *Historadio.blogspot.com*. Retrieved 8 April 2015, from <http://historadio.blogspot.com/2011/06/historia-de-la-radio-en-el-ecuador.html>
- Guerra Gandara, M. (2008). *Testimonios del radioteatro en Quito*. Quito, El Conejo.
- Haye, R. M. (1995). *Hacia una nueva radio*. Paidós, Barcelona.



- Hernández Rodríguez, A. J. (2002). Planificar la comunicación. *Revista Latina de Comunicación Social*, 5(48).
- Hilliard, R. L. (2000). *Guionismo para radio, televisión y nuevos medios*. Ciudad de México, International Thomson.
- Historadio (2011a). *Historadio: las primeras radio estaciones del ecuador*. *Historadio.blogspot.com*. Retrieved 14 April 2015, from <http://historadio.blogspot.com/2011/06/las-primeras-radio-estaciones-del.html>
- Jiménez, D. (2010). *Heavy Word: historia de la radiodifusión en el Ecuador*. *Diegojavi007.blogspot.com*. Retrieved 15 April 2015, from <http://diegojavi007.blogspot.com/2010/01/historia-de-la-radiodifusion-en-el.html>
- Kaplún, M. (1978). *Producción de programas de radio*. Quito, CIESPAL.
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid, Ediciones de la Torre.
- Kaplún, M. (2006). *Producción de programas de radio*. Quito, CIESPAL.
- Kaplún, M., & García, M. (1985). *El comunicador popular*. Quito, Ciespal.
- Landeta Olivo, D. I. (2012). Edición radial de cuentos y tradiciones de la ciudad de Quito para incentivar el uso de la palabra hablada en los adolescentes (Tesis de Grado). Quito, Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador.
- Ley Orgánica de Comunicación (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito, *Registro Oficial*.
- López Guzmán, C., & Estrada Corona, A. (2012). Organización mundial de la propiedad intelectual. Ciudad de México. Fundación Carlos Slim, UNAM.
- López Vigil, J. (2000). *Manual urgente para radialistas apasionados*. Vedado, La Habana: Pablo de la Torriente Editorial.
- López Vigil, J. (2004). *Manual urgente para radialistas apasionados*. Sao Paulo, Paulinas.
- López Vigil, J. I. (1997). *Manual urgente para radialistas apasionados*. Quito, AMARC.
- López Vigil, J. I. (2004). *Ciudadana Radio: El poder del periodismo de intermediación*. UCAB. Centro de Derechos Humanos.

- Lusa Monforte, G. (2006). Otras historias de la radio. *Quaderns d'història de l'enginyeria*, 17 (7): 265-274.
- Macaroff, A. (2012). Hernan Ibarra y Victoria Novillo: Historia de la radio en Quito (1935-1960). *Íconos*, 42: 172-175.
- Marincic, A., & Budimir, D. (2001). Tesla's contribution to radiowave propagation. En *Telecommunications in Modern Satellite, Cable and Broadcasting Service, 2001. TELSIS 2001. 5th International Conference on* (Vol. 1, pp. 327-331). IEEE.
- Marrona, M., & Sánchez Vilela, R. (2001). Prácticas culturales y de consumo. La escucha cotidiana del radioteatro. *Signo y pensamiento*, 20(39): 90-96.
- Martini, S., & Luchessi, L. (2004). *Los que hacen la noticia: periodismo, información y poder*. Madrid, Editorial Biblos.
- Maxwell, J. C. (1998). *Escritos científicos*. Madrid, Editorial CSIC-CSIC Press.
- Maza Pérez, M., & Cervantes de Collado, C. (1994). *Guión para los medios audiovisuales: cine, radio, televisión*. México, Alhambra Mexicana.
- McLuhan, M. (1998). *La Galaxia Gutenberg*. Madrid, Círculo de Lectores.
- Media Radio (2015). *Radio - La producción radiofónica*. *Recursos.cnice.mec.es*. Retrieved 19 April 2015, from <http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque7/pag1.html>
- Micó, J. L., Canavilhas, J., Masip, P., & Ruiz, C. (2007). La ética en el ejercicio del periodismo: Credibilidad y autorregulación en la era del periodismo en Internet. *Communication Studies*. 4
- Monge, P. B. (1994). *La estirpe de Sautier: la época dorada de la radionovela en España (1924-1964)*. Madrid, El País.
- Moreno, E. (2005). Las radios y los modelos de programación radiofónica. *Comunicación y sociedad*, 18 (1): 12-13.
- Muños, C., & Eduardo, S. (2015). Investigación sobre la inserción laboral de los egresados de la Universidad Politécnica Salesiana carrera de comunicación social dentro de los últimos dos años en la ciudad de Quito, Ecuador. Tesis de grado. Quito, Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador.

- Muñoz Quiroz, D. E. (2014). Historia de la comunicación de Ecuador: prensa, radio, televisión, fotografía y medios digitales. Proyecto interuniversitario de la investigación: la Revolución Juliana y su huella (1925–1944). Quito, Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador.
- Murillo Fuentes, J. J. (2007). *Fundamentos de radiación y radiocomunicación*. Sevilla, Escuela Técnica Superior de Ingenieros. Universidad de Sevilla.
- Murriagui, A. (2008). *El radioteatro en Quito, por Alfonso Murriagui*. *Red Voltaire*. Retrieved 25 April 2015, from <http://www.voltairenet.org/article157813.html>
- Proaño, L. (1994). Editorial. *Chasqui, Revista Latinoamericana De Comunicación*, 21(1), 2.
- Pujol, L. (2012). *Breve historia del surgimiento de la radio. Del libro Periodismo y realización radiofónicos*. Camaguebaxcuba, *Blog del Periodista y Escritor Lázaro David Najarro Pujol*. Retrieved 3 November 2015, from <https://camaguebaxcuba.wordpress.com/2012/06/20/breve-historia-del-surgimiento-de-la-radio-del-libro->
- Quevedo Orozco, L. D. (2001). *La emancipación artística de la radio*. Universidad Pedagógica Nacional.
- Quiroz, M. (1993). Los caminos de la radionovela a la telenovela en Perú. *Renglones, revista del ITESO*, 27.
- radialistas.net (2015). *Cuña se escribe con "c"*. Retrieved 3 May 2015, from <http://www.radialistas.net/article/cuna-se-escribe-con-c/>
- Ramos, V. (2007). La radio comunitaria frente a los grupos de poder. *Razón y palabra*, (59), 5.
- Recursostic.educacion.es (2015). *Media - radios - versión accesible*. Retrieved 15 April 2015, from <http://recursostic.educacion.es/comunicacion/media/web/accesibilidad.php?c=&inc=radio&blk=1>
- Redacción Cultura (2010-02-22). 'Y con ustedes... la radio en Quito'. *El Comercio*. Recuperado de <http://goo.gl/GLIAjB>

*Registro Oficial No 320 Ley de Propiedad Intelectual* (1st ed.). Quito. Retrieved from [http://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/05/LEY\\_DE\\_PROPIEDAD\\_INTELECTUAL.pdf](http://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/05/LEY_DE_PROPIEDAD_INTELECTUAL.pdf)

Rodero Antón, E. (2005). *Producción radiofónica*. Madrid, Cátedra.

Rodero Antón, E. (2005). Recuperar la creatividad radiofónica: razones para apostar por la radio de ficción. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 32: 133-146.

Rodero Antón, E., & Scolari, C. A. (2011). *Creación de programas de radio*. Madrid, Síntesis.

Rodríguez Álvarez, MJ. (2014). La representación de la ciudad a través de radio - drama como dispositivo de administración de poblaciones en Quito (1940-1949) (Tesis de Maestría en Estudios Urbanos). Quito, FLACSO Sede Ecuador.

Salwen, M.B. (1993). The origins of CMQ: pre-Castro Cuba's leading radio network. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 13(3), 315-332.

San Félix, A. (1991). *Radiodifusión en la mitad del mundo*. Quito, Editora Nacional.

Santa Cruz, E. (2014). Los orígenes del periodismo radial en Chile. Lima, PUCP.

Sloan, A. (1993). México: Radiodrama, taller instantáneo. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (45), 14-15.

Sosa, B. (2012). *La radio educando a personas que tienen familiares con Síndrome de Down*. Trabajo fin de Grado, Quito, Universidad Politécnica Salesiana.

Suing, A., Arrobo, J. P., & Campos-Freire, F. (2015). Los medios sociales en la promoción de los contenidos culturales en televisión. Análisis del caso de Ecuador. *Revista de Comunicación*, 14, 115.

Taller de Guión I (2015). *Radiodrama*. Retrieved 25 April 2015, from <http://tguion.weebly.com/radiodrama.html>

The JingleBox (2012). *Qué Es la Producción Radiofónica en 5 Conceptos Básicos - The JingleBox. The JingleBox*. Retrieved 19 April 2015, from <http://thejinglebox.com/que-es-la-produccion-radiofonica-en-5-conceptos-basicos/>

Tremonti, F. (1995). La telenovela: entre la necesidad cultural y el mercado internacional.

*Revista Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación*, 91.

Troya Hervías, L., & Campo Gómez de la Torre, A. (2014). *La intertextualidad en las obras de Michel Gondry*. Valencia. Universidad de Valencia.

Tubau, I. (1993). *Periodismo oral: hablar y escribir para radio y televisión*. Barcelona, Paidós.

UCV (2013). *La Producción Radiofónica*. Es.slideshare.net. Retrieved 24 April 2015, from <http://es.slideshare.net/Radio2/la-produccion-radiofnica>

Uribe, N. (2011). La Telenovela: ¿ Amiga o enemiga? *Temas de Comunicación*, 2: 121-148.

Yaguana Romero, H. (2015). *Guía Didáctica, Radio I*. Loja, UTPL.

Yaguana Romero, H. y Delgado López, W. (2014). *85 años de radiodifusión en Ecuador*. Quito, "Quipus", CIESPAL. CONFIBERCOM.

Yúdice, G. (2002). *El recurso de la cultura* (p. 268). Barcelona, Gedisa.

Zambelli, D. (2006). *¿La primera transmisión de radio?*. En Taller de Radio de Diego Zambelli. *Taller-de-radio.com.ar*. Retrieved 11 April 2015, from <http://www.taller-de-radio.com.ar/index.php/material-didactico/23-intro-al-medio-radiofo/62-ila-primera-trans>

## **ANEXOS**

## ENTREVISTAS

### I. Roberto Álvarez. Gerente de Radio Centro FM, Los Cuarenta Principales de Quito.

#### 1. ¿Conoce usted algo sobre el radio teatro que se ha producido en las emisoras del DMQ?

Sí. El radioteatro en Quito data de algunos años, aquí se han producido una cantidad de series, radioteatros extraordinarios, incluido el mismo Gustavo Cevallos que es el gestor de varios seriados que son extraordinarios, incluso se han hecho. Te voy a poner el más famosos, incluso para acordarnos, el tema de radio Quito, en la década de los 40, *La guerra de los mundos*, esa fue una de las gloriadas versiones de la radiodifusión ecuatoriana: como sería de bien hecha que le quemaron el edificio donde estaba la radio, la gente pensó que eso era real, hicieron un dramatizado tan bien hecho, tan bien estructurado con una actuación impecable de los actores, actrices, un guion, una dirección, o sea: ¡aplausos! La gente pensó que era en vivo, el rato que la gente escuchó que era un dramatizado, imagínate ese Quito de los años 40, 50, fue y los incendiaron.

#### 2. ¿Su emisora ha producido produce actualmente algún dramatizado?

El grupo Radio Centro sí ha producido. Nosotros con los *40 Principales* el año anterior hicimos leyendas y tradiciones de Quito, con el stand de la radio, y claro, no llegamos a una obra extraordinaria, pero bueno, hicimos un ejercicio que es maravilloso a través de sonido el oyente capture nuestras imágenes entabladas en la voz

#### 3. ¿Es fácil hacer radioteatro?

Hoy hay elementos distintos que los anteriores. Tomemos en cuenta que los efectos la tecnología en edición ha ayudado muchísimo a como cuando se hacían las obras maravillosas. Vamos a poner una, cuando se hacía *Kaliman*, una gran cantidad de radio novelas, o *Los ricos también lloran* en novela radial, lo hicieron, o las historietas se trasladaban a seriados que eran de Corín Tellado, que era una escritora famosa de novelas cursis y las cuales las radios las tomaban al igual que las novelas de televisión, Hoy es más fácil, ya que hoy la tecnología te permiten reformar a la voz; recuerda que en el pasado los grandes autores con su voz manejaban dos, tres, cuatro voces; incluso los dobladores también lo hacen, y ser doblador profesional requiere un talento innato de los dobladores, en si hoy ayuda la tecnología.

#### **4. ¿Cree usted qué el género del radioteatro ha perdido vigencia?**

Sí. Sí ha perdido vigencia, hay varias razones, una porque no hay producción no hay incentivo dos, no hay capacitación, seamos reales

#### **5. ¿Qué opinión tiene sobre las cuñas dramatizadas?**

Que son pocas, no son muchas, no hay una cantidad de cuñas dramatizadas, pero que cumplen dentro de su objetivo que está enmarcado en guion comercial, cumplen, son cumplidoras; lo que pasa es que la cuña dramatizada tiene que tener un objetivo que es atraer a un cliente, si cumplen con eso es que está bien estructurada, si no cumplen es que no funcionan, entonces quién mide eso, el que está receptando el mensaje y el que está invirtiendo para que ese mensaje funcione

#### **6. ¿Si tuviera financiamiento, su emisora volvería a producir radionovelas?**

Sí claro, más que el financiamiento, talentos; el problema es que no hay talentos, no hay actores, actrices que manejen los conceptos que estamos hablando; la radio como la



conocíamos dejó de existir, ahora son multimedia, trabajan como todos los medios de comunicación, son escritos son con video y audio, para eso tiene radio demanda, que es que tú puede escuchar tu programa a la hora que quieras y el momento que quieras. Todas estas tecnologías que estamos hablando deberían ser en beneficio de crear este tipo de seriados.

**7. ¿Es un necesidad imperiosa formar comunicadores para la producción de géneros como el radio teatro?**

Más que comunicadores, son dos cosas distintas. A un comunicador no le puedes formar siendo actor, son talentos, el talento de una persona es innato, yo conozco comunicadores talentosísimos para otra cosa pero no son buenos para expresar. Más que comunicadores, actores.

**8. ¿Qué productos podría usted difundir o promocionar, utilizando el radioteatro?**

Todos, absolutamente todos

**9. ¿Cree que las agencias de publicidad estarían interesadas en incluir en sus formatos de producción de cuñas a los dramatizados?**

Habría que preguntarles a ellos. Es muy aparte de las emisoras de radio, no producimos cuñas, eso ya es pedido de un cliente directo, con un guion establecido, pero no somos los productores.

**10. ¿Es cierto que en las radios del DMQ hay capacidad para producir radioteatro?**

No todas, lo que pasa es, como te dije anteriormente, la tecnología hace que puedan producir todas, tú puedes tener en tu casa un estudio, con consola, con equipos, era un dinero fuerte; hoy por hoy con una computadora, un par programas, un micrófono, dos o

tres quizás, y ya tienes un estudio, y quizá de ahí produces artesanal, esto no quiere decir que no se lo puede hacer, se lo puede hacer, pero ese no es el impedimento, se requiere los elementos, y profesionalizar a esto, estudios adecuados, equipos adecuados, gente capacitada.

## **II. Jonathan Vizuete. Director de programación de Radio Platinum FM y Radio Quito**

### **La Voz de la Capital**

#### **1. ¿Conoce usted algo sobre el radioteatro que se ha producido en las emisoras del distrito metropolitano de Quito?**

Sí.

#### **2. ¿Cuáles serían?**

Básicamente lo referente a Radio Quito, una estación que tiene 75 años, va a cumplir este año, estamos dentro del grupo Ecuadoradio. Tiene dos estaciones, Radio Quito, que tiene 75 años, y Platinum, que va a cumplir 19 años. En Radio Quito el radio teatro se hizo hace muchos años, una gran producción, con locutores y conductores propios de la estación en la década de los años 60, 70. Actualmente entiendo que muy pocas estaciones todavía aportan con el tema del radio teatro; en particular, Radio Quito es una estación que todavía sigue pasando los radioteatros.

#### **3. ¿En este caso su emisora ha producido o está produciendo algún dramatizado o radioteatro?**

Como jefe de programación de las dos estaciones, le comento que Radio Quito sí ha hecho. Actualmente no, pero sí en la época de los años 60, 70 y me parece que también en la década de los 80 hicieron algunos otros trabajos. Sí se produjeron algunas cosas; lo último que hicimos fue una pequeña recreación de *La guerra de los mundos*. Por los 100 años de El Comercio producimos como radio también, diría un dramatizado de cinco minutos, en el cual justamente recreábamos lo que sucedió en la década de los años 40 cuando finalmente quemaron el periódico. Hicimos la teatralización de lo que fue *La*

*guerra de los mundos*, obviamente al final explicábamos que esto era un radio teatro. Esto se hizo hace unos 8 años o 10 años.

#### **4. ¿Actualmente no se está realizando radioteatro?**

No, actualmente no

#### **5. ¿Resulta fácil realizar un radioteatro?**

No resulta fácil por algunos aspectos. Nos han hecho algunas propuestas, pero el tema es que para hacer un radioteatro se necesitan actores, y actualmente no hay muchos actores para radio, no es muy fácil conseguir; tal vez tengan una buena voz pero no saben actuar o modelar la voz para interpretar a un personaje. Por otro lado, la inversión es significativa; la producción de radio teatro como tal es bastante trabajoso, se debe trabajar en guiones, uno tiene que contratar locutores, actores. Se debe y se tiene que invertir, y lamentablemente tengo que decirlo a veces el retorno no es tan grato como uno quisiera, más es la inversión que el retorno. Por otro lado, hay que decirlo, el radioteatro es como una gratificación propia para el medio sí, y de pronto también hasta para la audiencia, pero económicamente no es que represente un beneficio grande. Esa es la verdad y entiendo que por esta razón, en general, en los medios ya no se están realizando radioteatros.

#### **6. ¿Qué piensa usted sobre las cuñas dramatizadas?**

Yo creo que cada tipo de publicidad o spot publicitario debe ser creado de acuerdo a las necesidades. Es importante a veces de la intervención de varios protagonistas para entender mejor o transmitir mejor el mensaje de un producto o de un servicio. Sí me parece que es adecuado.

**7. ¿Creé usted que las agencias de publicidad estarían interesadas en incluir en sus formatos de producción de cuñas a los dramatizados?**

Como lo mencioné antes, creo que depende del tipo de necesidades o requerimientos. Se me ocurre hacer un tipo de producción en el cual se requiera la participación de voces de un costeño, de un serrano, de un cuencano, o de un niño, aquí es importante el dramatizado, ya que van a intervenir varias voces o puede ser una cuña institucional donde sea necesario una sola voz y no más. Yo digo, depende mucho de la necesidad que el producto o el servicio tenga para difundirse. No siempre puede ser un dramatizado y no siempre puede solo un locutor institucional.

**8. ¿En este aspecto personalmente usted estaría dispuesto a producir radioteatros?**

Como le digo, me han hecho propuestas, pero es complicado por el tema del financiamiento

**9. ¿Pero si contara con el financiamiento necesario lo haría o definitivamente no?**

Sinceramente no, porque hay que tomar en cuenta algunos otros aspectos que involucran a la comunicación; valoro mucho el tema de los radio teatros, es una manera que despierta la creatividad, la iniciativa en las personas, especialmente en los niños, pero hoy en día hay otros medios alternativos como las redes sociales, el internet, la televisión, entonces es un poco complicado porque los jóvenes, lo niños, toman en cuenta otros aspectos, otras cosas que intervienen en su desarrollo, pero, como le digo, nos es complicado por estas razones que le he comentado poder realizar un radio teatro.

**10. ¿Si es que se diera el caso de algún momento realizar un radio teatro, qué productos podría difundir o promocionar con este dramatizado, es decir cuál sería el enfoque?**

De pronto para la difusión del tema intercultural, para conocer sus dichos costumbristas, su idiosincrasia propia de cada provincia, en este caso un actor debe adentrarse en cada personaje.

**11. ¿Es cierto que en las radios del distrito metropolitano de Quito hay capacidad para producir radioteatro?**

Yo diría que no todas

**12. ¿Qué faltaría?**

Falta personal para producir radio teatro, es decir locutores con la capacidad de interpretar personajes, unos buenos guionistas que presenten historias interesantes, que tengan esa capacidad de poder enganchar con la gente, el director y una personaje que dicte, grabe, y también, si es que queremos que sea un producto que se pueda comercializar, unos ejecutivos comerciales, es decir interviene un grupo de personas extenso que necesitan tener conocimientos muy amplios en el tema, además es necesario tener un banco de voces, banco de efectos que son necesarios e importantes dentro de una producción de radio teatro. Eso es básicamente lo que les puedo decir.

**III. Byron Garzón. Productor de radio La Luna FM del DMQ, y productor virtual de Chasqui Radio.**

**1. ¿Conoce usted algo sobre el radio teatro que se ha producido en las emisoras del DMQ?**

Sí claro, yo conozco la mayoría de la producción desde hace 60 años, si no es mucho más, y los radioteatros de productores mexicanos en emisoras locales en AM. Recuerdo *La maldición del Inca y Drácula*, que nos hacía temblar de guaguas, en radio Presidente, la antigua radio América. Y claro, las típicas *El Gato, Porfirio Cadena*.

**2. ¿Su emisora ha producido produce actualmente algún dramatizado?**

Produjo hasta donde estuvo la radio (La Luna), siempre se tenía dramatizado en la punta de la máquina.

**3. Gustavo: ¿en la parte ya virtual ha hecho dramatizados?**

Sí, claro. La última radionovela *Rosa Luxemburgo*, ya no con radio La Luna, estamos con Radialistas Apasionados, es más el formato predilecto de Radialistas apasionados es dramatizados.

### **3. ¿Es fácil ahora hacer radioteatro?**

Debería, primero por la tecnología, segundo por la cantidad de actores, voces y los nuevos recursos, las nuevas metodologías de aprendizaje de la radio; por ejemplo, ahora ya no solo tenemos los vozarrones sino también, según el personaje, tenemos voces matizadas, bien habladas.

### **4. ¿Cree usted que el género del radioteatro ha perdido vigencia?**

No ha perdido vigencia, lamentablemente tuvo un tiempo, no el radioteatro como tal, sino las programaciones de la radio. Tuvo un vacío entre los años 80 y los años 90 hasta el 2000 más o menos, la radio tuvo un vacío de programación, ya que todos los programas eran musicales y no se daban paso a estos dramatizados.

### **Gustavo: pero ¿por qué perdió vigencia en ese tiempo?**

No perdió vigencia el formato, sino la difusión del formato, pero sin embargo en América Latina se siguió produciendo con Kaplún, con el mismo José Ignacio López Vigil, que sacaron el *Juzgado número 13* y la famosa *Un tal Jesús* que hasta la fecha sigue en la Semana Santa.

### **5. ¿Qué opinión tiene sobre las cuñas dramatizadas?**

A mí me parece que es un formato excelente para promocionar cualquier tipo de producto o idea, porque el dramatizado es acercarse a la gente, el famoso radioteatro de la vecinita, ¿quién no tiene una vecinita por ahí?, y con esa vecinita se puede vender y crear mucho

### **7. ¿Si tuviera financiamiento, su emisora volvería a producir radionovelas?**

Por supuesto, 100%, y si es posible culebrones (risas).



**Gustavo: Tomando en cuenta que a criterio de varios entrevistados, el radioteatro no ha muerto, lo que tal vez no está en vigencia son las radionovelas, las series.**

Las series así muy limitadas tal vez, pero el radioteatro jamás, por eso la creación del nuevo formato que es el radio clip que son dramatizados cortos, pero si tuviera el dinero o los recursos, más bien, si me pusiera a buscar los recursos me dedicaría 100% al radioteatro

**7. ¿Es un necesidad imperiosa formar comunicadores para la producción de géneros como el radio teatro?**

Sí es necesario, porque yo creo que es un recurso comunicacional que está volviendo a tener vigencia, pero que las nuevas generaciones de comunicadores no tienen un referente claro o formación y que dentro de los pensum de las universidades de los comunicadores debe entrar el radio teatro, porque es conversar con la gente

**8. ¿Qué productos podría usted difundir o promocionar, utilizando el radioteatro?**

¡¡Todos!!, desde un jabón hasta la Fórmula Uno, temas políticos, culturales, todo, absolutamente todo.

**9. ¿Cree que las agencias de publicidad estarían interesadas en incluir en sus formatos de producción de cuñas, a los dramatizados?**

Claro que deberían incluir a los dramatizados; dentro de la formación de los publicistas y de los creativos de la publicidad debería entrar un componente comunicacional que tenga el radio teatro, por ejemplo si fuera un cliente, uno de los conceptos de mi producto debería ser el radioteatro, así que no solo debe estar en la formación de comunicadores sino también de publicistas.

**10. ¿Es cierto que en las radios del DMQ hay capacidad para producir radioteatro?**

Absolutamente, yo con esto de la Ley de Comunicación y de la cuestión intercultural, he escuchado que se está produciendo cosas interesantes. Las radios públicas generalmente vienen de una tradición de radio teatro, los que producen ahí han tenido una línea de radio teatro, pero en las radio privadas ya está naciendo ese bichito del dramatizado, y con mucho agrado he escuchado algunas cosas muy interesante tanto en Quito como en Guayaquil.