

**Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación**



**"Estudio de Contenido del Programa de Radio  
Despacho Presidencial Transmitido por TGW 107.3 FM"**

**Aura Judith Sánchez Juárez**

**Guatemala, julio de 2012**

**Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación**

**"Estudio de Contenido del Programa de Radio  
Despacho Presidencial Transmitido por TGW 107.3 FM"**

**Trabajo de tesis presentado por**

**Aura Judith Sánchez Juárez**

**Previo a optar el título de**

**Licenciada  
en Ciencias de la Comunicación**

**Asesor de tesis:**

**M.A. Elpidio Guillén**



**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**

**Director**

Lic. Julio Moreno Sebastián

**Consejo Directivo**

**Representantes de Docentes**

M.A. Amanda Ballina Talento  
Lic. Víctor Carillas Brán

**Representante de Profesionales Egresados**

Lic. Michael González Bártres

**Representantes Estudiantiles**

Pub. José Jonathan Girón  
Pub. Aníbal De León

**Secretaría Administrativa**

M.A. Claudia Molina

**Tribunal Examinador**

M. A. Elpidio Guillén (Presidente – Asesor)  
Licda. Miriam Yucuté (Revisora)  
Dra. Lesvia Morales (Revisora)  
M.A. Wangner Díaz (Examinador)  
M.A. César Paiz (Examinador)  
M.A. Aracelly Mérida (Suplente)



**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
Universidad de San Carlos de Guatemala

168-11

Guatemala, 29 de abril de 2011  
Dictamen aprobación 40-11  
Comisión de Tesis

Estudiante  
**Aura Judith Sánchez Juárez**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Sánchez**:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.7 del punto 1 del acta 05-2011 de sesión celebrada el 29 de abril de 2011 que literalmente dice:

**1.7 Comisión de Tesis acuerda:** A) Aprobar al (la) estudiante Aura Judith Sánchez Juárez, carné 199921794, el proyecto de tesis: ESTUDIO DE CONTENIDO DEL PROGRAMA DE RADIO "DESPACHO PRESIDENCIAL" TRANSMITIDO POR TGW 107.3 F.M. B) Nombrar como asesora a: M.A. Elpidio Guillén.

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del REGLAMENTO PARA LA REALIZACIÓN DE TESIS, que literalmente dice:

..."se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de habersele aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación." (lo subrayado es propio).

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis  
AM/Eunice S.

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfonos: (502) 2418-8920  
(502) 2443-9500 extensión 1478  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacion.usac.edu.gt](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)



# Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 09 de septiembre de 2011

Comité Revisor/ NR

Ref. CT-Akmg 78-2011

Estudiante

**Aura Judith Sánchez Juárez**

Carné **199921794**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ciudad Universitaria, zona 12.

Estimado(a) estudiante **Sánchez**:

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis: ESTUDIO DE CONTENIDO DEL PROGRAMA DE RADIO DESPACHO PRESIDENCIAL TRANSMITIDO POR TGW 107.3 FM.

Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:

M.A. Elpidio Guillén, presidente(a).

Dra. Lesvia Morales, revisor(a).

Licda. Miriam Yucuté, revisor(a).

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

M.A. Gustavo Bracamonte Cerón  
Director ECC



M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: comité revisor. Adjunto fotocopia del informe final de tesis y boleta de evaluación respectiva.

Larissa Melgar  
archivo.

AM/GB/Eunice S.



# Escuela de Ciencias de la Comunicación

## Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 28 de marzo de 2012  
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.  
Ref. CT-Akmg- No. 55-2012

Estudiante  
**Aura Judith Sánchez Juárez**  
Carné **199921794**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Sánchez**:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: ESTUDIO DE CONTENIDO DEL PROGRAMA DE RADIO DESPACHO PRESIDENCIAL TRANSMITIDO POR TGW 107.3 FM, siendo ellos:

M.A. Elpidio Guillén, presidente(a)  
Licda. Miriam Yucuté, revisor(a)  
Dra. Lesvia Morales, revisor(a)  
M.A. Wangner Díaz, examinador(a).  
M.A. César Paiz, examinador(a).  
M.A. Aracelly Mérida, suplente.

Por lo anterior, apreciaremos se presente a la Secretaria del Edificio M-2 para que se le informe de su fecha de examen privado.

Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

Lic. Julio E. Sebastián Ch.  
Director ECC

Copia: Larissa  
Archivo  
JESCH/AM/IEunice S.



M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis





Autorización informe final de tesis por terna revisora



Guatemala, 16 de febrero de 2012

M.A.

Aracelly Mérida

Coordinadora Comisión de Tesis

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel.

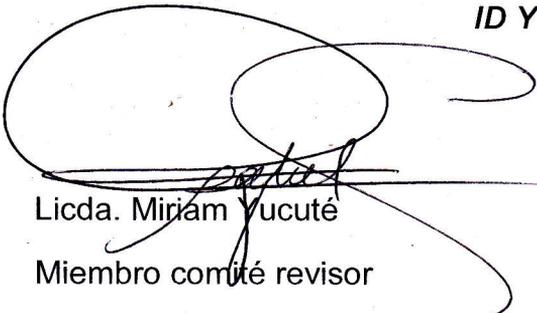
Ciudad Universitaria, zona 12

Distinguida M.A. Mérida:

Atentamente informamos a usted que el (la) estudiante **Aura Judith Sánchez Juárez**, carné 199921794, ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título final es: **Estudio de Contenido del Programa de Radio Despacho Presidencial Transmitido por TGW 107.3 FM.**

En virtud de lo anterior, se emite **DICTAMEN FAVORABLE** a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**



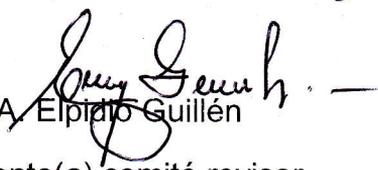
Licda. Miriam Yucuté

Miembro comité revisor



Dra. Lesvia Morales

Miembro comité revisor



M.A. Elpidio Guillén

Presidente(a) comité revisor



# Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 18 de julio de 2012

Orden de Impresión/NR

Ref. CT-Akmg- No. 51-2012

Estudiante

**Aura Judith Sánchez Juárez**

Carné 199921794

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Sánchez**:

Nos complace informarle que con base a la **autorización de informe final de tesis por asesor**, con el título ESTUDIO DE CONTENIDO DEL PROGRAMA DE RADIO DESPACHO PRESIDENCIAL TRANSMITIDO POR TGW 107.3 FM, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que entregue dos tesis y un cd en formato PDF en la Biblioteca central de esta universidad, seis tesis y dos cd's en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y diez tesis en la Secretaría de esta unidad académica ubicada en el 2º. nivel del Edificio M-2.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado(a) de esta Escuela, que cuenta con todas las calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

Lic. Julio E. Sebastián Ch  
Director ECC



M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: archivo  
AM/JESCH/Eunice S.

**“Para los efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo”**

“Nunca consideres el estudio como una obligación,  
sino como una oportunidad para penetrar  
en el bello y maravilloso mundo del saber”

**Albert Einstein**

## **Acto que dedico**

**A Dios:** Por ser mi guía en los momentos más importantes de mi vida y quien me permite ser quien soy.

**A mi madre:** Marina Juárez de Sánchez, por impulsarme a alcanzar mis metas y brindarme su apoyo incondicional en todo momento.

**A mi esposo:** Jorge Charles, por su amor, apoyo y paciencia.

**A mis hermanos:** José y Reyna, gracias por su amor y alegría que han brindado a mi vida.

**A mis sobrinos:** Dayana, Estuardo, Emerson, Jennifer, José Pablo y Kento, que esto les sirva de ejemplo que con perseverancia y esfuerzo las metas se pueden alcanzar.

**A mis abuelos:** Especialmente a mi abuela Ofelia Mellado, que aunque están ausentes mi triunfo les llena de alegría. Que en paz descansen.

**A mis tíos:** Por estar siempre al pendiente de mi persona, por su compañía, sus consejos y cariño.

**A mis amigos:** Por todo su apoyo y confianza que me brindaron.

**A mi asesor:** M.A. Elpidio Guillén, por el valioso apoyo recibido que siempre supo orientarme con paciencia y buenos consejos.

**A mis revisoras:** Licda. Miriam Yucuté y Dra. Lesvia Morales, por su apoyo, tiempo y dedicación.

**A la USAC:** Alma Mater donde se desarrolló mi pensamiento académico.

**A la ECC:** Por brindarme los conocimientos que me permitieron poder desarrollarme como profesional y de esta forma contribuir a la sociedad.

**A mis catedráticos:** Por sus conocimientos y por ser un ejemplo para nuestra vida profesional.

**A Radio TGW:** En especial a la Licda. Candi Morales, por abrirme las puertas del programa "Despacho Presidencial" y por permitir realizar este estudio.

# Índice

	Página
Introducción.....	1
<b>Capítulo I</b>	
<b>Marco Conceptual</b>	
1.1 Título del tema.....	3
1.2 Antecedentes.....	3
1.3 Justificación.....	4
1.4 Planteamiento del problema.....	4
1.5 Alcances y límites.....	5
<b>Capítulo II</b>	
<b>Marco Teórico</b>	
2.1 ¿Qué es la radio?.....	6
2.2 El lenguaje radiofónico.....	8
2.3 La utilización correcta de la palabra.....	9
2.4 Errores frecuentes ante el micrófono.....	9
2.5 Producción en radio.....	10
2.6 Los programas de radio.....	10
2.6.1 Programa género informativo.....	10
2.6.1.1 La noticia.....	10
2.6.1.2 La entrevista.....	11
2.6.1.3 El reportaje.....	11
2.6.1.4 La crónica.....	11
2.6.1.5 El documental radiofónico.....	11
2.6.1.6 La rueda radiofónica.....	12
2.6.1.7 <i>El flash</i> .....	12
2.6.1.8 Mesa redonda.....	13

2.6.2	Los programas de entretenimiento.....	13
2.6.2.1	Programa de música clásica.....	13
2.6.2.2	Programa de música moderna.....	14
2.6.2.3	<i>Los programas de hit parade</i> .....	14
2.6.2.4	Los programas de concierto de música moderna.....	14
2.6.3	Programas de música especializada.....	15
2.7	Los programas de variedades.....	15
2.7.1	<i>El magazine</i> .....	15
2.8	Los programas de participación.....	16
2.9	Otro tipo de programas radiales de entretenimiento.....	17
2.9.1	Programas de concurso.....	17
2.9.2	Programas eróticos.....	17
2.9.3	Programas de invitados.....	17
2.9.4	Programas de humor.....	17
2.9.5	Programa femenino.....	17
2.9.6	Programa infantil.....	18
2.9.7	Programa juvenil.....	18
2.9.8	Programa de repeticiones.....	18
2.10	Los programas específicos.....	18
2.10.1	Programas religiosos.....	19
2.10.2	Programas políticos.....	19
2.10.3	Programas de beneficencia.....	19
2.10.4	Programas divulgativos.....	20
2.10.5	Programas de continuidad.....	20
2.10.6	Programas deportivos.....	20
2.11	Guión radiofónico.....	21
2.11.1	El guión literario.....	21

2.11.2	El guión técnico.....	22
2.12	Análisis de contenido.....	22
2.12.1	Concepto de análisis de contenido.....	22
2.12.2	Tipos de unidades de análisis.....	26
2.12.2.1	Unidades de muestreo.....	26
2.12.2.2	Unidades de registro.....	26
2.12.2.3	Unidades de contexto.....	27
2.13	Distinción de los niveles de análisis.....	27
2.14	Categoría de análisis.....	28
2.15	Bernard Berelson.....	29
2.15.1	Datos biográficos.....	29
2.16	Radio TGW La Voz de Guatemala 107.3 FM.....	31
2.16.1	Programación Radio TGW La Voz de Guatemala 107.3 FM.....	33
2.17	Programación "Despacho Presidencial".....	41
2.17.1	Surgimiento, horario y día de transmisión.....	41
2.18	Descripción del programa "Despacho Presidencial".....	42

### **Capítulo III**

#### **Marco Metodológico**

3.1	Método o tipo de investigación.....	44
3.2	Hipótesis.....	44
3.3	Variables estudiadas.....	44
3.3.1	Variable dependiente.....	44
3.3.2	Variable independiente.....	44
3.4	Indicador.....	44
3.4.1	Nivel de aceptación.....	44
3.4.2	El contenido del programa Despacho Presidencial.....	45
3.5	Objetivos.....	45

3.5.1	Objetivo general.....	45
3.5.2	Objetivo específico.....	45
3.6	Técnica.....	46
3.7	Instrumento.....	46
3.8	Población.....	46
3.9	Muestra.....	47

## **Capítulo IV**

### **Presentación y Análisis de Resultados**

4.1	Análisis de contenido del programa de radio Despacho Presidencial transmitido por TGW 107.3 FM.....	48
4.1.1	Fichas técnica del programa.....	48
4.1.2	Resumen del "Estudio de Contenido del Programa de Radio Despacho Presidencial Transmitido por TGW 107.3 FM....."	60
4.2	Presentación de datos y resultados de la opinión ciudadana.....	62
4.3	Tabla de análisis de la aceptación y participación de los radioescuchas.....	66
4.4	Verificación de hipótesis.....	68

## **Capítulo V**

### **Propuesta de Comunicación**

5.1	Diagnóstico.....	70
5.2	Propuesta.....	70
5.2.1	Grupo objetivo.....	70
5.3	Objetivos.....	71
5.3.1	Objetivo general.....	71
5.3.2	Objetivo específico.....	71
5.4	Procedimiento de la estrategia de comunicación.....	71
5.4.1	Publicidad radial.....	71
5.4.2	Publicidad escrita.....	72

5.4.3 Publicidad alternativa.....	72
5.5 Gastos de ejecución.....	73
5.6 Evaluación.....	73
Conclusiones.....	74
Recomendaciones.....	75
Referencias bibliográficas.....	76
Anexos.....	79
Anexo I	
Programas analizados.....	80
Anexo II	
Entrevista con la productora del programa Despacho Presidencial.....	83
Anexo III	
Cuestionario.....	84
Anexo IV	
Tabla de análisis de la aceptación y participación de los radioescuchas.....	85
Anexo V	
Ficha de análisis de contenido.....	86

## **Introducción**

Esta investigación es resultado de un Estudio de Contenido del Programa de Radio "Despacho Presidencial" Transmitido por TGW 107.3 FM.

El propósito del estudio fue analizar el contenido del programa Despacho Presidencial y la aceptación del mismo en los radioescuchas, se utilizó la teoría de análisis de contenido de Bernard Berelson, el autor en mención señala que el análisis de contenido como una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistema y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones.

Esta tesis está dividida en cuatro capítulos:

### **Capítulo I Marco Conceptual:**

Aparece el título del tema, antecedentes, justificación, planteamiento del problema, alcances y límites de esta investigación.

### **Capítulo II Marco Teórico:**

Aquí se presentan las teorías y técnicas que explican el problema, El cual se fundamenta en las revisiones de material bibliográfico en distintas fuentes impresas e internet.

### **Capítulo III Marco Metodológico:**

Se plantea la metodología utilizada en la realización del estudio de la siguiente manera: tipo de investigación, objetivos, técnica, instrumentos, población y muestra.

### **Capítulo IV Presentación y análisis de contenido:**

Aquí se presentan, la verificación de la hipótesis, la ficha de análisis de contenido, tabla de análisis de la aceptación y participación de los radioescuchas, gráficas de los resultados obtenidos en la investigación.

## **Capítulo V Presentación de propuesta comunicacional:**

En este capítulo se presenta una propuesta de comunicación para elevar el *rating* del programa de radio Despacho Presidencial transmitido por TGW 107.3 FM.

Seguidamente, se presentan las principales conclusiones y con base a éstas, se formularon las recomendaciones respectivas.

Para finalizar la investigación, se presenta la bibliografía consultada y los anexos que contiene: la tabla de análisis de la aceptación y participación de los radioescuchas, la ficha de análisis de contenido, la entrevista realizada a la productora del programa y el cuestionario.

Se espera que los datos de esta tesis sirvan como un aporte de beneficio para el programa de radio Despacho Presidencial transmitido por TGW 107.3 FM, para el logro de un mejor *rating* y en general a todos los (las) estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala y otras Universidades, que deseen iniciar su proceso de tesis en esta temática, pues ésta les servirá de antecedentes y referencia para realizar nuevas investigaciones, ampliar y generar nuevo conocimiento.

## **Capítulo I**

### **Marco Conceptual**

#### **1.1 Título del Tema:**

Estudio de Contenido del Programa de Radio Despacho Presidencial Transmitido por TGW 107.3 FM.

#### **1.2 Antecedentes:**

Después de realizar una búsqueda en diferentes fuentes, no se encontraron ningún estudio relacionado al Estudio de Contenido del Programa de Radio Despacho Presidencial Transmitido por TGW 107.3 FM. Existen algunas tesis en torno al tema de Estudio de Contenido de programas, los cuales pueden considerarse antecedentes indirectos de la presente investigación

En el año 2009, la comunicadora social, de la Universidad de San Carlos de Guatemala de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Geldy Aracely Muñoz Palala, realizó un Estudio de Contenido al Programa “Conciencia de Mujer” transmitido por Radio MIA 93.7 y su nivel de aceptación dirigido por Carolina Alcázar, respectivamente de los cuales concluyó.

- a) Que el programa Conciencia de Mujer de Radio MIA 93.7, es una especie de híbrido entre diálogo-consultorio, en el cual se presenta el tema acompañado por el especialista invitado y luego se leen y se responden las preguntas o comentarios de la audiencia.
- b) En el estudio realizado encontró que el programa tiene como principales finalidades, involucrar a las personas en la necesidad de informarse sobre determinados temas, así fomentar en el receptor la importancia que implica tener relaciones sexuales con responsabilidad para prevenir embarazos y enfermedades de transmisión sexual, además de motivar al receptor de tener una mentalidad positiva ante la vida.

Existen otros estudios de contenidos de los siguientes programas: la Radio en Guatemala para el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia UNICEF, por Miriam

Yucuté en (1988) de la Universidad de San Carlos de Guatemala de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, en dicho estudio, aplicó un análisis de contenido en los programas “El Club de la Familia” y “El Club Femenino”, dirigido por Marina Coronado y Zoila Portillo.

En ese estudio se indica que los programas son creadores de estereotipos con respecto a los roles de los miembros de la familia. Así también, que éstos poseen una finalidad puramente comercial, ya que presentan anuncios grabados o leídos los cuales orientan al consumismo.

### **1.3 Justificación:**

Al escuchar el programa “Despacho Presidencial”, el cual trata sobre diferentes temas relacionados al trabajo de gobierno del Presidente de Guatemala periodo (2008 - 2012) Ingeniero Álvaro Colom Caballeros, nació la idea de estudiar dicho programa para analizar si un programa de una radio nacional (que pertenece al sector público) incide en la opinión de la gente e incentivar la participación ciudadana.

Al realizar esta investigación se está motivando al profesional de comunicación a incursionarse en el estudio de otros programas radiales, aplicando la técnica de Bernard Berelson, o cualquiera que pueda aplicar para realizar este tipo de estudio.

### **1.4 Planteamiento del Problema:**

Sin la comunicación sería imposible llegar a los niveles de entretenimiento que actualmente el ser humano comparte con su familia, compañeros y amigos, etc. Es por eso que los programas radiales de frecuencia modulada ofrecen programas musicales, entretenimiento y de información en las radios comerciales y los no comerciales, pero rara vez transmiten programas de gobierno.

El programa Despacho Presidencial, es el primero a nivel Centroamericano y el quinto a nivel Latinoamérica. En Guatemala, es la primera vez que se transmite por medio de un programa radial con micrófonos y teléfonos abiertos para el público, un espacio al aire, donde los ciudadanos participen y den su opinión de los temas transmitidos.

Por eso surgió la idea de realizar un Estudio de Contenido del Programa de Radio Despacho Presidencial Transmitido por TGW 107.3 FM.

Ante esto surgió la pregunta **¿Qué contenidos transmite el programa de radio “Despacho Presidencial” transmitido por TGW 107.3 FM, los días miércoles de 7:00 a 8:00 AM y cuál es el nivel de aceptación por su público?.**

### **1.5 Alcances y Límites:**

El propósito de esta investigación consistió en la realización de un Estudio de Contenido del Programa de Radio Despacho Presidencial Transmitido por TGW 107.3 FM. El estudio fue basado por el análisis de contenido del autor Bernard Berelson.

La investigación se realizó en la Ciudad de Guatemala, dentro de la Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia (SCSP) ubicado en el Palacio Nacional de la Cultura, 6ta. Avenida y 6ta. Calle, zona 1, Guatemala y en la Radio TGW La Voz de Guatemala 107.3 FM, ubicado en la 18 Calle 6-72, zona 1, Edificio Tipografía Nacional 3er. Nivel, Guatemala. Teniendo como objeto de estudio el programa “Despacho Presidencial” que se transmite los días miércoles en dicha radio, para determinar cómo se presenta el contenido de la programación a los radioescuchas.

Para estudiar el contenido del programa “Despacho Presidencial” se tomaron las nueve emisiones del programa transmitidas durante los meses de marzo y abril del año 2011.

## Capítulo II

### Marco Teórico

#### 2.1 ¿Qué es la radio?:

Según Muñoz y Gil (1986:p.9) “La radio es el medio de comunicación y expresión plural (público, colectivo o de masas) más importante en situaciones de emergencia. En caso de catástrofes, como terremotos e inundaciones, en tesituras tan dispares como una guerra o un apagón generalizado de una ciudad, la radio sirve para informar de la situación, mantener la alerta y difundir normas e instrucciones necesarias para la población”.

Aunque solo fuera por este motivo, valdría la pena tomar en consideración a la radio. La radio no es ni más ni menos que cualquier otro sistema colectivo de comunicación y expresión.

Todos y cada uno de ellos toman de lo anterior contenidos y fórmulas expresivas, las transforma o enriquece y origina a su vez técnicas, códigos, fórmulas y géneros nuevos o distintos.

El descubrimiento científico de la posibilidad de transmitir sonidos a través de ondas electromagnéticas, la posibilidad de captarlas a gran distancia en buenas condiciones acústicas, no fue motivado con el propósito de inventar la radio.

El medio radio se fue conformando a partir del aprovechamiento de ese sistema de transmisión, canalizando a través del mismo mensajes sonoros progresivamente complejos, dotándolo de medios complementarios o potenciadores que a su vez daban pistas para nuevas utilizaciones, aportando métodos más o menos originales de captación y reproducción del sonido e incorporando paulatinamente contenidos creativos.

Además, la radio tiene su propio lenguaje al menos, tiene un sistema de códigos compartido (códigos conceptuales y códigos físicos –sonoros-), pero moldeado y

presentado de modo peculiar hasta el punto de constituir un sistema distinto de los ya existentes

El lenguaje de la radio es el conjunto de elementos sonoros que se difunden para producir estímulos sensoriales estéticos.

Yucuté (1988:p.1) señala, “La radio es un medio de comunicación masiva, que a pesar de no contar con las ventajas del periódico y la televisión, sigue ocupando un lugar preponderante en las sociedades modernas, tanto en los países desarrollados como en aquellos que se encuentran en proceso intermedio”.

La radio ha desempeñado, y desempeña todavía hoy, una labor pedagógica y divulgativa de proporciones gigantescas, si no cualitativa al menos cuantitativamente más que ningún otro medio de difusión masivo.

“En los medios de comunicación colectiva como es el caso de la radio, comunicar significa compartir un mensaje con numerosas personas, establecen pues la necesidad de una correspondencia unívoca entre emisor y receptor”. (Muñoz y Gil 1986:p.17).

La comunicación radiofónica tiene las siguientes características:

- ❖ *Rapidez*, que puede llegar hasta la inmediatez: es decir, la transmisión del mensaje es simultánea a la recepción.
- ❖ *Economía*: el costo mensaje/receptor es más barato cuanto mayor sea la difusión.
- ❖ *Amplitud de cobertura*: teóricamente, una sola emisora podría cubrir todo el mundo.
- ❖ *Fugacidad*: el mensaje dura en tanto se encuentra en antena; a medida que se transmite, se desvanece. Es irreversible, salvo que se utilicen elementos complementarios; no se puede volver a “oír” a voluntad, sino se registra en magnetófono.

La radio tiene por esencia la misión de hacernos vivir lo inmediato por el medio acústico, y naturalmente es el medio que mejor combate la enfermedad de la soledad. También es un medio inmediato, que puede estar en el momento preciso en el que

ocurre un hecho y ser testigo. Es el medio de mayor alcance ya que llega a todas las clases sociales. Además ofrece a los oyentes cierto grado de participación en el acontecimiento o noticia que se está transmitiendo. Es un medio selectivo y flexible.

## **2.2 El lenguaje radiofónico:**

Por lenguaje entendemos que es el sistema de signos con los que el ser humano se pone en comunicación, manifiesta lo que piensa, siente o aquello que quiere dar a entender en un momento determinado.

Para Velásquez (1999:p.69 y 70) que el lenguaje "Es la forma privilegiada para comunicarnos, es decir para crear unidad entre las personas, es el mejor instrumento que posee el ser humano para dar cuenta del mundo y de si mismo"

Agrega Velásquez (1999:p.70) "El lenguaje también puede ser un mecanismo de dominación y manipulación. El ciudadano común difícilmente se pone a reflexionar sobre el significado que otorgan los Medios de Comunicación a los diferentes términos que utilizan: democracia, libertad, globalización, libre comercio, etc. Éstos son absorbidos y dados por buenos sin previa acción crítica. El ciudadano común, poco alertado de esta situación, confía en la imparcialidad de sus medios y se deja guiar por ellos".

"Existe un lenguaje radiofónico no como un calificativo más del lenguaje humano sino por los signos que utiliza el medio radio para poner en comunicación al emisor con el receptor a través de unos mensajes creados por el primero", explican (Muñoz y Gil, (1986:p.27).

El lenguaje radiofónico es "el conjunto de elementos que intervienen en la radio para crear imágenes. En principio estas imágenes son sonoras, auditivas: pero casi siempre estas imágenes se convierten en visuales en la mente del receptor. Prácticamente las imágenes sonoras son estímulos que se transforman en representaciones visuales en el pensamiento del oyente".

### **2.3 La utilización correcta de la palabra:**

El uso correcto de la palabra es un compromiso para todo profesional de la comunicación.

Por eso es importante que el comunicador sea una persona preparada. Como explican (Muñoz y Gil (1986:p.37) “Los menos preparados, los pocos hábiles y quienes carecen de experiencia, se afanan ante el micrófono por imitar a quienes consideran los mejores o más famosos, o bien se esfuerzan en dejar constancia de su identidad mediante un lenguaje hinchado, construcciones sintácticas pretendidamente originales, entonaciones afectadas y expresiones, giros y muletillas que les sirvan de imagen de marca”.

### **2.4 Errores frecuentes ante el micrófono:**

Debemos de tener presente que la gramática, es el estudio de las reglas y principios que regulan el uso de las lenguas y la organización de las palabras dentro de una oración. Además es el arte de hablar y escribir bien un idioma.

Por ejemplo (Muñoz y Gil (1986:p.38) se centran en mencionar algunas de las correcciones que se cometen con frecuencia a la hora de hablar ante el micrófono.

- Pobreza de vocabulario. Aunque la radio requiere un lenguaje comprensible para un público indiscriminado culturalmente, no hay por qué utilizar un léxico pobre.
- Uso indebido de las preposiciones.
- Abuso del adjetivo. Los adjetivos precisos enriquecen la expresión; los superfluos significan falta de imaginación.
- Abuso de adverbio terminado en “mente” su reiteración es cacofónica.
- Uso indebido del gerundio.
- Ejemplos, Leísmo, laísmo y loísmo
- Confusión del “debe” y el “el debe de”. El “debe” a secas significa obligatoriedad.
- El “queísmo”. No se dice “es por eso que...” sino “ es por eso por lo que...”.
- La utilización de palabras rebuscada o de difícil comprensión para la mayoría.

- El perifraseo.
- Las muletillas (“bueno”, “pues”, “entonces”, “osea”, “¿no ” “sí”).
- Los extranjerismos.
- El lenguaje grosero, etc.

De actitud:

- El “yoismo”. Resulta pésimo en la radio las referencias innecesarias del locutor a ‘él mismo, y mucho más con el “yo delante”.
- El tartamudeo y las dudas reiteradas: “eh, esto, ummm”.
- El énfasis excesivo.
- El tuteo y la familiaridad excesiva.

## **2.5 Producción en radio:**

## **2.6 Los programas de radio:**

Es el conjunto de contenidos sometidos a una unidad de tratamiento, estructura y tiempo para ser difundidos por radio y que se integran en la programación global.

Los programas de radio se pueden clasificar en informativos y entretenimiento:

### **2.6.1 Programa género informativo:**

(Muñoz y Gil (1986:p.65) lo clasifican en: la noticia, la crónica, la entrevista, el reportaje, el documental radiofónico y la rueda radiofónica.

#### **2.6.1.1 La noticia:**

La noticia tiene en la radio características peculiares en relación con la prensa escrita y la televisión. Coincide con ellos en las condiciones elementales de veracidad, novedad, actualidad e interés general; así como en su composición a base de responder a las seis interrogantes de ¿Quién?, ¿Qué?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Cómo? Y ¿Por qué?. Sin embargo cambia su estructura a tenor de los siguientes condicionamientos:

### **2.6.1.2 La entrevista:**

La entrevista es la conversación que se lleva a cabo entre un periodista y un entrevistado. El entrevistador marca la pauta de la conversación con objeto de obtener del interlocutor máxima eficacia comunicativa.

Pero según (Muñoz y Gil (1986:p.70) “en la radio, la entrevista puede adoptar tantas modalidades como entrevistadores las realicen, dependiendo de factores tan diversos como el motivo del dialogo, el programa en el que se emite, las condiciones del personaje, el tiempo de duración, las circunstancias técnicas y ambientales”.

### **2.6.1.3 El reportaje:**

El reportaje es el relato periodístico, esencialmente informativo donde se debe profundizar en las causas de los hechos.

En la radio este género periodístico ofrece muchas posibilidades para trabajar. Entre los sistemas de tratamiento de la actualidad, el reportaje es el más rico y variado, pues permite la utilización de todos los demás géneros y, además dar cauce a la creatividad mediante un desarrollo argumental y la inclusión de ilustraciones sonoras.

### **2.6.1.4 La crónica:**

La crónica es una información desarrollada y dotada de elementos formales o literarios del autor. Puede tener como base una noticia o una serie de noticias enlazadas por su temática, su procedencia o su coincidencia en el tiempo.

### **2.6.1.5 El documental radiofónico:**

El documental tiene sin embargo peculiaridades que le confieren el carácter de autentico genero radiofónico. Donde permite un montaje de entrevistas realizadas en vivo, música y textos de animación.

### **2.6.1.6 La rueda radiofónica:**

No es equiparable a la rueda de prensa, pese a la coincidencia del nombre. La rueda radiofónica consiste en la conjunción de conexiones simultáneas mediante el sistema de múltiplex. Se realiza en directo o se graba de modo que de la sensación de directo en el momento de su puesta en antena.

Pero (Muñoz y Gil (1986:p.78) los presentan en dos variantes: de corresponsales y de emisoras.

- *La rueda de emisoras:*

Es la establecida por una cadena de emisoras enlazando sus estudios o delegaciones mediante líneas musicales o microfónicas.

- *La rueda de corresponsales:*

Este género es utilizado preferentemente en espacios informativos, y es el conjunto de breves crónicas facilitadas por un grupo de corresponsales reunidos en función de su área de cobertura: rueda regional, nacional o internacional.

### **2.6.1.7 El flash:**

*El flash* (voz inglesa universalmente aceptada en los medios informativos, cuya tradición literal al castellano es “relámpago”), es el adelanto breve de una noticia; la expresión o lectura de los primeros detalles que se conocen de un acontecimiento y que posteriormente serán ampliados a medida que se obtengan nuevos datos y se tratarán con la extensión que merezca la importancia del hecho en el servicio informativo inmediatamente posterior.

*El flash* es un subgénero de la noticia plenamente radiofónico, porque se supone informar de manera inmediata al conocimiento de un hecho, casi sin excepción en directo e interrumpiendo, si fuera necesario el programa que se emita en ese momento.

### **2.6.1.8 Mesa redonda:**

Plática, o conversación mantenida, con varios expertos o personas cualificadas o representativas que examinan un tema de interés público desde sus diferentes puntos de vista profesionales, sociales, políticos, etc.

### **2.6.2 Los programas de entretenimiento:**

El entretenimiento en radio está formado por aquellos contenidos que no buscan primordialmente ni la información de hechos sucedidos, ni la información de los oyentes en determinados temas. Sino que persiguen primordialmente atraer la audiencia ofreciéndoles compañía, ayuda, diversión sin exigir. Salvo que el oyente lo desee o se sienta captado por el tema, una escucha atenta a lo largo de toda la emisión.

Por eso están los programas musicales que son aquellos en los que la música es el contenido fundamental, procurando que esta llegue al oyente con la máxima calidad técnica posible.

(Muñoz y Gil (1986:p.124) señalan que los programas musicales pueden establecerse los modelos siguientes: clásica, moderna y especializada.

#### **2.6.2.1 Programa de música clásica:**

En este programa se aplica generalmente a las obras de los compositores del siglo XVIII. Sin embargo cuando se habla en la radio de música clásica se están refiriendo de los compositores, épocas, instrumentos, ejecutantes o estructuras no habituales y con cierto sabor antiguo. Es también aquella música que por sus características pretensiones o experimentación, no llega al gran público en términos estadísticos, por lo que algunos la califican de culta o difícil.

Este tipo de programa presenta dos fórmulas fundamentales: la primera consiste en emitir conciertos en directo o en diferido. Aquí los locutores ofrecen datos de la composición, autor, director e intérpretes y suelen entrevistar en algún momento del concierto a algún personaje relacionado con el mismo. Mientras que la segunda fórmula consiste en ofrecer grabaciones íntegras o parciales de obras existentes en el

mercado nacional o internacional. Su característica común, salvo excepciones, es la de luchar por una divulgación intentando evitar su considerada y buscando más aceptación en un público potencial.

#### **2.6.2.2      *Programas de música moderna:***

Este tipo de programas son los que ocupan el mayor porcentaje del tiempo de emisión de las emisoras de radio, incluso justificando a determinadas emisoras y llenado completamente su programación.

Es la más importante es la de ser reflejo de la sociedad o de los individuos de la sociedad que la produce. Es la que induce al movimiento, suele ser rítmica.

No obstante este tipo de programa es la determinante influencia de las casas de discos, donde su primordial medio de promoción para discos modernos y sus intérpretes es la radio. Pero su principal abuso hegemónico que se produce. Se dejan influir por intereses extra radiofónicos.

Según (Muñoz y Gil (1986:p.129) “los tipos de programa de música moderna son tan numerosos que por eso existen dos muy populares en la radiodifusión actual.

#### **2.6.2.3      *Los programas de hit parade:***

Estos programas ofrecen canciones y melodías actuales con clasificaciones por ventas o preferencias como un desfile de éxitos. Que se alternan tres núcleos de música: los éxitos del momento, las novedades y las obras editadas en disco de larga duración.

#### **2.6.2.4      *Los programas de concierto de música moderna:***

Son aquellos programas que ofrecen en directo o en diferido los conciertos o recitales de intérpretes de interés en el panorama de la música actual. Estos sirven como rodaje o promoción de giras de lanzamientos de discos, de presentación ante el público o de búsqueda de nuevos valores.

### **2.6.3 Programas de música especializada:**

Son los programas radiofónicos que ofrecen múltiples tipos de música diferenciados por géneros, ritmos, zonas o épocas. Ocupan segmentos variables de la programación en duración, frecuencia y horario, según las previsiones de número de oyentes interesados. Algunos programas son mantenidos por razones de prestigio o incluso, respeto al profesional que en su día tuvo gran importancia.

Ciertos tipos de programas especializados merecen una mención breve cuando menos. Son los dedicados al jazz, folklore, flamenco y música del recuerdo.

En las programaciones musicales de casi todas las emisoras existe el espacio para el recuerdo en el que se alternan noticias, comentarios y vivencias personales de los realizadores con la música.

## **2.7 Los programas de variedades:**

(Muñoz y Gil (1986:p.131) explican, que este tipo de programa se engloban en este epígrafe aquellos espacios radiofónicos que ofrecen a la audiencia contenidos orientados fundamentalmente al entretenimiento, aunque en algunos casos posean también dosis de formación o información.

Dentro de la radio tradicional forman los bloques de programación más numerosos y suelen ocupar en las emisoras convencionales los momentos de audiencia máxima, buscando una personalidad propia, y haciendo encontrarse a esas horas a los profesionales más conocidos especializados en este tipo de espacios.

### **2.7.1 El magazine:**

*El magazine o magazin* es el programa que tiene contenidos variados, unidos con un estilo que suele marcar un determinado presentador, y ofrecidos bajo un título determinado. Sus contenidos particulares podrían considerarse en sí mismo como micro espacios dentro del programa y, en algunos casos, tienen tal entidad como para ser programas perfectamente diferenciados al ocupar su centro un colaborador

acreditado y familiar para el oyente habitual, ya que su presencia se repite con frecuencia.

La palabra es el elemento fundamental a través de la entrevista, la conversación, coloquio o comentario. Son espacios que tratan seguir la actualidad. Además el lenguaje que se utiliza es llano procurando que todo se entienda por la inmensa mayoría de los oyentes, incluso en temas complicados que se vulgarizan de forma eficaz y positiva.

El programa se realiza en directo, utilizando frecuentemente las emisoras locales de la cadena, el teléfono y las unidades móviles. Son programas marcados por la personalidad del presentador que en ocasiones se convierte en líder de opinión, produciéndose transferencias de personalidad.

Pero en la radio comercial es frecuente encontrar la totalidad, o algunas secciones, financiadas por una marca o un producto. También quienes actúan en este género no suelen tener un guion cerrado, pero si una serie de preguntas, documentación y, sobre todo un minutado o pauta, en el que aparece el orden de las secciones e intervenciones, así como su duración y hora prevista de principio y final.

## **2.8 Los programas de participación:**

Dentro de este tipo de programas buscan el mayor y más directo contacto con la audiencia, pidiendo su opinión e incluso, su canción sobre determinados temas o personajes, donde el presentador se convierte en conductor del espacio.

El programa se inicia centrandó la cuestión a tratar por medio de una documentada presentación del tema. Cuenta con un invitado especialista en la materia para responder a las intervenciones de los oyentes que generalmente a través del teléfono, expondrán sus ideas o preguntas.

Una característica peligrosa, dentro de las emisoras comerciales, es que estos programas la publicidad aparece sin previo aviso y, lo que es peor, algunas veces se tarda en saber si lo que se emite es contenido publicitario o el propio espacio. Por fortuna, son programas que merecen ser contemplados con respeto y reflexión.

## **2.9 Otro tipo de programas radiales de entretenimiento:**

(Muñoz y Gil (1986:p.133) señalan otro tipo de programas de entretenimiento tales como:

### **2.9.1 *Programas de concurso:***

Es un espacio que ofrece premios a los oyentes a cambio de su participación competitiva. La participación puede ser muy variada desde el envío de una carta y su correspondencia sorteo, hasta la superación de unas determinadas pruebas durante algún tiempo, pasando por intervenciones telefónicas.

### **2.9.2 *Programas eróticos:***

Son espacios que tratan de estimular la sensualidad y la imaginación erótica de los oyentes a través de historias, el tono del locutor y la música. Suelen emitirse en horas nocturnas y mas que locuciones son interpretaciones de textos que se leen.

### **2.9.3 *Programas de invitados:***

Son aquellos en los que un personaje, o varios, dialogan con el locutor del espacio. El lector puede aplicar a estos espacios lo explicado en el epígrafe dedicado a la entrevista.

### **2.9.4 *Programa de humor:***

Es el espacio radiofónico que intenta hacer pasar un buen rato a la audiencia mediante contenidos que provoquen la risa o la sonrisa. El humor radiofónico tuvo su auge en Gran Bretaña, sobre todo durante la Segunda Guerra Mundial, con su población mal alimentada y profundamente preocupada ante la sangre, el sudor y las lagrimas.

### **2.9.5 *Programa femenino:***

Es el programa pensado fundamentalmente para la mujer. Rara vez tiene contenido feministas en su concepto habitual. Busca este tipo de audiencia fundamentalmente en las horas en que las mujeres escuchan mas la radio por razones socioeconómicas. Por ello procura la audiencia no solo de la mujer, sino del ama de casa en concreto.

### **2.9.6            *Programa infantil:***

Es el programa cuyo destinatario es el niño. Como es lógico existen distintas edades que cubrir en esta etapa de la vida que no siempre son atendidas de forma diferenciada, buscando un tono medio que abarque el mayor número posible.

En este tipo de programa es fundamental el horario y el día de emisión. Por ello se emiten siempre en horarios no escolares, generalmente en los fines de semana y, mas concretamente, en los sábados e, incluso aprovechando las vacaciones.

### **2.9.7            *Programa juvenil:***

Es el destinado a los adolescentes. No debe confundirse con el programa destinado al oyente joven, que se busca fundamentalmente en los programas musicales. Por las características de la adolescencia, son programas difíciles de conseguir y, por ello, cada vez son más escasos.

### **2.9.8            *Programa de repeticiones:***

Son los espacios que, en parte o en su totalidad, vuelven a emitirse por su interés o por conveniencias de la emisora. Son aquellos documentos sonoros o programas que por su valor intrínseco pueden y deben ser ofrecidos a la audiencia tanto a lo largo del día en que se emitieron como a lo largo de una programación o temporada posterior.

Las repeticiones ofrecen la posibilidad de contactar con oyentes que en la hora de emisión no pudieron sintonizar y, también, la de hacer más rentable un programa. Es una interesante defensa ante la característica efímera del medio.

### **2.10    *Los programas específicos:***

En este tipo de programas se incluyen aquellos espacios de difícil inserción en los géneros anteriormente tratados y aquellos que, pese a poder ser encajados dentro de los informativos, conviene se reflejados con personalidad propia.

(Muñoz y Gil (1986:p.136) señalan otro tipo de programas específicos como:

### **2.10.1      *Programas religiosos:***

Son los espacios dedicados a informar y formar al oyente en la doctrina y práctica de las distintas religiones, así como a satisfacer algunas de las necesidades espirituales de los creyentes.

Por lo general estos programas se caracterizan por la charla, más o menos larga, de un religioso sobre determinados aspectos de los Libros Sagrados, la moral y la vida espiritual de los creyentes. En ocasiones se convierten en espacios persuasivos por su intención de convencer a los oyentes de su ideología.

### **2.10.2      *Programas políticos:***

Son los espacios que de manera primordial tratan de informar sobre las instituciones, hombres, actos, actividades e ideologías políticas. Fundamentalmente estos contenidos se ofrecen en los programas informativos y en los *magazines*.

Pero también existen tiempos radiofónicos dedicados no ya a dar la noticia política de importancia sino a informar continuamente sobre este campo.

Con motivo de determinados acontecimientos (elecciones, debates parlamentarios, etcétera), se producen programas esporádicos que afectan a las programaciones previstas con adelanto, modificándolas apreciablemente.

En época de elecciones las emisoras públicas están obligadas a emitir espacios radiofónicos, repartidos por las Juntas Electorales, realizados por los partidos políticos sin intervención, en cuanto a contenidos, de los profesionales de esas emisoras. Son programas electorales que intentan lograr el voto para sus candidatos.

### **2.10.3      *Programas de beneficencia:***

Son espacios destinados a solucionar problemas de índole material de determinadas personas o comunidades, buscando la ayuda de los oyentes. Pero estos programas han ido desapareciendo con la entidad y con la periodicidad fija que tuvieron, con éxito, en los años 50 y 60.

#### **2.10.4      *Programas divulgativos:***

Son aquellos que tratan de difundir y extender el conocimiento de una determinada materia a la audiencia radiofónica. En especial con temas dedicados a la historia, a las nuevas tecnologías, literatura, economía, arte y ocio.

Una mención especial merecen los programas dedicados a los consultorios, donde las emisoras de programación tradicional incluso con entidad propia y no solo incluidos en macro espacios *magazines*.

#### **2.10.5      *Programas de continuidad:***

Son los espacios de corta duración que sirven para completar la programación sin que el oyente note interrupciones entre sus espacios o bien aquellos que sirven como promoción de la emisora o de sus programas.

A estos programas también se les llama programas de ajuste o de relleno, no están previstos en la planificación: se introducen para llenar el tiempo exacto de emisión por un espacio que se ha quedado corto en su duración o porque un espacio previsto ha fallado. Su forma de inserción y realización los asemeja a las cuñas publicitarias. En ocasiones dan una imagen de marca o estilo de la emisora.

#### **2.10.6      *Programas deportivos:***

Son los espacios cuyo tema central gira en torno a las actividades directa o indirectamente relacionadas con el mundo del deporte en todas sus modalidades de importancia para la audiencia por su implantación popular o por su interés en cuanto a acontecimiento.

Los programas deportivos se pueden distinguir en dos tipos: la retransmisión y la revista. Ambas modalidades tienen mucho que ver con los géneros informativos.

- *La retransmisión:* no exclusiva de los deportes, consiste en difundir desde una emisora de radio lo que a ella ha llegado desde otro lugar; en este caso, desde donde se produce el acontecimiento deportivo. Se ha logrado hacer un auténtico espectáculo radiofónico con locutores entregados y múltiples micrófonos

situados en lugares clave y atendidos por profesionales muy calificados. No es insólito observar a muchos asistentes a los encuentros con su receptor y los transistores conectados a su oído.

- *Las revistas deportivas:* pueden dividirse en dos subgrupos; las informativas y las de análisis.
- *Las revistas deportivas informativas:* procuran ofrecer de forma exhaustiva las noticias relacionadas con los acontecimientos próximos a celebrarse, procurando que los protagonistas estén ante los micrófonos. En ocasiones ofrecen crónicas y pronósticos.
- *Las revistas deportivas de análisis:* son una consecuencia y un paso delante del anterior subgrupo. No solo informan sino que procuran desmenuzar lo ocurrido y lo que sucederá tanto en los aspectos estrictamente deportivos. Muchas veces se olvida la objetividad informativa para pasar al análisis subjetivo, muy atractivo para la audiencia.

Este tipo de espacios ha conseguido interesar a oyentes nada amantes del deporte que los siguen con interés incluso en horas intempestivas para el habitual horario de trabajo diario.

## **2.11 Guión radiofónico:**

Es la narración completa y ordenada de la historia o contenidos del programa, teniendo en cuenta las características del medio radiofónico. Aunque no en todos los géneros, se pueden distinguir dos tipos de guión, tales como:

### **2.11.1 El guión literario:**

El guión literario: excluye cualquier aportación de tipo técnico; es decir, contiene los textos, los diálogos y los sonidos que formaran el programa, señalando donde se producirán e indicando si se realizan por los locutores o actores, o por mediación del técnico de sonido a través de disco o cintas, etcétera. También indica la música a

utilizar: en un programa musical incluye tema e intérprete, pero en un dramático puede indicar solo “música de misterio”

### **2.11.2 El guión técnico:**

El guión técnico: es el guión literario planificado por el realizador, o quien hace sus funciones, con el fin de tener todo previsto en la grabación o emisión y que estas ofrezcan las mayores garantías en cuanto a calidad y rapidez. Además debe llevar todas las anotaciones necesarias de recordar en la grabación o emisión, pero no más de las precisas, ya que podrían producir confusión.

(Kaplun (1978) señala que “el guión radiofónico debe tener buena redacción, un estilo coloquial para que sea entendido por el oyente, además quien redacta un guión debe saber en qué momento debe aplicar la música o efectos sonoros”.

El guión debe diagramarse en dos columnas: a la izquierda, una pequeña, de unos doce espacios y a la derecha, la que comunica lo principal. Los nombres de los locutores o personajes que van hablar, deben escribirse en letra mayúsculas, y se ubican en la columna de la izquierda, a la derecha, lo que el locutor o personaje debe decir, explica (Kaplun (1978).

## **2.12 Análisis de contenido:**

### **2.12.1 Concepto de análisis de contenido:**

El análisis de contenido, es una técnica de investigación de textos orales, escritos y audiovisuales, su finalidad es descubrir y determinar los aspectos significativos del mensaje sobre al auditorio y la respuesta a este. Destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contenido.

La primera escuela norteamericana que se preocupó preferentemente de los medios de comunicación, se inició en 1930 con Bernard Berelson, Harold Lasswell y sus colaboradores.

Por otra parte, en contraste con la escuela alemana contemporánea, interesada en la personalidad, la definición y las características del medio, la escuela norteamericana hacia hincapié en los contenidos del medio, en el mensaje.

(Cassaus (1985:p.31) “en los años 30 son muchos los profesores norteamericanos dedicados a dirigir trabajos de investigación en las instituciones universitarias especializadas en comunicaciones. Con Harold Lasswell, ya en la tercera década del siglo, se logra ordenar esta actividad científica y clasificarla en cinco ramas especializadas según fuera el objeto examinado”.

La clásica fórmula de Lasswell, repetida durante muchos años en todas las Escuelas de Periodismo y basada en el “quién dice qué, en qué medio, a quién y con qué efecto”, que comenzó a emplearse justamente antes de la Segunda Guerra Mundial, facilitó la división en cinco sectores de la investigación sobre comunicaciones: análisis de contenido (el “qué”), análisis de medios (“en qué medios”), análisis de audiencia ( el “a quién”), y análisis de efectos (el “con qué efecto”), indica Cassaus (1985).

(Cassaus (1985) explica que “el análisis de contenido no constituye, sin embargo un cuerpo metodológico unitario, localizado histórica y geográficamente. A partir de las experiencias americanas se extendió por todo el mundo, y aun hoy es empleado preferentemente, no sólo en el análisis científico de los mensajes contenidos en los medios de comunicación sino también en los análisis de documentación o de propaganda política que tiene por finalidad revelar posiciones, tácticas o cambios en un campo contrario o en un sector oscuro”.

(Krippendorff (1990:p.27) dice que “el análisis de contenido ha llegado a ser un método científico capaz de ofrecer inferencias a partir de datos esencialmente verbales, simbólicos o comunicativos. Más allá de su continuo compromiso con cuestiones psicológicas, sociológicas y políticas sustanciales, en los últimos ochenta años ha aumentado de forma potencial el interés por el uso de esta técnica y se ha procurado establecer criterios adecuados de validez”.

Berelson, citado por (Cassaus (1985:p.33) define que “el análisis de contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones”.

Otra definición de Berelson, citado por (Krippendorff (1990:p.29) “incorpora el atributo de que el contenido sea “manifiesto” simplemente para asegurar que la codificación de los datos en el análisis de contenido sea intersubjetivamente verificable y fiable”.

Para (Cassaus (1985:p.33) “su objetivo es el de estudiar cómo han sido transcritos de una forma más o menos reveladora los intereses y las intenciones del sujeto agente en el proceso de la comunicación”.

(Krippendorff (1990:p.29) indica que el análisis de contenido es “el requisito de que la técnica sea “objetiva” y “sistemática” está incluido en nuestra definición, cuando hablamos del requisito de reproducibilidad. Para que un proceso sea reproducible, las reglas que lo gobiernan deben ser explícitas e igualmente aplicables a todas las unidades de análisis”.

El análisis de contenido es una técnica que se puede aplicar a cualquier mensaje oral o escrito, ya sea un libro, periódico, un programa radial, con el fin de conocer lo que el mensaje está expresando, y a la vez observar los efectos que pueda producir en el público o receptor.

A través del análisis de contenido, se puede descubrir lo que significa determinada palabra, o bien lo que el autor de un determinado documento está transmitiendo en su obra.

Para poder encontrar estas cuestiones es necesario organizar el análisis de contenido de acuerdo a los dos criterios, los cuales están fundamentalmente relacionados con la sustancia y forma.

El primer componente del mensaje, es su sustancia o fondo, el análisis de contenido puede ser aplicado para descubrir las tendencias del contenido de la comunicación, detectando el sentido de su orientación a los cambios que el contenido sufre de un determinado periodo a otro.

Mediante el análisis de contenido, puede hacerse también una valoración de los diferentes modelos de comunicación, utilizando tres formas de evaluación, indica (Toussaint (1981).

- Evaluación de la eficacia de la comunicación con relación a los modelos sociológicos contruidos a priori, tales como el *equilibrio o el propósito social*.
- Evaluación de la eficacia de un trozo de los contenidos comparados con otros.
- Evaluación de la eficacia de trozos de contenido comparados con una fuente ajena al mismo.

El análisis de contenido, ha venido formar parte del grupo de los diferentes métodos y técnicas de investigación en ciencias sociales. A su vez, el análisis de contenido utiliza estos mismos métodos para su desarrollo, haciendo uso de estadísticas, muestreo y entrevistas.

Berelson, citado por (Toussaint (1981), señala que no descarta la participación de los emisores y de los grupos perceptores del contenido, ya que no pueden desligarse. Los emisores en los medios de comunicación desempeñan un papel determinantes en la elaboración de los mensajes y por ende en su significado, el cual influye en el estado psicológico de las personas y los grupos que producen los materiales simbólicos.

Por lo que se refiere al análisis aplicado a los perceptores del contenido, éste es interesante en la medida en que permite conocer *las actitudes, los intereses, los valores y las costumbres de la población*, a partir de los cuales podemos inferir los temas de interés del público, por qué los consume, de qué manera, y a través de qué medios. El efecto que produce el contenido de las sociedades modernas se da en función de la amplitud de las áreas de atención de la gente y la orientación de los mensajes.

El análisis de contenido, puede contribuir a la investigación de los efectos que produce el contenido en las sociedades modernas, pueden ser superficiales, decisivos, inmediatos o remotos, de reforzamiento o transformación de actitudes, conductas o gustos.

### **2.12.2 Tipos de unidades de análisis:**

Relacionar el campo de las observaciones y el de los mensajes plantea muchos problemas epistemológicos. Salvo para decir que las unidades nunca son absolutas: surgen de la interacción entre la realidad y su observador; son una función de los hechos empíricos, de las finalidades de la investigación y de las exigencias que plantean las técnicas disponibles.

(Krippendorff (1990;p.82) indica que en “el análisis de contenido merece distinguirse tres clases de unidades: unidades de muestreo, unidades de registro y unidades de contexto”.

#### **2.12.2.1 Unidades de muestreo:**

Son aquellas porciones de la realidad observada, o de la secuencia de expresiones de la lengua fuente, que se consideran independientes unas de otras. Independientes es sinónimo de no relacionadas, no ligadas entre sí, no ordenadas o libres, de modo que la inclusión o exclusión de una unidad de muestreo cualquiera como dato en un análisis carece de consecuencias lógicas o empíricas en lo que se refiere a las elecciones de otras unidades.

La elección de unidades de muestreo rara vez está motivada por fines estadísticos. También son fundamentales para realizar un muestreo, ya que este se extrae, unidad por unidad, del universo de unidades muestrales, son importantes también para la estadística inferencial.

#### **2.12.2.2 Unidades de registro:**

Las unidades de registro se describen por separado, y pueden considerarse partes de una unidad de muestreo que es posible analizar de forma aislada. Aunque tienden poseer límites físicamente discernibles, las distinciones entre las unidades de registro en cambio, son el resultado de un trabajo descriptivo.

Holsti citado por (Krippendorff (1990) define “una unidad de registro como el segmento específico de contenido que se caracteriza al situarlo en una categoría determinada”.

Las dependencias que podrían existir dentro de las unidades de muestreo se mantienen en la descripción individual de su unidad de registro.

Otro motivo para elegir unidades de registro que difieran de las unidades de muestreo es que estas últimas con frecuencia son demasiado amplias, ricas o complejas como para utilizarlas en la descripción.

### **2.12.2.3      *Unidades de contexto:***

Las unidades de contexto fijan límites a la información contextual que puede incorporarse a la descripción de una unidad de registro. Demarcan aquella porción del material simbólico que debe examinarse para caracterizar la unidad de registro.

Las unidades de contexto no necesitan ser independientes ni descriptibles de forma aislada; pueden superponerse, y contienen numerosas unidades de registro.

Por consiguiente, las unidades se distinguen de acuerdo con la función que desempeñan en el análisis de contenido. Las unidades de muestreo interesan para el muestreo y sirven de base para los estudios de tipo estadístico, las unidades de registro, en su conjunto, son portadoras de la información dentro de las unidades de muestreo y sirven de base para el análisis. Y las unidades de contexto se refieren al proceso de descripción de las unidades de registro, indica (Krippendorff (1990;p.87).

### **2.13    *Distinción de los niveles de análisis:***

Se refiere a la relación de los ejemplares del contenido entre sí, la estructura que representa su profundidad.

(Toussaint (1981) enuncia las cinco unidades de contenido que propone Berelson, para el análisis: palabra, temas, personajes, ítems, y medidas de espacio-tiempo.

- ❖ La palabra: Es la unidad más pequeña en el análisis de contenido.
- ❖ El tema: Es una oración simple, o sea, sujeto y predicado; un enunciado bímembre.
- ❖ El personaje o personajes: Son el individuo o individuos en torno a los cuales gira una narración.

- ❖ El ítem: Es la unidad natural que puede ser un libro, un artículo, un reportaje o un discurso.
- ❖ Las medidas de espacio-tiempo: Se refieren a las divisiones físicas del contenido una línea o párrafo en los medios impresos el minuto en radio, pie en el cine, o cualquier unidad que se seleccione según el criterio y objetivo del investigador.

(Toussaint (1981) indica que estas unidades de análisis pueden ser utilizadas en forma particular o interrelacionadas entre sí, para cualquier análisis de contenido, a diferencias de las categorías de análisis, de las que se presentan en seguida, las cuales solo pueden ser definidas en función de la investigación que desee realizarse.

#### **2.14. Categorías de análisis:**

Se refieren a la esencia del contenido que son: el asunto, la tendencia, la pauta, los valores, los métodos, la autoridad, el origen y grupo al que se dirige la comunicación.

- ❖ El asunto: Es posiblemente la categoría más general utilizada para el análisis y contenido y se refiere al qué de la comunicación (de qué se trata).
- ❖ La tendencia: Es la categoría denominada también orientación y se refiere al tratamiento que se hace en pro o en contra del asunto.
- ❖ La pauta: Es la hipótesis y la teoría que orienta la investigación.
- ❖ Los valores: Son categorías íntimamente relacionadas con las pautas, se denominan metas y deseos.
- ❖ Los métodos: Son los medios empleados para alcanzar finalidades u objetivos.
- ❖ Las técnicas: Son las diferentes formas que se puede utilizar para un mensaje.
- ❖ Los rasgos físicos y psicológicos: Son categorías que incluyen características utilizadas para describir a la gente.
- ❖ El actor: Es la categoría denominada también fuente, es decir, la persona, grupo u objeto a nombre del cual se hace una declaración.
- ❖ La autoridad: Es la fuente a nombre de quien se emite el mensaje.
- ❖ El origen: Se utiliza para identificar la procedencia de la comunicación.
- ❖ El grupo: Es aquél al que se dirige la comunicación, o sea, el destinatario.

La categoría que se refieren a forma de expresión del contenido se define de acuerdo con la forma o tipo de comunicación (clasificación del material), la forma de declaración (formas gramaticales o sintácticas, la intensidad, fuerza o emotividad o emotividad de la comunicación) y la intencionalidad (cualidades retóricas o propagandísticas del contenido).

## **2.15 Bernard Berelson**

### **2.15.1 Datos biográficos:**

**Bernard Berelson** (Spokane, Washington, 1912-1979).

Recibió su formación y llevó a cabo su doctorado en la Universidad de Chicago, y fue decano de la *Graduate School of Library and Information* de esa misma universidad. Sus conocimientos abarcaban diversas ramas, desde politólogo, demógrafo, sociólogo (ya que colaboró en diversas técnicas de tecnología electoral), y comunicólogo.

Todo su trabajo tiene relación con la teoría funcionalista (que es contemporánea a Berelson, a principios del siglo XX) y sus bases, relacionadas con la persuasión al espectador o receptor, e incluía elementos en su base del Empirismo y del Positivismo.

Berelson publicó cinco obras, destacando sobre todas ellas la publicada en 1952, *Content Analysis in Communications Research* de suma importancia. Junto a ésta, se encuentran las otras cuatro:

1. *Mass Communications* (1949)
2. *Content Analysis in Communications Research* (1952)
3. *Graduate Education in the United States* (1960)
4. *Human Behaviour: An Inventory of Scientific Findings* (1964)

Así mismo, escribió otras dos obras más, de forma conjunta: *The people's choice* (1944) y *Voting* (1954).

Su obra más importante es *Content Analysis in Communications Research* (1952), que supuso el inicio de la creación del llamado “análisis de contenido”, cuya definición, realizada por él mismo, se muestra como “una técnica de investigación en el contexto comunicativo que garantiza el poder describir los mensajes, de forma objetiva, sistemática y cuantitativa.”

Berelson, estudió la relación entre los medios de comunicación y el mundo de la política, junto a su colaborador, Paul Lazarsfeld (director de la *Office of Radio Research*) así como la metodología y la verificación de los resultados, también se destacó sus ideas, cercanas a la corriente difusionista en los últimos años.



## **2.16 Radio TGW La Voz de Guatemala 107.3 FM.**

Según [www.radiotgw.gob.gt](http://www.radiotgw.gob.gt), en el año de 1929 esta emisora formalizó sus transmisiones al público con el distintivo de TGA.

Las circunstancias que precedieron a la instalación de esta emisora guardan cierta similitud con las experiencias técnicas que culminaron con el perfeccionamiento de la radio como medio de difusión masiva, en el segundo decenio del presente siglo.

El antecedente inmediato a la radiodifusión nacional se encuentra en las transmisiones telegráficas, introducidas al país por el gobierno del general Justo Rufino Barrios, a finales del siglo XIX. Este servicio todavía inalámbrico, empezó a ser sustituido con la puesta en funcionamiento de la primera estación de radiotelegrafía (o telegrafía sin hilos), poco antes de los terremotos en 1917 y 1918, que destruyeron parcialmente la capital guatemalteca.

Esta estación en 1928, estaba a cargo del técnico telegrafista Julio Caballeros, quien después de haber obtenido la aprobación del presidente de la república, general Lázaro Chacón, empezó a experimentar la posibilidad de diseñar un transmisor de radiodifusión a partir de ese equipo radiotelegráfico. Luego de algún tiempo, el señor Caballeros logró concluir con éxito su trabajo, instalando la emisora que llegó a constituirse en la pionera de las transmisiones del país.

Estas emisoras comenzaron en un momento en que la radio era casi desconocida en Guatemala. Su acceso estaba restringido a unas pocas familias que contaban con los

recursos para adquirir un aparato receptor, con el cual sintonizaban con esfuerzo las transmisiones extranjeras originadas en el sistema de onda corta.

El periodista González Campo, cuando empezó a difundir la radio T. G .A, La voz de Guatemala, "corrió un indescriptible entusiasmo por toda la ciudad y en algunos otros pueblos del país en el que tuvieron la suerte de escucharla y que la reportan con efusivos mensajes telegráficos".

En un principio, esta emisora difundía sólo música. Se trataba generalmente de conciertos en vivo, producidos por artistas nacionales. Poco después fue incorporada la voz humana, con la aparición de los presentadores o locutores, los cantantes y declamadores. Las primeras personas que colaboraron como locutores fueron Federico González Campo, Miguel Ángel Mejicano Novales y Jorge Toriello Garrido.

Una vez que se hizo técnicamente posible la reproducción de la expresión verbal, la radio difundió además de música y poesía, un resumen noticioso del diario El Tiempo, uno de los periódicos de la época. Esta franja informativa se transmitía todos los días, a las ocho de la noche.

Esta primera experiencia de la radiodifusión nacional no duró mucho tiempo. Desperfectos técnicos y la falta de apoyo económico, obligaron a la emisora a suspender sus transmisiones apenas unos meses después de haberlas iniciado.

La iniciativa, entonces, fue asumida directamente por el gobierno. De ahí que el 16 de septiembre de 1930 fuera inaugurada la radio oficial del Estado, que desde aquel momento se llama T.G.W, La Voz de Guatemala. En 1933, fue dotada de los equipos más modernos de la época y de instalaciones adecuadas. Para ello se contó con la asesoría de técnicos norteamericanos contratados para tal propósito. Las transmisiones se realizaban por cinco frecuencias y con distintos sistemas de onda. Su señal reportada en varios países de América Latina.

Durante los años treinta, el crecimiento numérico de la radiodifusión guatemalteca fue lento y escaso. Ello se debió particularmente al estricto control que ejerció el gobierno

del General Jorge Ubico (1930-1944) sobre este medio de difusión y en general sobre todas las expresiones comunicacionales de la época.

Después de la inauguración de la radio oficial surgieron otras cuatro emisoras: (TGC-Vidaris 1932), (TGA 1931), (TGETG 2, Radio Morse 1937) y (TGQ, La Voz de Quetzaltenango 1938). Las dos últimas nacieron por iniciativa del Estado.

La programación de la emisora de aquella época seguía en formato introducido por la estación pionera, T. G. A. Había programas musicales y algunos espacios de entretenimiento y orientación educativa. El único programa de noticias fue autorizado por el gobierno del General Ubico y se transmitía por TGW, La Voz de Guatemala. Se trataba de Diario del Aire, fundado en 1 de julio de 1938 por el escritor Miguel Ángel Asturias y los periodistas Oscar Rodríguez Rosal y Francisco Soler y Pérez. A este programa se le considera como el primer radio periódico de Guatemala, que estableció la escritura del formato seguido por los programas noticiosos en la actualidad.

#### **2.16.1 Programación Radio TGW La Voz de Guatemala 107.3 FM**

La programación actual de radio TGW La Voz de Guatemala 107.3 FM, se encuentra clasificada de la siguiente manera:

Lunes:

HORARIO	PROGRAMA
04:30	Arriba Guatemala
06:00	Buenos Días Guatemala
09:00	De Buena Mañana
11:00	Noticias W, En Directo
12:30	Deportes W
13:30	Pinceladas Morenas
14:00	Musiconversando
15:00	Olimpiadas W
16:00	Chapinlandia
17:00	Noticias W, Al Caer el Sol
18:00	Consulta Medica
19:00	Presencia Legislativa
19:30	Directo al Corazón
21:00	Cuarto Creciente
23:00	Mayacat
12:00	Musica Automatizada
01:00	Repetición de Chapinlandia
02:00	Repetición de Mayacat
03:00	Musica Automatizada
04:00	Repetición de Pinceladas Morenas

Fuente: Radio TGW La Voz de Guatemala 107.3 FM.

Martes:

HORARIO	PROGRAMA
04:30	Arriba Guatemala
06:00	Buenos Días Guatemala
09:00	De Buena Mañana
11:00	Noticias W, En Directo
12:30	Deportes W
13:30	Pinceladas Morenas
14:00	Musiconversando
15:00	Olimpiadas W
16:00	Chapinlandia
17:00	Noticias W, Al Caer el Sol
18:00	Consulta Médica
19:00	Música Automatizada / (Diversidad Cultural)
19:30	Directo al Corazón
21:00	Cuarto Creciente
23:00	Mayacat
12:00	Música Automatizada
01:00	Repetición Chapinlandia
02:00	Repetición Mayacat
03:00	Música Automatizada
04:00	Repetición de Pinceladas Morenas

Fuente: Radio TGW La Voz de Guatemala 107.3 FM.

Miércoles:

HORARIO	PROGRAMA
04:30	Arriba Guatemala
06:00	Buenos Días Guatemala
07:00	Despacho Presidencial
08:00	Buenos Días Guatemala
09:00	De Buena Mañana
11:00	Noticias W, En Directo
12:30	Deportes W
13:30	Pinceladas Morenas
14:00	Musiconversando
15:00	Olimpiadas W
16:00	Chapinlandia
17:00	Noticias W, Al Caer el Sol
18:00	Consulta Médica
18:30	Viejas, pero Buenas
19:30	Tercera Llamadas (Teatro)
20:00	Directo al Corazón
21:00	Cuarto Creciente
23:00	Mayacat
12:00	Música Automatizada
01:00	Repetición de Chapinlandia
02:00	Repetición de Mayacat
03:00	Música Automatizada
04:00	Repetición de Pinceladas Morenasz

Fuente: Radio TGW La Voz de Guatemala 107.3 FM.

Jueves:

HORARIO	PROGRAMA
04:30	Arriba Guatemala
06:00	Buenos Días Guatemala
09:00	De Buena Mañana
11:00	Noticias W, En Directo
12:30	Deportes W
13:00	Pinceladas Morenas
14:00	Musiconversando
15:00	Mujeres en Frecuencia
16:00	Chapinlandia
17:00	Noticias W, Al Caer el Sol
18:00	Consulta Médica
18:30	SECATID
19:00	Hoy con la ONU
19:30	Música / Detrás de las cámaras (Cine)
20:00	Directo al Corazón
21:00	Cuarto Creciente
23:00	Mayacat
12:00	Música Automatizada
01:00	Repetición de Chapinlandia
02:00	Repetición de Mayacat
03:00	Música Automatizada
04:00	Repetición de Pinceladas Morenas

Fuente: Radio TGW La Voz de Guatemala 107.3 FM.

Viernes:

HORARIO	PROGRAMA
04:30	Arriba Guatemala
06:00	Buenos Días Guatemala
09:00	De Buena Mañana
11:00	Noticias W, En Directo
12:30	Deportes W
13:30	Pinceladas Morenas
14:00	Musiconversando
15:00	Primer Escenario
16:00	Chapinlandia
17:00	Noticias W, Al Caer el Sol
18:00	Rock Nacional
19:00	Canciones Urgentes
20:00	Cita con los Célebres
21:00	Jazz bajo la luna
22:00	Noche de un Día Duro
23:00	Mayacat
12:00	Música Automatizada
01:00	Repetición de Chapinlandia
02:00	Repetición de Mayacat
03:00	Música Automatizada
04:00	Repetición de Pinceladas Morenas

Fuente: Radio TGW La Voz de Guatemala 107.3 FM.

Sábado:

HORARIO	PROGRAMA
06:00	Himno Nacional / Música Automatizada
06:30	Música Automatizada
07:00	Noticias W
08:00	Cantando y Jugando
09:00	PROGRAMA CONJUVE
10:00	Radio Teatro Nacional
10:30	Música Automatizada
11:30	Por Favor Sea Feliz
12:00	Noticias W
13:30	Radioteatro Infantil
14:00	Música Automatizada
15:00	Escuelas Abiertas Radio
16:00	Conadi
16:30	Música Automatizada
17:00	Música Automatizada
17:30	Adictos a la Música
19:30	Fútbol Nacional
22:30	Rock 980
12:00	Mayacat
01:00	Música Automatizada
02:00	Música Automatizada

Fuente: Radio TGW La Voz de Guatemala 107.3 FM.

Domingo:

HORARIO	PROGRAMA
06:00	Himno Nacional / Agenda Deportiva
07:00	Misa
08:00	Mundo Mágico
08:30	Deporte Total (Deporte Federado)
09:00	Juventud al Aire
10:00	Radio Teatro Infantil
10:30	Picando en el Area (antesala)
11:00	Deportes W / Fútbol
13:30	Salsa con Clase
15:30	Música Automatizada
16:30	Música Automatizada
17:30	Música Automatizada
19:00	Cosmovisión Musical
20:00	Clásicas W (música clásica)
21:00	Repetición Pinceladas Morenas
21:30	Chapinlandia (reprise)
22:30	Música Automatizada

Fuente: Radio TGW La Voz de Guatemala 107.3 FM.



## **2.17 Programación “Despacho Presidencial”:**

### **2.17.1 Surgimiento, horario y día de transmisión:**

Según [www.despachopresidencial.gob.gt](http://www.despachopresidencial.gob.gt), “El programa fue lanzado al aire el 22 de julio de 2009, a las 7 de la mañana por la frecuencia 107.3 FM para la ciudad capital, y sus 4 repetidoras que se escuchan en los departamentos de Totonicapán, San Marcos, Quetzaltenango y Flores, Petén.

El programa se transmite los días miércoles de 7:00 a 8:00 am, conducido por el Presidente de la República Ingeniero Álvaro Colom Caballeros, acompañado de Roberto Robles Secretario de la Presidencia.

En una entrevista realizada a la licenciada Candy Morales, Productora del Programa (11-05-2011), indicó que Despacho Presidencial, surgió a raíz de Gobernando con mi Gente, que fue uno de los primeros mega proyectos en comunicación en tablado por un presidente con su población.

Al ver el impacto que tenía Gobernando con mi Gente, deciden llevar a la radio Despacho Presidencial, todos los miércoles en el horario de 7:00 a 8:00 am. Además el programa es esa alternativa para la gente que no puede acercarse al presidente, pero si escucharlo a través de la radio.

A lo largo de la historia, son muy pocos los presidentes que han tenido un acercamiento con la población tan real que se hayan preocupado por escucharlos, entenderlos y conocer cuáles son sus necesidades y en base a eso poder trabajar junto a ellos, expresó Morales.

Según Morales, es importante señalar que el grupo objetivo del programa "Despacho Presidencial" es todos los guatemaltecos y guatemaltecas.

El formato del programa ha sido diseñado por la Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia (SCSP). Es un programa con micrófonos y teléfonos abiertos para el público, con el objeto de que los guatemaltecos puedan comunicarse con el presidente, quien atenderá las inquietudes de los ciudadanos.

## **2.18 Descripción del Programa Despacho Presidencial:**

**Nombre del programa:** Despacho Presidencial.

**Horario de transmisión:** los días miércoles de 07:00 a 08:00 a.m. por la radio TGW 107.3 FM.

**Conductor:** Ingeniero Álvaro Colom Caballeros Presidente de la República de Guatemala período 2008 – 2012.

**Duración del programa:** 1 hora

El programa inicia con cortina musical institucional con un tiempo de dos minutos y cuarenta y cuatro segundos.

Transcurrido ese tiempo entra el conductor del programa el Ingeniero Álvaro Colom Caballeros, dando los buenos días y presentando a las personas que lo acompañaran en la transmisión del programa con un tiempo de un minuto y cinco segundos.

Luego continúa presentando el Calendario Maya con un tiempo de 17 segundos.

Continúa presentando la agenda de la semana anterior de los trabajos y proyectos realizados en el país con un tiempo de cinco minutos y tres segundos.

En un tiempo de un minuto presenta el tema que abordara en el programa y a las personas invitadas.

El tiempo dedicado al tema del día es de veintiséis minutos y cinco segundo.

Corte institucional el tiempo es de dos minutos.

Después del corte institucional leen los mensajes recibidos por los radioescuchas y las respuestas de los mismos, el tiempo que le dedican es de treinta y ocho minutos y setenta y cuatro segundos. Finalizando la transmisión del programa.

En las nueve emisiones analizadas del programa la duración en la transmisión varía no siempre dura 1 hora.

## **Capítulo III**

### **Marco Metodológico**

#### **3.1 Método o tipo de investigación:**

La investigación que se realizó fue de tipo descriptivo, se aplicó un Análisis de Contenido al Programa de Radio “Despacho Presidencial” Transmitido por TGW 107.3 FM, basando en la propuesta de la técnica de Bernard Berelson.

#### **3.2 Hipótesis:**

El programa Despacho Presidencial transmitido por la radio TGW 107.3 FM, tiene un nivel bajo de aceptación debido a su contenido de los temas que aborda.

#### **3.3 Variables estudiadas:**

##### **3.3.1 Variable dependiente:**

El bajo nivel de aceptación de la audiencia.

##### **3.3.2 Variable independiente:**

El contenido del programa Despacho Presidencial.

#### **3.4 Indicador:**

##### **3.4.1 Nivel de aceptación:**

Para el estudio del nivel de aceptación se utilizó la tabla de análisis de la aceptación y participación de los radioescuchas y el cuestionario.

- El número de personas que se comunican al programa.
- El número de respuestas al aire.
- El porcentaje de personas que conocen el programa a través de un cuestionario.

### **3.4.2 El contenido del programa Despacho Presidencial:**

Se analizo, mediante la aplicación del modelo de análisis de Bernard Berelson, que propone las siguientes categorías.

- El asunto
- La tendencia
- Las pautas
- Los valores
- Los métodos
- Las técnicas
- Los rasgos físicos y psicológicos
- El actor
- La autoridad
- El origen
- El grupo

### **3.5 Objetivos:**

#### **3.5.1 Objetivo general:**

- Analizar el Contenido del Programa de Radio “Despacho Presidencial” Transmitido por TGW 107.3 FM, para determinar la incidencia en el nivel de aceptación en la población..

#### **3.5.2 Objetivos específicos:**

- Identificar, cuál es el contenido del programa de radio Despacho Presidencial transmitido por TGW 107.3 FM.
- Determinar el nivel de aceptación de la audiencia del programa “Despacho Presidencial”.
- Correlacionar el contenido del programa con el nivel de aceptación.

### **3.6 Técnica:**

Las técnicas que se aplicaron en esta investigación fueron:

Revisión y recolección de información a través de libros de textos, enciclopedias, revistas, base de datos del internet, cuestionario, documentos, tesis entre otros.

Técnica de análisis de contenido: esta es una técnica que es empleada para realizar estudios en diferentes campos de la comunicación. La cual se utilizó la propuesta de Bernard Berelson.

### **3.7 Instrumento:**

Se hizo uso de los siguientes instrumentos para obtener la información:

- Ficha de análisis de contenido.
- Tabla de análisis de la aceptación y participación de los radioescuchas.
- Cuestionario de encuesta o sondeo conformado de 5 preguntas, el cual fue de dos opciones de respuestas abanico, es decir una serie de respuestas con la elección de uno de éstos. Y de preguntas cerradas Si y No tipo abanico, realizada a 100 personas que transitaban en la Central de Mayoreo (Cenma) zona 12, del Municipio de Villa Nueva, para determinar el porcentaje de aceptación del programa “Despacho Presidencial”.
- Entrevista realizada a la licenciada Candy Morales, Productora del Programa por medio de 4 preguntas abiertas, para obtener información del programa.

### **3.8 Población:**

El estudio en la investigación fue el universo, las cuales fueron las emisiones transmitidas del Programa de Radio “Despacho Presidencial” Transmitido por TGW 107.3 FM, desde el 02 de marzo al 27 de abril de 2011, transmitidas los días miércoles de 7:00 a 8:00 am cada semana haciendo un total de 9 emisiones.

### **3.9 Muestra:**

Para realizar la investigación del estudio de contenido del programa “Despacho Presidencial”, se aplicó un muestreo no probalístico intencionado, es decir se tomaron nueve emisiones del programa a partir del 02 de marzo al 27 de abril del año 2011.

Para medir el nivel de aceptación que tiene el programa, se encuestaron al azar a las personas que dio tiempo a sondear que transitaban en la Central de Mayoreo (CENMA) zona 12, del Municipio de Villa Nueva, donde se estacionan los buses extraurbanos y transmetro, el 03 de junio del año 2011, en el horario de 09:00 am a 13:00 pm, dicho sondeo conto con cinco preguntas.

## **Capítulo IV**

### **Presentación y análisis de resultados:**

A continuación se presentan la ficha técnica de análisis de contenido y los resultados obtenidos con base en el cuestionario realizado a las personas que transitaban en la Central de Mayoreo (CENMA) zona 12, del Municipio de Villa Nueva. Con el propósito de realizar una presentación de los resultados obtenidos en el trabajo de campo, se han ordenado a través de gráficas tipo pastel con porcentaje, aplicado al Programa de Radio Despacho Presidencial Transmitido por TGW 107.3 FM. Para comprobar la siguiente hipótesis:

**El Programa de Radio Despacho Presidencial Transmitido por TGW 107.3 FM, tiene un nivel bajo de aceptación debido al contenido de sus programas.**

#### **4.1 Análisis de Contenido del Programa de Radio Despacho Presidencial Transmitido por TGW 107.3 FM.**

##### **4.1.1 Fichas técnicas del programa:**

Las nueve fichas de análisis de contenido se presentan de acuerdo con la técnica de análisis de Bernard Berelson, fueron analizadas las nueve emisiones del programa de radio Despacho Presidencial transmitido por TGW 107.3 FM, transmitidos los días miércoles en el horario de 7:00 a 8:00 am, de los meses de marzo y abril del año 2011, para determinar el contenido del programa.

### Ficha de análisis de contenido No. 1

Nombre del programa	Despacho Presidencial
Fecha de emisión	2 de marzo de 2011
Tema	Canasta Básica

#### Forma:

Tiempo dedicado a información	56 minutos y 42 segundos
Tiempo dedicado a música	No hubo
Tiempo dedicado a publicidad institucional	6 minutos y 5 segundos
Tipo de lenguaje utilizado	Coloquial

#### Sustancia:

Asunto	Canasta básica.
Tendencia	Que no hay escases de maíz blanco.
Pauta	El precio de la canasta básica se debe por el aumento del petróleo.
Valores	Que la población este tranquila, porque los niveles del maíz blanco está todo bien.
Métodos	Naturalidad al hablar, lenguaje coloquial.
Técnicas	Un dialogo entre el conductor y los invitados.
Rasgos físicos y psicológicos	Resalta las cualidades profesionales del invitado.
Actor	Los conductores del programa.
Autoridad	Ministerio de economía.
Origen	Radio TGW La Voz de Guatemala 107.3 FM.
Grupo	A todas las personas.

El tema central de la emisión trató sobre la Canasta Básica, resaltando el Presidente de la República Álvaro Colóm Caballeros, que la población no se alarme por escases de maíz.

Fuente: El programa de radio Despacho Presidencial transmitido por TGW 107.3 FM.

## Ficha de análisis de contenido No. 2

Nombre del programa	Despacho Presidencial
Fecha de emisión	9 de marzo de 2011
Tema	Visita del ex presidente de Colombia Álvaro Uribe.

### Forma:

Tiempo dedicado a información	1 hora con 2 minutos
Tiempo dedicado a música	No hubo
Tiempo dedicado a publicidad institucional	6 minutos con 3 segundos
Tipo de lenguaje utilizado	Coloquial

### Sustancia:

Asunto	Visita del ex presidente Álvaro Uribe a Guatemala.
Tendencia	La entrevista con el ex presidente, coincidió el presidente Colom, que cohesión social debe ir acompañada de inversión con responsabilidad social y seguridad democrática, que son los tres ejes que el ex presidente trabajo en su periodo de gobierno de Colombia.
Pauta	El presidente de Guatemala desde el año 2008, está trabajando con cohesión social, por la lucha de la seguridad y justicia, además de la lucha contra la impunidad.
Valores	La importancia del equilibrio que se hace con cohesión social.
Métodos	Lenguaje coloquial, naturalidad al hablar.
Técnicas	Un dialogo entre los conductores.
Rasgos físicos y psicológicos	Resalta las cualidades del ex presidente Álvaro Uribe.
Actor	El conductor del programa.
Autoridad	No utiliza.
Origen	Radio TGW La Voz de Guatemala.

Grupo	A todas las personas.
-------	-----------------------

El tema central de la emisión trató sobre la visita que realizó el ex presidente de Colombia Álvaro Uribe a Guatemala, resaltando el Presidente de la República Álvaro Colóm Caballeros, ambos coincidieron que Cohesión Social debe ir acompañado de inversión con responsabilidad social y seguridad democrática.

Fuente: El programa de radio Despacho Presidencial transmitido por TGW 107.3 FM.

### Ficha de análisis de contenido No. 3

Nombre del programa	Despacho Presidencial
Fecha de emisión	16 de marzo de 2011
Tema	Análisis de la situación mundial y global en los precios de los alimentos y los energéticos, y de las situaciones que está presionando a todos los países en sus economías internas.

#### Forma:

Tiempo dedicado a información	1 hora con 45 segundos
Tiempo dedicado a música	No hubo
Tiempo dedicado a publicidad institucional	5 minutos
Tipo de lenguaje utilizado	Coloquial

#### Sustancia:

Asunto	El aumento de precios en los productos derivados del petróleo.
Tendencia	La crisis económica no es un problema solamente de Guatemala, sino de todo el mundo.
Pauta	Qué exista madurez política y que la situación económica se aborde como un tema de nación.

Valores	Motiva al oyente para que en el país se insista en una cultura de ahorro, y no solamente cuando ocurre una crisis en la economía, misma que debe considerarse como parte de una política de nación y no desde el posicionamiento político.
Métodos	Lenguaje coloquial, naturalidad al hablar.
Técnicas	Un dialogo con los conductores y los invitados.
Rasgos físicos y psicológicos	Resalta las cualidades profesionales de los invitados.
Actor	El conductor con los invitados.
Autoridad	Cita al Banco Mundial, el Ministerio de Economía y la FAO.
Origen	Radio TGW La Voz de Guatemala 107.3 FM.
Grupo	A todas las personas.

El tema central de la emisión trató sobre el aumento de precios en los productos derivados del petróleo, resaltando el Presidente de la República Álvaro Colóm Caballeros, que la crisis económica no es un problema solamente de Guatemala, sino de todo el mundo. Que debe existir madurez política y un tratamiento de situación económica, que se aborde como un tema de nación.

Fuente: El programa de radio Despacho Presidencial transmitido por TGW 107.3 FM.

#### **Ficha de análisis de contenido No. 4**

Nombre del programa	Despacho Presidencial
Fecha de emisión	23 de marzo de 2011
Tema	Ambiente económico internacional sobre los retos de América Latina y los retos de Guatemala.

**Forma:**

Tiempo dedicado a información	49 minutos
Tiempo dedicado a música	No hubo
Tiempo dedicado a publicidad institucional	No hubo
Tipo de lenguaje utilizado	Coloquial

**Sustancia:**

Asunto	La reforma fiscal.
Tendencia	La evasión fiscal no es un aumento de impuesto, sino que es un ordenamiento del sistema fiscal.
Pauta	Organizar mejor la gestión pública tributaria aduanera, y el ordenamiento del sistema fiscal.
Valores	Tener un mejor gobierno.
Métodos	Lenguaje coloquial, naturalidad al hablar.
Técnicas	El programa en sí, un dialogo entre el conductor y el invitado.
Rasgos físicos y psicológicos	Resalta las cualidades profesionales del invitado.
Actor	Conductor y el invitado.
Autoridad	Cita algunas instituciones como CEPAL de México.
Origen	Radio TGW La Voz de Guatemala 107.3 FM.
Grupo	A todas las personas.

El tema central de la emisión trató sobre la Reforma Fiscal, resaltando el Presidente de la República Álvaro Colóm Caballeros, que la evasión fiscal no es un aumento de impuesto, sino que es un ordenamiento del sistema fiscal.

Fuente: El programa de radio Despacho Presidencial transmitido por TGW 107.3 FM.

### Ficha de análisis de contenido No. 5

Nombre del programa	Despacho Presidencial
Fecha de emisión	30 de marzo de 2011
Tema	Situación del servicio de salud

#### Forma:

Tiempo dedicado a información	1 hora con 8 minutos
Tiempo dedicado a música	No hubo
Tiempo dedicado a publicidad institucional	5 minutos con 22 segundos
Tipo de lenguaje utilizado	Coloquial

#### Sustancia:

Asunto	Situación del servicio de salud pública.
Tendencia	Desde hace años en el país, no se había contratado médicos y construidos hospitales y centros de salud.
Pauta	Se ha aumentado la contratación de médicos, inauguración de centros de salud y hospitales, para el beneficio del pueblo.
Valores	Motiva al oyente a que asista a los centros de salud y hospitales del país, donde serán atendidos y el servicio es gratis.
Métodos	Uso de lenguaje, naturalidad al hablar.
Técnicas	El programa en sí, un dialogo entre el conductor y el Ministro de Salud.
Rasgos físicos y psicológicos	Resalta las cualidades profesionales del Ministro de Salud.
Actor	El conductor y el invitado.
Autoridad	Cita algunas instituciones como: el Ministerio de Salud, Ministerio de la Defensa, Sector Privado y el Sector Público, que trabajan en campañas de salud.
Origen	Radio TGW La Voz de Guatemala 107.3 FM.
Grupo	A todas las personas.

El tema central de la emisión trató sobre el servicio de Salud Pública, resaltando el Presidente de la República Álvaro Colóm Caballeros, desde hace años en el país no se había contratado médicos, construidos hospitales y centros de salud, además, que el servicio es totalmente gratis.

Fuente: El programa de radio Despacho Presidencial transmitido por TGW 107.3 FM.

### Ficha de análisis de contenido No. 6

Nombre del programa	Despacho Presidencial
Fecha de emisión	06 de abril de 2011
Tema	Repaso a todo el sistema de educación

#### Forma:

Tiempo dedicado a información	1 hora con 2 minutos
Tiempo dedicado a música	No hubo
Tiempo dedicado a publicidad institucional	5 minutos
Tipo de lenguaje utilizado	Coloquial

#### Sustancia:

Asunto	Repaso a todo el sistema de educación.
Tendencia	Es la primera vez que un gobierno cumple con la Asamblea Magisterial, firmando el pacto colectivo de condiciones de trabajos, así como mejores salarios para los maestros.
Pauta	Para el beneficio de la educación, es necesaria que sea aprobada una Reforma Fiscal, para que permita dotar de más recursos al estado.
Valores	Ayudar a la economía familiar, también el aumento de alumnos en los establecimientos públicos.
Métodos	Naturalidad al hablar.

Técnicas	El programa en sí, un dialogo entre el conductor y el Ministro de Educación.
Rasgos físicos y psicológicos	Resalta las cualidades profesionales del Ministro de Salud.
Actor	El conductor y el invitado.
Autoridad	Instituciones que están trabajando para la educación como: la Secretaria de Bienestar Social y la Secretaria de Obras Sociales de la Esposa del Presidente, entre otros.
Origen	Radio TGW La Voz de Guatemala 107.3 FM.
Grupo	A todas las personas.

El tema central de la emisión trató sobre el Sistema de Educación, resaltando el Presidente de la República Álvaro Colóm Caballeros, es la primera vez que un gobierno cumple con la Asamblea Magisterial, firmando el pacto colectivo de condiciones de trabajos y mejores salarios para los maestros.

Fuente: El programa de radio Despacho Presidencial transmitido por TGW 107.3 FM.

#### **Ficha de análisis de contenido No. 7**

Nombre del programa	Despacho Presidencial
Fecha de emisión	13 de abril de 2011
Tema	Desarrollo para la cultural y la búsqueda de espacios para que tengan una mayor participación en todos los sectores.

#### **Forma:**

Tiempo dedicado a información	59 minutos y 37 segundos
Tiempo dedicado a música	No hubo

Tiempo dedicado a publicidad institucional	5 minutos y 28 segundos
Tipo de lenguaje utilizado	Coloquial

**Sustancia:**

Asunto	Cultura garífuna.
Tendencia	Celebración de 14 años de la llegada a Centroamérica de los descendientes afroamericanos.
Pauta	La necesidad de incluir a gente garífuna en todos los espacios de trabajo. Así ser atendidas todas las demandas particulares del pueblo garífuna.
Valores	Motiva al oyente para que conozcan las distintas culturas guatemaltecas, así mismo la creación del Instituto para el Desarrollo Garífuna.
Métodos	Un lenguaje coloquial, naturalidad al hablar.
Técnicas	El programa en sí, un dialogo entre el conductor y los invitados.
Rasgos físicos y psicológicos	Resalta las cualidades profesionales de los invitados.
Actor	El conductor del programa y los invitados la Sra. Berta Engleton y el Sr. Mario Ellington.
Autoridad	Naciones Unidas, que trabajan en el desarrollo de la cultura garífuna.
Origen	Radio TGW La Voz de Guatemala 107.3 FM.
Grupo	A todas las personas.

El tema central de la emisión trató sobre la Cultura Garífuna, resaltando el Presidente de la República Álvaro Colóm Caballeros, la celebración de los 14 años de la llegada a Centroamérica de los descendientes afroamericanos, además, de incluir a gente garífuna en todos los espacios de trabajo.

Fuente: El programa de radio Despacho Presidencial transmitido por TGW 107.3 FM.

## Ficha de análisis de contenido No. 8

Nombre del programa	Despacho Presidencial
Fecha de emisión	20 de abril de 2011
Tema	Semana santa

### Forma:

Tiempo dedicado a información	51 minutos y 8 segundos
Tiempo dedicado a música	No hubo
Tiempo dedicado a publicidad institucional	No hubo
Tipo de lenguaje utilizado	coloquial

### Sustancia:

Asunto	Semana santa.
Tendencia	La devoción y la fe de los guatemaltecos en la semana santa.
Pauta	Durante la semana santa, se pueden apreciar las procesiones y la integración de los devotos en la decoración de las andas, el trabajo en equipo, la amistad y la armonía en trabajo que lleva realizar los montajes procesionales.
Valores	Motiva al oyente a que aprecien las procesiones del país y que disfruten la semana santa en familia.
Métodos	Un lenguaje coloquial, naturalidad al hablar.
Técnicas	El programa en sí, un dialogo entre el conductor y el invitado Ministro de Salud.
Rasgos físicos y psicológicos	No utilizo.
Actor	El conductor y el invitado.
Autoridad	Cita algunas iglesias como: La Iglesia la Merced de Antigua Guatemala, entre otros.
Origen	Radio TGW La Voz de Guatemala 107.3 FM.
Grupo	A todos las personas.

El tema central de la emisión trató sobre la Semana Santa, resaltando el Presidente de la República Álvaro Colóm Caballeros, la devoción y la fé de los guatemaltecos en la semana santa.

Fuente: El programa de radio Despacho Presidencial transmitido por TGW 107.3 FM.

### Ficha de análisis de contenido No. 9

Nombre del programa	Despacho Presidencial
Fecha de emisión	27 de abril de 2011
Tema	Presupuesto nacional

#### Forma:

Tiempo dedicado a información	48 minutos y 2 segundos
Tiempo dedicado a música	No hubo
Tiempo dedicado a publicidad institucional	No hubo
Tipo de lenguaje utilizado	Coloquial

#### Sustancia:

Asunto	Presupuesto nacional.
Tendencia	La relación económica del país, el crecimiento poblacional y la correlación; que lleva el pago de impuestos de los ciudadanos responsables para el buen funcionamiento del estado, además las necesidades como seguridad, educación, salud y justicia
Pauta	Con un equilibrio económico, responsabilidad del pago de impuestos de la ciudadanía y rompiendo los paradigmas de pobreza es la manera en que la Nación debe encaminarse a una buena administración pública.
Valores	La ley anti evasión II, daría mejores herramientas en control del pago de impuestos, así evitar la evasión.

Métodos	Lenguaje coloquial, naturalidad al hablar.
Técnicas	El programa en sí, un dialogo entre el conductor y los invitados.
Rasgos físicos y psicológicos	No utilizo.
Actor	Conductor y los invitados, el Ministro de Gobernación, el Superintendente Administración Tributaria SAT y el Ministro de finanzas.
Autoridad	No utilizo.
Origen	Radio TGW La Voz de Guatemala 107.3 FM.
Grupo	A todos las personas.

El tema central de la emisión trató sobre el Presupuesto Nacional, resaltando el Presidente de la República Álvaro Colóm Caballeros, con un equilibrio económico, responsabilidad de pago de impuestos de la ciudadanía y rompiendo los paradigmas de pobreza, es la manera que la nación debe encaminarse a una buena administración pública.

Fuente: El programa de radio Despacho Presidencial transmitido por TGW 107.3 FM.

#### **4.1.2 Resumen del "Estudio de Contenido del programa de Radio Despacho Presidencial transmitido por TGW 107.3 FM".**

En base a la ficha de análisis y de acuerdo con Bernard Berelson, y aplicando la técnica en las nueve emisiones del programa de radio Despacho Presidencial transmitido por TGW 107.3 FM, antes analizadas se presenta lo siguiente:

Asunto	De acuerdo con el análisis, los temas abordados en el programa "Despacho Presidencial, son de interés para el receptor, ya que involucran al oyente de estar informados de los trabajos que está realizando el gobierno en beneficio del país, mismos que son abordados por profesionales. Además son temas de
--------	--

	actualidad y de interés ciudadano.
Tendencia	El único interés del programa es informar a los radioescuchas los trabajos que realiza el gobierno en el país, en lo económico, salud, educación, seguridad, cultura, etc.
Pauta	El programa tiene como pauta: el acercamiento de la población con el presidente de la república el Ingeniero Álvaro Colom Caballeros.
Valores	La finalidad principal del programa, informar de primera mano los trabajos que realiza en el país, el Presidente de la República Ingeniero Álvaro Colom Caballeros
Métodos	A pesar que el presidente no es una persona que maneja muy bien los medios de comunicación, en este caso la locución, el uso del lenguaje es coloquial, utiliza algunos tecnicismos, voz suave y naturalidad al hablar, Sin embargo, se encontró una debilidad, de actitud de tartamudeo y problema de muletillas. Además cuando se encuentra desarrollando el tema, se sale del mismo. Por lo tanto el tema pierde interés y confunde a la audiencia.
Técnicas	El programa en sí, es una especie de diálogo, por la plática y conversación mantenida con el locutor y los invitados.

Rasgos físicos y psicológicos	Se resaltan las cualidades profesionales de los invitados.
Actor	Los autores que sobresalen en el programa "Despacho Presidencial son: el locutor principal que es el Presidente de la República Ingeniero Álvaro Colom, Ronaldo Robles Secretario de la Presidencial y los invitados que asisten al programa.
Autoridad	En el análisis se pudo determinar que los invitados utilizan fuentes para reforzar la información como: organizaciones nacionales e internacionales y instituciones.
Origen	Productores de la Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia (SCSP).
Grupo	El programa está dirigido a los guatemaltecos (a).

De acuerdo al análisis de las nueve emisiones antes incluida en la muestra, se pudo observar que el programa de radio Despacho Presidencial transmitido por TGW 107.3 FM, conducido por el Presidente de la República Ingeniero Álvaro Colom Caballeros, es un programa donde únicamente abordan temas relacionados a los trabajos y actividades que el gobierno realiza en el país.

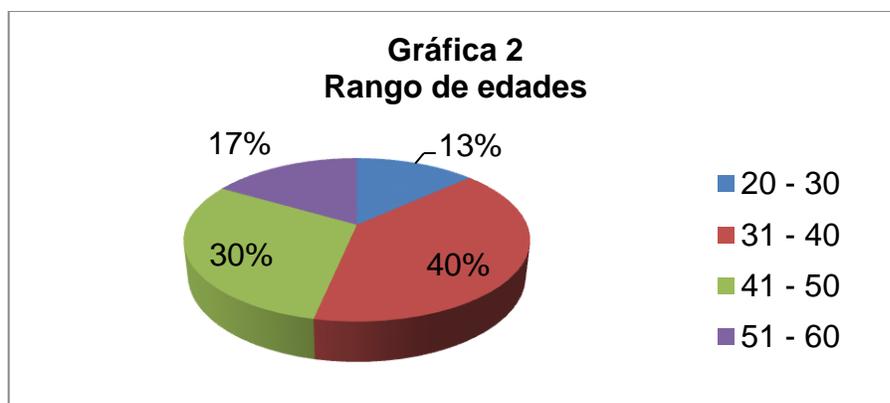
#### **4.3 Presentación de datos y resultados de la opinión de la ciudadanía:**

El 03 de junio de 2011 de 09:00 a 13:00 horas, se realizó una encuesta al azar a personas que transitaron por la Central de Mayoreo (CENMA) zona 12 del Municipio de Villa Nueva, en el área donde se estacionan los buses extraurbanos y transmetro, para determinar si conocen el programa "Despacho Presidencial" de radio TGW 107.3 FM, lográndose determinar lo siguiente:



Fuente: Datos obtenidos de la muestra investigada.

De acuerdo a la encuesta que respondieron las personas, los datos que se resumen en la gráfica anterior, permite expresar que el 54% fueron mujeres y el 46% hombres.



Fuente: Datos obtenidos de la muestra investigada.

Las 30 personas que respondieron la encuesta que escuchan el programa Despacho Presidencial, un 40% de 12 personas de la audiencia está comprendido en el rango de 31-40 años, el 30% de 9 personas de 41-50 años, el 17% de 5 personas de 51-60 años y el 13% de 4 personas de 20-30 años, permite afirmar que el grupo objetivo del programa "Despacho Presidencial" objeto de estudio, indica que la mayoría de las personas que escuchan dicho programa están comprendidos en el rango de edades de 20-30 años.



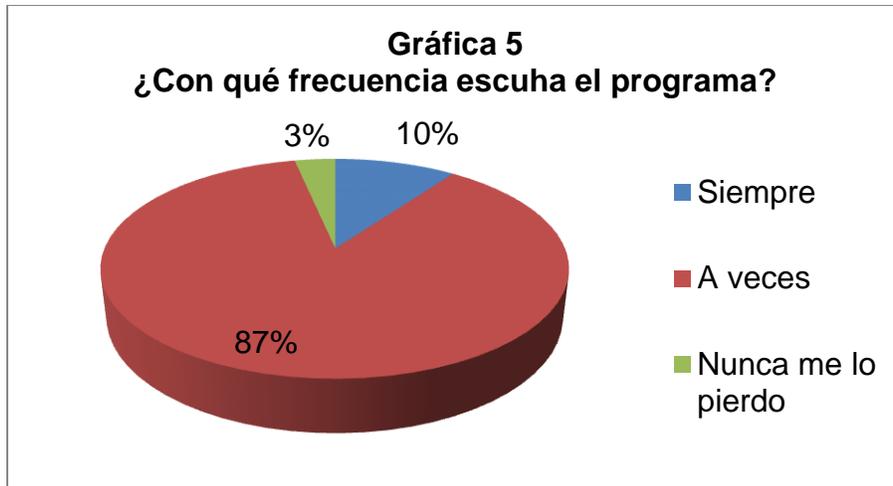
Fuente: Datos obtenidos de la muestra investigada.

De la audiencia encuestada el 30% de las personas han escuchado el programa y el 70% que no. En la gráfica 3, se puede observar que el programa tiene un nivel bajo de audiencia dentro de la muestra sondeada. A pesar que el programa está en frecuencia FM, las personas no lo escuchan por los temas abordados que no son de interés.



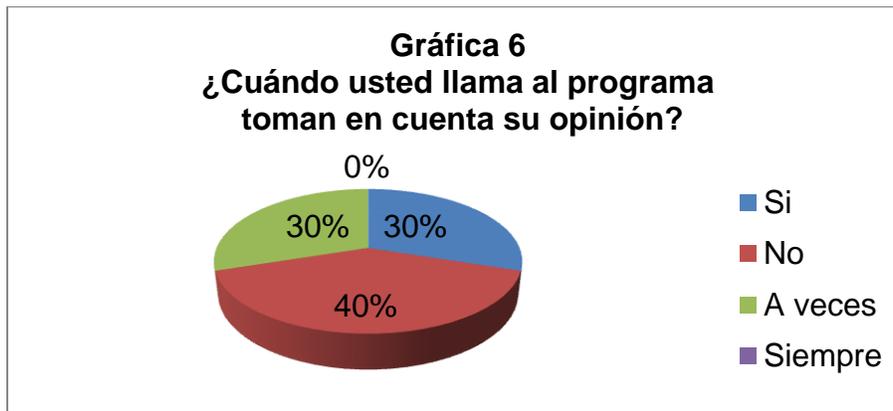
Fuente: Datos obtenidos de la muestra investigada.

De acuerdo a la información recopilada el 3% de 1 persona respondió que el programa le parece excelente, el 14% de 4 personas respondieron que es bueno, el 73% de 22 personas que el programa les parece regular, mientras que el 10% de 3 personas les parece que dicho programa es malo. Esto indica que dicho programa no es del 100% aceptable en la población guatemalteca.



Fuente: Datos obtenidos de la muestra investigada.

El 10% de 3 personas respondieron que siempre escuchan el programa, mientras que el 87% de 26 personas a veces, y el 3% de 1 persona que nunca me lo pierdo. Lo que indica que la audiencia del programa "Despacho Presidencial" es casual o esporádico.



Fuente: Datos obtenidos de la muestra investigada.

El 30% de 9 personas respondieron que sí toman en cuenta su opinión, el 30% de 9 personas respondieron que a veces, mientras que el otro 40% de 12 personas respondieron que no toman en cuenta su opinión. Esto demuestra que el 60% de 18 personas encuestadas respondieron que toman en cuenta su opinión, esto de muestra que el programa no es radical en su posición ante la audiencia.



Fuente: Datos obtenidos de la muestra investigada.

El 37% de 11 personas encuestadas respondieron que sí son de su interés el contenido de dicho programa, mientras que el 63% de 19 personas respondieron que no. Esto demuestra que los temas abordados en el programa "Despacho Presidencial" no son del interés parcialmente para los ciudadanos objeto de estudio.

#### **4.3 Tabla de análisis de la aceptación y participación de los radioescuchas**

A continuación se presenta la tabla de análisis de aceptación, para determinar el número de personas que se comunicaron al programa de radio "Despacho Presidencial" transmitido por TGW 107.3 FM. Del 02 al 30 de marzo y del 06 al 27 de abril de 2011.

<b>Fecha</b>	Miércoles 02 de marzo de 2011	Miércoles 09 de marzo de 2011	Miércoles 16 de marzo de 2011	Miércoles 23 de marzo de 2011	Miércoles 30 de marzo de 2011
<b>Tema</b>	<b>Canasta básica.</b>	<b>Los trabajos que realizó el ex presidente de Colombia Álvaro Uribe, durante su gobierno</b>	<b>Análisis de la situación mundial y global de los precios, de los alimentos y los energéticos y de la situación que está presionando a todos los países en sus economías internas.</b>	<b>Ambiente económico internacional sobre los retos de América Latina y los retos de Guatemala.</b>	<b>Situación del servicio de salud pública.</b>
Anuncios	0	0	0	0	0
Canciones	0	0	0	0	0
Cápsulas	0	0	0	0	0
Mensajes MTC recibidos	9	12	6	8	0
Llamadas recibidas	3	0	0	0	0
Correos recibidos	0	0	0	0	0
Fax recibidos	0	0	0	0	0
<b>Total de personas que se comunicaron al programa</b>	12	12	6	8	0
<b>Total de respuestas al aire</b>	5	9	4	2	0

Fuente: El programa de radio Despacho Presidencial transmitido por TGW 107.3 FM.

<b>Fecha</b>	Miércoles 06 de abril de 2011	Miércoles 13 de abril de 2011	Miércoles 20 de abril de 2011	Miércoles 27 de abril de 2011
<b>Tema</b>	<b>Repaso a todo el sistema de educación.</b>	<b>Desarrollo para la cultura y la búsqueda de espacios, para que tengan una mayor participación en todos los sectores.</b>	<b>Semana santa.</b>	<b>Presupuesto nacional.</b>
Anuncios	0	0	0	0
Canciones	0	0	0	0
Cápsulas	0	0	0	0
Mensajes MTC recibidos	10	6	0	0
Llamadas recibidas	0	0	0	0
Correos recibidos	0	0	0	0
Fax recibidos	0	0	0	0
<b>Total de personas que se comunicaron al programa</b>	10	6	0	0
<b>Total de respuestas al aire</b>	6	4	0	0

Fuente: El programa de radio Despacho Presidencial transmitido por TGW 107.3 FM.

Las dos tablas anteriores, indican el número de personas que se comunicaron al programa, al igual que las respuestas al aire. Con base a los temas que fueron abordados en las nueve emisiones del programa de radio Despacho Presidencial transmitido por TGW 107.3 FM. Para presentar las tablas de nivel de aceptación únicamente se tomaron los mensajes que el locutor leyó al aire durante los programas.

#### **4.4 Verificación de la hipótesis:**

Con los resultados de la encuesta, la ficha de análisis de contenido y la tabla de la aceptación y participación de los radioescuchas, se pudo concluir que la hipótesis: "El programa de radio Despacho Presidencial transmitido por TGW 107.3 FM", el 30% de las personas escuchan el programa, mientras que el otro 70% no lo escuchan, por lo tanto el nivel de aceptación del programa en los radioescuchas es bajo porque de las

30 personas que respondieron que escuchan dicho programa el 97% de las personas escuchan esporádicamente el programa debido al contenido del mismo, además al preguntarles ¿Qué les parece el programa?, el 73% de la audiencia respondió que regular. Lo cual demostró que es necesario promover el programa Despacho Presidencial para que sea escuchado por más personas.

## **Capítulo V**

### **Propuesta de comunicación:**

A continuación se detalla la propuesta de comunicación para la promoción del programa de radio "Despacho Presidencial" transmitido por TGW 107.3 FM.

#### **5.1 Diagnóstico:**

De acuerdo con el presente estudio, se pudo determinar que el programa de radio Despacho Presidencial transmitido por TGW 107.3 FM, es un programa de gobierno que ofrece a los radioescuchas temas relacionados a los trabajos que realiza el Presidente de la República Álvaro Colom Caballeros, en los temas: económico, cultural, salud, educación y seguridad.

Por otro lado, al encuestar a los oyentes del programa Despacho Presidencial de Radio TGW 107.3 FM, se pudo determinar que el programa no tiene mayor aceptación en la audiencia, ya que el 87% de la muestra respondió que a veces escuchan el programa, y al preguntarles ¿Qué les parece el programa? Un 73% opinó que regular, lo cual refleja un nivel bajo de aceptación dentro de los mismos.

Ante esto se hace necesario presentar la siguiente Propuesta de Comunicación para que el programa de radio "Despacho Presidencial" transmitido por TGW 107.3 FM tenga mayor audiencia.

#### **5.2 Propuesta:**

##### **5.2.1 Grupo objetivo:**

Estará dirigido a todos los guatemaltecos hombres, mujeres y jóvenes, quienes se dedican a actividades laborales de oficina, amas de casa y estudiantes, los cuales residan en el área urbana y rural.

### 5.3 Objetivos:

#### 5.3.1 Objetivo general:

- Proponer a los productores del programa Despacho Presidencial, una estrategia de comunicación que permita elevar el *rating* del programa para que sea escuchado por el 100% de la audiencia de la radio TGW 107.3 FM.

#### 5.3.2 Objetivo específico:

- Crear una estrategia de campaña promocional para divulgar el programa Despacho Presidencial a toda la audiencia de la radio TGW 107.3 FM.

### 5.4 Procedimiento de la estrategia de comunicación:

Para lograr los objetivos de la estrategia, se propone ejecutar lo siguiente:

#### 5.4.1 Publicidad radial:

La creación, producción y ejecución de pautas promocionales del programa Despacho Presidencial.

<b>Medio</b>	<b>Forma de pautar</b>	<b>Duración de la pauta</b>	<b>Tipo de pauta</b>	<b>Responsable de la pauta</b>	<b>Grupo objetivo</b>
Radio TGW 107.3 FM	Pautas en radio TGW 107.3 FM y sus repetidoras en todo el país	30 segundos	<i>Spot</i>	La Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia (SCSP)	A todos los guatemaltecos

Los spot de radio deberán ser realizados por la Secretaria de Comunicación Social de la Presidencial (SCSP), está a su vez debe hacer las negociaciones con la directiva de la radio TGW 107.3 FM, para poder realizar la pauta correspondiente, debe realizarse a lo largo de todas la programación radial.

#### 5.4.2 Publicidad escrita:

<b>Medio</b>	<b>Forma de pautar</b>	<b>Duración de la pauta</b>	<b>Tipo de pauta</b>	<b>Responsable de la pauta</b>	<b>Grupo objetivo</b>
Prensa	Periódicos de mayor circulación a nivel nacional	Roba páginas en interiores	Anuncio impreso	La Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia (SCSP)	A todos los guatemaltecos

La publicación en el periódico deber ser manejado de igual manera por la Secretaria de Comunicación Social de la Presidencial (SCSP), esta realiza la pauta directa con los medios y el monitoreo se realiza en las oficinas centrales.

#### 5.4.3 Publicidad alternativa:

<b>Medio</b>	<b>Forma de pautar</b>	<b>Duración de la pauta</b>	<b>Tipo de pauta</b>	<b>Responsable de la pauta</b>	<b>Grupo objetivo</b>
Alternativo/impreso	Trifoliales, volantes, afiches	15 días	Anuncio	La Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia (SCSP)	A todos los guatemaltecos
Alternativo/impreso	Vallas publicitarias	15 días	Anuncio	La Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia (SCSP)	A todos los guatemaltecos

Las vallas publicitarias deben ser por la Secretaria de Comunicación Social de la Presidencial (SCSP), éstas deben ser colocadas en los diferentes puntos de la ciudad y en los departamentos donde tenga cobertura Radio TGW 107.3 FM como: Totonicapán, San Marcos, Quetzaltenango y Flores Petén.

#### **5.5 Gastos de la ejecución de la campaña:**

Los recursos financieros para la realización de la campaña del programa Despacho Presidencial transmitido por Radio TGW 107.3 FM pueden ser proporcionados del presupuesto asignado a la Secretaria de Comunicación Social de la Presidencial (SCSP).

#### **5.6 Evaluación:**

Luego de ejecutar la estrategia de comunicación, se puede medir la efectividad que se obtuvo al elevar el *rating* del programa Despacho Presidencial al verificar si el número de audiencia incremento después de ejecutar la campaña.

## Conclusiones

Con base a los datos obtenidos se concluye que:

1. El programa de Radio Despacho Presidencial Transmitido por TGW 107.3 FM los días miércoles en el horario de 7:00 a 8:00 am es un programa político, donde el locutor mantiene una plática o conversación con varios expertos o personas cualificadas que examinan un tema de interés público desde sus diferentes puntos de vista profesionales.
2. De acuerdo al análisis, el contenido del programa son temas relacionados a la seguridad, salud, economía, educación, cultura, etc., en base a los trabajos y las actividades que el gobierno realiza en el país. Estos temas debieron ser de interés general pero el estudio dio resultados distintos.
3. Mediante la información que proporcionaron las personas en la encuesta se pudo establecer que solamente un 30% de lo oyentes escuchan el programa, por lo tanto se pudo determinar que todavía existe un 70% de guatemaltecos que no conocen el programa Despacho Presidencial, porque no les interesan los temas abordados.
4. Según los resultados obtenidos de la encuesta se determina que el programa Despacho Presidencial, no tiene mayor audiencia, porque el 87% de la personas encuestadas respondieron que a veces escuchan el programa, y al preguntarles ¿cómo les parece el programa?, un 73% respondieron que regular, lo cual refleja un nivel bajo de aceptación en los oyentes.

## **Recomendaciones**

Con base a las conclusiones, se recomienda al programa de radio Despacho Presidencial:

1. Se recomienda al locutor del programa de radio Despacho Presidencial transmitido por TGW 107.3 FM, al momento de desarrollar los temas no se desvíe del mismo para que el tema no pierda interés.
2. Considerar la repetición del programa en otro horario, para que las personas que no lo escucharon en la mañana puedan escucharlo y así tener mayor audiencia.
3. Es necesario promocionar el programa Despacho Presidencial, para que lo conozcan más personas. Porque es un espacio de comunicación del presidente con la ciudadanía. Para ello, es importante que se establezca un presupuesto para su divulgación o promoción.

## Referencias bibliográficas

### Libros:

- Avendaño, Amaya Ismael. 2004. Retorica. Discurso y Persuasión. Guatemala. Litográficos de Paz. 160 P.
- Coons John E. 1967. Libertad y Responsabilidad. De las Emisoras de Radio y de T. V. Mexico. Limusa-Wiley, S. A. 210 P.
- Casaus, Josep Maria. 1985. Idolología y Análisis de Medios de Comunicación. Barcelona, España. Editorial Mitre. 206 p.
- De Moragas Miguel. 1976. Semiótica y Comunicación de Masas. Barcelona. Rigsa Estruc 5. 362 P.
- Herreros Cebrian M. 1981. Diccionario de Radio y Televisión. España. Alhambra, S. A. 375 P.
- Interiano, Carlos. 2002. Elementos de Persuasión. Guatemala. Estudiantil Fenix. 167 P.
- Interiano Carlos. 1999. La Comunicación de Masas. Guatemala. Fenix.. 92 P.
- Krippendorff, Klaus. 1990. Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica. Barcelona, España. Editorial Paidos. 279 p.
- Kaplun Mario. 1978. Producción de Programas en Radio. Quito Ecuador. Colección Intiyan Ciespal.
- Muñoz, José Javier y Gil, Cesar. 1986. La radio. Teoría y práctica. Madrid, España. Fareso, S. A. 177 p.

- Ortiz Miguel Ángel y Volpini Federico. 1995. Diseño de Programas en Radio, Guiones, Géneros y Formulas. España. Pridos. 226 P.
- Pedroni, Ana María. 2004. Semiología. Un acercamiento didáctico. Guatemala. Universitaria. 194 P.
- Toussaint, Florence. 1990. Crítica de la información de masas. 3ª. Edición. México. Trillas: Anuies. 94 p.
- Velásquez Rodríguez Carlos Augusto. 1999. Comunicación. Semiología del mensaje oculto. Guatemala. Solomar. 121 P.
- Velásquez Rodríguez Carlos Augusto. 1999. Semiología. Teoría de la Mentira. 2ª. Edición. Guatemala. Inforpress Centroamericana. 167 P.

**Tesis:**

- Cardona Chinchilla Leticia América. 1999.. Guatemala. “La Comunicación Radiofónica al Descubierta”. Tesis Licenciada en Ciencias de la Comunicación Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 103 P.
- Muñoz Palala Geldi Aracely. 2009. Estudio de Contenido del Programa “Conciencia de Mujer” de Radio Mía 93.7 FM y su Nivel de Aceptación. Tesis Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 58 P.
- Polanco Bran Maritza Elizabeth. Análisis Comunicacional y Semiológico de la Campaña Informativa Sobre Manejo y Uso Seguro en Santiago Sacatepéquez, Sacatepéquez. Universidad de San Calos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.

- Yucuté Miriam. 1988. La Radio en Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación Guatemala. 65 P.

**Referencias obtenidas de internet:**

- Historia del programa Despacho Presidencial. Obtenido el 22 de marzo de 2011. [http:// www.despachopresidencial.gob.gt](http://www.despachopresidencial.gob.gt)
- Historia de la radio TGW La Voz de Guatemala, 107.3 FM. Obtenido el 22 de marzo de 2011. <http://www.radiotgw.gob.gt>

**Entrevista:**

- Morales, Candy. Productora del programa Despacho Presidencial, entrevista realizada el 11 de mayo de 2011.

# **ANEXOS**

## **Anexo I**

### **Programas analizados:**

- Despacho Presidencial. Radio TGW La Voz de Guatemala (107.3 FM).  
Produce: Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia (SCSP).  
Locutores: Ingeniero Álvaro Colom Caballeros, Presidente de la Republica de Guatemala, Ronaldo Robles, secretario de la presidencia y Guissepe Calvinistí, vocero presidencial. Tema: Canasta básica. Programa. 7:00 a 8:00 am. Miércoles. Guatemala. 02-03-2011.
  
- Despacho Presidencial. Radio TGW La Voz de Guatemala (107.3 FM).  
Produce: Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia (SCSP).  
Locutores: Ingeniero Álvaro Colom Caballeros, Presidente de la Republica de Guatemala, Ronaldo Robles, secretario de la presidencia y Guissepe Calvinistí, vocero presidencial. Tema: visita del ex presidente de Colombia Álvaro Uribe. Programa. 7:00 a 8:00 am. Miércoles. Guatemala. 09-03-2011.
  
- Despacho Presidencial. Radio TGW La Voz de Guatemala (107.3 FM).  
Produce: Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia (SCSP).  
Locutores: Ingeniero Álvaro Colom Caballeros, Presidente de la Republica de Guatemala, Ronaldo Robles, secretario de la presidencia y Guissepe Calvinistí, vocero presidencial. Tema: Análisis de la situación mundial y global en los precios de los alimentos y los energéticos, y de las situaciones que está presionando a todos los países en sus economías internas. Programa. 7:00 a 8:00 am. Miércoles. Guatemala. 16-03-2011.

- Despacho Presidencial. Radio TGW La Voz de Guatemala (107.3 FM). Produce: Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia (SCSP). Locutores: Ingeniero Álvaro Colom Caballeros, Presidente de la Republica de Guatemala, Ronaldo Robles, secretario de la presidencia y Guissepe Calvinistí, vocero presidencial. Tema: Ambiente económico internacional sobre los retos de América Latina y los retos de Guatemala. Programa. 7:00 a 8:00 am. Miércoles. Guatemala. 23-03-2011.
  
- Despacho Presidencial. Radio TGW La Voz de Guatemala (107.3 FM). Produce: Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia (SCSP). Locutores: Ingeniero Álvaro Colom Caballeros, Presidente de la Republica de Guatemala, Ronaldo Robles, secretario de la presidencia y Guissepe Calvinistí, vocero presidencial. Tema: Situación del servicio de salud pública. Programa. 7:00 a 8:00 am. Miércoles. Guatemala. 30-03-2011.
  
- Despacho Presidencial. Radio TGW La Voz de Guatemala (107.3 FM). Produce: Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia (SCSP). Locutores: Ingeniero Álvaro Colom Caballeros, Presidente de la Republica de Guatemala, Ronaldo Robles, secretario de la presidencia y Guissepe Calvinistí, vocero presidencial. Tema: repaso a todo el sistema de educación. Programa. 7:00 a 8:00 am. Miércoles. Guatemala. 06-04-2011.
  
- Despacho Presidencial. Radio TGW La Voz de Guatemala (107.3 FM). Produce: Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia (SCSP). Locutores: Ingeniero Álvaro Colom Caballeros, Presidente de la Republica de Guatemala, Ronaldo Robles, secretario de la presidencia y Guissepe Calvinistí, vocero presidencial. Tema: Desarrollo para la cultura y la búsqueda de espacios para que tengan una mayor participación en todos los sectores. Programa. 7:00 a 8:00 am. Miércoles. Guatemala. 013-04-2011.

- Despacho Presidencial. Radio TGW La Voz de Guatemala (107.3 FM). Produce: Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia (SCSP). Locutores: Ingeniero Álvaro Colom Caballeros, Presidente de la Republica de Guatemala, Ronaldo Robles, secretario de la presidencia y Guissepe Calvinistí, vocero presidencial. Tema: Semana santa. Programa. 7:00 a 8:00 am. Miércoles. Guatemala. 20-04-2011.
  
- Despacho Presidencial. Radio TGW La Voz de Guatemala (107.3 FM). Produce: Secretaria de Comunicación Social de la Presidencia (SCSP). Locutores: Ingeniero Álvaro Colom Caballeros, Presidente de la Republica de Guatemala, Ronaldo Robles, secretario de la presidencia y Guissepe Calvinistí, vocero presidencial. Tema: Presupuesto nacional. Programa. 7:00 a 8:00 am. Miércoles. Guatemala. 27-04-2011.

## **Anexo II**

A continuación se presenta el modelo de entrevista que se realizó a la productora del Programa “Despacho Presidencial”.

**Universidad de San Carlos de Guatemala**

**Escuela de Ciencias de la Comunicación**

Entrevista realizada a: Licda. Candy Morales

Productora del programa “Despacho Presidencial”

1. ¿Cómo surge el programa despacho presidencial?
2. ¿Cuál fue el motivo a crear este programa?
3. ¿Cuál es su grupo objetivo?
4. ¿Por qué se eligió la radio TGW para transmitir el programa?

### Anexo III

A continuación se presenta el modelo de cuestionario que se realizará a la audiencia.

**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**



### **Estudio de Contenido del Programa de Radio** **“Despacho Presidencial” Transmitido por TGW 107.3 FM**

#### **Cuestionario**

Instrucciones: Por favor responda a las siguientes preguntas, marcando con una X la respuesta de su preferencia. Los datos serán estrictamente confidenciales. Muchas gracias por su colaboración.

Fecha: \_\_\_\_\_

Sexo: Femenino \_\_\_\_\_ Masculino: \_\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_

1. ¿Ha escuchado el programa “Despacho Presidencial”?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

2. ¿Qué le parece el programa “Despacho Presidencial”?

Bueno \_\_\_\_\_ Malo \_\_\_\_\_ Regular \_\_\_\_\_ Excelente \_\_\_\_\_

3. ¿Con que frecuencia escucha el programa?

A veces \_\_\_\_\_ Siempre \_\_\_\_\_ Nunca me lo pierdo \_\_\_\_\_

4. ¿Cuándo usted llama al programa toman en cuenta su opinión?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ A veces \_\_\_\_\_ Siempre \_\_\_\_\_

5. ¿Los contenidos del programa son de su interés?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

## Anexo IV

**Tabla de análisis de la aceptación y  
Participación de los radioescuchas**

<b>Fecha</b>							
<b>Tema</b>							
Anuncios							
Canciones							
Cápsulas							
Mensajes MTC recibidos							
Llamadas recibidas							
Correos recibidos							
Fax recibidos							
<b>Total de personas que se comunicaron al programa</b>							
<b>Total de respuestas al aire</b>							

## Anexo V

### Ficha de Análisis de Contenido

Nombre del programa	
Fecha de emisión	
Tema	

**Forma:**

Tiempo dedicado a información	
Tiempo dedicado a música	
Tiempo dedicado a publicidad institucional	
Tipo de lenguaje utilizado	

**Sustancia:**

Asunto	Se refiere al qué de la comunicación.	
Tendencia	Se refiere al tratamiento que se hace en pro o en contra del asunto.	
Pauta	Es la hipótesis y la teoría que orienta la investigación.	
Valores	Son las metas y deseos.	
Métodos	Son los medios empleados para alcanzar finalidades u objetivos.	
Técnicas	Las diferentes formas que se usan para un mensaje.	
Rasgos físicos y psicológicos	Son las características utilizadas para describir a la gente.	
Actor	Es la persona, grupo u objeto a nombre del cual se hace un mensaje.	
Autoridad	Es la fuente a nombre de quien se emite el mensaje.	
Origen	Identifica la procedencia del mensaje	
Grupo	Es al que se dirige la comunicación, o sea, el destinatario.	

