



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXTENSIÓN - QUEVEDO**



**DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA) DEL EXAMEN  
COMPLEXIVO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**SEMIÓTICA DISCURSIVA Y SU IMPACTO EN EL LENGUAJE  
RADIOFÓNICO DE RADIO UNIKA 2020**

**AUTOR:**

**OSCAR ALBERTO BURGOS ZAMORA**

**TUTOR:**

**AB. WILLIAM ROBERTO BARRAGAN MOROCHO**

**QUEVEDO- LOS RÍOS- ECUADOR**

**2021**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXTENSIÓN - QUEVEDO**



**DEDICATORIA**

La presente investigación la dedico a Dios nuestro señor por permitirme culminar con éxito esta etapa de mis estudios.

A mi familia; a mis padres; Sra. Esperanza Zamora y Sr. William Burgos por su gran apoyo moral que fue necesario para continuar día a día, por la paciencia y comprensión de mi esposa y mi hija por soportarme siempre y la comprensión que fue lo más importante, todos ellos fueron el pilar fundamental para la obtención de este título.

A todas las personas que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

**OSCAR ALBERTO BURGOS ZAMORA**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXTENSIÓN - QUEVEDO**



**AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo, por haberme permitido ser parte de la Institución y adquirir los conocimientos y experiencias y consejos impartidos de sus docentes, muchas gracias por sus sabias enseñanzas por el notable esfuerzo y responsabilidad didáctica con la que compartieron sus conocimientos.

A mis compañeros del proceso complejo por su gran apoyo incondicional, por las agradables experiencias vividas donde compartimos alegrías, tristezas, conocimientos durante este lapso de tiempo.

A mi tutor de informe escrito de examen complejo Abog. William Roberto Barragán Morocho, por su constante apoyo y orientación absoluta indispensable en la realización de este informe.

**OSCAR ALBERTO BURGOS ZAMORA**

## ÍNDICE GENERAL

Portada .....	i
Carátula .....	iii
Dedicatoria .....	iv
Agradecimiento .....	v
Certificado de autoría intelectual .....	vi
Certificado de aprobación del tutor .....	vii
Resultado del informe final del examen complejo .....	viii
Informe final del sistema Urkund .....	ix
Índice general .....	x
Resumen .....	xii
1. Introducción .....	1
CAPÍTULO I.....	2
Marco Metodológico.....	2
1.1. Definición del tema caso de estudio.....	2
1.2. Planteamiento del problema.....	2
1.3. Justificación.....	2
1.4. Objetivos .....	3
1.4.1. Objetivo general .....	3
1.4.2. Objetivos específicos .....	3
1.5. Fundamentación teórica .....	3
1.5.1. Antecedentes .....	3
1.5.2. La semiótica .....	5
1.5.3. La radio .....	17
1.5.4. Lenguaje radiofónico .....	18
1.6. Hipótesis.....	22

1.7. Metodología de la investigación .....	22
1.7.1. Tipo de investigación metodológica .....	22
1.7.2. Diseño .....	22
1.7.3. Escenario de estudio.....	23
1.7.4. Muestra.....	23
1.7.5. Método .....	23
1.7.6. Técnicas e instrumentos .....	24
CAPÍTULO II .....	25
Resultados de la investigación .....	25
2.1. Desarrollo del caso .....	25
2.2. Situación detectada (hallazgo) .....	25
2.3. Resultados .....	40
2.4. Conclusiones .....	45
2.5. Recomendaciones.....	46
Bibliografía .....	47
Anexos.....	48

## RESUMEN

Desde tiempos lejanos, la radio ha sido considerada como uno de los medios de comunicación más accesible al público, debido a la construcción del mensaje discursivo del lenguaje radiofónico con la palabra. El principal objetivo de la radio es la emisión de mensajes, pero también entabla una relación con la audiencia a través de sus enunciados y el contenido del programa. La semiótica discursiva radiofónica tiene características especiales, producto de las singularidades narrativas que exige el soporte y de la naturaleza de los elementos con los que se trabaja. Con esta investigación se buscó implementar o adaptar los elementos del lenguaje radial para construir una buena semiótica discursiva radiofónica. Con el análisis de la semiótica discursiva del lenguaje radiofónico identificó el tipo de comunicación en los programas de la Radio Unika 2020 con un público objetivo, así como la viabilidad y difusión correcta de su contenido empleando los elementos del lenguaje radiofónico para lograr un mejor crecimiento en proyectos futuros de la radiodifusión. La investigación fue de tipo aplicada y de enfoque cualitativo, porque se buscó identificar, describir e interpretar el rol de la semiótica discursiva del lenguaje radiofónico en los programas de la radio. Como muestra, se consideró la cantidad de días de uno de los programas que tiene la radio, realizando un seguimiento en la última hora, obteniendo en tan solo este parámetro de tiempo un extracto sobre su programa. Esta investigación estuvo encaminada a realizar una buena emisión del programa radial, donde se recomendó utilizar todos los elementos de la semiótica discursiva del lenguaje radiofónico que permita que los mensajes que llegan a los oyentes puedan ser entendidos y logren alcanzar el objetivo de audiencia para el progreso del programa.

**Palabras claves:** Semiótica discursiva, lenguaje radiofónico, la radio.

## **1. Introducción**

Desde hace años, la radio ha sido considerada como uno de los medios de comunicación con más llegada al público, debido a la construcción del mensaje discursivo del lenguaje radiofónico con la palabra, pues era el único código de lenguaje que las sociedades manejaban y con el que podían representar conocimiento. El principal objetivo de la radio no solo es la emisión de mensajes, sino que entabla una relación con la audiencia a través de sus enunciados y el contenido de los programas. La semiótica discursiva radiofónica tiene características especiales, producto de las peculiaridades narrativas que exige el soporte y de la naturaleza de los elementos con los que se trabaja. En la radio existen dos estilos que necesariamente obligan a diferenciar entre la narración improvisada y la narración que corresponde a la lectura o interpretación de un texto. Por tal motivo es importante conocer que en la radio existen dos discursos muy diferentes: el natural y el preparado. Aquí nos centraremos especialmente en el discurso elaborado, analizando sus características y proponiendo normas que ayuden a utilizar de forma óptima el lenguaje radiofónico y a explotar adecuadamente los recursos que enriquecen el relato.

En la actualidad, todos los medios de comunicación, llámense escritos, orales, audiovisuales y digitales, tienen un fin común: crear comunicación. No hay persona que no esté en contacto con un medio de comunicación en el día, desde aquel conductor del bus que va escuchando música en plena jornada laboral, aquella señora de los restaurantes que tiene siempre encendido el televisor para el disfrute de los comensales, hasta la recepcionista de la oficina que concretas citas vía telefónica. Dado que el objetivo de cualquier medio de comunicación es obtener de alguna u otra manera respuesta por parte de la audiencia, es importante identificar qué lenguaje utilizamos para radio, qué código debemos emplear para que el destinatario comprenda y le resulte claro el mensaje, y qué elementos lo conforman.

# CAPÍTULO I

## Marco Metodológico

### 1.1. Definición del tema caso de estudio

La semiótica discursiva es aquella que estudia a los mensajes y discursos como realidades significativas que están constituidas por una serie de niveles y planes organizativos sucesivos y asociados y que van de lo superficial a lo latente. Por su parte, el lenguaje radiofónico es el conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio. La semiótica discursiva radiofónica combina la palabra hablada, que es la base sobre la que se construye el mensaje, con la música y otros efectos sonoros. La radio como un medio de comunicación masiva transmite estos sonidos, por medio de la voz, el ruido o la música que permite una interacción entre los encargados de la transmisión y la sociedad, de manera que se puede lograr una dinámica informática entre los radioescuchas. El tema de estudio es la semiótica discursiva y su impacto en el lenguaje radiofónico de la Radio Unika 2020.

### 1.2. Planteamiento del problema

El problema nace del análisis de la semiótica discursiva y el impacto que este genera en el lenguaje radial:

¿Cómo la semiótica discursiva genera un impacto en el lenguaje radiofónico de los programas de la Radio Unika 2020?

### 1.3. Justificación

La presente investigación busca implementar o adaptar los elementos del lenguaje radial para construir una buena semiótica discursiva radiofónica; que consiste en la construcción y correcto uso del lenguaje para la fácil comprensión de sus mensajes. En materia, todo programa

radial presenta características como la temática, los locutores y el tipo de interacción con sus oyentes, lo que da lugar a un posicionamiento del programa y, por lo tanto, de la radio emisora. Es por ello que el análisis de la semiótica discursiva del lenguaje radiofónico identificará el tipo de comunicación en los programas de la Radio Unika 2020 con el público objetivo, así como la viabilidad y difusión correcta de su contenido empleando los elementos del lenguaje radiofónico para lograr un mejor crecimiento en proyectos futuros de la misma emisora radial o de otros medios de comunicación vinculados a la radiodifusión.

#### **1.4. Objetivos**

##### **1.4.1. Objetivo general**

Determinar el impacto de la semiótica discursiva en el lenguaje radiofónico de los programas de la Radio Unika 2020.

##### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Conocer el lenguaje radiofónico de los programas de la Radio Unika 2020.
- Identificar los factores que intervienen en la semiótica discursiva.
- Analizar el impacto de la semiótica discursiva en el lenguaje radiofónico.

#### **1.5. Fundamentación teórica**

##### **1.5.1. Antecedentes**

###### **1.5.1.1. Historia de la radio en el Ecuador**

En Ecuador como en muchos países de principio de siglo, no disponían de la tecnología de avanzada de esa época y lo poco que se sabía era gracias a unos pocos entusiastas de esta nueva forma de comunicarse, las noticias técnicas llegaban en revistas o libros que leían unos pocos privilegiados. En Guayaquil Radio Club fue fundado el 9 de mayo de 1923, en una época en que

las comunicaciones radiales recién se estaban iniciando en el país. En efecto para el Ecuador de 1923, la "Telegrafía sin hilos" era todavía una novedad, aunque ya estaba en uso desde comienzos del siglo en estaciones costeras y barcos en alta mar.

Desde que el Club fue fundado, sus socios se dedicaron a la experimentación y fomento de la radio, siendo algunos de sus socios el núcleo de técnicos que fueron también pioneros de la radiodifusión en el país.

Los radioaficionados, tanto ecuatorianos como de otros países, fueron instrumentos en la apertura de las bandas de alta frecuencia, mejor conocidas como HF, pues a través de la experimentación, diseños y construcción de equipos y antenas fue posible utilizar cada vez frecuencias más altas. Los radioaficionados fueron los pioneros de las comunicaciones de VHF y UHF en el Ecuador, y muchos de los sitios donde actualmente están colocadas repetidoras de radiodifusoras y canales de televisión fueron "descubiertos" por radioaficionados en su búsqueda por encontrar el mejor lugar para ubicar sus repetidores.

La radio afición en el Ecuador también ha jugado un importante papel en las comunicaciones de emergencia, desde el terremoto de 1942, donde se usó por primera vez para informar al exterior y dentro del país lo que había ocurrido. Ya en el terremoto de Ambato, en 1949, la radio fue vital para el flujo de información oficial y personal de los damnificados.

#### **1.5.1.2. Radio UNIKA 2020**

Estación de radio que suena desde la ciudad de Quevedo, provincia ecuatoriana de Los Ríos desde el 01 de junio del 2018, cuyo preceptor es el Lcdo. Arnulfo Varela, ofreciendo una parrilla variada con shows en directo, lo último en deportes, segmentos culturales, música, eventos y útiles servicios a la comunidad.

Programación:

NOTIÚNIKA primera emisión: 06H00 A 08H00

UNIKA SPORT: 08H00 A 09H00

ZONA TROPICAL: 09H00 A 12H15

NOTIÚNIKA: segunda emisión 12H15 A 13H00

EN CONFIANZA: 13H00 A 15H00

RUMBIANDO: 15H00 A 18H00

NOTIÚNIKA: tercera emisión 18h00 a 19h00

PITAZO INICIAL: 19h00 a 20h30

SINTONIZANOS [www.unikaec.com](http://www.unikaec.com) 93.5 FM

### **1.5.2. La semiótica**

Según Guzmán (2018) la semiótica, también conocida como semiología o teoría de los signos, es el estudio de cómo utilizamos los signos para crear y transmitir sentidos y significados mientras nos comunicamos. La semiótica, es una teoría que ha tenido repercusiones importantes en las ciencias humanas y sociales porque ha contribuido a comprender de manera extensa nuestra comunicación, las interacciones que establecemos, así como algunos elementos de los contextos donde nos desarrollamos.

Entonces, “la semiótica se define como la disciplina científica que se encarga de estudiar los signos y las formas en que se construye y se transmite el sentido durante la comunicación”. Forma parte de las teorías de lenguaje, donde el signo se define como la unidad mínima de una oración; un elemento (objeto, fenómeno, señal) que se utiliza para representar o sustituir a otro que no está presente; por lo cual, el signo es un elemento cargado de significados.

### **1.5.2.1. Historia de la semiótica**

El término semiología viene del griego “semeion” que significa signo. Sus antecedentes pueden encontrarse en el campo de la filosofía atomista, y también en el siglo XVII, cuando John Locke habló de la semiotiké como una ciencia o un conjunto de principios para explicar los signos.

En el mismo siglo, el filósofo alemán Johann Lambert escribió un tratado donde abordaba el mismo tema, ya bajo el concepto de semiótica. Sin embargo, el antecedente más reconocido de esta disciplina viene del siglo XX y de los estudios de Ferdinand De Saussure y Charles Sanders Peirce.

La semiótica, como otras disciplinas, ha pasado por diferentes etapas y se ha transformado de acuerdo con diferentes corrientes filosóficas y científicas. Zecchetto (2002), habla de tres generaciones de la semiótica: la primera de ellas nace aproximadamente en 1950 y se caracterizaba por el pensamiento estructuralista; la segunda, surge en 1970 y tiene un enfoque que se mueve hacia el postestructuralismo; y la tercera, aparece sobre 1980, aquí surge la pregunta por la interacción entre el texto y el interlocutor, por lo que se trata de un paradigma interaccionista.

### **1.5.2.2. Diferencias entre semiótica y semiología**

En general la semiótica y la semiología son términos que se utilizan de manera indistinta. Sin embargo, hay quienes dicen que la semiología es la descripción teórica de los sistemas simbólicos en general; y la semiología se refiere al estudio de los sistemas particulares, por ejemplo: las imágenes, las modas, el cine, la publicidad, entre otros. (Guzmán, 2018).

### **1.5.2.3. Más allá del texto: semiótica de la imagen**

Los seres humanos nos comunicamos por medio de casi todas las cosas que hacemos: lo que decimos y lo que no; a través de nuestros movimientos, gestos o posturas, e incluso por medio

de herramientas más complejas que involucran a nuestros sentidos, como la publicidad, el cine, la música, etc.

Por tal razón, la semiótica es una ciencia que tiene más de un método: puede investigar el significado que se construye y se transmite no solo mediante el lenguaje oral o el lenguaje escrito, sino que puede analizar, por ejemplo: un cartel publicitario y sus elementos (el cómo se estructura y se utiliza su lenguaje, las imágenes o las formas estéticas), y de esta manera comprender cuál es el sentido, el significado e incluso el efecto o la relación que se busca establecer con los receptores. (Guzmán, 2018).

#### **1.5.2.4. Importancia de la semiótica en las ciencias sociales**

La semiótica ha tenido una repercusión importante tanto en los estudios del lenguaje y la comunicación humana, como en la comprensión de los fenómenos psicológicos y sociales que se generan a través de esa comunicación.

Por eso es que la semiótica se relaciona de manera importante con el problema del conocimiento, y con el modo por medio de la cual los signos nos permiten llegar a él. Dicho de otra manera, la semiótica, el estudio de los signos, nos ofrece un punto de vista sobre la realidad, y sobre el modo en que las cosas adquieren y transmiten un significado, lo que ha sido especialmente útil para extender los alcances de las ciencias humanas. (Guzmán, 2018).

#### **1.5.2.5. Semiótica de la comunicación**

De acuerdo al estudio de Díaz (2013), considera a la semiótica de la comunicación como un proceso entre un emisor y un receptor. Para que dicho proceso empiece su actividad debe existir una intención comunicativa del emisor y una utilización de los signos adecuados para explicar ante el receptor la intención. Ejemplo, si deseo conversar con alguien que está lejos, lo llamo mediante señas o gestos adecuados.

La semiótica de la comunicación tiene sus seguidores como E. Buyssens, L. J. Prieto y G. Mounin, quienes manifiestan que es una corriente de la semiología que reconoce en la intención de comunicar el criterio fundamental y exclusivo que delimita el campo de la semiología. De hecho, este concepto es a la vez muy restrictiva en cuanto al campo y muy vaga en cuanto a sus límites.

#### **1.5.2.6. Semiótica de la narrativa**

Existen tipos de textos como: cuentos, novelas, relatos televisivos, cinematográficos, que no pueden ser analizados sino por una Semiótica Narrativa, que es la única que puede dar una explicación de la formación temporal y dinámica de dichos textos. Pero aun los textos descriptivos o especiales son susceptibles de ser analizados por la perspectiva diacrónica de este tipo de Semiótica.

La semiótica narrativa que fue desarrollada por A. J. Greimas, aborda el estudio de la narratividad a partir del análisis de lo que denomina como “la estructura narrativa” del texto. Es precisamente su naturaleza teórica la que garantiza la firmeza de la construcción de los objetos que maneja. El vínculo de estos objetos teóricos con los elementos que se consideran propios del análisis narrativo como: personajes, acciones, etc., y que son comúnmente considerados en los manuales de guiones, se hará patente posteriormente.

#### **1.5.2.7. Semiótica de la significación**

La realidad significante es un proceso de significación al margen de toda intención comunicativa, lo importante es que el hecho semiótico significante trascienda. Por ejemplo: El rubor de una persona en un momento no específico. Esto comunica algo, aunque quien lo ha sufrido no haya querido comunicar algo; sería esta última un caso de semiótica comunicativa.

La semiótica de la significación tiene seguidores como: R. Barthes, A. J. Greimas, Y. Todorow, y J. Kristeva. Según, nuestro entender el campo de la significación, constituye el campo propiamente semiótico. En términos fenomenológicos, nos preocuparemos de lo que se produce en la mente de un intérprete cualquiera cuando percibe algo, siendo otra cosa aquello que tiene presente en su mente respecto a ese algo.

#### **1.5.2.8. Semiótica discursiva**

Es aquella que estudia a los mensajes y discursos como realidades significantes que están constituidas por una serie de niveles y planes organizativos sucesivos y solidarios y que van de lo superficial a lo latente.

Guzmán (2018) citando a Greimas & Courtés (1976) dice que la semiótica discursiva se debe empezar por el examen del acto, considerado como “el lugar del surgimiento de las modalidades”. En referencia, Greimas y Courtés afirman: en la filosofía tradicional que remonta a la escolástica, se entiende por **acto** “lo que hace ser”. El actuar es entonces identificado con el “hacer-ser” y corresponde al paso de la potencialidad a la existencia.

La semiótica discursiva el concepto de competencia no es limitadamente lingüístico; es decir, concierne no solo a la lengua, sino también a la totalidad de los sistemas significantes no lingüísticos existente en una cultura dada y, por tanto, al campo de la acción humana, verbal y no verbal. La competencia lingüística no es una cosa en sí, sino un caso particular de un fenómeno más amplio que, bajo de denominación genérica de competencia, hace parte de la problemática de la acción humana y constituye al sujeto como actante.

Por consiguiente, si trasponemos el problema de la competencia del dominio lingüístico al de la semiótica, se puede decir que todo comportamiento reflexivo o toda serie de comportamientos

presupone, de una parte, un programa narrativo virtual y, de otra, una competencia particular que hace posible su ejecución.

El cine mudo y el sonoro, el teatro, el mimo, la ópera, la pintura, las historietas, los eventos sociales, etc., son considerados como procesos discursivos susceptibles de ser analizados semióticamente, esto implica que pueden ser estudiados desde otras perspectivas teóricas, económicas, sociológicas, políticas, antropológicas, etc.

Los componentes del recorrido generativo son las estructuras semio-narrativas, las estructuras discursivas y las estructuras textuales, objeto del conocimiento implícito del sujeto de la enunciación (enunciador/enunciario). Por lo mismo, saber enunciar (= saber narrativizar, discursivizar y textualizar) debe leerse en dos niveles: saber qué enunciar y saber cómo enunciarlo.

Por último, en este recorrido tenemos las bases para conjeturar que la competencia semántica es una competencia proposicional, junto con la competencia cognitiva modal constituye la competencia cognitiva del sujeto, por lo cual, al articularse a la competencia potestiva, constituye la competencia del sujeto.

#### **1.5.2.9. La semiótica discursiva: Teoría para mejorar la lectura y el análisis de textos**

Según, Díaz (2011) en su artículo realizado en la Universidad de Nariño, de Colombia, sobre el análisis de la “Semiótica Discursiva”, se constituye en un aporte a la pedagogía del lenguaje desde un enfoque discursivo, para que, en el proceso educativo, la práctica de la lectura y el análisis de textos escritos sean un elemento significativo en el proceso de enseñanza aprendizaje.

#### **1.5.2.10. Categorías de análisis para la lectura y análisis de textos**

Díaz (2011) citando a Lozano (1986), dice que la semiótica debe centrarse en el hacer de los signos más que en lo que representan. La función de la semiótica es explicar de las formas y

estrategias discursivas a través de las cuales enunciadores y enunciatarios se inscriben en un texto y, a la vez concientizar acerca del itinerario de sentido del mismo. Desde aquí se abre camino hacia una nueva forma de análisis, ya que el texto contiene instrucciones de uso lector, que actúan como signos del sujeto enunciador, así como presuposiciones con respecto a la fase de recepción que aplican modelos enunciatarios y formas concretas de percibir el entorno.

### **1. Planos para el análisis: Enunciación, enunciado y referente**

El punto de partida de la Semiótica Discursiva es que todo texto se produce en una práctica discursiva. En éste se reúnen los modos discursivos, como: argumentación, narración, exposición, etc.; los tipos discursivos, como: religioso, científico, literario, periodístico, etc.; y los géneros textuales, como: cuento, editorial, noticia, etc. (Serrano, 2005). Asimismo, el texto se estructura en tres planos que van a permitir conocer y determinar los elementos discursivos que los escritores proponen y las versiones discursivas que interpretan los lectores:

*El plano de la enunciación*, es donde se ubica a un *enunciador* y a un *enunciatario*. Los primeros son los que enuncian algo para alguien a propósito de algo y se constituyen versiones discursivas de aquellos que hablan o escriben. Los segundos, se constituyen en los que interpretan el enunciado proferido por el enunciador. Son las versiones discursivas de aquellos que oyen o leen. Entre ambos se establece una comunicación que, si es óptima, se dará en el proceso discursivo una convergencia entre la significación generada por el enunciador y la significación interpretada por el enunciatario. (Serrano, 2005).

*El plano del enunciado*, es el que se constituye en el texto mediante el cual un enunciador se dirige a un enunciatario. Es el resultado o producto de una enunciación pronunciada por alguien para alguien. Es el testimonio de que ha ocurrido un acto enunciativo. Por el enunciado se hace

posible la relación inter-enunciativa del enunciador y el enunciatario, y la relación de éstos con el referente. (Serrano, 2005).

*El plano referente*, es considerado como una construcción dependiente del enunciado y enmarcado en una situación enunciativa dada. El referente, es una construcción semántica realizada por el enunciador para que el enunciatario la interprete. Éste se va construyendo en la medida en que los sujetos de la enunciación crean una realidad determinada. Por lo cual, es clave tener en consideración las siguientes preguntas: ¿Quién enuncia? ¿Para qué enuncia? ¿Para quién enuncia? ¿Cómo enuncia? ¿Qué enuncia? ¿Cuándo y dónde enuncia? ¿Por qué y para qué enuncia? Cada una de estas preguntas apuntan al plano de la enunciación, del enunciado y del referente, y sus respuestas se encuentran en índices lingüísticos presentes en el texto que se analiza, lo que permite hacer un rastreo de lo que está explícito y de lo que no se dice abiertamente. (Serrano, 2005).

## **2. Roles para el análisis: Sujetos de estado y sujetos de hacer**

Los roles de sujetos de estado y de hacer, definen a los agentes del acto comunicativo en su ser y hacer enunciativos. Por ejemplo: debido a su competencia lingüística discursiva, un enunciador es un sujeto que hace o genera un discurso para su enunciatario y también por su competencia cognitiva, puede hacer saber o informar del referente enunciado.

Díaz (2011), citando a Greimas & Courtés (1990), dicen que un *sujeto de estado* se caracteriza por la *relación de junción* con los objetos de valor, ya sea por *conjunción o por disjunción*. Esto significa que un enunciador siempre tendrá una intención manifiesta en su hacer enunciativo, bien sea, adherir a sus puntos o por el contrario disuadir por medio de argumentos.

Asimismo, Greimas y Courtés, manifiestan que un *sujeto de hacer*, es definido por la *relación de proceso*, ya sea por *transformación o por conservación*. Estos son determinantes para

influir en el enunciatario, pues la transformación implica hacerlo cambiar, por ejemplo: un punto de vista; y la conservación implica hacer que lo mantenga.

### **3. La competencia discursiva en el análisis**

Según, el punto de vista de la semiótica discursiva la competencia es una estructura modal presupuesta por la performance, la actuación o el desempeño. En cambio, para Greimas & Courtés (1990) “la competencia es lo que hace ser; es decir, todas las condiciones previas y los presupuestos que posibilitan la acción”.

Si decimos que en un proceso comunicativo se tiene que dar, como afirma el profesor Serrano (2005), una convergencia óptima entre la significación generada por un enunciador y la significación interpretada por un enunciatario, entonces los textos que pretendan producir conocimientos a través de los discursos proferidos, deben ser competentes discursivamente.

Se define a la competencia discursiva, como el conjunto de modalidades cognitivas y potestivas propias a los dos interlocutores que hacen posible la generación/interpretación de la significación en el proceso discursivo; es decir, la comunicación. No es suficiente saber qué decir en una situación discursiva, es preciso también saber cómo decirlo para que la significación interpretada sea convergente con la significación generada.

### **4. La manipulación en el análisis**

Para Greimas & Courtés (1990), la manipulación en el análisis “se caracteriza como una acción del hombre sobre otros hombres que apuntan a hacerles ejecutar un programa discursivo dado: en el primer caso, se trata de un hacer ser; en el segundo caso, de un hacer hacer”. La manipulación del enunciador hace hacer al enunciatario al que se dirige, con el propósito de que éste se adhiera a sus puntos, es decir, aceptar el contrato propuesto en el discurso.

Entender la manipulación en el texto le permite al lector tomar una posición crítica y autónoma respecto de lo que lee. Le da el poder de decidir si efectivamente acepta el contrato propuesto o decide no hacerlo.

#### **1.5.2.11. Aplicación de las categorías de análisis**

El análisis del siguiente texto es la aplicación detallada de las categorías de análisis expuestas.

##### **EY! ¿Y YO QUÉ?**

Joe se creía la última coca cola del desierto; alto, musculoso, con ojos azules y una sonrisa perfecta. Las mujeres hacen fila para que las invite a salir y le gusta hacerse de rogar.

Por eso, no tengo que decir que cuando me invitó a tomar unas copas, me sentí como si me hubiese sacado el premio gordo de la lotería. De regreso me acompañó a mi apartamento y me preguntó si podíamos tomarnos el último trago allá arriba. No lo pensé dos veces para contestarle que sí.

Los aperitivos fueron estupendos y no tuve motivos para quejarme. Pero cuando llegó el momento del plato fuerte, Joe se lo devoró en un segundo.

Al día siguiente, cuando coincidimos en la oficina, me preguntó si quería que saliéramos otra vez. “Un día de estos” le respondí, y le dije que estaba apurada. Ahora tengo un novio bajito y delgado, pero con una resistencia asombrosa. Liliana, revista Cosmopolitan 2006.

La exclamación con la que empieza este artículo, *Ey ¿y yo qué?*, es un llamado a alguien, es un yo (de un enunciador) que instituye un tú (de un enunciatario) a propósito de algo. Este enunciado discursivo es un reclamo o pedido de cuentas que, desde el texto, es un reclamo sexual. *Reclamar* significa *pedir o exigir con derecho algo*, entonces podemos deducir que hay un enunciador exigiendo un derecho que cree merecer.

El artículo presenta un modo de organización predominantemente narrativa y es el relato de una enunciativa llamada *Liliana*, quien cuenta a sus enunciatarios un hecho sucedido.

En el relato aparece un actor llamado *Joe*, personaje que tenía una creencia e idea de sí mismo bastante elevada y por eso se creía el más deseado; *se creía la última coca cola del desierto, alto, musculoso, ojos azules y una sonrisa perfecta*. Joe se constituía en objeto de deseo para las mujeres y para la misma Liliana, quien esperaba al igual que todos, que la invitara a salir; *las mujeres hacían fila para que las invitara a salir y le gustaba hacerse de rogar*. Por eso el hecho de que un día lo hiciera le produjo un estado de *euforia*, que la llevó a querer estar conjunta con dicho objeto.

*Liliana es un sujeto de estado que quiere estar en  
junción con Joe, quien es su objeto de deseo.*

Para cumplir con su propósito la enunciativa debe llevar a cabo un Programa Narrativo y para eso debe configurarse como un sujeto competente en su saber y hacer. Como sujeto cognitivo, sabe qué cosas permitirle a Joe y sabe cómo inducirlo a que las realice, por eso deja que la acompañe a su apartamento, como un primer paso para alcanzar su cometido; *me acompañó a mi apartamento y me preguntó si podíamos tomarnos el último trago allá arriba. No lo pensé dos veces para contestarle que sí*. El proceso de manipulación de Liliana, lleva a la performance de Joe, acción que más adelante va a ser sancionada como positiva o negativa.

La manipuladora *hace hacer* a su sujeto destinatario lo que ella desea y luego sanciona o hace valer, como destinadora judicadora, de manera positiva la acción de su manipulación.

Una vez conjunta y terminado su programa de acción, la enunciativa se convierte en judicadora de su objeto de deseo, a quien inicialmente valoró positivamente; *los aperitivos fueron buenos y no tuve motivos para quejarme*. No obstante, sus expectativas no fueron satisfechas debido a la performance de Joe y no ocultó su decepción; *pero cuando llegó el momento del plato*

*fuerte, Joe se lo devoró en un segundo.* Joe no es competente en su hacer y para que tenga lugar una actuación, un desempeño o acción, se requiere como condición necesaria, una determinada competencia. El hecho de no satisfacerla sexualmente hizo que la evaluación antes positiva, se tornara en negativa, y el actor Joe dejó de ser objeto de deseo; *al día siguiente cuando coincidimos en la oficina, me preguntó si quería que saliéramos otra vez, un día de estos, le respondí y le dije que estaba apurada.*

Como se observa, la narración muestra a una enunciativa que representa un modelo identitario de mujer que impone como valor la “satisfacción sexual”, que de no llevarse a cabo le permite el derecho de reclamarlo. La mujer aquí configurada refleja la exigencia femenina a que en las relaciones sexuales se establezca una especie de contrato, en donde ellas reciban al igual que los hombres la satisfacción de sus deseos. En el caso de Liliana y Joe se rompe este contrato, pues él logra su satisfacción, pero ella no. La conformación de este nuevo guión socio cultural invita a la construcción de una nueva identidad en donde la mujer renuncia a ser sujeto pasivo.

Un nuevo detalle, que en últimas se constituye en un nuevo rasgo identitario del modelo de mujer que *Liliana* representa; *ahora tengo un novio bajito y delgado, pero con una resistencia asombrosa.* En la enunciativa ya no priman ciertos parámetros de belleza masculina que usualmente son importantes para la mujer tradicional. Se ha dado en ella un embrague en donde cambia el valor de belleza masculina por el de vigor sexual necesario para exigir placer. La nueva mujer pone su satisfacción sexual por encima de las apariencias o estereotipos de belleza imperantes. (Lozano, Peña, & Abril, 1986).

### **1.5.2.13. A manera de conclusión de la forma de análisis**

Leer y analizar un texto es seguir un programa narrativo planteado por un enunciatario para que en un enunciatario lo interprete. Es develar lo que se construye en el referente mismo del texto

y ver la realidad semántica que allí se comunica. Por tal motivo, la forma de análisis que se propone es una estrategia que invita a escrudiñar y permite la apropiación crítica de conocimientos. (Greimas & Courtés, 1990).

### **1.5.3. La radio**

Silva (2016) citando a Romo (1987), define a la radio como un medio de comunicación masivo que permite una interacción entre los encargados de la transmisión y la sociedad, de manera que se puede lograr una dinámica informática entre los radioescuchas, para ello se requiere de una planeación para lograr una radiodifusión; está también se define como un conjunto de técnicas de emisión de ondas hertzianas que permiten la transmisión de la palabra y de los sonidos.

Algunos autores, definen a la radio como un elemento de lo que se ha dado por llamar “comunicación social”, debido a que tiene posibilidad de poner en relación a grupos sociales grandes. (Anda, 2004).

#### **1.5.3.1. Características de la radio**

La capacidad de generar imágenes mentales en los oyentes es, sin duda, la principal especificidad de la radio como medio de comunicación, aunque tradicionalmente también se han atribuido otras propiedades como: su inmediatez, la heterogeneidad de su audiencia, su accesibilidad o la credibilidad de sus mensajes. (Radio, 2015).

Para McQuail (1985), las características básicas de la radio se resumen en las siguientes:

1. Necesidad de una organización formal compleja.
2. Dirigida a públicos amplios.
3. Contenidos públicos, abiertos a todos.
4. Públicos heterogéneos.
5. Alcance simultáneo.

6. La relación entre emisor y público es impersonal.
7. El público es un conglomerado de individuos a los que une un foco común de interés, pero no se conocen entre sí.

### **1.5.3.2. Funciones de la radio**

La radio fue creada exclusivamente como una herramienta de información. Con el desarrollo de las sociedades y en especial los avances tecnológicos, ampliaron las funciones de la radio convirtiéndola en ejes esenciales de la actual globalizada vida en común con la humanidad.

La UNESCO (2015), establece la función de la radio como:

- Información: siendo ésta la libertad de emitirla y recibirla.
- Educación y cultura: considerando que todo informe educa y cultiva.
- Desarrollo: con la labor de los medios en las tareas de modernización.
- Movilización política y social: labor de construcción nacional.
- Entretenimiento y recreación.
- Publicidad y anuncios.

### **1.5.4. Lenguaje radiofónico**

El lenguaje radiofónico, se lo define como el conjunto de formas sonoras y no sonoras que permiten la existencia de las unidades programáticas radiofónicas, reconocibles como tales tanto para el emisor como para el receptor de las mismas. (Iges, 2015).

Existen dos niveles aplicados en la organización de los elementos conformados de ese lenguaje:

1. El que se plasma visualmente en un guión, formalizando a modo de escaleta, esquema o partitura; o una combinación de todos ellos.

2. Es la materialización sensible sonora de lo anterior.

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

#### **1.5.4.1. Elementos del lenguaje radiofónico**

López (2013), en su “Manual urgente para radialistas apasionados”, se identifican los 5 elementos del lenguaje radiofónico:

- a) La palabra: es el elemento principal sobre la cual se articularán los demás elementos del sonido.  
La palabra es el sistema expresivo por excelencia entre los seres humanos, y por ende de la radio.
- b) La música: es uno de los elementos más valorados y utilizados. En la actualidad la música le ha ganado terreno a la palabra en cuanto a espacio y tiempo, las emisoras de todo el mundo tienen una programación puramente musical, dándole menor tiempo a la palabra y a los demás elementos del lenguaje de la radio.
- c) Los efectos sonoros: es un conjunto de formas sonoras representadas por sonidos inarticulados o de estructura musical, de fuentes sonoras naturales y/o artificiales, que restan la realidad objetiva y subjetivamente construyendo una imagen.
- d) El silencio: es la ausencia de los otros elementos: la palabra, la música, los efectos el ruido. Y bien serán silencios intencionados (pausas) o no intencionados (baches). El silencio intencionado es aquel que busca resaltar y complementar a los demás elementos, los cuales serán precedentes y consecuentes a éste.

e) El ruido: es cualquier sonido no deseado, confuso, que distorsiona el mensaje radiofónico, ya que provoca algún tipo de molestia, como: confusión, irritación, incomodidad, etc., a los radioyentes.

#### **1.5.4.2. Características del lenguaje radiofónico**

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

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

#### **1.5.4.3. Análisis del lenguaje radiofónico**

El análisis de la semiótica discursiva del lenguaje radiofónico permitirá identificar qué se debe hacer para una excelente distribución, emisión y estructuración de uno de los programas de

la Radio Unika 2020, para lo cual se han seleccionado tres dimensiones que permitan estudiar lo descrito. Además, se mostrarán algunas características (indicadores) lo que le permite dar mayor énfasis a cada una de las dimensiones en estudio.

El estudio de las dimensiones de la semiótica discursiva del lenguaje radiofónico se enfoca desde aquello de los que se habla, quiénes dicen y cómo se relacionan con aquéllos a quiénes hablan, y cómo se organiza lo que se dice en una programación diaria; para este estudio se dividen las dimensiones en referencial, enunciativa y estructural. (Mata & Scarafía, 1993).

**La dimensión referencial:** en el discurso radiofónico permite analizar las referencias, es decir, el contexto que acompaña a lo que se dice. Así mismo, Mata & Scarafía (1993) mencionan que muchas veces se equipará el significado con el referente, ósea, con el objeto al cual presenta. No pasa directamente al plano del lenguaje o al discurso que lo representa, sino que existe un proceso de mediación.

**La dimensión enunciativa:** donde se detecta la relación entre el emisor y el receptor, y si esta función se cumple: emitir y receptar el mensaje a través de un solo código. El codificador es el que toma las ideas de una fuente y la elabora y ordena en un código determinado, bajo la forma de un mensaje. Según, Mata & Scarafía (1993), dicen que la interacción entre emisor y el receptor es solo mediante palabras “en el discurso no encontraremos sujetos reales, sino que encontramos lenguaje, palabras, un enunciado en el cual se representan sujetos”.

**La dimensión estructural:** es la que permite un claro panorama del contenido de la programación. En este caso nos referimos a un programa y sus divisiones para la conveniencia de la audiencia, los momentos estratégicos del uso de la publicidad, las intervenciones y las canciones en programación. En referencia, a un programa de la radio que tiene un espacio de cinco horas a lo que divide intervención, música, llamadas y cuñas radiales. Según, Mata & Scarafía (1993)

mencionan que “el discurso de una emisora tiene una particular manera de presentarse ante los oyentes, analizar la dimensión estructural es analizar su programación”.

## **1.6. Hipótesis**

La hipótesis del trabajo de investigación es:

“La semiótica discursiva genera un impacto en el lenguaje radiofónico de los programas de la Radio Unika 2020”.

## **1.7. Metodología de la investigación**

### **1.7.1. Tipo de investigación metodológica**

Esta investigación fue de tipo aplicada, porque se utilizó una ficha de observación y a través de ellas se mide la realidad específica de un fenómeno. (Tam, Vera, & Oliveros, 2008).

Por otro lado, fue de enfoque cualitativo, dado que la investigación buscó identificar, describir e interpretar el rol de la semiótica discursiva del lenguaje radiofónico en los programas de la Radio Unika 2020 y analizar cada una de las dimensiones propuestas. Como mencionan (Hernández, Mendoza, & Méndez, 2014), “Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación”.

### **1.7.2. Diseño**

El diseño es estudio de caso, ya que a través de una muestra permite revelar características que aquejan o benefician de la variable a analizar, tal como lo mencionan (Hernández, Mendoza, & Méndez, 2014): “Analizan profundamente una unidad para responder al planteamiento del problema, probar hipótesis y desarrollar alguna teoría”.

### **1.7.3. Escenario de estudio**

Para la presente investigación, el lugar de estudio se llevó a cabo en las instalaciones de la Radio Unika 2020, ubicada en Quevedo, Ecuador, en las oficinas de la radio acompañe a los locutores de la radio en la transmisión en vivo en uno de los programas.

### **1.7.4. Muestra**

Se realizó un seguimiento en la hora de la mañana a uno de los programas que tiene la radio durante cinco días, tomando como “muestra” la cantidad de días para su estudio y de esta manera, se obtuvo en tan solo este parámetro de tiempo un extracto sobre su programa. Se utilizó el programa radial como herramienta de investigación porque estuvo encaminada a realizar una buena emisión del programa radial, aplicando todos los elementos de la semiótica discursiva del lenguaje radiofónico; además, permitió que los mensajes enviados a los oyentes fueran entendidos y alcanzado el objetivo de audiencia para el progreso del programa.

### **1.7.5. Método**

En este proyecto, lo primero que se realizó fue contrastar problemáticas en radio con la realidad. Luego de identificar la problemática, se eligió un programa viable. Para esto, se evaluó mediante las dimensiones referencial, enunciativa y estructural, cuáles son los aspectos que se deben tomar en cuenta en su discurso radial que permitan justo un espacio en radios nacionales.

Tras investigaciones sobre los conceptos y los puntos a estudiar sobre el programa, analizando las teorías que abarca, y estudios anteriormente realizados, definiremos la forma y fondo del programa como un proyecto radial a seguir. Este término va ligado al lenguaje radiofónico porque es la práctica de esta teoría, a continuación, se realizó una ficha de observación que permitió tener una visión más clara sobre lo que se dice, cómo se dice y a quienes nos dirigimos en una radio.

### **1.7.6. Técnicas e instrumentos**

El instrumento de investigación que se utilizó fue la ficha de observación que permitió desarrollar indicadores que se desprenden de las dimensiones de la semiótica discursiva del lenguaje radiofónico, con la finalidad de tener más detalle de los elementos utilizados de los programas de Radio Unika 2020.

Para determinar los indicadores de cada una de las dimensiones, me base en el cuadro propuesto por ALER (1993), quien primero define las dimensiones que se estudia: “Llamamos dimensión al enfoque especial desde el cual observamos un objeto para poder describir mejor los elementos que lo componen y estudiar el modo en que ellos coexisten y se relacionan”.

Para desarrollar la ficha de observación, se llevó a cabo la técnica de observación, según Hernández (2006), menciona que “la observación por parte de quien realiza el estudio es fundamental al ser una investigación cualitativa” (p. 409). Se ha buscó información en libros textuales, libros digitales, revistas y páginas web, los cuales han sido comprobados por un filtro digital. Así mismo se tomaron en cuenta los puntos del cuadro de observación que si participan en el análisis del programa.

## CAPÍTULO II

### Resultados de la investigación

#### 2.1. Desarrollo del caso

Según el resultado en el seguimiento realizado en la última hora de uno de los programas que tiene la radio durante cinco días, se identificaron las siguientes situaciones detectadas.

#### 2.2. Situación detectada (hallazgo)

##### 1. Programa Unika Sport (Día 1)

#### Dimensión Referencial

*Sobre el contenido:* El programa cumplió con despertar el interés público de la audiencia tratando temas de variedad y recomendaciones que les sirven en su vida cotidiana, y se comprobó luego por las llamadas que recibieron, lo que hizo de este un programa más dinámico. En la hora pico, se trataron cuatro temas: La adrenalina en medicina, el cáncer de mamas, las bondades de la granada, el licopeno, el apio y la hierba buena, lo que permitió cumplir con el ítem *Variado*, pues si solo se tratara un tema en su contenido, se tornaría aburrido y su audiencia degradaría. En esta ficha de observación no se ha percibido un orden al tratar el contenido porque pasa de un tema a otro y posiblemente se pudo haber creado confusión en el oyente. El programa menciona la ubicación de la información brindada. Se ha percibido que los mensajes iban mayormente dirigido al sector regional mencionando a las provincias de: Manabí y Guayas en casi toda la programación, lo que permitió que el oyente se sienta considerado. El ítem *Nacional* fue menos tratado y el ítem *Internacional* en este segmento no se considera.

*Sobre las fuentes:* En esta ficha se detectó que se empleó la referencia de las *fuentes explícitas*, creando así mayor confiabilidad a los datos emitidos, pues mencionaron autores de libros o

personajes de donde extrae las recomendaciones que brinda como: Dr. Silva, Edgar Tolle, León Guevara Meza. Este ítem cumplido en el programa genero mayor credibilidad y obtuvo votos de confianza entre sus oyentes porque así conocen de dónde viene el contenido que los locutores transmiten a través de la radio.

***Sobre la temporalidad:*** En esta ficha el discurso del locutor fue de una visión diacrónica, pues se habló netamente de enfermedades que persiste en el tiempo y cómo curarlo. La visión presentista, prospectiva y retrospectiva se ausentan.

***Sobre los actores:*** Se cumplió con el ítem *Actores*, en *Otros*, pues se habló de una entidad como “Instituto Bien de Salud”, de donde el doctor asiste para atender por alguna dolencia o enfermedad.

### **Dimensión Enunciativa**

***Sobre la presencia del destinatario:*** En la transmisión no se consideraron los Concursos ni solicitudes musicales. Sin embargo, se cumplió el ítem *Opiniones y Consultas*, dado que, mediante llamadas, el público se hizo presente. Esto hizo que el programa sea más interactivo y permitió que su público sea constante. El tipo de comunicación con los oyentes fue de manera *General*, cuando menciono: “Pensemos antes de hablar”, con la intención de invitar al público a que puedan ayudar a nuestros hermanos damnificados; hablando para todo el público sin dejar entrever si fue para alguien en particular. También se cumplió el ítem *Personal* cuando se hizo mención a “Un saludo para la Señora Doris” enviando el mensaje directamente hacia la oyente, este trato permitió que este se sienta escuchado. No se utilizaron calificativos.

***Sobre la presencia del enunciador:*** En esta ficha se detectó que, de los principales conductores, solo estuvo el Dr. Pérez Albela. El ítem *personal* como la presencia del enunciador se cumplió cuando el trato entre las personas en cabina de radio es personalizado, por ejemplo: cuando

hicieron mención de “Ya pues Richard” y Dr. Pérez Albela y Pilar Paredes, quienes participaron del programa, permitiendo que el oyente identifique quiénes hablan detrás de los micrófonos. Así mismo, se cumplió el ítem *impersonal* cuando dijeron: “Su Radio Unika 2020 estará presente”, refiriéndose al conjunto de trabajo haciendo que inmediatamente el oyente identifique que emisora escucha. Se utilizó el *Léxico* subjetivo al decir: “Hay adultos que parecen niños”, dejando vislumbrar la posición o juicio del locutor. Por otro lado, se utilizó un lenguaje coloquial en las recomendaciones del Doctor, simplificando el lenguaje médico para que la comprensión sea rápida y efectiva, así el mensaje sea más entendible al ser escuchado por única vez, siendo característica básica de la radio. Se utilizó música de fondo en cada intervención creando armonía en la locución e impidiendo que suene apática. Además, se utilizó cortina radial solo tres veces ubicada antes de cada intervención y dando mayor énfasis en lo que se escuchó luego de este elemento radial, “Programa Unika Sport, con el Lcdo. Horacio Briones en tu Radio Unika 2020”.

### **Dimensión Estructural**

***Sobre la parte interna:*** En las intervenciones, el conductor hizo mención a una entidad, “Canal 13” y a la “Revista Bien de Salud”. Esto sucedió como máximo dos veces durante la última hora del programa. Se percibió el uso de seis canciones a lo largo del programa y se realizaron un promedio de tres intervenciones con duraciones de 10 minutos entre consejos y entrevistas, siendo este extenso lo que pudo provocar hostigamiento al oyente. El programa al ser de género musical-informativo, debió tener un equilibrio en el contenido. Se emplearon seis cuñas radiales en la programación, lo que permitió la identificación de la emisora y también del programa. Se percibió un ruido en la programación, los conductores se quedaron en silencio, sin embargo, a pesar de haber actuado rápido se notó el bache.

***Sobre la parte externa:*** Se utilizaron solo seis veces anuncios publicitarios, ubicados en el minuto treinta de la hora final. En la programación se hicieron tres llamadas en el espacio “Pregúntale al doctor”, donde la audiencia realizó sus consultas al aire, esto despertó la expectativa de ellos para cuando los locutores dieron la señal y así se logró involucrarlos en el programa. También se identificó que las llamadas solo fueron de mujeres haciendo predominante un público femenino de Quevedo y de las provincias.

## **2. Programa Unika Sport (Día 2)**

### **Dimensión Referencial**

***Sobre el contenido:*** El programa cumplió con despertar el interés público de la audiencia tratando temas variados y recomendaciones que les sirven en su vida cotidiana, y se pudo comprobar luego por las llamadas que recibieron, lo que hizo de este un programa más dinámico. En este día se trataron dos temas: “La halitosis” y “La motivación”, lo que permitió cumplir con el ítem *Variado*, pues si solo se tratara un tema en su contenido, se tornaría aburrido y su audiencia degradaría. En esta ficha de observación se percibió un orden al tratar el contenido pues se ha hecho mención del tema del que se habló antes de desarrollarlo, permitiendo que el oyente pueda diferenciar uno del otro. El programa menciona la ubicación de la información brindada. Se ha percibido que los mensajes iban mayormente dirigido al sector regional mencionando a las provincias de: Pichincha y El Empalme en casi toda la programación, lo que permitió que el oyente se sienta considerado. El ítem *Nacional* fue menos tratado y el ítem *Internacional* en este segmento no se considera.

***Sobre las fuentes:*** En esta ficha, se detectó que se empleó la referencia de las *fuentes explícitas*, creando así mayor confiabilidad a los datos emitidos, pues se mencionaron autores de libros o personajes de donde extrae las recomendaciones que brinda como “El libro celestial”, “Lourdes Shoup Ocaña”, “David Fishman”. Este ítem cumplido en el programa genero mayor credibilidad

y obtuvo votos de confianza entre sus oyentes porque así conocen de dónde vino el contenido que los locutores transmiten a través de la radio.

***Sobre la temporalidad:*** En esta ficha los discursos de los locutores fueron de una visión prospectiva al mencionar que en los próximos días se presentarían en algunas provincias para brindar charlas, así mismo, retrospectiva cuando se hizo mención de un lugar donde siempre han vendido un producto natural del que se habla en la programación y diacrónica cuando comentaron cómo se curó, se cura y se curará algún mal o enfermedad. La visión presentista no se percibió dado que su discurso no se amoldó a este tipo de visión al ser de un corte de consejos, recomendaciones y música. La identificación de las visiones permitió que el emisor precise la posición antes de anunciar algo. Sobre los actores se cumplió con el ítem *Actores*, porque creo protagonismo de quiénes se habló, por ejemplo: cuando se refirió en el programa de “Mi gente de Quevedo”. Lo que a su vez este representó la realidad empírica para los oyentes.

### **Dimensión Enunciativa**

***Sobre la presencia del destinatario:*** En la transmisión no se consideró los *Concursos* ni solicitudes musicales. Sin embargo, se cumplió el ítem *Opiniones y Consultas*, dado que, mediante llamadas, el público se hizo presente. Esto hizo al programa más interactivo y permitió que su público sea constante. El tipo de comunicación con los oyentes fue de manera *General*, cuando se menciona: “Ya hubieras cocinado, aprovecha el tiempo” cuando hablo para todo el público sin dejar entrever si es para alguien en particular. Por otro lado, también se percibió que sus mensajes fueron dirigidos tácitamente a las mujeres cuando dijeron: “Si comen en la calle carguen su cepillo, así como cargan su espejo para verse el labial”. *Personal* cuando hizo mención a los oyentes, identificándolos con sus propios nombres “Sí gracias Gladys López” y “Señora Sofía”, eso cuando

hubieron llamadas y las mismas personas que llamaron brindaron sus nombres, haciendo el trato más personalizado. No se utilizó calificativos hacia los oyentes.

***Sobre la presencia del enunciador:*** En esta ficha se cumplió el Ítem *personal* como la presencia del enunciador cuando el locutor Richard Roque presento al otro locutor como “El doctor Pérez Albelo los escucha” y viceversa, lo que permitió que el oyente identifique quiénes hablaron detrás de los micrófonos. Así mismo, cuando se denominaron como grupo de trabajo o hicieron mención al nombre de la entidad con el que trabajan, se cumplió el ítem *impersonal*: “Su radio que los acompaña”, “Radio Unika 2020”, haciendo énfasis al conjunto que trabaja detrás de los conductores. No se identificó el ítem *Léxico* subjetivo. Por otro lado, se utilizó un lenguaje coloquial en las recomendaciones del Doctor, simplificando el lenguaje médico para que la comprensión sea rápida y efectiva, así el mensaje sea más entendible al ser escuchado por única vez, siendo característica básica de la radio. Se utilizó música de fondo en cada intervención creando armonía en la locución e impidiendo que suene apática. Se utilizó cortina radial solo dos veces ubicada antes de cada intervención y dando mayor énfasis en lo que se escuchó luego de este elemento radial, “Programa Unika Sport, con el Lcdo. Horacio Briones en tu Radio Unika 2020”.

### **Dimensión Estructural**

***Sobre la parte interna:*** En las intervenciones, se realizó mención en vivo, “Canal 13”, “Diario El Universo”, “Revista Bien de Salud”. Esto sucedió como máximo dos veces durante la última hora del programa. Se percibió mayor el uso de ocho canciones y se realizaron un promedio de dos intervenciones con duraciones de 8 minutos, siendo esta extensión lo que podría provocar hostigamiento al oyente y el cambio de la emisora. El programa al ser de género musical-informativo, debió tener un equilibrio en el contenido. Se emplearon nueve cuñas radiales en la programación, lo que permitió la identificación de la emisora y también del programa. Por último,

no se percibieron ruidos. Sobre la parte externa se utilizó ocho veces anuncios publicitarios, ubicados en el minuto treinta de la hora final, lo que sustentó al programa. En la programación se hicieron tres llamadas en el espacio “Pregúntale al doctor”, donde la audiencia realizó sus consultas al aire, esto despertó la expectativa de ellos para cuando los locutores dieron la señal y así se logró involucrarlos en el programa. También se identificó que las llamadas fueron solo de mujeres haciendo predominante un público femenino de Quevedo y de las provincias.

### **3. Programa Unika Sport (Día 3)**

#### **Dimensión Referencial**

**Sobre el contenido:** El programa cumplió con despertar el interés público de la audiencia, tratando temas variados y recomendaciones que les sirven en su vida cotidiana, y se pudieron comprobar luego por las llamadas que recibieron, lo que hizo de este un programa más dinámico. En la hora pico, se trataron cuatro temas: “Los cálculos”, “La tonga”, “El frejol” y “El orégano”, lo que permitió cumplir con el ítem *Variado*, pues si solo se tratara un tema en su contenido, se tornaría aburrido y su audiencia degradaría. En esta ficha de observación no se percibió un orden al tratar el contenido porque paso de un tema a otro y posiblemente ha creado confusión al oyente. El programa menciona la ubicación de la información brindada. Se percibió que los mensajes iban mayormente dirigido al sector local mencionando a Quevedo y Valencia, lo que hizo que al ser el lugar con mayor audiencia tenga más respuesta. El ítem *Regional* ha sido menos tratado considerando al cantón “La Maná” donde realizó un evento y el ítem *Internacional* en este segmento no se considera.

**Sobre las fuentes:** En esta ficha, se detectó que se empleó la referencia de las fuentes *explícitas*, creando así mayor confiabilidad a los datos emitidos, pues menciona autores de libros o personajes de donde extrae las recomendaciones que brinda como “American Journal”, Restaurant, “El libro

la cocina celestial” “Alberto Briseño”, “Monseñor Durand”, “El cantautor Augusto Polo Campos”. Este ítem cumplido en el programa genero mayor credibilidad y obtuvo votos de confianza entre sus oyentes porque así conocen de dónde viene el contenido que los locutores transmiten a través de la radio.

***Sobre la temporalidad:*** En esta ficha, los discursos de los locutores fueron de una visión prospectiva señalando que en los próximos días se presentarían en la provincia del “Guayas” para brindar charlas, así mismo, diacrónica cuando comentaron cómo se curó, se cura y se curará del mal que está hablando y la visión retrospectiva al invitar al público a un restaurante donde en una oportunidad pudieron encontrar comida vegana, que es el tipo de alimento que el locutor Pérez Albela recomienda. La visión presentista no se percibió dado que su discurso no se amoldo en este programa. La identificación de las visiones permitió que el emisor precise la posición antes de anunciar algo. Sobre los actores se cumplió con el ítem *Actores, en Otros*, pues se habló de una entidad como “El Restaurant”, de donde el Doctor recomienda comprar alimentos a sus oyentes.

### **Dimensión Enunciativa**

***Sobre la presencia del destinatario:*** En la transmisión no se consideró los *Concursos, ni Opiniones y Consultas, ni Solicitudes musicales*. Cuya medida pudo hacer que el oyente se sienta excluido de la programación al no hacer su intervención. El tipo de comunicación con los oyentes fue de manera *General*, cuando menciona:” A todos los que coman harinas”, “tomen orégano” hablando para todo el público sin dejar entrever si es para alguien en particular. También se cumplió el ítem *Personal* cuando hizo mención a los entes participativos, identificándolos con sus propios nombres “Gracias a la Universidad Técnica de Babahoyo” dado que en esa oportunidad solo tuvieron invitados en cabina. Se utilizaron calificativos para manifestar con énfasis su enunciado cuando dice: “Extremas personas”.

***Sobre la presencia del enunciador:*** En esta ficha se detectó que, de los principales conductores, solo estuvo el Dr. Pérez Albela. En esta ficha se cumplió el ítem *personal* como la presencia del enunciador cuando el trato entre las personas en cabina de radio es personalizado, por ejemplo, cuando hicieron mención de “Hugo Almanza”, “Dr. Pérez Albela” y “Joyce Abad” quienes participaron en el programa, permitiendo que el oyente identifique quiénes hablan detrás de los micrófonos. Así mismo, se cumplió el ítem *impersonal* cuando dijeron: “Seguimos en Radio Unika 2020 Hugo”, haciendo que inmediatamente el oyente identifique que emisora escucha. No se identificó el ítem *Léxico* subjetivo. Por otro lado, se utilizó un lenguaje coloquial en las recomendaciones del Doctor, simplificando el lenguaje médico para que la comprensión sea rápida y efectiva, así el mensaje sea más entendible al ser escuchado por única vez, siendo característica básica de la radio. Se utilizó música de fondo en cada intervención que creando armonía en la locución e impidiendo que suene apática. Se utilizó cortina radial solo tres veces ubicada antes de cada intervención y dar mayor énfasis en lo que se escucha luego de este elemento radial, “Programa Unika Sport, con el Lcdo. Horacio Briones en tu Radio Unika 2020”.

### **Dimensión Estructural**

***Sobre la parte interna:*** En las intervenciones, el conductor solo hizo mención a una entidad, “Canal 13” que es donde se presenta en un programa televisivo. Esto sucedió como máximo dos veces durante la última hora del programa. Se percibió el uso de cuatro canciones a lo largo del programa y se realizaron un promedio de tres intervenciones con duraciones de 15 minutos entre consejos y entrevistas, siendo este muy extenso lo que pudo provocar hostigamiento al oyente y cambio de emisora. El programa al ser de género musical-informativo, tuvo un equilibrio en el contenido. Se empleó pocas cuñas radiales ya que solo se utilizaron cinco en la programación y no se percibió ruidos.

***Sobre la parte externa:*** Se utilizaron solo dos veces anuncios publicitarios, ubicados en el minuto treinta de la hora final. No se hicieron llamadas lo cual pudo hacer sentir al oyente excluido de la programación.

#### **4. Programa Unika Sport (Día 4)**

##### **Dimensión Referencial**

***Sobre el contenido:*** El programa cumplió con despertar el interés público de la audiencia tratando temas variados y recomendaciones que les sirven en su vida cotidiana, y se pudo comprobar luego por las llamadas que recibieron, lo que hizo de este un programa más dinámico. En la hora pico, se trataron cuatro temas: “La epigenética”, “El magnesol”, “La leche de almendra”, “El cacao”, lo que permitió cumplir con el ítem *Variado*, pues si solo se tratara un tema en su contenido, se tornaría aburrido y su audiencia degradaría. En esta ficha de observación, se ha percibido un orden al tratar el contenido pues se ha hecho mención del tema que se habló antes de desarrollarlo, permitiendo que el oyente pueda diferenciar uno del otro e incluso conocer que los temas estaban relacionados entre sí. El programa menciona la ubicación de la información brindada. Se ha percibido que el mensaje solo se ha dirigido al sector local mencionando “El Polen” como un lugar donde comprar los productos en mención y a su vez permitió que el oyente esté a la expectativa. Los ítems *Regional e Internacional* en este segmento no se consideran.

***Sobre las fuentes:*** En esta ficha se detectó que se empleó la referencia de las fuentes explícitas, creando así mayor confiabilidad a los datos emitidos, pues menciona autores de libros o personajes de donde extrae las recomendaciones que brinda como “Milagros Palomino” y la “Doctora Kisse”. Este ítem cumplido en el programa genero mayor credibilidad y obtuvo votos de confianza entre sus oyentes porque conocen de dónde viene el contenido que los locutores transmiten a través de la radio.

***Sobre la temporalidad:*** En esta ficha los discursos de los locutores son con una visión presentista porque mencionaron un lugar nuevo que han abierto para comprar insumos medicinales en “El Polen”, así mismo, diacrónica cuando comentan cómo es que se curó, se cura y se curará del mal que está hablando. Las visiones retrospectiva y prospectiva no se percibieron en esta oportunidad, sin embargo, la identificación de las visiones permitió que el emisor conozca la posición antes de anunciar algo.

***Sobre los actores:*** No se habló de algo o alguien en el discurso, por lo que el ítem actores no se cumplió en el análisis.

### **Dimensión Enunciativa**

***Sobre la presencia del destinatario:*** En la transmisión se consideró el ítem *Concursos* invitando a los oyentes a participar, “A las primeras personas que vayan les regalaré las revistas”, pero indicaron que vinieron de la Radio Unika 2020; por otro lado, se cumplió el ítem *Opiniones y Consultas*, dado que, mediante las llamadas, el público se hizo presente, así como el ítem *Solicitudes musicales*. Esto hizo al programa más interactivo y permitió que su público sea constante. El tipo de comunicación con los oyentes fue de manera *General*, cuando menciono: “Amigos” en su intervención cuando hablo para todo el público sin dejar entrever si es para alguien en particular. También se cumplió el ítem *Personal* cuando hizo mención a “Una señora llamó para preguntarme de Javier Wong”, “Señora realice lo siguiente” enviando el mensaje directamente hacia la oyente, este trato permitió que el oyente se sienta escuchado. No se utilizaron calificativos.

***Sobre la presencia del enunciador:*** En esta ficha, se cumplió el Ítem *personal* como la presencia del enunciador al mencionar: “Doctor nos vamos”. Así mismo, se cumplió el ítem *impersonal*: “Juntos aquí haremos una oración para traer el bien en tu Radio Unika 2020”, cuando se

denominaron como grupo de trabajo o hicieron mención al nombre de la entidad con el que trabajan. No se identificó el ítem *Léxico* subjetivo. Por otro lado, usaron un lenguaje coloquial en las recomendaciones del Doctor, simplificando el lenguaje médico para que la comprensión sea rápida y efectiva, así el mensaje sea más entendible al ser escuchado por única vez, siendo característica básica de la radio. Se utilizó música de fondo en cada intervención creando armonía en la locución e impidiendo que se escuche apática. Se utilizó cortina radial solo tres veces ubicada antes de cada intervención y dando mayor énfasis en lo que se escuchó luego de este elemento radial, “Programa Unika Sport, con el Lcdo. Horacio Briones en tu Radio Unika 2020”.

### **Dimensión Estructural**

***Sobre la parte interna:*** En las intervenciones, el conductor solo hizo mención a la “Revista Bien de Salud”, siendo esta una revista de su autoría. Esto sucedió como máximo una vez durante la última hora del programa. Se percibió el uso de cinco canciones a lo largo del programa y se realizaron un promedio de cuatro intervenciones con duraciones de 8 minutos entre consejos y llamadas, siendo el tiempo extenso para este día de programa y lo que pudo provocar hostigamiento al oyente y el cambio de la emisora. El programa al ser de género musical informativo, debió tener un equilibrio en el contenido. Se emplearon cinco cuñas radiales en la programación para identificar la marca de la Radio y no se percibieron ruidos.

***Sobre la parte externa:*** Se utilizaron solo tres veces anuncios publicitarios, ubicados en el minuto treinta de la hora final. En la programación se hicieron tres llamadas en el espacio “Pregúntale al doctor”, donde la audiencia realizó sus consultas al aire, esto despertó la expectativa de ellos para cuando los locutores dieron la señal y así se logró involucrarlos en el programa. También se identificó que las llamadas son solo de mujeres haciendo predominante un público femenino de Quevedo y de las provincias.

## 5. Programa Unika Sport (Día 5)

### Dimensión Referencial

**Sobre el contenido:** El programa cumplió con despertar el interés público de la audiencia tratando temas variados y recomendaciones que les sirven en su vida cotidiana, y se pudo comprobar luego por las llamadas que recibieron, lo que hizo que este programa sea más dinámico. En la hora pico, se trataron cuatro temas: “Hinchazón de pies”, “Concentración”, “Hipnosis progresiva”, lo que permitió cumplir con el ítem *Variado*, pues si solo se tratara un tema en su contenido, se tornaría aburrido y su audiencia degradaría. En esta ficha de observación se ha percibió un orden al tratar el contenido pues se ha hizo mención del tema que se habló antes de desarrollarlo, permitiendo que el oyente pueda diferenciar uno del otro e incluso conocer que los temas están relacionados entre sí. El programa menciona la ubicación de la información brindada. Se percibió que el mensaje se ha dirigido mayormente al sector Regional mencionando “Manabí, Guayas”, en casi toda la programación, lo que permitió que el oyente se sienta considerado. El ítem *Nacional* ha sido menos tratado y el ítem *Internacional* en este segmento no se considera.

**Sobre las fuentes:** En esta ficha, se detectó que se emplea la referencia de las fuentes explícitas, creando así mayor confiabilidad a los datos emitidos, pues menciona autores de libros o personajes de donde extrae las recomendaciones que brinda, como “Elvis Sueldo” y “En el libro de OmRam”. Este ítem, genera mayor credibilidad y obtuvo votos de confianza entre sus oyentes porque así conocen de dónde vino el contenido que los locutores transmitieron a través de la radio.

**Sobre la temporalidad:** En esta ficha, el discurso del locutor se hizo con una visión prospectiva cuando anunció que visitó “El Polen”, y diacrónica cuando comentó cómo se curó, se cura y se curará del mal que estaba hablando. Las visiones presentista y retrospectiva no se percibieron en esta oportunidad, sin embargo, la identificación de las visiones permitió que el emisor conozca la

posición antes de anunciar algo. Sobre los actores, no se habló de algo o alguien en el discurso, por lo que el ítem *actores* no se cumplió en el análisis.

### **Dimensión Enunciativa**

***Sobre la presencia del destinatario:*** En la transmisión no se consideraron los *Concursos* ni *solicitudes musicales*. Sin embargo, se cumplió el ítem *Opiniones* y *Consultas*, dado que, mediante llamadas, el público se hizo presente. Esto hizo al programa más interactivo y permitió que su público sea constante. El tipo de comunicación con los oyentes fue de manera *General*, cuando menciona:” Agradecemos la sintonía del todo el público” en su intervención, sin dejar entrever si fue para alguien en particular. Por otro lado, también se percibió que sus mensajes fueron dirigidos tácitamente a los hombres cuando dice: “Usted debe ser padre y maestro”, sometiendo al oyente a identificar para quiénes van dirigidos. También se cumplió el ítem *Personal* cuando se hizo mención a “Gracias Alejandra por llamar”, este trato permitió que el oyente se sienta escuchado. No se hizo uso de calificativos hacia los oyentes.

***Sobre la presencia del enunciadore:*** En esta ficha se cumplió el ítem personal como la presencia del enunciadore al mencionar:” Estaremos el Dr. y el especialista”, “Si Héctor Felipe.”, permitiendo identificar quienes son los que se encuentran en la cabina de la radio y su trato entre ellos. Así mismo, se cumplió el ítem impersonal: “Estamos con tu Radio Unika 2020”, “Todos como radio, esperaremos ir”, cuando se denominaron como grupo de trabajo o hicieron mención al nombre de la entidad con el que trabajan. No se identificó el ítem *Léxico* subjetivo. Por otro lado, utilizaron un lenguaje coloquial en las recomendaciones del Doctor, simplificando el lenguaje médico para que la comprensión sea rápida y efectiva, así el mensaje sea más entendible al ser escuchado por única vez, siendo característica básica de la radio. Se utilizó música de fondo en cada intervención que creando armonía en la locución e impidiendo que suene apática. Se utilizó cortina radial solo

dos veces ubicada antes de cada intervención y dando mayor énfasis en lo que se escuchó luego de este elemento radial, “Programa Unika Sport, con el Lcdo. Horacio Briones en tu Radio Unika 2020”.

### **Dimensión Estructural**

***Sobre la parte interna:*** En las intervenciones, el conductor solo hizo mención a la “Revista Bien de Salud”, siendo esta una revista de su autoría. Esto sucedió como máximo una vez durante la última hora del programa. Se percibió el uso de seis canciones a lo largo del programa y se realizaron un promedio de tres intervenciones con duraciones de 10 minutos entre consejos y llamadas, siendo el tiempo extenso para ese día de programa y pudo provocar hostigamiento al oyente y cambio de emisora. El programa al ser de género musical informativo, debió tener un equilibrio en el contenido. Se emplearon cinco cuñas radiales en la programación para identificar la marca de la Radio y no se perciben ruidos.

***Sobre la parte externa:*** Se utilizan solo tres veces anuncios publicitarios, ubicados en el minuto treinta de la hora final. En la programación se hicieron dos llamadas en el espacio “Pregúntale al doctor”, donde la audiencia realizó sus consultas al aire, esto despierta la expectativa de ellos para cuando los locutores dieron la señal y así se logró involucrarlos en el programa. También se identificó que las llamadas son solo de mujeres haciendo predominante un público femenino de Quevedo y de las provincias.

## 2.3. Resultados

Síntesis de la ficha de observación por dimensión se obtuvieron los siguientes resultados:

N° de programa: Unika Sport Fecha de emisión: 15-02-2021 Día: lunes Horario: 8:00 AM – 9:00 AM								
UNIDAD TEMÁTICA	UNIDADES SUBTEMÁTICAS	INDICADORES	SUBINDICADORES	SI	NO	OBSERVACIONES		
SEMIÓTICA DISCURSIVA DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO	DIMENSIÓN REFERENCIAL	CONTENIDO	ÍTERES PÚBLICO	X				
			VARIADO	X		Adrenalina, el cáncer, la granada, el licopeno, el apio, hierba buena		
		ÁMBITOS	LOCAL	X		Cieneguilla, Callao, Comas		
			REGIONAL	X		Manabí, Guayas		
			INTERNACIONAL		X			
		FUENTES	EXPLICITAS	X		Dr. Silva, Edgar Tolle, León Guevara Meza		
			IMPLICITAS		X			
		TEMPORALIDAD	PRESENTISTA		X			
			RETROSPECTIVA		X			
			PROSPECTIVA		X			
			DIACRÓNICO	X				
		ACTORES	POPULARES	X				
			OTROS		X	Instituto Bien de Salud		
		DIMENSIÓN ENUNCIATIVA	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	CONCURSO		X		
	OPINIONES/CONSULTAS			X		II		
	SOLICITUDES MUSICALES				X			
	GENERAL			X		Pensemos antes de hablar. Queremos invitar a nuestro público a que puedan ayudar a nuestros hermanos damnificados		
	PERSONAL			X		Un saludo para la Sra. Doris		
	CALIFICATIVOS				X			
	PRESENCIA DEL ENUNCIADOR		PERSONAL	X		Ya pues Richard		
			IMPERSONAL	X		Su Radio Unika 2020 estará presente		
			LÉXICO SUBJETIVO		X			
			LENGUAJE COLOQUIAL	X		Hay adultos que piensan como niños		
			USO DE MÚSICA	X				
			USO DE CORTINA	X		III		
			DIMENSIÓN ESTRUCTURAL	INTERNA	MENCIONES EN VIVO	X		Revista nutrición, Canal 13
					INTERVENCIONES	X		III
	CANCIONES	X				IIII		
	CUÑAS RADIALES	X				IIII		
	RUIDOS	X				I		
EXTERNA	ANUNCIOS PUBLICITARIOS	X			IIIIII			
	LLAMADAS	X		II				

Nº de programa: Unika Sport  
 Fecha de emisión: 16-01-2021  
 Día: martes  
 Horario: 8:00 AM – 9:00 AM

UNIDAD TEMÁTICA	UNIDADES SUBTEMÁTICAS	INDICADORES	SUBINDICADORES	SI	NO	OBSERVACIONES	
SEMIÓTICA DISCURSIVA DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO	DIMENSIÓN REFERENCIAL	CONTENIDO	ÍTERES PÚBLICO	X			
			VARIADO	X		Halitosis, Motivación	
		ÁMBITOS	LOCAL	X		Quevedo	
			REGIONAL	X		Pichincha, El Empalme	
			INTERNACIONAL		X		
		FUENTES	EXPLICITAS	X		Libro Celestial + Lourdes Choup de Brasil – Davis Fishman	
			IMPLICITAS		X		
		TEMPORALIDAD	PRESENTISTA		X		
			RETROSPECTIVA	X			
			PROSPECTIVA	X			
			DIACRÓNICO	X			
		ACTORES	POPULARES	X		Gente de Quito, Mi hermano Jorge	
			OTROS		X	Lo hacen en la NASA	
		DIMENSIÓN ENUNCIATIVA	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	CONCURSO		X	
				OPINIONES/CONSULTAS	X		III
	SOLICITUDES MUSICALES				X		
	GENERAL			X		Ya hubieras cocinado, aprovecha el tiempo	
	PERSONAL			X		Si gracias, Gladys López, Sra. Sofía	
	CALIFICATIVOS				X		
	PRESENCIA DEL ENUNCIADOR		PERSONAL	X		Richard Roque, El Doctor	
			IMPERSONAL		X	Estamos en Radio Unika 2020	
			LÉXICO SUBJETIVO		X		
			LENGUAJE COLOQUIAL	X			
			USO DE MÚSICA	X		En cada intervención	
			USO DE CORTINA	X		III	
	DIMENSIÓN ESTRUCTURAL		INTERNA	MENCIONES EN VIVO	X		Canal 13, Diario El Universo, Revista Bien de Salud
				INTERVENCIONES	X		II
				CANCIONES	X		IIIIIII
		CUÑAS RADIALES		X		IIIIIII	
		RUIDOS			X		
EXTERNA		ANUNCIOS PUBLICITARIOS	X		IIIIIII		
		LLAMADAS	X		III		

N° de programa: Unika Sport Fecha de emisión: 17-01-2021 Día: miércoles Horario: 8:00 AM – 9:00 AM								
UNIDAD TEMÁTICA	UNIDADES SUBTEMÁTICAS	INDICADORES	SUBINDICADORES	SI	NO	OBSERVACIONES		
SEMIÓTICA DISCURSIVA DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO	DIMENSIÓN REFERENCIAL	CONTENIDO	ÍTERES PÚBLICO	X				
			VARIADO	X		Los cálculos, la tonga, el frejol, el orégano		
		ÁMBITOS	LOCAL	X		Valencia-Quevedo		
			REGIONAL	X		La Maná		
			INTERNACIONAL		X			
		FUENTES	EXPLICITAS	X		American Journal, el libro de la cocina celestial y Alberto Briseños; monseñor Durant		
			IMPLICITAS		X			
		TEMPORALIDAD	PRESENTISTA		X			
			RETROSPECTIVA	X				
			PROSPECTIVA	X				
			DIACRÓNICO	X				
		ACTORES	POPULARES		X			
			OTROS	X		Restaurant		
		DIMENSIÓN ENUNCIATIVA	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	CONCURSO		X		
	OPINIONES/CONSULTAS				X			
	SOLICITUDES MUSICALES				X			
	GENERAL			X		A todos los que coman harinas, tomen orégano		
	PERSONAL				X	Gracias a la Universidad Técnica de Babahoyo		
	CALIFICATIVOS			X		“Extremas personas”		
	PRESENCIA DEL ENUNCIADOR		PERSONAL	X		Hugo Almanza, Dr. Pérez, Albela, Joyce		
			IMPERSONAL	X				
			LÉXICO SUBJETIVO		X			
			LENGUAJE COLOQUIAL	X				
			USO DE MÚSICA	X				
			USO DE CORTINA	X		III		
			DIMENSIÓN ESTRUCTURAL	INTERNA	MENCIONES EN VIVO	X		Canal 13
					INTERVENCIONES	X		III
	CANCIONES	X				IIII		
	CUÑAS RADIALES	X				IIII		
	RUIDOS				X			
EXTERNA	ANUNCIOS PUBLICITARIOS	X			II			
LLAMADAS		X						

Nº de programa: Unika Sport  
 Fecha de emisión: 18-01-2021  
 Día: jueves  
 Horario: 8:00 AM – 9:00 AM

UNIDAD TEMÁTICA	UNIDADES SUBTEMÁTICAS	INDICADORES	SUBINDICADORES	SI	NO	OBSERVACIONES
SEMIÓTICA DISCURSIVA DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO	DIMENSIÓN REFERENCIAL	CONTENIDO	ÍTERES PÚBLICO	X		
			VARIADO	X		La epigenética, el magnesol, la almendra, el cacao
		ÁMBITOS	LOCAL	X		El Polen
			REGIONAL		X	
			INTERNACIONAL		X	
		FUENTES	EXPLICITAS	X		Milagros Palomino, Doctora Kisse
			IMPLICITAS		X	
		TEMPORALIDAD	PRESENTISTA	X		
			RETROSPECTIVA		X	
			PROSPECTIVA		X	
			DIACRÓNICO	X		
		ACTORES	POPULARES		X	
	OTROS			X		
	DIMENSIÓN ENUNCIATIVA	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	CONCURSO	X		A las primeras personas que vayan
			OPINIONES/CONSULTAS	X		
			SOLICITUDES MUSICALES		X	
			GENERAL	X		Amigos
			PERSONAL	X		Una señora llamó para preguntarme de Javier Wong, señora realice lo siguiente
			CALIFICATIVOS		X	
		PRESENCIA DEL ENUNCIADOR	PERSONAL	X		Doctor nos vamos
			IMPERSONAL		X	Juntos ahí haremos una oración para traer el bien, tu Radio Unika 2020
			LÉXICO SUBJETIVO		X	
			LENGUAJE COLOQUIAL	X		
			USO DE MÚSICA	X		
			USO DE CORTINA	X		III
	DIMENSIÓN ESTRUCTURAL	INTERNA	MENCIONES EN VIVO	X		Revista Bien de Salud
			INTERVENCIONES	X		IIII
			CANCIONES	X		IIII
			CUÑAS RADIALES	X		IIII
			RUIDOS		X	
EXTERNA		ANUNCIOS PUBLICITARIOS	X		IIII	
		LLAMADAS	X		IIII	

N° de programa: Unika Sport  
 Fecha de emisión: 19-01-2021  
 Día: viernes  
 Horario: 8:00 AM – 9:00 AM

UNIDAD TEMÁTICA	UNIDADES SUBTEMÁTICAS	INDICADORES	SUBINDICADORES	SI	NO	OBSERVACIONES	
SEMIÓTICA DISCURSIVA DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO	DIMENSIÓN REFERENCIAL	CONTENIDO	ÍTERES PÚBLICO	X		Hinchazón de pies, concentración, Hipnosis progresiva	
			VARIADO	X			
		ÁMBITOS	LOCAL	X		El Polen	
			REGIONAL	X		Manabí, Guayas	
			INTERNACIONAL		X		
		FUENTES	EXPLICITAS	X		Elvis sueldo, en el libro OmRam	
			IMPLICITAS		X		
		TEMPORALIDAD	PRESENTISTA		X		
			RETROSPECTIVA		X		
			PROSPECTIVA	X			
			DIACRÓNICO	X			
		ACTORES	POPULARES		X		
			OTROS		X		
		DIMENSIÓN ENUNCIATIVA	PRESENCIA DEL DESTINATARIO	CONCURSO		X	
	OPINIONES/CONSULTAS			X			
	SOLICITUDES MUSICALES				X		
	GENERAL			X		Agradecemos la sinfonia del todo el público. Usted debe ser padre y maestro	
	PERSONAL			X		Gracias Alejandra por llamar	
	CALIFICATIVOS				X		
	PRESENCIA DEL ENUNCIADOR		PERSONAL	X		Estaremos el doctor y el especialista, estamos con tu Radio Unika 2020, Héctor Felipe	
			IMPERSONAL	X		Todos como radio, esperamos ir	
			LÉXICO SUBJETIVO		X		
			LENGUAJE COLOQUIAL	X			
			USO DE MÚSICA	X			
			USO DE CORTINA	X		I	
	DIMENSIÓN ESTRUCTURAL		INTERNA	MENCIONES EN VIVO	X		Revista Bien de Salud
				INTERVENCIONES	X		III
				CANCIONES	X		IIIIII
				CUÑAS RADIALES	X		IIII
		RUIDOS			X		
EXTERNA		ANUNCIOS PUBLICITARIOS	X		III		
		LLAMADAS	X		III		

## 2.4. Conclusiones

1. La semiótica discursiva radiofónico en los programas de la Radio Unika 2020, desarrolla los elementos básicos del lenguaje radiofónico permitiendo la contextualización de los mensajes, identifica a los personajes que participan y, debido a esta variación, hace del contenido del programa más entretenido.
2. La dimensión referencial en los programas de la Radio Unika 2020 contextualiza al oyente en el discurso del locutor, tomando en cuenta los temas que eligen a tratar al ser un programa de salud y musical, y responde a las preguntas básicas dónde, cómo, cuándo, quién y por qué.
3. La dimensión enunciativa en los programas de la Radio Unika 2020 identifica a los personajes que intervienen en el programa permitiendo descubrir el grado de relación que el locutor establece con el oyente.
4. La dimensión estructural en los programas de la Radio Unika 2020 controla los factores que intervienen en la estructura del programa, basándose en todo lo que se escucha en la radio, desde intervenciones tanto del público como el del locutor, canciones, cuñas, publicidades hasta ruidos; sin embargo, existen fechas en la que se omiten algunas partes del programa por la ausencia de alguno de sus integrantes y podría crear desacierto en sus oyentes.

## **2.5. Recomendaciones**

1. Para una buena emisión del programa radial se recomienda utilizar todos los elementos del lenguaje radiofónico ya que esto permitirá que los mensajes que lleguen a los oyentes puedan ser entendidos y por consecuente, estos lleguen a alcanzar el objetivo de audiencia para el progreso del programa.
2. Se recomienda utilizar referencias claras que puedan acreditar el contenido del discurso, para crear confiabilidad en los oyentes y no solo encaminarlos al criterio del emisor de manera subjetiva, pues ya se dejaría de hacer radio. Se debe establecer un contexto total, sin dejar con cierta incertidumbre al oyente, pues esto permitirá un mejor entendimiento de sus mensajes.
3. Captar a la audiencia es un tema del día a día, y se recomienda siempre personalizar el trato porque hace que el oyente se sienta escuchado, tanto del locutor como del público en general a través de la radio. Para que el receptor se sienta parte del programa, se deben utilizar pronombres o nombres para saber con quién y de quién se habla. Además, se debe crear un ambiente confortable en el programa entre los locutores para el público.
4. Para mantener el orden del programa, se recomienda establecer cómo se dividirán los segmentos a tratar, además, se debe tener en cuenta el tiempo en el que se desarrollará, es decir el tiempo en la hora radial. Se debe variar el contenido del programa sin alterar el orden y, a su vez, tomar en cuenta la contabilización de los recursos a utilizar en la programación.

## **Bibliografía**

Anda, C. (2004). La importancia de la radiodifusión en México. México: Primera Edición.

Balsebre, A. (2010). Lenguaje Radiofónico. Barcelona, España: Universidad Autónoma de Barcelona.

Díaz, M. (2011). La semiótica discursiva: una teoría para mejorar la lectura y el análisis de textos académicos escritos a nivel universitario. Obtenido de file:///C:/Users/PC/Downloads/10582-Texto%20del%20art%C3%ADculo-31424-1-10-20111115%20(6).pdf

Díaz, M. (2013). Concepto, definición y tipos de semiótica. Perú : Monografía.

Greimas, & Courtés. (1990). Semiótica, diccionario razonado de la teoría del lenguaje . Madrid, España: Gredos.

Guzmán, G. (2018). Semiótica: qué es y cómo se relaciona con la comunicación. Obtenido de <https://psicologiyamente.com/social/semiotica>

Hernández, A., Mendoza, C., & Méndez, S. (2014). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill.

Iges, J. (22 de Enero de 2015). El arte radiofónico como expansión del lenguaje radiofónico. Obtenido de <http://www.uclm.es/ARTESONORO/oloboiges.html>

López, J. (2013). Manual Urgente para Radialistas Apasionados. Quito, Ecuador: Ediciones Inti Sevilla.

Lozano, Peña, & Abril. (1986). Análisis del discurso: Hacia una semiótica de la interacción textual. Madrid, España: Cátedra.

Mata, M., & Scarafía, S. (1993). Lo que dicen de las radios, una nueva propuesta para analizar el discurso radiofónico . Quito, Ecuador: ALER.

- McQuail, D. (1985). Introducción a la teoría de la comunicación de masas. México: Editorial Paidós.
- Mejía, E. (2016). Análisis de la representación de la mujer en la publicidad de la revista Cosmopolitan. Quito, Ecuador : Universidad Politécnica SALESIANA.
- Radio, M. (2015). Características generales del medio. Obtenido de <http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque2/pag1.html>
- Romo, M. (1987). Introducción al conocimiento y práctica de la Radio. México: Editorial Diana.
- RTVE. (2015). Manual de estilo de RTVE. Madrid, España: Radio y televisión Española.
- Serrano, E. (2005). Narración, argumentación y construcción de identidad. Cali, Colombia: UNESCO.
- Silva, D. (2016). Los programas radiales y el uso del lenguaje radiofónico . Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Tam, J., Vera, G., & Oliveros, R. (2008). Tipos, métodos y estrategias de Investigación Científica. Obtenido de [http://www.imarpe.pe/imarpe/archivos/articulos/marpe/oceanografia/adj\\_modela\\_pa-8-145-tam-2008-investig.pdf](http://www.imarpe.pe/imarpe/archivos/articulos/marpe/oceanografia/adj_modela_pa-8-145-tam-2008-investig.pdf)
- UNESCO. (18 de Enero de 2015). La función de los medios de comunicación comunitarios. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/unesco/events/the-role-of-community-media/>
- Zecchetto, V. (2002). La danza de los signos. Nociones de semiótica general. Ecuador: Ediciones ABYA-YALA.

**Anexos**

**Instrumento de recolección de datos: Ficha de Observación**

N° de programa: Fecha de emisión: Día: Horario:							
UNIDAD TEMÁTICA	UNIDADES SUBTEMÁTICAS	INDICADORES	SUBINDICADORES	SI	NO	OBSERVACIONES	
SEMIÓTICA DISCURSIVA DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO	DIMENSIÓN REFERENCIAL	CONTENIDO					
		ÁMBITOS					
		FUENTES					
		TEMPORALIDAD					
		ACTORES					
		DIMENSIÓN ENUNCIATIVA	PRESENCIA DEL DESTINATARIO				
	PRESENCIA DEL ENUNCIADOR						
	DIMENSIÓN ESTRUCTURAL	INTERNA					
EXTERNA							