

Una mirada semiótica a la radio comercial de Cartagena durante el segundo semestre de 2010: Uso del lenguaje vs Índice de audiencia del Noticiero Popular de la emisora La Cariñosa de RCN Radio

Gina Bustos Luna

Mauricio Villacob Meléndez

Universidad Tecnológica de Bolívar  
Facultad de Ciencias Sociales y Humanas  
Cartagena de Indias D. T y C, Mayo 13

2011

Una mirada semiótica a la radio comercial de Cartagena durante el segundo semestre de 2010: Uso del lenguaje vs Índice de audiencia del Noticiero Popular de la emisora La Cariñosa de RCN Radio

Gina Bustos Luna

Mauricio Villacob Meléndez

Trabajo de grado presentado como requisito para obtener el título de  
Comunicador Social

Tutor:

Mg. Luis Ricardo Navarro Díaz

Universidad Tecnológica de Bolívar

Facultad de Ciencias Sociales y Humanas

Cartagena de Indias D. T y C, Mayo 13

2011

## **AGRADECIMIENTOS**

A lo largo de nuestros cuatro años de carrera tuvimos la oportunidad de compartir aulas con muy buenos maestros y compañeros, pero esto no hubiese sido posible sin el acompañamiento de Dios nuestro Señor y de nuestros padres quienes confiaron en nuestra decisión de estudiar en la Universidad Tecnológica de Bolívar.

Han sido varias las personas que estuvieron a nuestro lado en estos años de formación como futuros comunicadores sociales, maestros como Moncho, Luis Ricardo, Liliana, Anuar, Martha, Edison y Néstor, quienes más que maestros fueron compañeros y amigos, que con sus consejos y enseñanzas nos ayudaron a observar los distintos caminos que puede tener una carrera tan compleja como ésta.

A nuestros amigos, Khatleen, Javier, Samuel, Jennifer y Yuranis, gracias por haber compartido nuestras alegrías, tristezas y triunfos, y por haber tenido siempre una palabra de ánimo cuando estuvimos decaídos.

Viendo realizado éste, nuestro trabajo de grado, nos sentimos llenos de júbilo y gozo por haber logrado finalizar una parte de nuestros proyectos y esperamos que sea el inicio de nuestras vidas como comunicadores sociales.

## CONTENIDO.

	Pág.
Introducción.....	6
Justificación.....	10
Capítulo 1	
1.1. Contexto de Estudio.....	12
1.2. Antecedentes de Investigación.....	15
1.3. Marco Conceptual.....	19
1.4. Marco Teórico.....	22
1.5. Marco Legal.....	31
Capítulo 2	
Metodología del Proyecto.....	36
2.1. Tipo de Investigación: Descriptiva.....	37
2.1.1. Investigación Mixta.....	38
2.1.2. Técnicas para la recolección de información.....	39
2.1.3. Población y muestra.....	39
2.2. Sistematización cuantitativa de los datos recogidos.....	40
2.2.1. Grupo focal N°1 Barrio Crespo.....	40
2.2.2. Grupo focal N°2 Barrio Las Gaviotas.....	43
2.2.3. Grupo focal N°3 Barrio Zaragocilla.....	45
2.2.4. Datos generales grupos focales.....	48
2.3. Sistematización cualitativa de los datos recogidos.....	50
2.4. Análisis de Resultados.....	54

2.4.1. Grupo focal N°1 Barrio Crespo.....	54
2.4.2. Grupo focal N° 2 Barrio Las Gaviotas.....	56
2.4.3. Grupo focal N°3 Barrio Zaragocilla.....	58

### Capítulo 3

Conclusiones y Recomendaciones.....	61
3.1. Conclusiones.....	61
3.2. Recomendaciones.....	69
Anexos.....	70
Bibliografía.....	70

## Introducción.

El presente proyecto de grado, pretende describir a través de un análisis semiótico el lenguaje utilizado por el locutor del programa el “Noticiero Popular” de la emisora la Cariñosa de RCN con el fin de determinar si los índices de audiencia de este programa están relacionados con el lenguaje empleado por su locutor.

Desde los inicios de la radio en Colombia, a mediados de 1920, ha existido una notable presencia de locutores de corte empirista en las diferentes emisoras colombianas, ya que para esa época el país no contaba con los programas académicos relacionados con el ejercicio del periodismo. Pese a esto, locutores de esta índole han logrado gran reconocimiento tanto a nivel nacional como local, hecho que se sigue presentando hasta nuestros días.

Fue hasta 1950 que se abrió en la Universidad Pontificia Javeriana la primera facultad de Periodismo en el país<sup>1</sup>, en la cual se impartirían las bases teóricas para aquellas personas interesadas en ejercer profesionalmente en Radio, Prensa y Televisión.

Pese a la incursión de la academia, en las emisoras colombianas y, en especial, en la ciudad de Cartagena, lugar donde se llevó a cabo este estudio, es notable la presencia de locutores empíricos, quienes de acuerdo al más reciente análisis de audiencia realizado por el Estudio Colombiano de Audiencia Radial (ECAR) a

---

<sup>1</sup> Universidad Pontificia Javeriana (2006, Julio). *Dos organizaciones con gran tradición histórica se unen para realizar el mejor evento de comunicación en América latina*. Artículo 1. Extraído el 1 Febrero, 2011 de [www.javeriana.edu.co/felafacs2006/boletinjulio](http://www.javeriana.edu.co/felafacs2006/boletinjulio).

finales de 2010, sus programas son aquellos con mayor sintonía por parte de los habitantes de la ciudad, en especial de los sectores populares<sup>2</sup>.

Para la realización de este proyecto de investigación se analizó el programa “El Noticiero Popular”, dirigido por Campo Elías Teherán en la emisora La Cariñosa de RCN Radio (1.270 A.M.), la cual hace parte de la Organización Ardila Lule.

La idea del “Noticiero Popular” nace en la ciudad de Bogotá bajo el nombre de “Alerta Bogotá”, considerado como el primer noticiero popular del país,<sup>3</sup> cuyo objetivo es prestar un servicio social y de información a los bogotanos y cundinamarqueses. De acuerdo con la información encontrada en el portal web de la estación radiofónica La Cariñosa, el “Noticiero Popular” pasa a ser parte de la programación de la emisora en cada una de las ciudades en las cuales tiene diales como lo son Cartagena, Armenia, Cúcuta, Neiva, Barranquilla, Duitama, Pasto, Girardot, Pereira, Bucaramanga, Ibagué, Santa Marta, Cali, Manizales, Espinal, Tuluá y Medellín.

El lenguaje empleado por el locutor del programa al momento de emitir una noticia o información de interés para la comunidad y la interacción que tiene con los oyentes a través de los micrófonos, ha llevado a la elaboración de este estudio, además de los altos niveles de audiencia con que cuenta este programa, conforme

---

<sup>2</sup> García Canclini, N. (año) Ni folklórico ni masivo. ¿Qué es lo popular? Extraído el 22 Febrero, 2011 de [http://www.infoamerica.org/documentos\\_pdf/garcia\\_canclini1.pdf](http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/garcia_canclini1.pdf)

<sup>3</sup> Portal web Emisora La Cariñosa. Extraído el 18 Febrero, 2011 de <http://www.xn--lacariosa-q6a.com/noticiero-alerta-bogota/>

con el estudio realizado por ECAR a finales del año anterior, la emisora La Cariñosa se encuentra en el sexto lugar de sintonía entre un total de veinte y cinco emisoras que pueden ser sintonizadas en la ciudad de Cartagena. Lo anterior, indujo a conocer cuál es el grado de identificación que tienen los oyentes con el programa estudiado, teniendo en cuenta que en diferentes encuentros académicos llevados a cabo en la ciudad, liderados por las universidades de Cartagena, Jorge Tadeo Lozano y Tecnológica de Bolívar y, en artículos publicados por el periódico local El Universal (Micrófonos fuera de Control) se hace una fuerte crítica a este tipo de programas, en especial, al lenguaje empleado por los locutores, quienes no son comunicadores y/o periodistas de profesión.

Expuesto lo anterior, este estudio busca determinar *¿Cuál es el tipo de relación comunicativa entre el lenguaje que utiliza el locutor del programa radial “El Noticiero Popular” y los índices de audiencia de dicho programa?*

### **Objetivo General:**

Describir el lenguaje utilizado por los locutores del programa el “Noticiero Popular” de la emisora la Cariñosa de RCN con el fin de determinar si los índices de audiencia de estos programas están relacionados con el lenguaje empleado por los locutores.

### **Objetivos Específicos:**

1. Describir las características semióticas del lenguaje utilizado por los locutores del programa “El noticiero popular” con el fin de identificar la

relación cualitativa que existe entre los índices de audiencia y el lenguaje utilizado por los locutores del programa.

2. Identificar a través de la técnica de análisis de contenido el impacto cuantitativo que tiene los índices de audiencia en el lenguaje empleado por los locutores del programa “El Noticiero Popular”

## **Justificación.**

Este trabajo de investigación se encuentra fundamentado por tres categorías claves que permitieron la elaboración del mismo. Como primera medida se hizo necesario conocer si los índices de audiencia empleados por los locutores de la radio comercial de Cartagena, en este caso, del locutor del programa radial “El Noticiero Popular”, afectaba o no el uso del lenguaje, teniendo en cuenta la manera como narra y expresa este locutor, que de acuerdo a la Teoría del lenguaje radiofónico, expuesta por Armand Balsebre, no cumple la regla básica y esencial para narrar en un medio como la radio.

Además de esto, la necesidad de realizar esta investigación se debió a la falta de estudios teóricos referentes al tema del lenguaje y su relación con los índices de audiencia, en especial en la ciudad de Cartagena donde están ubicadas tres de las cuarenta y uno facultades de Comunicación en Colombia<sup>4</sup>, siendo estas la Universidad de Cartagena, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano y la Universidad Tecnológica de Bolívar, a la cual se encuentran adscritos los autores de este trabajo.

De igual manera, este estudio le permite a la Universidad Tecnológica de Bolívar (UTB) seguir liderando proyectos educativos capaces de generar cambios dentro de la sociedad cartagenera y, a su vez, amplía el campo académico de los estudiantes del programa de Comunicación Social el cual hace parte de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la UTB.

---

<sup>4</sup> Proyecto Antonio Nariño (PAN). Directorio de facultades de Comunicación Social en Colombia. Extraído el 22 Febrero de 2011 de <http://www.pan.org.co/redex2.php?nota=4>

Según lo anterior, para los autores de este trabajo de grado es importante buscar y conocer las razones que llevan a los radioescuchas de la ciudad a preferir un programa sobre otros, hecho que le representa al programa escogido niveles de audiencia mayor en comparación con los que fueron omitidos.

# CAPÍTULO 1

## 1.1. Contexto de Estudio

Cartagena de Indias D.T y C, fue fundada en el año de 1533 por Don Pedro de Heredia e independizada de los españoles el 11 de Noviembre de 1811.

El “Corralito de Piedra” como es conocida, se encuentra ubicada en la costa norte de Colombia y es la capital del departamento de Bolívar, además es considerada desde épocas de la Colonia como uno de los puertos más importantes de América. Actualmente goza de tener el título como la ciudad más turística de Colombia y una de las más visitadas en el mundo, hecho que se evidencia en el plan de proyectos elaborado por el Concejo del Distrito de la ciudad - *“Cartagena de Indias, destino turístico de clase mundial”*<sup>5</sup>, con el cual se busca seguir posicionando la marca de Cartagena y el mejoramiento en la calidad de los servicios turísticos que se ofrecen en las temporadas vacacionales de Semana Santa, Mitad de año (junio-julio) y Final de año (diciembre-enero).

Además de estas fechas importantes, en la ciudad de Cartagena se lleva a cabo el Festival de Música Clásica (enero), Festival de Literatura-Hay Festival (febrero), Festival Internacional de Cine (marzo), entre otras festividades importantes.

---

<sup>5</sup> Plan de desarrollo económico, social y de obras públicas del distrito turístico y cultural de Cartagena 2008-2011 “Por una sola Cartagena”.

Sin lugar a dudas el atractivo más fuerte que tiene la ciudad es su historia y la arquitectura colonial que se encuentra ubicada en el centro de la ciudad- zona conocida como “Ciudad amurallada”.

Debido a su ubicación en costas del mar Caribe, Cartagena de Indias es considerada como un gran puerto para la entrada y salida de mercancía. Conforme al plan de desarrollo del distrito de Cartagena 2008-2011 “*Cartagena centro logístico y portuario para el desarrollo del turismo, la industria y el comercio*”, se busca seguir consolidando a la ciudad como centro logístico y portuario en pro del desarrollo de la economía local, asimismo el distrito se compromete a facilitar la creación de centrales de carga al igual de empresas tanto nacionales como internacionales que aporten al desarrollo industrial de la ciudad.

Los principales puertos que se encuentran ubicados en la ciudad son Sociedad Portuaria Regional de Cartagena (SPRC), Muelles el Bosque, Contenedores de Cartagena (CONTECAR) y el Puerto de Mamonal, y la zona industrial “Mamonal” la cual alberga empresas como Gyplac, Cementos Argos, Holcim, COTECMAR, Ecopetrol, CABOT S.A., MEXICHEM, POLYBOL Ltda, entre otras.

Cartagena de Indias, tiene una población aproximada a los ochocientos noventa y cinco mil quinientos habitantes (895.500) ubicados dentro de las tres localidades de la ciudad: Histórica y del Caribe Norte, De la Virgen y Turística e Industrial de la

Bahía, las cuales a su vez presentan unas subdivisiones en Unidades Comuneras de Gobierno, siendo diez y siete en total.<sup>6</sup>

Es en tres de estas diez y siete unidades comuneras donde se ubican los barrios en los cuales se llevó a cabo la metodología de este trabajo, Crespo, Las Gaviotas, Zaragocilla, que se encuentran situados en la unidad comunera de gobierno número uno, siete y ocho, respectivamente. Crespo, se encuentra ubicado en la zona norte de Cartagena y es la salida y entrada a la ciudad por la conocida ruta de la vía al mar, este barrio es uno de los más importantes de la ciudad puesto que alberga al aeropuerto internacional Rafael Núñez. De acuerdo con el portal web del periódico El Sol, a principios del siglo XX el barrio de Crespo era una hacienda propiedad de las familias de don Pedro Mass y de don Pedro Crespo, comprendida desde lo que actualmente se conoce como Marbella hasta la Boquilla, y que con el pasar del tiempo estos terrenos fueron vendidos a particulares, quienes fueron construyendo casas y edificios.

El barrio Las Gaviotas fue construido en el año de 1973 por intermedio del desaparecido Instituto de Crédito Territorial, al cual se le extendía una solicitud para participar en los sorteos de las viviendas y de salir favorecido, los ganadores, quienes serían los futuros propietarios de las viviendas, quedaban pagando el valor de la casa durante 15 años.<sup>7</sup> Las Gaviotas colinda con los barrios 13 de Junio, República de Venezuela, Chiquinquirá, La Heroica, Barrio de la Policía,

---

<sup>6</sup> Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Censo nacional 2005. Artículo “*cuadro censo 2005-Cartagena*”. Extraído el 9 Abril de 2001 de <http://www.dane.gov.co/censo/>

<sup>7</sup> Portal web Las Gaviotas. Artículo *Barrio las Gaviotas de Cartagena-Su historia*. Extraído el 18 Abril de 2011 de <http://www.barriolasgaviotas.es.tl/Historia.htm->

Barrio Militar, San Antonio, Contadora, La Castellana, Chipre, Los Alpes, Los Ejecutivos y centros comerciales como Paseo de la Castellana y Supercentro Los Ejecutivos.

Por otra parte, el tercer barrio en el que se desarrolló la metodología de este proyecto fue el barrio de Zaragocilla, cuyo número aproximado de habitantes es once mil setecientos catorce (11.714)<sup>8</sup>, en el que se encuentran grandes centros educativos como la ciudad escolar Comfenalco, Universidad de Cartagena-sede piedra de Bolívar, Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA)-sede Los Cuatro Vientos.

## **1.2. Antecedentes de Investigación**

Para la realización de este trabajo de grado, se recurrió a estudios previos con el fin de identificar los aportes y avances de estos en relación al tema central de este estudio, el lenguaje dentro de la radio comercial. Los estudios investigados tienen un contexto a nivel local, nacional e internacional.

A nivel local, el artículo del periódico El Universal titulado *“Micrófonos fuera de control”* muestra la forma como se utiliza el medio radial en la ciudad de Cartagena, resaltando que las emisoras cuentan con un nivel de audiencia alto gracias al lenguaje utilizado por sus locutores y los programas emitidos en estas.

---

<sup>8</sup> González, C. (2005, Julio), Artículo *“Cartagena de Indias y datos demográficos”*. Extraído el 18 Abril de 2011 de <http://www.skyscrapercity.com/archive/index.php/t-237178.html>

En dicho artículo se destaca la opinión de los locutores de las emisoras Olímpica Stereo y Rumba Stereo en Frecuencia Modulada, Campo Elías Teherán en Amplitud Modulada y al catedrático de la Universidad de Cartagena Ricardo Chica, así mismo se consulta la opinión de los oyentes acerca del lenguaje que utilizan estas emisoras.

Expresiones como “mandarinosqui, llégate, Olímpica: más del pueblo que el sisben, de qué color son tus interiores, entre otras” son empleadas en cualquier horario y parecieran no tener control alguno. Las emisoras fundamentan la realización y programación de los programas que serán emitidos bajo la premisa que están elaborados desde la forma de actuar y hablar de la población.

Así mismo el periodista Bernardo Romero Parra relata en su artículo “*Añoranzas de la época de oro de la Radio en Cartagena*” publicado en el periódico El sol en el año 2009, que las emisoras de antes se preocupaban por crear grandes personajes y locutores de la radio en Colombia. Este es el caso de Emisoras Fuentes en donde se aplicaba un control de calidad a los locutores en el uso del lenguaje, lo cual obligaba a estas personas a esmerarse en su forma de narrar y nutrirse de cultura general, lo cual dice Romero es base fundamental para la expresión adecuada en un programa radiofónico.

En este artículo Romero menciona que las estaciones radiales F.M en Cartagena, no se preocupan por la calidad en las voces, ni por el buen uso del lenguaje que utilizan los locutores en sus programas, sino que gracias a esta falta de interés los programas radiales se convierten en griteríos donde se hacen

bromas con adjetivos vulgares demostrando con esto la falta de respeto a la audiencia.

Continuando en este contexto, se encuentra el único trabajo de grado realizado en la Universidad Tecnológica de Bolívar acerca de la radio, en especial, de la radio en la ciudad de Cartagena-“*Análisis del proceso de Comunicación del programa Rumba Caribe de la Emisora Rumba Estéreo: una mirada desde el paradigma de los estudios culturales*”, elaborado por los estudiantes Marcos García y Eliana Rodelo (2009), quienes estudiaron el proceso comunicativo que se da entre la emisora y sus oyentes a través de un programa de música champeta, teniendo como categoría principal la Interpelación.

Por otra parte, la Revista Radial Marconi de Medellín publicó en su editorial de diciembre del año 2006 que las emisiones radiales transmitidas a finales del mismo año se les atribuyó una deserción por parte de los oyentes que sintonizaban las emisoras, todo esto por la falta de programas interesantes, el lenguaje y empirismo de los locutores.

A nivel Internacional, el estudio realizado por la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallego (Perú), titulado “*discusión e integración de 10 unidades observables de los medios radiales*”, identifica los problemas que presenta la Radio Lambayence en cuanto a la programación y estructura de los contenidos radiales que estas emiten. Asimismo, la Universidad de Salamanca en España desarrolló un estudio en el

que se analizaron los noticieros de las tres emisoras privadas del país, cuyo principal objetivo consistía en identificar el grado de expresividad de cada uno de estos noticieros, aportando que la manera en que es presentada la información de un noticiero radial es la carta de presentación o característica principal del programa, dando como conclusión que las informaciones más expresivas resultaban ser las más atractivas para los oyentes.

Cabe resaltar que además de estos artículos, los cuales fueron difundidos en diferentes medios de comunicación, se realizaron en la ciudad de Cartagena distintos debates los cuales tuvieron como tema central la radio en la ciudad. Tal es el caso del conversatorio difundido por el periódico El Universal realizado en la Universidad Tadeo Lozano el día 22 de abril del año 2010, el cual fue nombrado *“Conversatorio sobre calidad de la radio en Cartagena”*, en esta charla participaron ocho profesionales del medio radial entre los cuales se encontraba Campo Elías Teherán Dix, Director del Noticiero Popular de RCN Radio, Jairo Baena Vargas, Director del Noticiero Radio Noticias Cartagena de Emisoras Fuentes, Ada Echenique Soto, quien dirige el programa institucional *“Al Oído del Ciudadano”*, Nicolás Serge Vendrides, Director de Radio Tiempo, Carlos Jiménez, Periodista de La F.M de RCN Radio, Marta Amor Olaya, Directora de la UDC Radio y El Mayor Johan Mercado, Director de la Emisora de la Policía Nacional. La temática central fue la calidad de este medio de comunicación en la ciudad y su responsabilidad en la construcción de una ciudad amable e incluyente.

Otro de los debates realizados en la ciudad, tuvo lugar en el auditorio Jorge Taua de la Universidad Tecnológica de Bolívar el 10 de mayo de 2008, en esta ocasión

la tertulia tuvo como invitado especial al director y locutor del Noticiero Popular de la emisora La Cariñosa de RCN Radio, Campo Elías Teherán. De acuerdo a la información publicada en el periódico institucional de la UTB, El Cartero, el eje central de la tertulia fue la radio popular en la ciudad; la intervención del señor Teherán estuvo enmarcada en la justificación del programa que dirige, en especial del lenguaje jocoso empleado en este con el fin de disminuir lo oscuro de las malas noticias, tal como lo afirma Teherán (2008): *“La idea de un noticiero popular busca disminuir lo oscuro de las malas noticias y dejar que las noticias sean dadas por el pueblo y para el pueblo”*.

Los estudios, investigaciones y artículos enunciados anteriormente, permitieron tener una visión previa en la manera cómo se iba a desarrollar este trabajo, de igual manera, se pudo conocer los diferentes contextos en los que fueron desarrollados y las teorías y autores claves para este tipo de estudios en medios de comunicación social, en especial de la radio.

### **1.3 Marco Conceptual**

Para comprender el tema de investigación de este proyecto es necesario aclarar los siguientes conceptos desde un enfoque interdisciplinar, lo que hace necesario acudir a autores como Saussure, García Canclini, Mata, Balsebre y Callejo, además, de estos autores, se tuvo en cuenta las definiciones expuestas en el Diccionario de Comunicación Audiovisual de Ignacio de la Motta. A partir de estos autores se definen los siguientes conceptos:

- a. Lenguaje: *Conjunto de sonidos articulados con que el hombre manifiesta a los demás lo que piensa o siente.*<sup>9</sup>

A su vez, uno de los mayores exponentes en estudios de lingüística, es el suizo Ferdinand de Saussure, quien define el lenguaje como la facultad natural que permite a los humanos construir un universo de significado y configurar signos para representar ideas.<sup>10</sup>

La utilización de este término en el trabajo está direccionado a conocer la forma en que es utilizado el lenguaje por parte del locutor Campo Elías Teherán, es decir, la manera en que este locutor se comunica con sus oyentes a través de su programa radial.

- b. Radio: De acuerdo a la investigadora argentina María Cristina Mata (Saber sobre la radio), la radio puede ser comprendida como un instrumento de comunicación, en donde es clave la oralidad, la identidad que se genera a partir de una historia de saberes y usos. Por otra parte, la radio es comprendida como un hecho cultural de cristalización y espacio de producción.

En este punto se debe tener en cuenta que el programa radial a estudiar hace parte de una emisora de carácter privado, es decir, que es propiedad de un particular, cuyo objetivo comercial está al servicio de la publicidad.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> De la Motta, I. Diccionario de Comunicación Audiovisual (1998) p 281, México D.F., México.

<sup>10</sup> Tobón, L. La lingüística del lenguaje, *Curso de Lingüística general, F.Saussure.*

<sup>11</sup> De la Motta, I. Diccionario de Comunicación Audiovisual (1998) p 397. México D.F., México.

La emisora La Cariñosa de la cadena radial RCN Radio, es una emisora de carácter comercial pero a través del programa estudiado cumple funciones sociales.

- c. Identidad: *La correspondiente a una persona, comunidad, pueblo o cosa que la distingue y diferencia de las demás.*<sup>12</sup>

Para los estudiosos sociales, quien expone mejor el significado de identidad es el mexicano García Canclini, al decir que “la identidad es una construcción que se relata y donde se establecen acontecimientos, por lo general referidos a la apropiación de un territorio por parte de un pueblo o la independencia lograda de extraños. Es por esto que no hay una sola identidad sino varias, esto se conoce como culturas híbridas”.

Conocer el grado de identidad que puede llegar a darse entre dos sujetos que están en interacción, en este caso del locutor y sus oyentes, es clave en la realización de este trabajo, puesto que se busca analizar el tipo de relación que puede darse a partir de aspectos como el lenguaje por medio de palabras claves o propias de un sujeto u otro.

- d. Audiencia: *Conjunto del público de medio que recibe un mensaje y que permite conocer el número de seguidores de un programa o una emisora, así como la investigación de sus circunstancias socioeconómicas y motivacionales.*<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> De la Motta, I. Diccionario de Comunicación Audiovisual (1998) p 247 México D.F., México.

<sup>13</sup> De la Motta, I. Diccionario de Comunicación Audiovisual (1998) p 53, México D.F., México.

Autores como Callejo, J (2001) afirman que las audiencias más allá de que se construyen como instrumentos o modelos son una sociedad, que se relaciona con uno o varios emisores a través de un medio masivo de comunicación.<sup>14</sup>

La audiencia, en el caso de este trabajo de investigación, son aquellas personas que escuchan el “Noticiero Popular”, quienes le dan a dicho programa los niveles de sintonía arrojados por los diferentes estudios de audiencias como el que es utilizado en este trabajo, ECAR (Estudio Continuo de Audiencia de Radio).

#### **1.4 Marco Teórico**

Con el fin de dar respuesta a la pregunta problema de este trabajo de grado, *¿Cuál es el tipo de relación comunicativa entre el lenguaje que utiliza el locutor del programa radial “El Noticiero Popular” y los índices de audiencia de dicho programa?*, se hizo necesario hacer uso de las siguientes teorías:

En un primer momento se trabajará con uno de los paradigmas de la comunicación, El Estructuralismo, este paradigma estará acompañado por las teorías del lenguaje radiofónico y la comunicación de masas, con los que se busca dar respuesta a la relación que hay entre los índices de audiencia y el lenguaje empleado por el locutor del programa analizado con sus oyentes.

---

<sup>14</sup> Investigar las audiencias, un análisis cualitativo. Callejo, J. Ibérica (2001), España.

### **Estructuralismo:**

Según (*Estructuralismo, Antecedentes, representantes, cronología*. parra, 8, pag, 1) *“este enfoque imita los procedimientos de las ciencias físicas, tratan de elaborar estrategias investigativas capaces de dilucidar las relaciones sistemáticas y constantes que existen en el comportamiento humano, individual y colectivo, y a las que dan el nombre de "estructuras". No son relaciones evidentes, sino que se trata de relaciones profundas que, en gran parte, no se perciben conscientemente y que limitan la acción humana. La investigación estructuralista tiende a hacer resaltar lo "inconsciente" y los condicionamientos en vez de la conciencia o la libertad humana.”* Lo anterior hace referencia a la capacidad que tienen los medios de buscar la forma de interactuar con los receptores, sin necesidad de tener algún contacto verbal o físico.

En un programa radiofónico el productor busca estudiar al público objetivo, con el fin de crear contenidos que estén acordes a sus gustos. En el estructuralismo se busca estudiar al receptor en todos sus aspectos, como lo es el contexto en el cual se moviliza, sus gustos y creencias, todo esto con el fin de enviar un mensaje que genere recordación a la hora de ser emitido. Esta teoría dará respuesta al Objetivo específico el cual busca Identificar a través de la técnica de análisis de contenido el impacto cuantitativo que tiene los índices de audiencia en el lenguaje empleado por los locutores del programa “El Noticiero Popular”.

Es desde el raiting donde los medios se dan cuenta si su estudio tuvo éxito o no, puesto que allí se mide el tipo y la cantidad de audiencia que lo escucha permanentemente.

En la teoría estructural-funcionalista el emisor actúa como un comunicador y como portador de funciones sociales. El proceso comunicativo de masas lo define como complejo armazón de relaciones entre emisor y receptor, desempeñando cada una de ellos un papel específico pero interrelacionado. (Riley Riley, *Emisores y canales de comunicación*, Parra, 2).

En el caso del emisor uno de sus deberes es entretener, por lo cual tiene que buscar la forma de crear contenidos que satisfagan las necesidades del gran número de habitantes al cual va dirigido. Es en este punto donde la relación entre emisor y receptor se interrelaciona, ya que uno tiene que saber lo que necesita el otro, saber cuáles son los gustos y creencias, analizando los fenómenos culturales que lo envuelven para así identificar los sistemas de parentescos que Strauss mencionó en la década de 1940.

Lévi Strauss (*Síntesis filosófica* 2008) llevó el método estructural a un nivel etnológico de las relaciones sociales, dando a entender el sistema de la organización y comunicación en los primitivos grupos humanos, complementando la idea central que maneja la Teoría de los efectos de audiencia.

El estructuralismo se centra más en el estudio del receptor, observando su contexto y sus códigos. Es por esto que luego de estudiar el contexto en el que se

envuelve el público objetivo, los medios transmiten lo que el receptor quiere escuchar, permitiendo que el oyente puedan sentir y pensar sobre lo que esta siendo escuchado.

Por tanto, la Teoría Estructuralista fundamentará la manera en que está elaborado el programa el “Noticiero Popular”, puesto que cuando se elaboran futuros programas radiales, los productores y directores de estos, tienen establecido previamente quienes serán su público y la manera en que llegarán a estos, para consolidarse en materia de raiting.

### ***Lenguaje Radiofónico:***

Armand Balsebre expone el lenguaje radiofónico como *“el 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 determinada por el conjunto de los recursos técnico- expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo- visual de los radioyentes. Además, es un fenómeno acústico, donde sonidos y mensajes se clasifican en función de su perceptibilidad. Presencia del factor comunicación e interacción entre emisor y receptor”*.<sup>15</sup>

Lo anterior hace referencia al lenguaje teóricamente permitido en el medio radial, cabe aclarar que no hay teorías que sustenten que el lenguaje radiofónico tiene que variar dependiendo el tipo de emisora o programas que se emitan. Lo que varía son los recursos técnicos que pretendan emplearse, pero de ninguna

---

<sup>15</sup>. Balsebre, A. *El lenguaje radiofónico* (1996) p 27. Ediciones Cátedra S.A. Madrid, España.

manera tendrá que mal utilizarse el lenguaje (habla) sólo por ganar más que otra emisora o programa en niveles de audiencia. Se debe tener siempre presente que los medios de comunicación influyen en el comportamiento de sus respectivos consumidores (audiencias).

### ***Comunicación de Masas:***

Para Lozano Rendón, *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, 1996, las Teorías de la Comunicación de Masas es abordado desde dos pensamientos: el pensamiento aristocrático de filósofos y ensayistas y la posición crítica de los exponentes de la Escuela de Frankfurt, de las cuales surgen las teorías “de la sociedad de masas” y la de “la aguja hipodérmica.” Estas posiciones ayudaron a la comprensión de temas relacionados con la creación de mensajes y estudio de masas.

De acuerdo con lo anterior y según *Teorías de la comunicación de masas*, 2004, Parra, 6, se puede caracterizar la Teoría de comunicación de masas como: *“aquella donde el mensaje es elegido primariamente por el emisor, pero de acuerdo a la teoría de retroalimentación (Wiener) es la audiencia la que, de alguna manera, pide un determinado tipo de mensajes, que el emisor se ve obligado a dar para mantener su posición en el mercado de los emisores”*. Mencionando a su vez que el emisor es una compleja organización que precisa de grandes recursos financieros para su funcionamiento, por lo cual tiene interés en la difusión o no difusión de determinados mensajes.

Es por tal razón que nace la comunicación de masas, la cual va dirigida a un número mayor de personas o sectores de una sociedad. En este tipo de comunicación se estudia al receptor y sus actitudes respondiendo a las alternativas de posible programación que el emisor realizará. Al realizar dicho estudio se busca una cantidad de público el cual sea heterogéneo, ya que cada uno de los individuos a estudiar tiene un interés en común y a pesar de no tener contacto entre ellos suelen interactuar por los gustos y actitudes.

La manera en cómo es aplicada esta teoría en este proyecto de investigación está encaminada a comprender qué tan identificados se encuentran los oyentes de la ciudad de Cartagena con los programas radiales emitidos por las emisoras locales, en especial, el programa el “Noticiero Popular” de La Cariñosa de RCN Radio, y si el grado de identificación que tienen los oyentes se debe a la satisfacción que tenga o no con respecto al programa, es decir, sus contenidos, locutor, características, entre otros factores.

En un segundo período, se abarcan la teoría de Usos y Gratificaciones y la teoría de la Identidad, las cuales darán respuesta a los objetivos específicos planteados en la introducción de esta monografía: Describir las características semióticas del lenguaje utilizado por el locutor del programa el “Noticiero Popular” y la relación cualitativa que existe entre los índices de audiencia y el lenguaje utilizado en dicho programa, además se busca identificar el impacto que tiene en los índices de audiencia del programa anteriormente mencionado y el lenguaje que es empleado en este (objetivos específicos).

### ***Efectos de Audiencia:***

La Teoría de los efectos de audiencia fue influenciada por el conductismo, el cual, considera la conducta del ser humano como una respuesta frente a estímulos externos, guiándolos a una reacción creada por un emisor cualquiera. Este estudio va de la mano con la teoría hipodérmica, cuyo fundamento dice que los medios de comunicación de masa crean y envían el mensaje, creando un estímulo en el receptor. Esta teoría se relaciona con los postulados sobre la conducta propuesta por la escuela conductista. (Teorías de los efectos en las audiencias, Parra , 3)

Según (Teorías de los efectos en las audiencias, Parr , 1 Rodrigo Alsina 1989 ), La Teoría de los efectos de audiencia está dominada por la consigna positivista *Saber para preveer, preveer para poder*, esta frase maneja el concepto de que hay que tener un conocimiento de las reacciones del público frente a propuestas mediáticas, obteniendo el fin principal el cual es saber la reacción de las masas a partir de un estímulo enviado en un producto, con el objetivo de tener los pilares necesarios para conducir el comportamiento de masas.

Para concretar esto con el tema a estudiar en este proyecto, se conoce un gran ejemplo de lo que pudo ser en su momento un estímulo creado hacia el receptor. El 30 de octubre de 1938 los estadounidenses fueron atemorizados por una emisión de radio de la CBS que describía la invasión de los marcianos al planeta tierra. El emisor en ese momento era Orson Welles, quien estaba haciendo una representación de la novela *La guerra de los mundos* de H.G. Wells.

A pesar de que dicha emisión no se realizó con tal intención puesto que Wells aclaró al principio que se trataba de una dramatización, esto permitió conocer el grado natural sobre las condiciones del ser humano y el contagio al momento del pánico, a esto se le conoce como psicosis colectiva. (Mattelart (1996) La comunicación-mundo, México, Siglo XXI).

La teoría de los efectos de audiencia sustentará la relación cualitativa que existe entre el locutor del programa estudiado y los oyentes, es decir, las consecuencias que se han generado a partir de la emisión de noticias por parte del locutor en las vivencias de los oyentes.

### ***Teoría de Usos y Gratificaciones,***

Esta teoría deja de un lado la preocupación de los medios por cómo se debe llegar a un público y se preocupa más por saber cómo las personas escogen determinado medio de comunicación, teniendo en cuenta el uso que ésta quiera darle. El autor que dio vida a esta teoría fue la austriaca Herta Herzog, quien realizó un estudio acerca del por qué las amas de casa escuchaban radionovelas, concluyendo que lo hacían para tener un escape emocional, porque querían saber qué hacer si llegaban a tener el mismo problema de los protagonistas y por el deseo de querer experimentar la misma situación de la radionovela.

Además de esto, la Teoría de Usos y Gratificaciones afirma que es el público o receptor de un medio de comunicación quien escoge cual es el medio que quiere utilizar y a su vez es éste quien tiene la autonomía de decidir si recibe y adopta los mensajes enviados por el medio de comunicación que escoge, dando así valor a

las funciones que tiene el medio escogido. Expuesto lo anterior, esta teoría ayuda a responder cuál es la función que le dan los oyentes al programa el “Noticiero Popular” y al lenguaje empleado por el locutor de éste.

### ***Teoría de la Identidad:***

De acuerdo con la anterior teoría, la función que le asignan los oyentes a un programa genera cierto grado de identificación (oyente-programa), a través de las características propias del mismo programa. Es por esto que se recurre a la *Teoría de Identidad*, sustentada por Néstor García Canclini como “*una construcción que se relata y donde se establecen acontecimientos, por lo general referidos a la apropiación de un territorio por parte de un pueblo o la independencia lograda de extraños. Es por esto que no hay una sola identidad sino varias, esto se conoce como culturas híbridas*”<sup>16</sup>. Teniendo en cuenta esto, la teoría de identidad permite “reconocer-identificar” cuáles son las características que el programa “El Noticiero Popular” tiene y que hace que sus oyentes sigan contribuyendo a los índices de audiencia con los que cuenta este programa.

Por último, se abordará la teoría de la Responsabilidad Social de los Medios, a manera de complementar y retomar el compromiso que deben tener los medios y quienes laboran en estos con sus receptores.

---

<sup>16</sup> Doc: “Hibridez cultural y globalización” .Febrero 22/2011.

### ***Teoría de la responsabilidad social de los medios:***

Esta teoría es de origen norteamericano y fue establecida por la Comisión sobre la Libertad de Prensa o Comisión de Hutchins en 1947. El surgimiento de esta teoría se debió al auge que comenzaron a tener medios como la radio y el cine, convirtiéndose en los nuevos emporios de Estados Unidos, lo que llevó a esta comisión a la creación de un documento en el que quedó consignado la responsabilidad que debían tener estos nuevos medios, tal como lo venía haciendo la tradicional prensa americana. “La propiedad y el control de los medios debe concebirse como una especie de servicio público y no como un privilegio”<sup>17</sup>. Esta teoría contribuye a la comprensión de la estructura que tiene el programa el “Noticiero Popular”, es decir, de las secciones establecidas entre las que se encuentran “Servicios sociales, noticias locales, precio de los alimentos, la voz del barrio, reportero popular, entre otras”, las cuales muestran el lado social de la emisora a través de este programa, siendo una emisora de carácter comercial y publicitario.

### **1.5 Marco Legal**

Para la realización de un programa radiofónico, la Constitución Política de Colombia de 1991 cuenta con distintas leyes que permiten a la comunidad saber cuál es el proceso que el gobierno nacional de Colombia pide para poder tener un programa radiofónico. De igual manera se encuentran artículos que establecen

---

<sup>17</sup> McQuail, D. Teoría de la Comunicación de Masas, pág 111.

algunos derechos fundamentales de los habitantes colombianos, con respecto al tema de difusión e información en la radio.

Conforme a lo establecido por el Artículo 20 de la constitución política de Colombia, el cual dice: *“Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación”*, se le da la garantía a cada colombiano de pensar libremente y difundir ideas y opiniones en cualquier espacio o lugar de este país, llegando incluso a poder crear medios masivos con el fin de informar a una mayor cantidad de personas.

De la misma forma el Artículo 75 aclara que: *“El espectro electromagnético es un bien público inenajenable e imprescriptible sujeto a la gestión y control del Estado. Se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso a su uso en los términos que fije la ley.* De acuerdo a lo anterior la administración, asigna y gestiona el espectro electromagnético el cual es atribuido a la radiocomunicación espacial, con el fin de mantener equidad y orden a la hora de saber el tipo de producto que será transmitido a los ciudadanos.

*Para garantizar el pluralismo informativo y la competencia, el Estado intervendrá por mandato de la ley para evitar las prácticas monopolísticas en el uso del espectro electromagnético.”*

De esta forma este artículo permite a los ciudadanos crear medios masivos de comunicación como lo dice el artículo 20, pero a su vez el estado restringe el uso

del espacio electromagnético garantizando la igualdad de acceso y oportunidades, con el fin de manejar una competencia y eliminar las prácticas monopolísticas.

Mediante Decreto 2427 del 4 de octubre de 1956, se expide la primera reglamentación del servicio de radiodifusión sonora, efectuando un estudio sobre el cubrimiento de la radiodifusión de acuerdo con la potencia y ubicación de las emisoras, y la elaboración de una Estadística de las emisoras otorgadas a partir de 1939.

De tal manera la constitución colombiana buscaba dar toda clase de garantías y opciones a los colombianos para poder expresarse de manera libre y sana, pero en ese momento había algo que no dejaba ejercer del todo este derecho, y es por esa razón la ley que disponía la existencia de la tarjeta profesional del periodista (Ley 51 de 1975) fue declarada inconstitucional mediante la sentencia C-087 de 1998.

A partir del dictamen de estas sentencias se fueron creando leyes, las cuales diferenciaron en algunos casos el trabajo del periodista y de la persona del común que quiere informar y difundir. La Corte Constitucional, en la sentencia C-650 de 2003 señala que *“periodista es quien realiza dicha actividad de manera habitual, sin que ello excluya al periodista ocasional ni ambos sean equiparables para efectos de protección en el ámbito laboral y de la seguridad social. La actividad periodística puede ser realizable por quien está vinculado a un medio de comunicación o por quien se desenvuelve de manera independiente o en el argot “free lance”* (Corte Constitucional.

Sentencia C-650 de agosto 5 de 2003. Magistrado Ponente Manuel José Cepeda Espinosa).

Actualmente existe la Ley 1016 de 2006, que incluye la norma con *fines declarativos* para la protección social y laboral de los periodistas, tal como su título lo indica.

Existen diferentes procesos que se deben realizar para tener un programa de radio en Colombia. Detrás de toda producción radiofónica, existe un proyecto en el cual se plasman las ideas y propósitos de dicho programa. La elaboración de un proyecto radiofónico conlleva a la realización de una serie de pasos que darán como resultado una producción de buena calidad.

Existen cuatro pilares básicos para la construcción de un programa radiofónico, los cuales son:

1. Fundamentos del programa
2. Realización del programa
3. Financiación del programa
4. Realización de un “número 0” o de un “guión-piloto”

Resolución 415 de 2010: en esta resolución el MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES, expide el reglamento del servicio de radio fusión sonora y se dictan posiciones para la realización de esta.

Es por tal razón que luego de lo establecido en la Ley 80 de 1993 y en la Ley 1341 de 2009, es obligación del MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES, otorgarle las concesiones para la prestación del servicio de radio fusión sonora y expedir la reglamentación del mismo.

## CAPÍTULO 2

### Metodología del Proyecto

A continuación, se expone el diseño metodológico del presente proyecto. En este apartado se explican las técnicas e instrumentos utilizados en la recolección de información, tipo de investigación, la muestra, los datos y demás factores importantes para la realización de este proyecto.

Para esto se tomaron conceptos de Hernández,2003: pág6 como instrumentos para la investigación cualitativa y para algunos apuntes de la metodología de investigación, entre otros autores, que a través de sus textos brindaron herramientas estudio.

Esta investigación es mixta ya que permitió utilizar los dos métodos para responder a las preguntas y planteamientos de la investigación mediante la lógica inductiva (cualitativa) y deductiva (cuantitativa).

Para Hernández, 2003, “la investigación cualitativa se puede definir como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo visible, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos. Es naturalista e interpretativo”.

De la misma forma, aclara que los resultados se pueden encontrar a través de la interpretación de los participantes con respecto a su realidad. Manifiesta que estas realidades son las fuentes reales de los datos recolectados. En este caso no es necesaria la recolección de datos numéricos para la realización del proceso de interpretación.

En este estudio el enfoque cualitativo se encargó de categorizar las opiniones de las personas entrevistadas y a su vez identificó la relación que tiene el oyente con el programa “El Noticiero Popular” de la emisora La Cariñosa de RCN, y conocer el significado (parte semántica del proyecto) que le ha impreso el locutor a las expresiones y modismos más recordados por los oyentes.

Por otra parte, Hernández menciona que las mediciones en el enfoque cualitativo se transforman en valores numéricos que se analizan por métodos estadísticos, fragmentando los datos en partes para responder el planteamiento del problema.

En este estudio el enfoque cuantitativo se encargó de analizar los índices de audiencia con los que cuenta el programa radial estudiado, apoyándose del Estudio General de Medios realizado a finales del año 2010, además este enfoque permitió conocer cuáles son las palabras o expresiones que más recuerdan las personas del “Noticiero Popular”. Así mismo se realizaron varias tabulaciones, las cuales sirvieron para enmarcar los resultados obtenidos en cada grupo focal, así como una tabla general la cual resalta el resultado general de los 3 grupos.

## **2.1. Tipo de investigación: Descriptiva**

*El proyecto Una mirada semiótica a la radio comercial de Cartagena durante el segundo trimestre de 2010: Uso del lenguaje vs Índice de audiencia del Noticiero Popular de la emisora La Cariñosa de RCN Radio*, es un estudio de naturaleza descriptiva. Este tipo de estudio permitió analizar cómo es y cómo se manifiesta el fenómeno del uso del lenguaje en la radio y así poder identificar las variables vitales para la construcción de este proyecto.

Las investigaciones de tipo descriptivo se caracterizan por los detalles y especificaciones que hace el investigador al momento de analizar las situaciones y/o eventos estudiados.

Según Dankhe (1986, citado en Hernández, Fernández y Batista, 1991, pág. 61) los estudios descriptivos *buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis*. De lo anterior se infiere que esta clase de estudio mide diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a estudiar.

### **2.1.1. Investigación Mixta:**

Es el procedimiento de recogida, análisis y vinculación de datos cualitativos y cuantitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder al planteamiento del problema.

Este tipo de investigaciones se realizan sobre un individuo, grupo, organización, comunidad o sociedad comprendidos como una unidad que es analizada a través de los datos que arrojan al momento de ser entrevistados y encuestados. En el caso específico de este proyecto, se acudió a la realización de tres grupos focales, llevados a cabo en los barrios de Crespo, Las Gaviotas y Zaragocilla, en los que se pudo conocer el grado de identificación que tienen los oyentes con el “Noticiero Popular” y su locutor Campo Elías Teherán, como por ejemplo las palabras que más recuerdan y el número de días a la semana que escuchan el programa (parte cuantitativa del estudio), y las opiniones acerca del lenguaje empleado en este programa (parte cualitativa del estudio).

### **2.1.2. Técnicas para la recolección de la información**

Para recoger los datos de esta investigación se utilizó la técnica de Grupo focal.

La técnica de los grupos focales es definida como una reunión con modalidad de entrevista grupal abierta y estructurada, en el que se busca que un grupo de individuos seleccionados por los investigadores discutan y elaboren, desde la experiencia personal, una temática o hecho social que es objeto de investigación.

A través de esta técnica se desarrolló la metodología de este trabajo de investigación en el que se reunió a tres grupos cada uno conformado por diez personas pertenecientes a estratos socioeconómicos comprendidos entre 2 y 6, ubicados en los barrios Crespo, Las Gaviotas y Zaragocilla. En estos grupos focales, las personas entrevistadas discutieron a partir de su vivencia lo que piensan acerca del lenguaje emitido por el locutor Campo Elías Teherán y el contenido del programa “Noticiero Popular”, más exactamente de la manera en que son emitidas las noticias de la ciudad.

### **2.1.3. Población y Muestra**

Para desarrollar este proyecto de investigación, se trabajó con ciudadanos mayores de edad en un rango de edad entre los veinte y cinco (25) y cuarenta y cinco (45) años, pertenecientes a estratos socioeconómicos entre dos (2) y seis (6), habitantes de los barrios Crespo, Las Gaviotas y Zaragocilla, los cuales fueron escogidos de manera aleatoria, es decir, un barrio por cada una de las tres localidades que hay en la ciudad. De igual forma, las diez personas escogidas en cada uno de los barrios también fueron seleccionadas aleatoriamente, siendo un

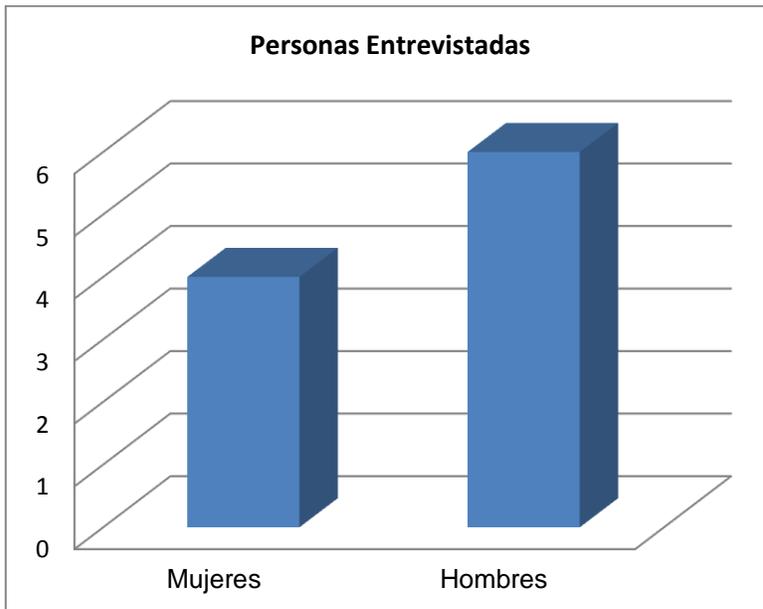
total de treinta, quienes le permitieron al grupo de investigación conocer a través de sus opiniones y respuestas, las ideas que tienen acerca del programa estudiado y las razones que los llevan a escucharlo o no.

## 2.2. Sistematización Cuantitativa de los datos recogidos

### 2.2.1 Grupo focal N° 1. Barrio Crespo

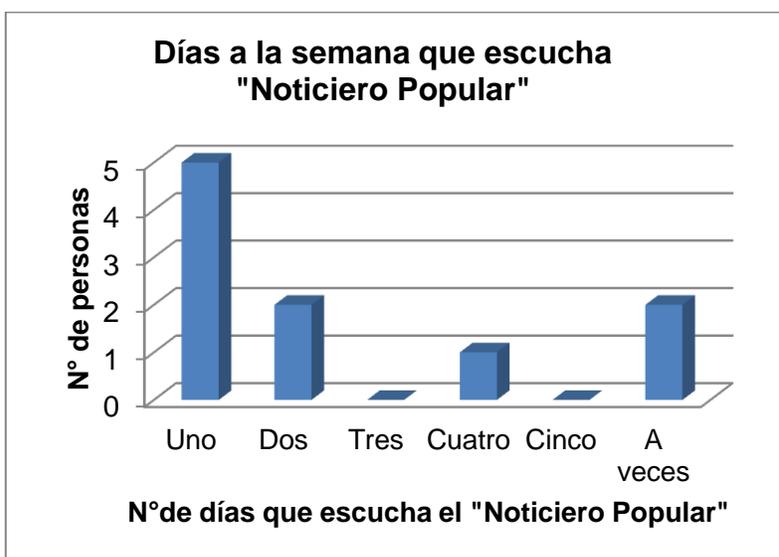
Gráfica #1

<b>Personas Entrevistadas</b>	
Mujeres	4
Hombres	6
<b>Total</b>	<b>10</b>



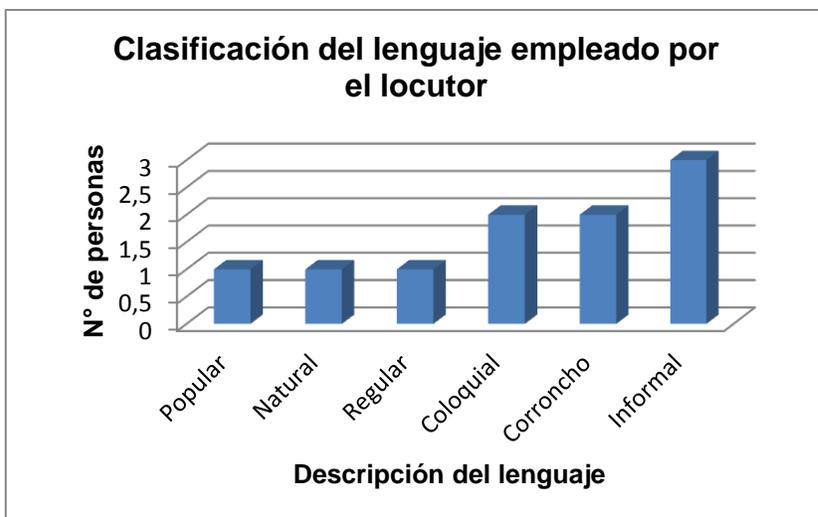
Gráfica #2

<b>Días a la semana que escucha el "Noticiero Popular"</b>	
N° días que escucha el "Noticiero Popular"	N° de personas
Uno	5
Dos	2
Tres	0
Cuatro	1
Cinco	0
A veces	2
<b>Total</b>	<b>10</b>



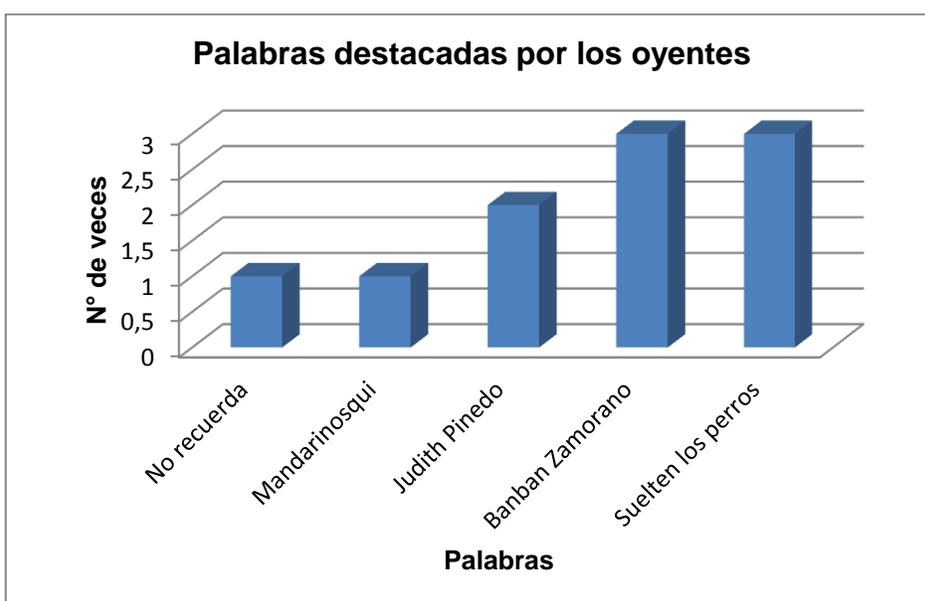
Gráfica # 3

<b>Clasificación del lenguaje empleado por el locutor</b>	
Descripción	N° de personas
Popular	1
Natural	1
Regular	1
Coloquial	2
Corroncho	2
Informal	3
<b>Total</b>	<b>10</b>



Gráfica # 4

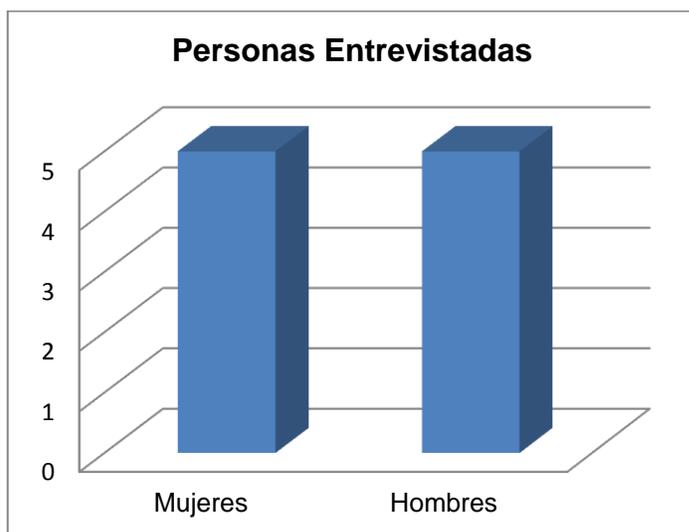
Palabras destacadas por los oyentes	
Palabra	N°de veces
No recuerda	1
Mandarinosqui	1
Judith Pinedo	2
Banban Zamorano	3
Suelten los perros	3
<b>Total</b>	<b>10</b>



## 2.2.2. Grupo Focal N°2 Barrio Las Gaviotas

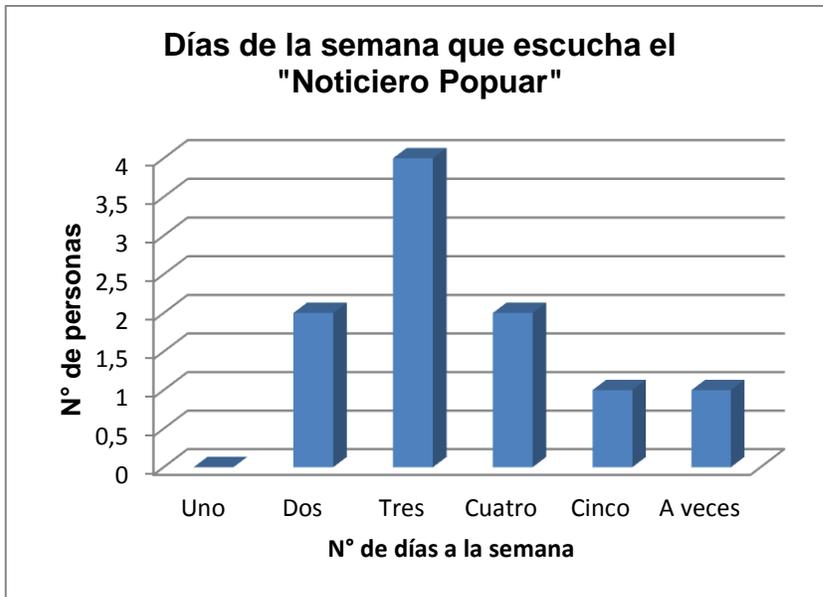
Gráfica # 1

<b>Personas Entrevistadas</b>	
Mujeres	5
Hombres	5
<b>Total</b>	<b>10</b>



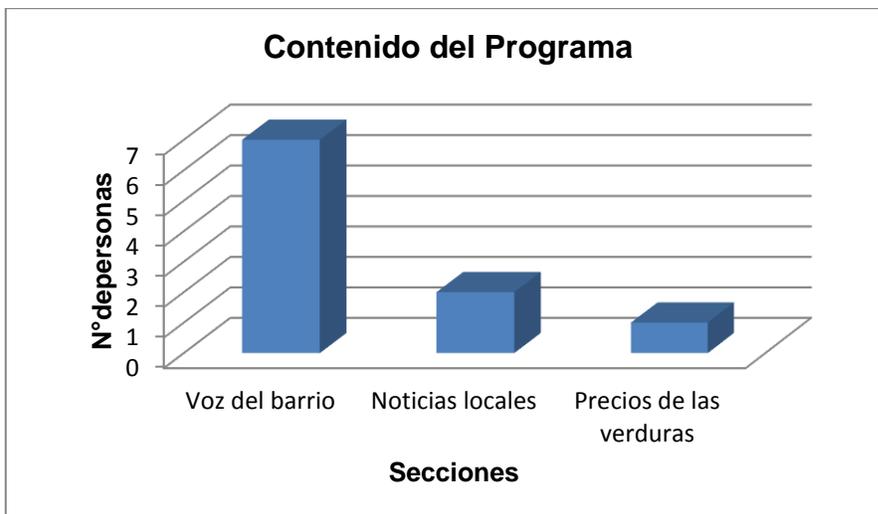
Gráfica # 2

<b>Días a la semana que escucha el "Noticiero Popular"</b>	
N° días que escucha el "Noticiero Popular"	N° de personas
Uno	0
Dos	2
Tres	4
Cuatro	2
Cinco	1
A veces	1
<b>Total</b>	<b>10</b>



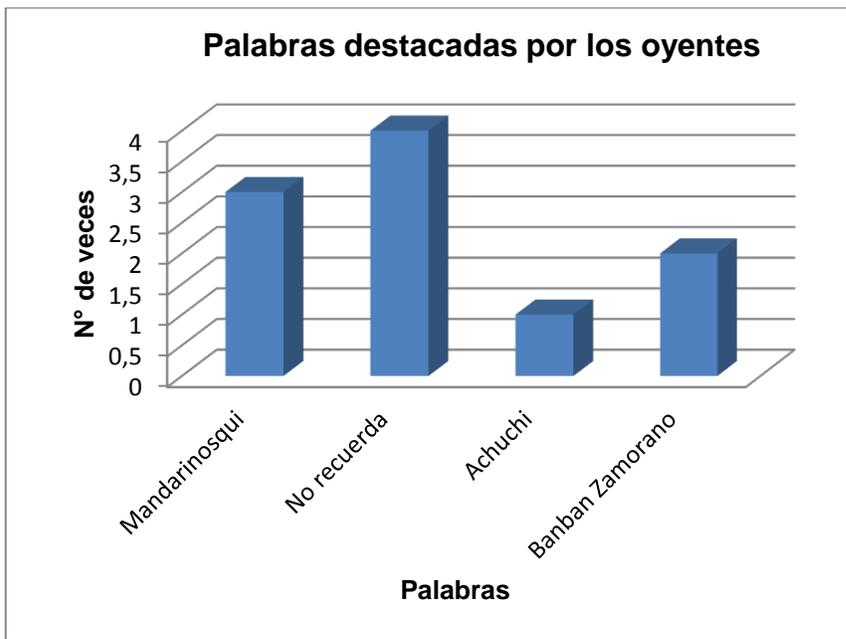
Gráfica # 3

Contenido del Programa	
Secciones	N° de personas
Voz del barrio	7
Noticias locales	2
Precios de las verduras	1
<b>Total</b>	<b>10</b>



Gráfica # 4

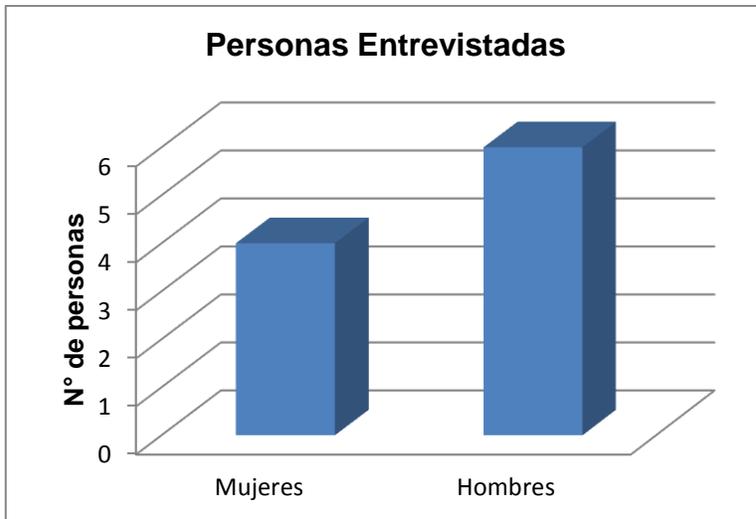
<b>Palabras destacadas por los oyentes</b>	
Palabra	N°de veces
Mandarinosqui	3
No recuerda	4
Achuchi	1
Banban Zamorano	2
<b>Total</b>	<b>10</b>



### 2.2.3 Grupo focal N°3. Barrio Zaragocilla

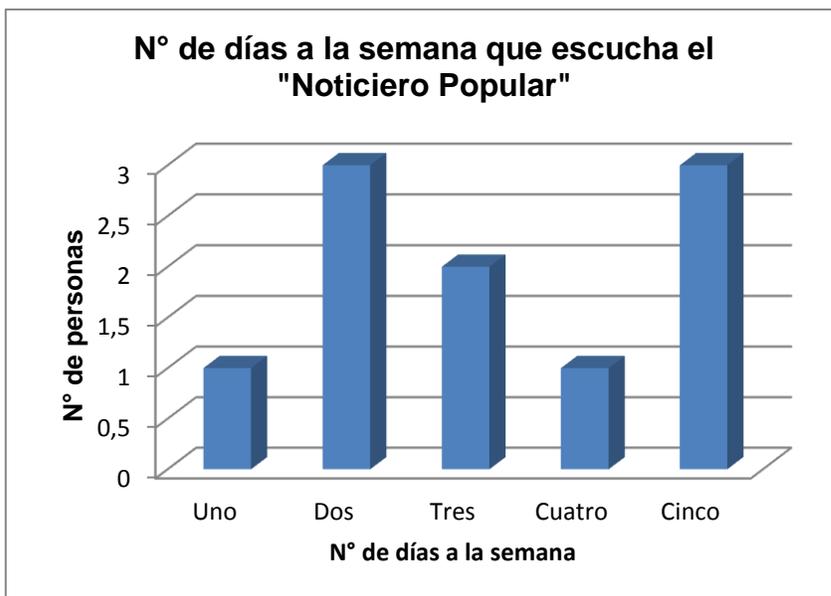
Gráfica # 1

<b>Personas Entrevistadas</b>	
Mujeres	4
Hombres	6
<b>Total</b>	<b>10</b>



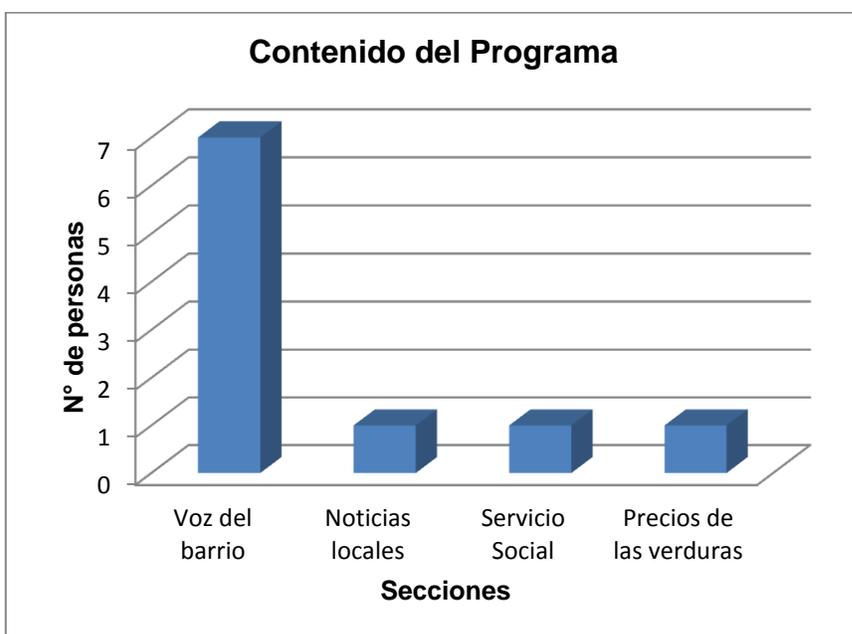
Gráfica # 2

Días a la semana que escucha el "Noticiero Popular"	
N° días que escucha el "Noticiero Popular"	N° de personas
Uno	1
Dos	3
Tres	2
Cuatro	1
Cinco	3
<b>Total</b>	<b>10</b>



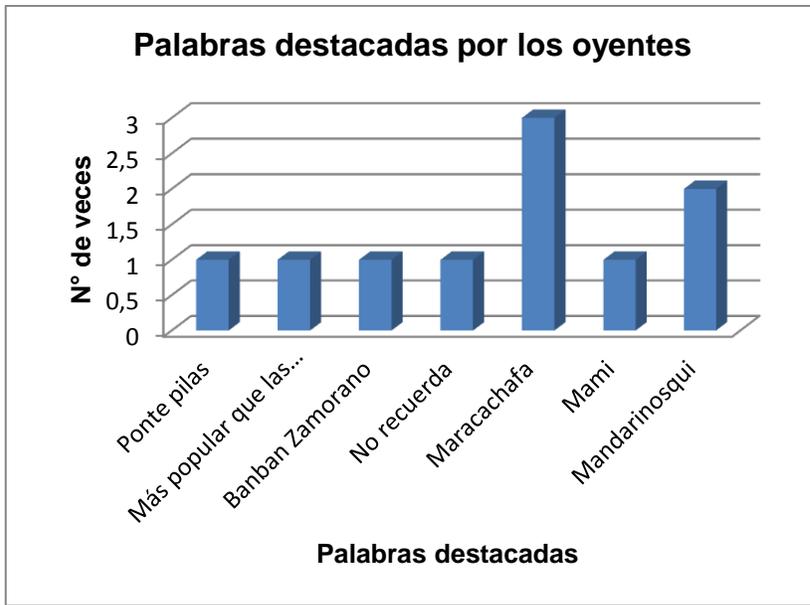
Gráfica # 3

<b>Contenido del Programa</b>	
Secciones	N° de personas
Voz del barrio	7
Noticias locales	1
Servicio Social	1
Precios de las verduras	1
<b>Total</b>	<b>10</b>



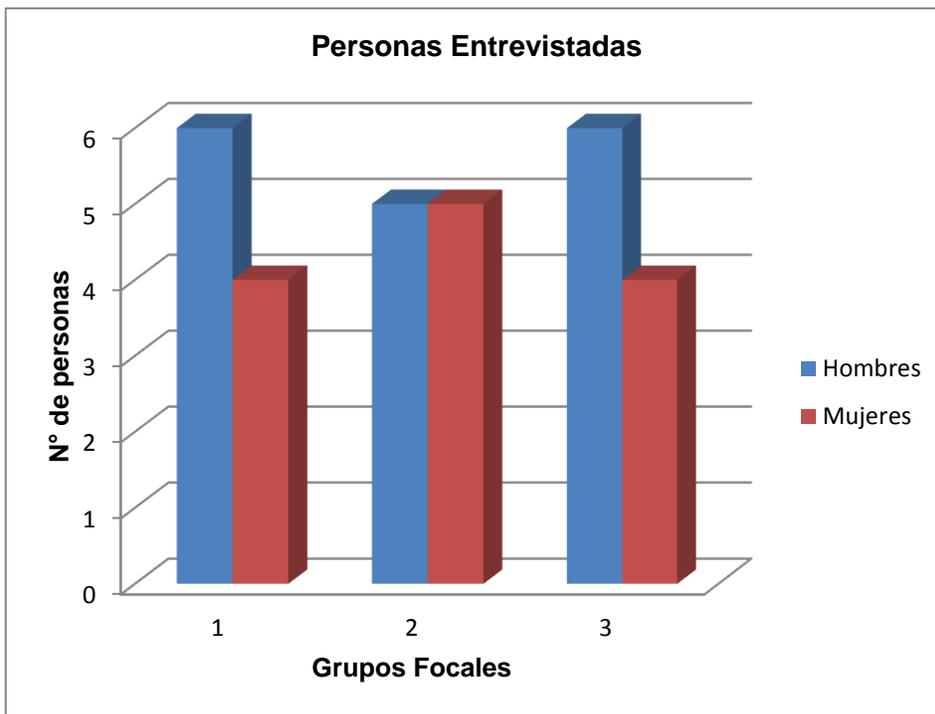
Gráfica #4

<b>Palabras destacadas por los oyentes</b>	
Ponte pilas	1
Más popular que las playas de Cartagena	1
Banban Zamorano	1
No recuerda	1
Maracachafa	3
Mami	1
Mandarinosqui	2
<b>Total</b>	<b>10</b>

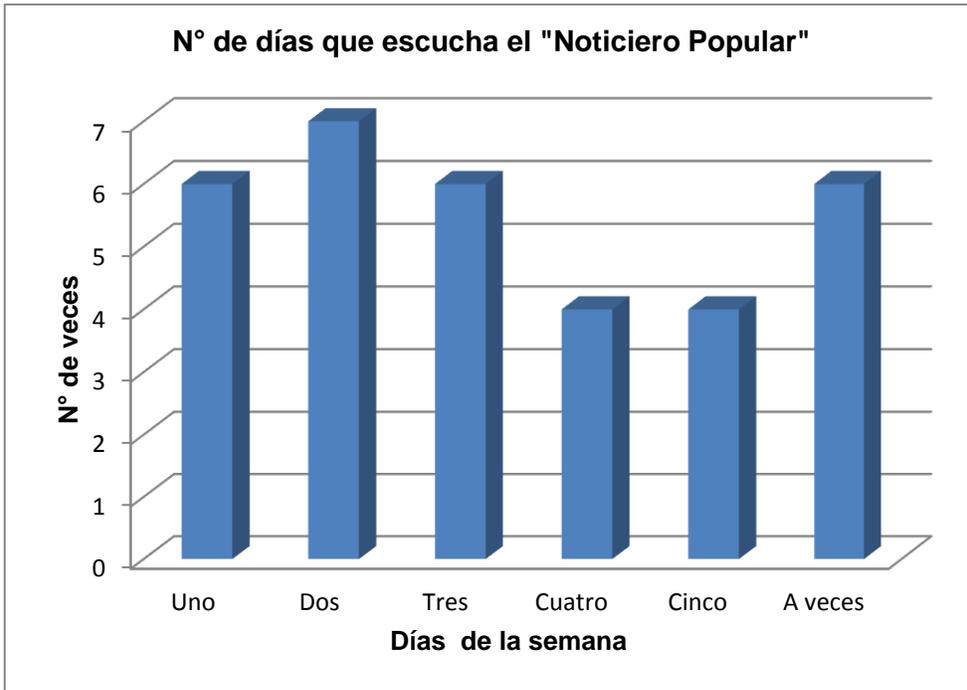


## 2.2.4 Datos Generales Grupos Focales

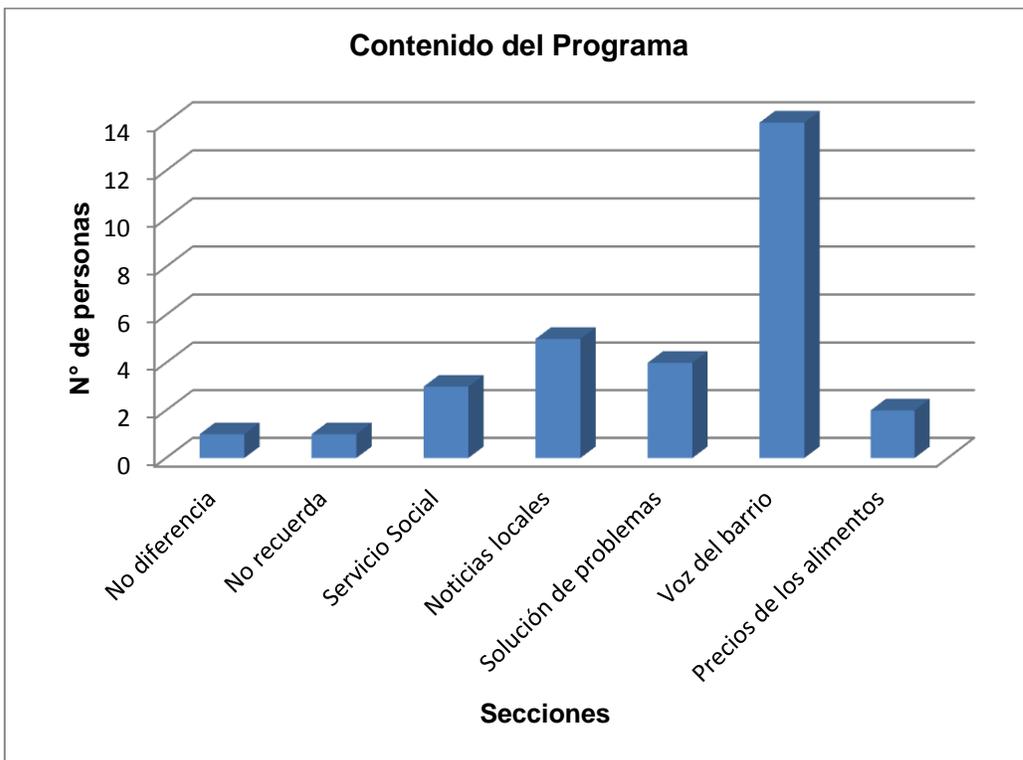
Gráfica # 1



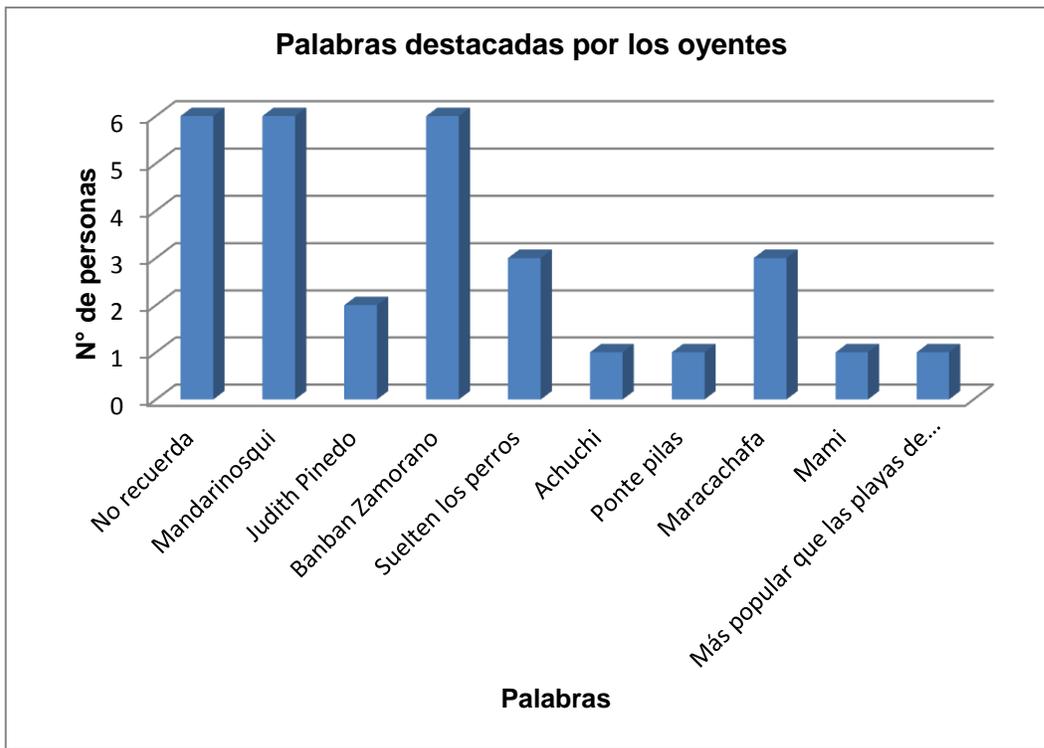
Gráfica # 2



Gráfica # 3



Gráfica #4



### 2.3. Sistematización cualitativa de los datos recogidos.

Durante la recolección de los datos necesarios para la realización del análisis semiótico a la radio comercial de Cartagena, en el caso específico del programa radial el “Noticiero Popular”, se trabajaron tres variables claves: Lenguaje, Contenido del Programa y Locutor, las cuales serán expuestas en el siguiente cuadro a partir de la interpretación hecha por los autores de este trabajo de grado:

Variables	Interpretación del grupo
<p><b>Lenguaje</b></p>	<p>En primer lugar, de acuerdo a los datos arrojados, cada grupo focal tuvo diferentes opiniones con respecto al lenguaje utilizado en “El Noticiero Popular”. Cabe resaltar, que así como la mayoría de participantes de un barrio estaban de acuerdo con el lenguaje utilizado, manifestando que se sentían a gusto escuchando las noticias de una forma original y autóctona, otros participantes dijeron que esa forma de expresarse era una falta de respeto contra las personas que querían escuchar las noticias de una manera adecuada.</p> <p>Así mismo, se encontró que el lenguaje está directamente relacionado con el índice de audiencia del “Noticiero Popular”, ya que existen habitantes de los barrios analizados que escuchan el noticiero porque disfrutan de la manera cómo se informan las noticias, por otro lado, las personas que mostraron su rechazo por este programa, reconocen que lo han escuchado porque les llama la atención la forma de expresarse del locutor, lo que les ha permitido llegar a criticarlo.</p> <p>Con respecto al lenguaje, específicamente a las palabras, fueron dos las más recordadas por los habitantes de cada barrio. Una de ellas es “Mandarinosqui”, apodo con el cual se conoce a Campo Elías Teherán, quien es el locutor del programa.</p>

	<p>La segunda palabra con mayor grado de recordación entre las personas entrevistadas fue “BanBan Zamorano”, la cual es utilizada por el locutor al momento de informar sobre la muerte de una persona que fue asesinada con arma de fuego.</p> <p>Con respecto a la clasificación de lenguaje, en el barrio cresco se resalta el gran número de jóvenes que expresaron su inconformidad con “El Noticiero Popular”, aludiendo que su estilo era “corroncho” e informal.</p>
<p><b>Contenido</b></p>	<p>Con respecto al contenido del “Noticiero Popular”, cabe resaltar que la mayoría de participantes tuvieron similitud al responder que la sección que más les gustaba a la hora de escuchar el noticiero, era “La Voz del Barrio”. La principal razón fue la ayuda que se les da a las comunidades, permitiendo escuchar esas voces que no son escuchadas por las entidades públicas de la ciudad de Cartagena.</p> <p>Así mismo, entre las secciones más escuchadas están: las noticias locales e información comunitaria, los servicios sociales, el cual tiene como propósito informar sobre algún acontecimiento o pérdida de documento y por último se encuentra los precio de los alimentos, sección que informa a las amas de casa y tenderos el valor que tienen los alimentos en la central de abastos de la ciudad, Bazurto.</p> <p>“El Noticiero Popular” es un noticiero que se destaca</p>

	<p>por utilizar la mayor parte de su tiempo en recibir llamadas y solucionar los problemas de las personas que acuden al programa. Esto es lo que más atrae público, según los resultados obtenidos en los tres grupos focales, realizados en diferentes sectores de la ciudad.</p>
<p><b>Locutor</b></p>	<p>Luego de las distintas discusiones que se generaron en los grupos focales, se lograron obtener las apreciaciones de los habitantes de los barrios Zaragocilla, Gaviotas y Crespo acerca del locutor de “El Noticiero Popular”, Campo Elías Teherán.</p> <p>Entre las principales opiniones, se resalta la labor hecha por el locutor en la sección “La Voz del Barrio”. Así mismo, los oyentes consideran que “Campo”, como es llamado cariñosamente este locutor, tiene carisma y gracia para dar las noticias.</p> <p>Por otro lado, en medio del grupo focal realizado en el barrio Crespo, se hizo evidente su preocupación por la aspiración a la Alcaldía mayor de la ciudad por parte del locutor del “Noticiero Popular”, Campo Elías Teherán, consideran que no sería bueno para la ciudad tener como alcalde a una persona que no sabe expresarse y mucho menos que vaya a querer y pretender arreglar los problemas de la ciudad con una llamada tal y como lo “hace” en su programa.</p>

## **2.4. Análisis de Resultados**

### **Características demográficas de las personas participantes del estudio.**

La población que se utilizó para este estudio fueron habitantes de los barrios Crespo, Las Gaviotas y Zaragocilla ubicados en cada uno de las tres localidades de la ciudad de Cartagena.

La edad promedio de los participantes en la recolección de datos fue de 34,72 años, lo que confirma el rango estipulado anteriormente de 25 a 45 años. Se trabajó con 30 habitantes en total, equivalentes al 100% de la muestra del estudio.

#### **2.4.1. Grupo Focal N°1. Barrio Crespo**

##### **Contexto**

En este primer grupo focal realizado a 10 habitantes del barrio Crespo, se obtuvo como resultado que del total de participantes del grupo focal, cinco personas lo escuchan una sola vez a la semana. Así mismo, la población restante está dividida entre tres y cuatro días, quedando así un participante quien respondió que sólo en algunas ocasiones lo escucha.

El principal argumento que expresaron los habitantes de este barrio, fue el rechazo a la existencia de este tipo de programas en la ciudad, aludiendo que lo que hacían era maltratar el lenguaje, ofendiendo incluso a algunas personas con su forma de expresarse.

En este encuentro con la muestra del barrio Crespo, se resalta la cantidad de jóvenes que expresan su inconformidad con “El Noticiero Popular” y su estilo “corroncho”, como lo manifiestan la mayoría de participantes del grupo focal.

### **Contenido del Programa**

En este aspecto, los pertenecientes al grupo focal N°1 expresaron su opinión acerca de los contenidos emitidos por “El Noticiero Popular”.

A pesar de no tener un alto grado de escucha, el 40% de las personas coincidieron en decir que lo mejor que tiene “El Noticiero Popular” es la sección que ayuda a las comunidades, es decir, la sección conocida como “La Voz del Barrio”. Este tipo de contenidos en el noticiero es lo que más se necesita en la ciudad, aclaran varios habitantes, diciendo que en este caso lo importante es ayudar a las personas que no son vistas por las entidades públicas de la ciudad.

Otro aspecto resaltado por el grupo de investigadores al momento de interactuar con los participantes, fue la clasificación que tienen los habitantes de Crespo a la hora de definir el lenguaje utilizado por el locutor del programa, el cual describieron como popular, informal, coloquial y corroncho, aclarando que esta es una forma de irrespetar a los oyentes.

## **Para Destacar**

Luego de realizar el grupo focal en el barrio Crespo, se logró identificar que la mayoría de participantes no son seguidores asiduos del noticiero, mencionando que preferían escuchar noticias en las noticieros tradicionales como La W de Caracol Radio y La FM o Radiosucesos RCN, ya que son confiables y tienen un lenguaje intermedio para todo tipo de personas y estratos.

Este grupo focal fue uno de los que más critico la información transmitida al público, aportando también que no es solo “El Noticiero Popular”, sino casi todas las emisoras de la ciudad de Cartagena.

### **2.4.2. Grupo Focal N° 2. Barrio Las Gaviotas**

#### **Contexto**

En el análisis del segundo grupo focal realizado a 10 habitantes del barrio Las Gaviotas, se pudo identificar que de las 10 personas, siete escuchan “El Noticiero Popular” de tres a cinco días por semana, predominando tres veces por semana con cuatro habitantes.

De igual forma, se obtuvo la opinión personal de cada participante, permitiendo resaltar que en la mayoría de casos hubo concordancia al decir que era un noticiero fresco y diferente, el cual informaba de forma familiar y autóctona manejando un estilo propio de la costa.

Por lo general, las mujeres amas de casa, empleadas del servicio y personas que laboran en un lugar donde pueden escuchar libremente la radio, son las que más escuchan el programa.

### **Contenido del Programa**

A partir de la interacción lograda con los participantes del grupo focal, se logró saber que pensaban los habitantes del barrio Las gaviotas sobre las diferentes secciones y contenidos manejados en el programa.

Unos de los aspectos que más se notaron a la hora de interactuar con el grupo focal, fue la gran afinidad que tienen los habitantes con la sección “La Voz del Barrio”, la cual tiene como característica principal ayudar a las comunidades con sus problemas.

Con respecto a lo anterior, de las diez personas que participaron del grupo focal siete coincidieron en decir que esa sección era la que más les agradaba, principalmente por la labor que realiza el locutor al momento de ayudar a solucionar los problemas de los barrios y las personas.

Por otro lado, una cantidad menor a la anterior, manifestó su desagrado con la forma de expresarse del locutor Campo Elías Teherán, aludiendo que no era adecuado utilizar en un programa radiofónico palabras como: “Maracachafa”, “BanBan Zamora”, “Mami”, entre otras, alegando en algunos casos que no entendían el significado de dichas palabras.

## **Para Destacar**

Con el fin de manifestar su interés o no con el “El Noticiero Popular”, cinco mujeres y cinco hombres asistieron al grupo focal 2, denominado así por el grupo de trabajo. Entre los participantes se resaltaron diferentes ideas las cuales sirvieron al grupo de investigación a identificar los diferentes puntos de vista de cada persona. En el caso de las mujeres, la mayoría manifestó su agrado por la labor realizada por Campo Elías Teherán durante su noticiero.

### **2.4.3 Grupo Focal N°3. Barrio Zaragocilla**

#### **Contexto**

El tercer grupo focal fue realizado en el barrio Zaragocilla, ubicado en la unidad comunera ocho. En el análisis realizado a 10 habitantes del barrio, se identificó que de las 10 personas, seis escuchan “El Noticiero Popular” de tres a cinco días por semana, predominando cinco veces por semana con tres habitantes. Por otro lado, se logró identificar que existen más personas que en el barrio Las Gaviotas que escuchan menos veces el noticiero.

Del 100% total de la muestra, el 40% escucha el programa entre uno y dos días, identificando como principal razón la falta de tiempo y la no conformidad con la forma de expresarse a la hora de dar las noticias.

A su vez, cada participante expresó su opinión personal de lo que para ellos es “El Noticiero Popular”. Esto permitió al grupo de investigación encontrar que el 40% escucha pocas veces el programa, están en desacuerdo con la forma de informar de Campo Elías Teherán, expresando que el lenguaje utilizado es tosco

y pintoresco lo cual va en contra del buen uso del lenguaje y de los sentimientos de familias que se ven inmiscuidas en dichas noticias.

En lo que concierne al otro 60% de la población participante, todos coinciden que este tipo de lenguaje es del pueblo y para el pueblo, manifestando que solo los que tienen rose diario con las personas en la calle, saben que significa cada palabra.

### **Contenido del Programa**

Luego de interactuar con cada uno de las personas pertenecientes al barrio Zaragocilla, se lograron interpretar las ideas que cada uno expresaba, con el fin de saber que tipos de contenidos son los que más gustan en este barrio.

Lo más destacado en el momento de la charla con los participantes, y en lo cual tienen mucha afinidad con respecto a lo que dijeron en el barrio Las Gaviotas, fue la preferencia por la sección “La Voz del Barrio”, con un total de siete personas que coincidieron con esta respuesta. En este punto cabe resaltar el grado de recordación que tuvo un participante al decir y citar el lema de dicha sección, aclarando que este mensaje refleja lo que es “El Noticiero Popular”: “Cuando el barrio habla, las autoridades a través del noticiero popular escuchan”.

En un grado mayor al del anterior grupo focal, en el barrio de Zaragocilla los habitantes manifestaron que la forma de transmitir los mensajes no era el adecuado, ya que en ocasiones se recurría al morbo para atraer más oyentes y así ganar más rating.

### **Para Destacar**

En el barrio Zaragocilla, hubo menos afinidad con el noticiero ya que hay más personas que lo escuchan menos veces y las cuales muestran su inconformidad con la forma en cómo se maneja la información. Con respecto a lo anterior, muchos aclararon que solo escuchaban el noticiero por que les tocaba, sobre todo cuando hacían uso del transporte público y en otros casos simplemente por diversión.

## CAPÍTULO 3

### Conclusiones y Recomendaciones

#### 3.1. Conclusiones

La utilización del lenguaje en la radio es de gran importancia, ya que se complementan la una a la otra logrando entretener, informar y educar cumpliendo la finalidad y la responsabilidad social que tiene una estación radial a la hora de realizar un programa radiofónico. Con respecto a esto se relacionó la comunicación, una facultad natural que tienen todos los seres humanos, con las diferentes teorías de la comunicación y el pensamiento que tienen desde la experiencia un grupo de habitantes de diferentes barrios de la ciudad de Cartagena.

De acuerdo con el análisis realizado durante las diferentes etapas de producción de este trabajo, se logró identificar distintos aspectos de lo que busca una persona al momento de elegir escuchar un programa radiofónico. En algunos casos, el receptor busca la forma de informarse adecuadamente de lo que sucede en su entorno, así mismo busca alternativas para satisfacer esa necesidad con la que se encuentra en un momento u otro. Así mismo, se encuentran las personas que gustan de la manera en cómo el emisor da las noticias, creando una relación indirecta con un locutor en específico.

Durante la recolección de información en este trabajo, se encontró que el lenguaje está directamente relacionado con el índice de audiencia de “El Noticiero Popular”, puesto que en la mayoría de casos las personas tienen un gusto propio por la

forma de expresarse del locutor, manejan el mismo tipo de lenguaje y se sienten a gusto escuchando las noticias en su misma forma de hablar. Por otro lado, los oyentes que no están de acuerdo con el tipo de lenguaje a la hora de informar las noticias, escuchan el programa puesto que les llama la atención como se expresa el locutor, llegando en algunos casos a escucharlo simplemente por diversión.

Con respecto a las preferencias de la población general de los tres grupos focales, éstos tienden a preferir la sección de “El Noticiero Popular” que ayuda a las comunidades y que busca encontrar soluciones inmediatas a los problemas que tienen. De la muestra total de 30 personas, 18 estuvieron de acuerdo en decir que la sección que más les agradaba era “La Voz del Barrio”. De igual modo hay que aclarar que de los 18 que dieron esta respuesta, no todos gustan del programa, lo que evidenció la diversidad de opiniones presentadas en cada uno de los grupos focales realizados.

En medio del grupo focal realizado en el barrio Crespo, se evidenciaron opiniones apartes del objetivo del trabajo, el lenguaje, en el caso específico de los habitantes de este barrio, se hizo evidente su preocupación por la aspiración a la Alcaldía mayor de la ciudad por parte del locutor del “Noticiero Popular”, Campo Elías Teherán, consideran que no sería bueno para la ciudad tener como alcalde a una persona mal hablada quien cree que con una llamada puede solucionar los problemas que se presentan en una ciudad como Cartagena, en donde hay una extrema brecha entre las clases sociales, además de esto, expresaron que la

Alcaldía mayor no opera con llamados de atención pública a las labores de los funcionarios, ya que la burocracia tiene su propia manera de funcionar.

### ***Análisis semiótico***

La radio es constructora de cultura y educación, creando contenidos que corresponden a los intereses del pueblo, los cuales permiten su desarrollo mediante el entretenimiento.

En este caso, “El Noticiero Popular” identifica su público como la gran masa de habitantes de sectores populares de la ciudad de Cartagena, los cuales viven el olvido por parte de las autoridades públicas de la ciudad. Es en este punto donde los ciudadanos encuentran en el noticiero una ayuda que les permite solucionar mínimamente sus problemas.

Para la realización de un análisis semiótico del programa estudiado, es importante conocer el concepto de lo “popular”, el cual abarca gran parte de lo que es el “Noticiero Popular” ya que nace con el objetivo de prestar un servicio social y de información a los habitantes de las ciudades en donde esta se encuentra.

Para García Canclini en su escrito “NI FOLKLÓRICO NI MASIVO ¿QUÉ ES LO POPULAR?”, el éxito de este término radica en su capacidad de tener y reunir a grupos diverso, cuya común situación de subalternidad no se deja nombrar por lo étnico, ni por el lugar en las relaciones de producción, ni por el ámbito geográfico (cultura campesina o urbana). García Canclini señala que lo popular permite abarcar sintéticamente todas las situaciones de subordinación y dar una identidad compartida a los grupos que coinciden en ese proyecto solidario.

En ese caso el autor expresa que lo popular no corresponde a un referente empírico, a sujetos o situaciones sociales que suceden en la realidad. Es principalmente una ideología, cuya teoría está aún por alcanzarse, siendo más un campo de trabajo que un objeto de estudio científicamente delimitado.

Es en este punto donde los medios influyen sobre las comunidades, creando los códigos que luego serán interpretados por los receptores que están atentos a lo que los emisores crean.

Es de gran importancia conocer la relación que existe entre semiótica y comunicación, con el fin de interpretar lo que quiere una estación radial al momento de crear mensajes y programas radiofónicos, tomando como función general el acto comunicativo que se puede describir como un signo que es producido por un emisor, tomado luego por el receptor.

Para Umberto Eco 1976 en su libro *Tratado de semiótica general*, la teoría de los signos considera un amplio grupo de fenómeno, como los tipos de lenguajes que existen, la evolución y transformación que se les da a los códigos, los distintos tipos de interacción comunicativa y los usos de los signos para interpretar o mencionar mensajes.

Eco define un proceso comunicativo como el paso de una señal, (lo que para él no es necesariamente un signo) desde una fuente, a través de un transmisor, a lo largo de un canal, hasta un destinatario, manteniendo el modelo lineal de la comunicación.

Con respecto a lo anterior, el modelo comunicativo ya no es visto como una práctica lineal, pensando la recepción desde dos lectores: lector modelo y lector empírico. Cabe resaltar que “El Noticiero Popular” busca satisfacer las dos características, ya que por un lado busca que el pueblo consuma el discurso creado para ellos, mientras que por otro lado hace que los oyentes formen parte del mismo discurso y sus marcas.

Gracias a esa lectura el productor de un programa radiofónico debe prever el lector al cual será destinado su producto, siendo capaz de contextualizar más el contenido al aire.

### ***Análisis semiótico al lenguaje empleado en el programa el “Noticiero Popular”***

. **Ponte Pilas:** Esta palabra es utilizada en el programa para advertir a las principales empresas públicas de la ciudad que tienen que trabajar más por el pueblo y para el pueblo.

“Ponte” viene del verbo poner, que de acuerdo con el Diccionario de la Real Academia Española significa “colocar en un sitio o lugar a alguien o algo” o “situar a alguien o algo en un lugar adecuado”. Así mismo “pila o pilas”, se define como el dispositivo que suministra una corriente eléctrica continua a partir de una reacción química.

Estas dos palabras al momento de ser unidas tienen como significado, “estar atento”, “generar movimiento”, “poner ánimo o ganas a las cosas que se hacen diariamente” y se utilizan en el diario vivir de las personas para alertar a otro individuo sobre algún su falta de interés para realizar una acción o un hecho.

. **Mandarinosqui:** Este es el apodo por el que es conocido el locutor Campo Elías Teherán. Mandarinosqui viene de la palabra mandarina, fruta cítrica de mayor producción en el mundo, y el mejor momento para ser consumida es durante su madurez.

El término “viejo mandarinosqui” o “viejo mandarina” es muy utilizado en la costa Caribe colombiana. Para el periodista Julio Caicedo en su escrito “El origen del viejo mandarina” la definición de esta palabra está ligada a *“Quitarle las cáscaras a una mandarina es tan fácil como algunas muchachas que despluman a numerosos jubilados y pensionados en el Panamá de hoy”*. Lo que evidencia que no solo se utiliza en Colombia sino en otros países del hemisferio.

En el caso del periodista Campo Elías Teherán, el apodo se refiere a su generosidad. La historia, relatada por el locutor en la entrevista concedida al portal web [lasillavacia.com](http://lasillavacia.com), es que hace años se dio cuenta que cuando los pensionados van a cobrar su mesada hay grupos de muchachas que los esperan a las afueras de los bancos para seducirlos y quedarse con su dinero. Al ver cómo los “pelaban”, se acordó de lo fácil que es pelar una mandarina, y los bautizó como los “mandarinosquis”. Y, como, según dice, el regala y comparte todo lo que tiene,

sus amigos lo terminaron llamando “el mandarinosqui mayor”, quedando como el mejor de todos los “mandarinosquis”.

. **Ah Chuchi:** Esta palabra era dicha por el comediante Cuchilla Geles quien murió hace algunos años, su significado en el noticiero es para afirmar algo que se está diciendo o relatando.

“Chuchi” viene del diminutivo “chucho”, nombre con el que son conocidas las personas llamadas Jesús. Por lo tanto, al momento de exclamar este término se está afirmando algo ante los ojos de Jesucristo. Es por esto que cuando se está informando sobre algún hecho sucedido en la ciudad de Cartagena, se reproduce la grabación del humorista Cuchilla Geles como gesto de afirmación a un hecho.

Ejemplo: Noticia tomada de [ElUniversal.com.co](http://ElUniversal.com.co)

*Atentado de sicarios en Cartagena: 5 heridos, uno está grave.*

*Locutor:* Las víctimas fueron trasladadas a la Clínica San José, del barrio Torices, donde son evaluados por los médicos.

*Locutor:* Los heridos fueron identificados como Jairo Pájaro Crismatt, y su hijo Jaír Cristian Pájaro Pérez, adolescente de 17 años, el más grave y quien a las 3:10 pm de esta tarde estaba siendo operado. Jaír recibió un balazo en el abdomen.

*Locutor:* También están heridos el mecánico de motos Jorge Luis Prens Mecino y su hermano José Luis, y otro sería un prestamista.

*Efecto de sonido: AH CHUCHI*

*Locutor:* Versiones dicen que se escucharon al menos 10 balazos y que el hombre que disparó iba de parrillero en una moto y sería una persona muy joven.

*Efecto de sonido:* AH CHUCHI

. **Bam Bam Zaromarno:** Expresión utilizada por el locutor al momento de informar sobre la muerte de una persona que fue asesinada con arma de fuego.

“Bam bam” es utilizado en las caricaturas o historietas a la hora de disparar un arma de fuego. Iván Zamorano (Bam bam Zamorano) es un ex futbolista chileno el cual es ídolo en su país por la gran cantidad de goles aportados a su selección.

Ejemplo: “Un sicario le dio bam bam zamorano a un hombre el cual estaba siendo extorsionado y se negó a pagar la vacuna”.

. **Maracachafa:** Este modismo se refiere a toda clase de sustancias alucinógenas, de acuerdo con el portal web [asihablamos.com](http://asihablamos.com) el diccionario latinoamericano para poder entendernos, esta expresión se refiere a marihuana o cualquier otro tipo de droga. Esta palabra es utilizada en diferentes países de América latina, como es el caso de Ecuador, Venezuela, Colombia, etc.

. **Mami:** De acuerdo con el Diccionario de la Real Lengua Española, esta palabra viene de la palabra mamá o madre, forma en cómo le llaman los hijos a su progenitora o madre.

En el “Noticiero Popular”, esta palabra es utilizada por el locutor para llamar a las mujeres que se comunican al programa. En la Costa Caribe colombiana esta

expresión la utilizan los hombres para llamar a sus mujeres, manifestándole su cariño y su agrado hacia ella.

### **3.2. Recomendaciones**

Acorde a la información expuesta a lo largo de este trabajo de investigación (teorías, conceptos, grupos focales, metodología) el grupo de trabajo hace las siguientes recomendaciones y sugerencias:

- Las emisoras privadas deben recordar que tienen responsabilidad social con los oyentes, es decir que no deben escudarse en su carácter comercial como manera de justificar los contenidos y programas que emiten.
- Se sugiere a los locutores recordar que están cumpliendo funciones de comunicadores y/o periodistas y que por ende si son o no profesionales en estas áreas, deben actuar o regirse bajo los parámetros profesionales tanto de la carrera como de la cadena radial.
- Los oyentes de la ciudad de Cartagena, en su gran mayoría de acuerdo a las personas que fueron entrevistadas, deberían darse la oportunidad de escuchar otros programas noticiosos para así poder tener una visión diferente de los acontecimientos locales.
- Las emisoras deben mantener un buen manejo del lenguaje, evitando modismos, apodosos y burlas al momento de la emisión de alguna información.

- Se recomienda a las audiencias escuchar con mayor atención las informaciones y noticias emitidas en la radio comercial de Cartagena, en especial, la manera en cómo son narradas estas.
- Debido a la diversidad de emisoras y programas radiales que hay en la ciudad, los habitantes de Cartagena deberán comprender que todas las edades, culturas y grupos sociales están identificadas con un programa u otro, por tanto, no se puede decir cuál de estos programas es el mejor.

## ANEXOS.

1. Preguntas guías para la realización de los grupos focales:
  - a. ¿Escucha usted el “Noticiero Popular” de la Cariñosa de RCN?
  - b. ¿Cuántas veces a la semana escucha el “Noticiero Popular”?
  - c. ¿Qué es lo que más le llama la atención a la hora de escuchar las noticias en este noticiero?
  - d. ¿Cuál es su opinión personal sobre el “Noticiero Popular” de RCN?
  - e. ¿Qué piensa usted sobre la forma como se informa o emite en este noticiero?
  - f. ¿Cómo clasifica el tipo del lenguaje utilizado por el locutor Campo Elías Teherán?
  - g. ¿Cuáles son las palabras que más recuerda de este programa?
  - h. ¿Cual es para usted la sección más importante del “Noticiero Popular”?

## 2. Glosario.

Este glosario está hecho en base a las palabras destacadas por los oyentes durante la elaboración de los grupos focales:

- *Ponte pilas*: para el participante del grupo focal esta frase es un llamado de alerta a las entidades públicas para que ayuden lo más rápido posible a los barrios con algún problema.
- *Mandarinosqui mayor*: sobrenombre del locutor y director de “El Noticiero Popular”, Campo Elías Teherán.
- *Achuchi*: esta palabra era dicha por el comediante Cuchilla Geles quien murió hace algunos años, su significado en el noticiero es para afirmar algo que se esté diciendo.
- *Ban Ban Zamorano*: es utilizada por el locutor al momento de informar sobre la muerte de una persona que fue asesinada con arma de fuego.
- *Arrenpujalo*: para los integrantes del segundo grupo focal, esta es una frase que viene del pueblo y quiere decir, meter algo.
- *Mami*: forma cómo el locutor nombra a las mujeres que llaman al programa.
- *Maracachafa*: se refiere a toda clase de sustancias alucinógenas.

CADENA	(Todas)
CIUDAD	CARTAGENA

EMISORA	Datos										PUESTO
	ECAR 1 2009	ECAR 2 2009	ECAR 3 2009	ECAR 4 2009	ECAR 1 2010	ECAR 2 2010	ECAR 3 2010	ECAR 4 2010	Dif Oyen	Dif %	
LA REINA	93	81	130	130	107	105	85	107	22	26,0%	1
RADIO TIEMPO	109	91	116	77	84	92	100	94	- 6	-5,8%	2
LA MEGA	94	92	102	89	80	88	102	93	- 9	-8,5%	3
OLIMPICA STEREO	72	76	64	77	62	71	52	70	18	34,7%	4
RUMBA STEREO	112	90	70	86	69	65	61	65	5	7,4%	5
LA CARIÑOSA	42	56	61	58	59	74	65	57	- 8	-11,9%	6
EL MINUTO DE DIOS	58	34	52	40	37	40	43	54	11	26,2%	7
R.C.N. RADIO	52	48	39	48	37	45	49	43	- 6	-12,0%	8
CARACOL RADIO	37	32	17	30	24	14	26	38	12	46,7%	9
POLICIA NACIONAL	63	42	38	34	30	36	25	33	9	35,9%	10
TROPICANA	21	23	43	37	36	39	28	27	- 1	-2,2%	11
LOS 40 PRINCIPALES	34	29	31	32	24	19	26	26	- 1	-1,9%	12
LA VOZ DE LA VICTORIA	5	12	13	12	4	12	11	14	3	24,3%	13
RADIONICA	4	3	2	1	1	0	6	2	- 4	-62,9%	14
UNIVERSIDAD DE CARTAGENA			2	0	3	4	8	2	- 6	-76,0%	15
LA VOZ DE LAS ANTILLAS	1	1	1	0	1	1	4	2	- 2	-60,0%	16
OXIGENO	1	6	6	5	5	0	2	2	0	6,7%	17
RADIO PRINCIPE	7	5	9	6	12	3	6	2	- 4	-72,7%	18
RADIO VIGIA TODELAR	8	2	2	3	2	1	4	1	- 3	-72,2%	19
RADIO BUCANERO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	#jDIV/0!	20
RADIO LIBERTAD	-	-	-	-	-	2	-	-	-	#jDIV/0!	21
EMISORA FUENTES	3	3	1	1	0	3	0	-	- 0	100,0%	22
COLMUNDO	-	3	1	-	-	-	0	-	- 0	100,0%	23
RADIO AUTENTICA	-	-	-	-	-	-	1	-	- 1	100,0%	24
LA VOZ DE LAS ESTRELLAS	-	-	-	1	-	-	-	-	-	#jDIV/0!	25
Total general	814	729	797	765	678	715	701	731	30	4,3%	

## BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Nacional Constituyente, (1991), "Constitución Política 1 de 1991", <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=4125>
- Balsebre, A. (2004), "El lenguaje radiofónico".  
<http://www.perio.unlp.edu.ar/produccionradiofonica1/Bibliografia/balsebre.pdf>
- Barone, P. (2007) "Teoría de la aguja hipodérmica", Material de estudio y complemento didáctico para las cátedras de "Teoría de la Comunicación Social" de la Universidad Católica Argentina (UCA).  
<http://teocoms.blogspot.com/2007/09/teor-de-la-aguja-hipod-el-primer.html>
- Cantillo, J. (2009), "Micrófonos fuera de control", periódico El Universal.  
<http://www.eluniversal.com.co/v2/suplementos/facetas/microfonos-fuera-de-control?page=3>
- Cepeda, M. (2003), "Corte Constitucional. Sentencia C-650"
- Departamento comunicaciones Universidad Tecnológica de Bolívar. (2008), "Tertulia Universidad Tecnológica de Bolívar", La noticia popular.  
<http://elcartero.unitecnologica.edu.co/anterior/174/art1>
- De Fleur-Ball Rokeach, (1982) *Teorías de la comunicación de masas*, Paidós, Barcelona.
- El universal. (2010), "Conversatorio sobre calidad de la radio en Cartagena", periódico El Universal,  
<http://www.eluniversal.com.co/cartagena/local/conversatorio-sobre-calidad-de-la-radio-en-cartagena>

- García Canclini, N. (2001), *Culturas Híbridas*, “estrategias para entrar y salir de la modernidad”.
- Guerra, M. (2007), “Foro de Radio”, Presentación ministra María del Rosario guerra.
- Hernández, S. (1991), “Metodología de la investigación”.
- Internet, (2009), “Teorías de los efectos de audiencia”, <http://comunicacion.idoneos.com/index.php/337570>
- Internet, (2008) “Teoría de los efectos de audiencia”, Blog del medio al mensaje <http://el-medioeselmensaje.blogspot.com/2008/06/teoras-de-los-efectos-en-las-audiencias.html>
- Lozano, J. (2007), “Teoría e investigación de la comunicación de masas”. (capítulo9 “La audiencia activa”)
- Mata, M. (1998), “Saber sobre la radio”, revista Signo y Pensamiento.
- McQuail (1983) *Introducción a la teoría de la comunicación de masas* , Paidós, Barcelona
- Macquail, D. (1982), “Introducción a la teorías de la comunicación de masas”
- Ministerio de Teconologías de la Información y las Comunicaciones, (2010), “Resolución 415 de 2010”, Publicación para los proveedores de la Radiofusión Sonora Comercial.

- Pareja, R. (1984), "Historia de la Radio en Colombia",  
<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per74.htm>
  
- Romero, P. (2009), "Añoranzas de la época de oro de la Radio en Cartagena"., Periódico El Sol.  
  
<http://www.periodicoelsol.net/noticia.php?Id=2127>
  
- Roland, B. (1990), "La Aventura Semiologica"
  
- Saussure, F. (1916), "Curso de Lingüística General",  
  
[http://cursos.puc.cl/let121h-1/almacen/1299462349\\_naavila\\_sec4\\_pos0.pdf](http://cursos.puc.cl/let121h-1/almacen/1299462349_naavila_sec4_pos0.pdf).
  
- Umberto, E. (1975), "Tratado de Semiótica General"