

UNIVERSIDAD DE SONORA

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PROGRAMA ANFITRIÓN PARA JÓVENES EN MÁXIMA 96.3



TRABAJO PROFESIONAL

MODALIDAD: DISERTACIÓN

Que para obtener el Título de:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Presenta:

FERNANDO HERRERA ARAGÓN

Asesor-Director:

MTRA. ELODIA GPE. ORTEGA ESCALANTE

Asesores:

M.C. RODRIGO ROMERO MATUZ

LIC. ALBERTO BERNAL MALDONADO

LIC. MARIA DEL CARMEN MORENO FIGUEROA

HERMOSILLO, SONORA. ENERO DE 2009.

Universidad de Sonora

Repositorio Institucional UNISON



**"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"**



Excepto si se señala otra cosa, la licencia del ítem se describe como openAccess

Índice de contenidos

INTRODUCCIÓN	5
1. JUSTIFICACIÓN:.....	7
2. OBJETIVOS.....	8
3. METODOLOGÍA.....	8
<i>a. Tipo de investigación</i>	<i>8</i>
<i>b. Instrumentos de recogida de información</i>	<i>9</i>
4. SUJETOS Y CONTEXTO.....	10
5. MARCO TEÓRICO.....	10
CAPITULO I. CONTEXTUALIZACIÓN DE MÁXIMA 96.3	16
1.1. ANTECEDENTES.....	16
1.2. OBJETIVO	17
1.3. MISIÓN Y VISIÓN	18
1.4. ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS.....	18
1.5. PATROCINADORES.....	19
1.6. ORGANIGRAMA.....	19
1.7. PROGRAMACIÓN	23
1.8. EL PAPEL DE LOS JÓVENES EN LA ESTACIÓN RADIOFÓNICA.	25
CAPITULO II. DIAGNÓSTICO DE LA IMPORTANCIA DE LOS JÓVENES EN LA PROGRAMACIÓN DE LA RADIO, A PARTIR DE LA OPINIÓN Y EXPERIENCIA DE LOS EMPLEADOS.....	26
2.1. INFORMACIÓN GENERAL	26
<i>2.1.1.- ¿En qué puesto se desempeña actualmente en Máxima 96.3?.....</i>	<i>26</i>
<i>2.1.2.- Considera que las actividades que realiza son:</i>	<i>27</i>
<i>2.1.3.- El Apoyo/Asistencia de otra persona, ¿sería de utilidad?.....</i>	<i>27</i>
2.2. IMPORTANCIA DE LOS JÓVENES EN LA PROGRAMACIÓN DE LA RADIO.....	28
<i>2.2.1. Lo más importante en Máxima es:</i>	<i>28</i>
<i>2.2.2. El trabajar en Máxima 96.3, es una:.....</i>	<i>29</i>
<i>2.2.3. La Audiencia representa:</i>	<i>30</i>
<i>2.2.4. El Radioescucha es importante, porque:.....</i>	<i>31</i>
2.3. SITUACIÓN ACTUAL DE MÁXIMA 96.3 F.M.....	33
<i>2.3.1. Máxima 96.3 para mí es importante por:.....</i>	<i>33</i>
<i>2.3.2. En relación con las otras estaciones juveniles, Máxima es:</i>	<i>34</i>
<i>2.3.3. La estación radiofónica debería trabajar más en:</i>	<i>34</i>

2.3.4. Desde tu perspectiva, ¿cuál ha sido el comportamiento del Rating en los últimos 3 meses?.....	35
2.3.5. Si estuviera en tus posibilidades, ¿qué hicieras para mejorar a Máxima 96.3?	35
2.3.6. Menciona 3 fortalezas de la Radio.....	36
2.3.7. Menciona 3 Debilidades de la Radio.....	36
2.3.8. ¿Cuáles son tus expectativas profesionales en Máxima 96.3?.....	37
2.4. EL PAPEL DE LOS JÓVENES EN LA ESTACIÓN RADIOFÓNICA	37
2.4.1. ¿En Máxima 96.3 hay participación de jóvenes estudiantes de preparatoria y universidad y aficionados No empleados?	44
2.4.2. ¿Has trabajado con algún estudiante de preparatoria y/o universidad o aficionado?... ..	45
2.4.3. ¿Cómo consideras la participación del joven?	46
2.4.4. ¿Crees que los estudiantes prestadores de servicio social, están suficientemente preparados para participar activamente en radio?.....	46
2.4.5. ¿Crees que los estudiantes practicantes, están suficientemente preparados para participar activamente en radio?.....	47
2.4.6. ¿Crées que los aficionados, están suficientemente preparados para participar activamente en radio?.....	47
2.4.7. ¿Aceptarías que un estudiante de comunicación trabajara contigo como asistente o apoyo para el desempeño de sus labores?	48
2.4.8. ¿Aceptarías a un joven aficionado como parte de tu equipo de trabajo?.....	49
2.5. EL MEDIO RADIOFÓNICO	51
2.5.1. ¿Qué les dirías a los aficionados de la radio que se interesan en Máxima 96.3?	51
2.5.2. ¿Qué les recomendarías a los estudiantes de comunicación que pretenden dedicarse a la radio?.....	51
2.5.3. ¿Cuáles serían las actividades idóneas para un aficionado que desea conocer Máxima 96.3?	52
2.5.4. ¿Cuáles serían las actividades idóneas para un estudiante de comunicación que desea conocer Máxima 96.3?	52
2.6. A MANERA DE CONCLUSIÓN	53
CAPITULO III. PROPUESTA DE PROGRAMA ANFITRIÓN PARA JÓVENES EN MAXIMA 96.3.	54
3.1. JUSTIFICACIÓN.....	54
3.2. OBJETIVOS.....	57
3.3. GENERAL	57
3.4. ESPECÍFICOS.....	57
3.5. PLAN DE ACCIÓN (METODOLOGÍA)	57
a. Aficionados y Estudiantes	58

b. Campaña de promoción. 59

3.6. FUNCIONES, ACTIVIDADES Y RESPONSABILIDADES 60

3.7. CALENDARIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES 65

3.8. RESULTADOS ESPERADOS 66

CONCLUSIONES 67

ANEXOS 69

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación son parte de nuestro entorno, nos informan, nos instruyen, nos comunican hechos y acontecimientos en nuestra comunidad.

A John Dewey, se le considera como uno de los pioneros en la investigación de la comunicación. Sus conceptos de esta son: de la comunicación, de la inteligencia, se le caracteriza por una fusión entre la ciencia y la participación de la comunidad. Considerando a la comunicación como un instrumento de precisión social. Para Dewey, la comunicación es el fundamento de toda relación humana y produce bienes materiales y bienes sociales uniendo a los individuos entre sí y permite la vida colectiva.

Por esa correlación de creación de un bien y por la necesidad de espacios para los jóvenes con ansias de participar activamente en su entorno, nace esta propuesta.

Es grato tener la experiencia como profesional a cargo de puestos importantes en los medios de comunicación como televisión y últimamente en radio, ver cuantos jóvenes estudiantes de diferentes carreras en especial de ciencias de la comunicación, se han acercado con la firme intención de desarrollarse profesionalmente en el medio.

Incluso también es grato experimentar con jóvenes no necesariamente ligados en una formación académica al estudio de los medios de comunicación, y como movidos por su interés y entusiasmo aprenden rápidamente. A estos se les denomina aficionados buscando al igual que los estudiantes crear, participar, producir el bien social o material satisfaciendo sus objetivos llevando a cabo la comunicación.

Los medios de comunicación están inmersos en sus actividades diarias, buscando siempre posicionar su producto en el gusto de las audiencias que manejan. En esta investigación se comprueba que en la estación de radiodifusión Máxima 96.3, no existe un programa o un esquema para atender a esos jóvenes estudiantes o aficionados mayores de edad entusiasmados en participar activamente en ella.

En algunas ocasiones se ha permitido el acceso de jóvenes a las instalaciones de la radio, han podido conocer y aprender un poco del medio, solo que no existe la constancia del proceso, no hay un seguimiento donde aprovechar los talentos, esas ganas de aprender o simplemente terminan por realizar actividades no contempladas sin algo que ver con su formación profesional o aspiración.

A manera de justificación del proyecto se hace mención de la importancia de la formación académica y el desarrollo profesional, de ahí sobreviene una metodología de investigación capaz de recabar la información necesaria para establecer una propuesta tomando en cuenta a las herramientas más importantes de este proceso, la entrevista y la encuesta necesariamente aplicadas al lugar de estudio, la estación de radio Máxima 96.3.

Fue necesaria la recopilación de información, a través de la indagación, de los antecedentes de Máxima 96.3 para contextualizar y comprender por qué es tan solicitada para practicar en ella tanto por los jóvenes

impulsados por el placer de aprender (aficionados) como quienes buscan una oportunidad de realizar sus prácticas en el desarrollo de su carrera (estudiantes).

Durante la investigación fue muy sencillo percatarse, hay una gran cantidad de términos de comunicación pero el que más nos incumbe es la comunicación social y los elementos participantes.

Así mismo, gracias a los datos recopilados, se obtuvo la respuesta buscada para efectuar la propuesta. Se describe en esta proposición, de acuerdo a las actividades de las personas integrantes de Máxima 96.3, una serie de actividades destinadas de acuerdo a un orden a la mutua colaboración de las partes participantes (jóvenes estudiantes, aficionados y radio) a obtener un beneficio, el aprendizaje.

Ha sido muy gratificante el efectuar esta investigación, gracias a los resultados una propuesta de este tipo abrirá la posibilidad a empresas, instituciones u organizaciones a realizar un esquema similar para atender efectivamente a los interesados en realizar servicio social y prácticas profesionales o simplemente desean como aficionados aprender las actividades propias de una estación de radio comprometida con la buena comunicación.

1. Justificación:

En la actualidad para las nuevas generaciones, adolescentes, jóvenes, estudiantes, las nuevas tecnologías y los medios masivos de comunicación son de gran importancia para su formación académica y su desarrollo profesional.

En la realización de tareas, investigaciones y proyectos, se ven en la necesidad de apoyarse en un medio de comunicación como la radio en el caso de estudiantes. Los aficionados motivados por el deseo de aprender y conocer de los medios de comunicación se acercan con la intención de participar en las actividades y funciones de la radio.

En la mayoría de los casos de jóvenes visitantes de Máxima 96.3 sean estudiantes con deseos de realizar su servicio social o prácticas, o sean aficionados, nace una inquietud de conocer más a profundidad, el funcionamiento, la estructura, o bien conocer detrás del medio de comunicación del cual día a día son partícipes.

Hasta el momento y gracias a las indagaciones realizadas para esta investigación, se puede percatar la falta de una oportunidad abierta, de parte de la radio en este caso, para conocer, observar y participar. Con las encuestas realizadas se puede descubrir esa situación donde los mismos empleados de la radio están en la disposición de inducir y compartir sus conocimientos a los jóvenes con deseos de participar activamente en la radio haciendo audios (spots comerciales), manejando la operatividad en los controles.

Por ello el crear un espacio de oportunidad en la estación de radio Máxima 96.3; Un espacio donde exista un plan de trabajo, un plan de actividades donde los jóvenes, sean estudiantes con deseos de realizar sus prácticas y servicio social o aficionados mayores de edad con entusiasmo de participación, tengan la oportunidad de formar parte de la función y estructura de una estación de radio.

Además, es lamentable ver jóvenes con una creatividad desarrollada con ideas vanguardistas necesarias en los medios de comunicación tan cambiantes, y no son bien aprovechados. Hace falta un espacio, una estructura y una organización del mismo esquema para llevar a cabo el aprovechamiento de esos talentos.

Máxima 96.3 es una estación juvenil, los jóvenes estudiantes buscarán acercarse a ella motivados por esa conexión movidos a su vez por el gusto, entonces es así como podremos aprovecharlos siguiendo sus propias decisiones de participación haciéndolos colaborar obteniendo con esto su aprendizaje, y para la radio obtener el apoyo.

Los mismos locutores creen necesaria la participación y el apoyo de los jóvenes, de acuerdo a las encuestas se observa tal apreciación. Ellos desean compartir experiencias y compartir sus actividades como el ser locutor, hacer promociones, conocer de publicidad, entre otras más funciones más que con apoyo se hagan más sencillas.

2. Objetivos

a. Objetivo General:

Diseñar y aplicar un Programa Anfitrión para Máxima 96.3, que genere oportunidades de participación para estudiantes (prestadores de servicio social o practicantes) y jóvenes radioescuchas aficionados mayores de edad.

b. Objetivos específicos:

1. Conocer la situación actual de Máxima 96.3
2. Contextualizar el papel de los jóvenes (prestadores de servicio social, practicantes y aficionados mayores de edad) en la estación radiofónica.
3. Elaborar un diagnóstico de la importancia de los jóvenes en la programación de la radio, a partir de la opinión y experiencia de los empleados.
4. Diseñar y proponer una propuesta que de oportunidad a los jóvenes estudiantes (prestadores de servicio social o practicantes) y aficionados mayores de edad para incursionar en el medio radiofónico.

3. Metodología

La presente investigación surge la necesidad de encontrar una solución al problema visualizado en Máxima 96.3, durante mi experiencia profesional he podido observar decenas de jóvenes llamando para solicitar su participación en la producción de la radio, ya sea enviando saludos, atendiendo teléfonos, como locutores u operando los controles de consola en cabina.

a. Tipo de investigación

Para sustentar la propuesta de solución al problema, se realiza una indagación inicial utilizando como herramienta la encuesta, para seguir cada una de las etapas de la investigación científica de tipo mixta mezclando dos clases de investigación:

Documental: porque esta se realiza mediante la consulta de documentos varios, de donde se obtendrá información para procesarla. Así entonces se ha utilizado para esta investigación la consulta de facturas confidenciales solo para comprobar inicios de la radio, y,

Campo: con este tipo de investigación se recabaron datos directamente de la realidad haciendo

preguntas al Director General y a los empleados con mayor antigüedad en Máxima 96.3.

Así, este trabajo se basa en investigación documental realizando entrevistas y encuestas.

Para precisar la posibilidad de diseñar e implementar este programa en Máxima 96.3 y conocer los intereses de los locutores, se llevaron a cabo tres acciones:

- Encuesta a trabajadores de la radio (1 Productor, 1 Director General, 2 Gerentes, 4 Operadores Técnicos, 5 Locutores y otras 3 personas pertenecientes a la radio realizando actividades administrativas),
- Entrevista al Director General y locutores con más antigüedad, y
- la observación participante derivada de la experiencia profesional.

b. Instrumentos de recogida de información

Ya teniendo la muestra de población para realizar la investigación dentro de la radio, es la base para la elaboración del resto de los instrumentos de investigación y precisión, y se diseñan los instrumentos definitivos.

Para realizar la investigación, se utilizan protocolos de observación, definiendo los aspectos concretos a valorar, los instrumentos de recolección de información se diseñaron en función de los objetivos específicos a cumplir de la investigación, una vez identificada la información requerida para llevar a cabo la investigación.

Encuesta

La encuesta es una herramienta utilizada en la investigación para obtener información mediante preguntas dirigidas a una muestra de individuos representativa de la población o universo de forma que las conclusiones obtenidas puedan generalizarse al conjunto de la población siguiendo los principios básicos de la inferencia estadística, ya que la encuesta se basa en el método inductivo, es decir, a partir de un número suficiente de datos podemos obtener conclusiones a nivel general¹.

La principal ventaja de la encuesta frente a otras técnicas es su versatilidad o capacidad para recoger datos sobre una amplia gama de necesidades de información, por lo tanto con el siguiente instrumento pretendo elaborar un análisis.

Para poder aplicar la encuesta se solicitará la colaboración de los trabajadores de la radio.

¹ Nomakforoosh. Metodología de la Investigación. Segunda edición. Editorial Limusa. México, 2002. Pagina 79

Entrevistas

“... Por entrevista se entiende el proceso de interrogar o hacer preguntas a una persona con el fin de captar conocimientos y opiniones acerca de algo, con la finalidad de realizar alguna labor específica con la información captada”².

Las entrevistas se realizaron al Director General de Grupo Radio S.A. RADIOSA, al que pertenece la estación Máxima 96.3 y a los empleados con más antigüedad dentro de la misma en primera para contextualizar y en segunda por ser quienes están en contacto directo con el público.

Las entrevistas han sido de tipo semiestructural y de manera indagatoria, a fin de obtener la mayor información posible de los entrevistados ayudando a aclarar los antecedentes e historia de la estación de radio.

4. Sujetos y Contexto.

La encuesta se aplicó al total de empleados participantes directa y activamente en la transmisión de la radio: 1 Productor, 1 Director General, 2 Gerentes, 4 Operadores Técnicos, 5 Locutores y otras 3 personas pertenecientes a la radio realizando actividades administrativas. Para contextualizar este método de investigación los sujetos han sido ubicados en las instalaciones de la estación de radio Máxima 96.3, perteneciente al corporativo Grupo Radio S.A. RADIOSA, se encuentra ubicada en la ciudad de Hermosillo, Sonora, en la siguiente dirección:

Calle Nayarit y Heriberto Aja N° 96, Colonia Centro, C.P. 83000.

Este proceso de investigación tuvo una duración aproximada de 6 meses, en el período comprendido de Julio 2008 a Diciembre 2008.

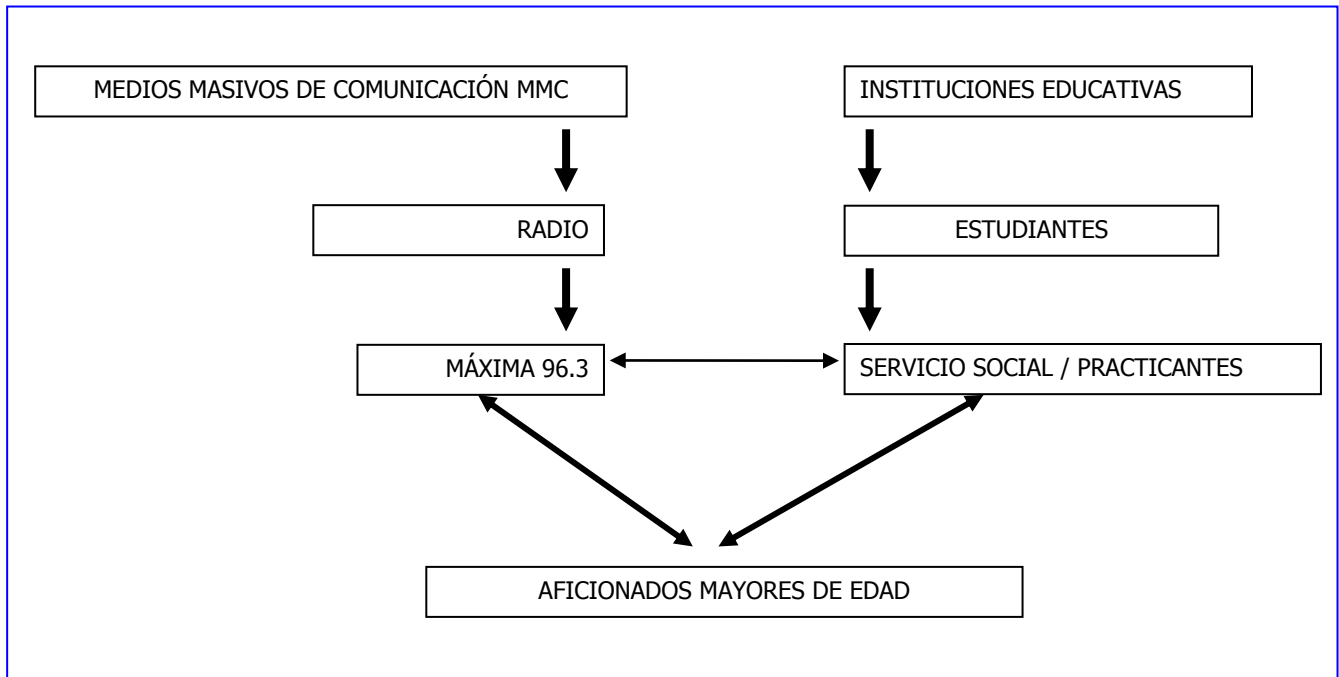
5. Marco Teórico

Para la realización del presente trabajo fue necesaria la definición de algunos conceptos, los cuales se encuentran interrelacionados.

² Nomakforoosh. Metodología de la Investigación. Segunda edición. Editorial Limusa. México, 2002. Pagina 139.

Máxima 96.3 es el foco de atención de los jóvenes Aficionados mayores de edad para acudir a aprender, de la misma manera para los Estudiantes ya sea para realizar su Servicio Social como para realizar sus Prácticas. Dichos estudiantes se desprenden de las Instituciones Educativas.

De los Medios Masivos de Comunicación (MMC), se desprende la Radio como el medio motivante para los jóvenes estudiantes con deseos de realizar su servicio social o prácticas y la aspiración de participar de aficionados mayores de edad ubicando a Máxima 96.3 como su principal foco de atención obteniendo la conexión:



*Realizado por Mtra. Elodia Hortera, Dic 2008.

De acuerdo con Roberto Aparicio (2004) **comunicación** implica diálogo, una forma de relación poniendo a dos o más personas en un proceso de interacción y de transformación continua. Sin embargo es común su utilización como sinónimo de "dar a conocer", "informar" o "transmitir", cuando el concepto propiamente utilizado implica la idea de transformación o cambio. En este sentido el tipo de relación y el número de personas involucradas en el proceso definen la forma de comunicación abordada, de tal manera que podemos distinguir diferentes niveles de interacción como lo explica:

1. Comunicación Intrapersonal, se basa en la capacidad de formar un modelo realista de nosotros mismos y ser capaces de usar ese modelo para operar eficazmente en la vida.

<http://consultoriadp.wordpress.com/2008/02/26/comunicacion-intrapersonal/>

2. Comunicación Interpersonal, se da entre dos personas físicamente próximas. Cada una de las personas produce mensajes estos son una respuesta a los mensajes que han sido elaborados por la otra o las otras personas implicadas. <http://www.mitecnologico.com/Main/ComunicacionInterpersonal>
3. Comunicación Grupal, así como la comunicación interpersonal, la grupal se refiere a un grupo de más de dos personas que intercambian mensajes. Por ejemplo, una reunión de trabajo o una reunión familiar. <http://www.unsl.edu.ar/~teco/multimedia/trabajos/grupo1/Comunicaci%F3n%20Grupal.htm>
4. Comunicación Organizacional, se entiende como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes dados entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio. <http://www.miespacio.org/cont/invest/comunica.htm>
5. Comunicación Intermedia, Esta se sitúa entre la comunicación personal y la masiva. Los medios validos son, entre otros, el teléfono, estaciones radiotelegráficas, el satélite y teletipo. <http://www.miespacio.org/cont/invest/comunica.htm>
6. Comunicación Masiva. Es la comunicación de difusión o de masas y recurre a la ayuda de la tecnología moderna bajo la forma de medios masivos. <http://www.mitecnologico.com/Main/ComunicacionMasiva>

La comunicación de difusión o masiva, recurre a la ayuda de la tecnología moderna bajo la forma de medios masivos como la prensa, radio, televisión, cine e internet. Para referirse a los medios en el año 1962 se acuñó el término **comunicación social**, otorgándole un uso general. La ventaja que tiene, como término de gran connotación, consiste en "toda" comunicación es social pero "no toda" comunicación es "masiva" pero es posible usar los dos términos como sinónimos.

De esta manera, el campo de estudio de los medios de comunicación masiva le corresponde a la comunicación social, explora principalmente las áreas de la información percibida, transmitida y entendida, así como el impacto que puede tener en la sociedad.

De tal manera, es común encontrarnos con herramientas de comunicación de diversa índole y hasta en espacios de formación educativa, como los impartidos en las carreras de comunicación a nivel universitario o como especialidad en los bachilleratos. Estos Programas académicos requieren de prácticas continuas de producción para los diferentes lenguajes de la comunicación, aumentando en complejidad según avanzan en su formación, siendo fundamental los estudiantes salgan a escenarios reales a poner en práctica los conocimientos teóricos adquiridos en las instalaciones universitarias, lo cual pueden conseguir mediante dos vías oficialmente instituidas: **servicio social** y **prácticas profesionales**.

Por razones diversas, en Máxima 96.3 estamos conscientes de la necesidad de espacios para prácticas: fuimos estudiantes, recibimos a estudiantes y estamos interesados en generar experiencias de interacción con los jóvenes encaminándonos a la mejora continua. Por otro lado, en Hermosillo, son muchos los aficionados al medio radiofónico interesados en "probar suerte" participando en la radio, algunos de ellos vienen a nosotros

buscando una oportunidad e incluso, se les convoca a audiciones con el fin de descubrir talentos fuera de las aulas de clases y así lograr combinar los talentos de la vocación innata y la formación profesional.

Aquí es donde definimos los conceptos de estudiante, servicio social, prácticas profesionales y aficionado para tener una comprensión más clara de nuestro objeto de estudio y llevar a cabo nuestra propuesta.

Estudiante. Según Wikipedia en línea es: Un estudiante es aquella persona dedicada a la lectura, puesta en práctica y aprehensión de conocimientos sobre alguna materia o arte.

Servicio social. De acuerdo a la Universidad de Sonora en su Plan de Desarrollo Institucional 2005-2009 (PDI) señala: Es una actividad académica de carácter temporal y obligatorio realizada por los estudiantes como parte de su formación profesional, en beneficio de la comunidad y en estrecha relación con la problemática que plantea el desarrollo de la región y del país.

Prácticas profesionales. De acuerdo al Colegio Académico del Reglamento de Prácticas Profesionales la Universidad de Sonora Junio 2008, el objetivo de realizar prácticas profesionales es: Consolidar la formación profesional de los estudiantes a través de modalidades de aprendizaje permitiendo desarrollar competencias profesionales en contextos laborales vinculados estrechamente con su formación, como recurso didáctico integrando los conocimientos, habilidades y actitudes adquiridos en el aula.

Aficionado. Según Wikipedia en línea es: Generalmente el término aficionado o "amateur" se aplica a todo aquello que se realiza sin un carácter de ejercicio profesional, por afición personal. Básicamente, se trata de la persona que hace algo sólo por vocación. Deriva de la lengua francesa, a su vez derivada de la raíz de la palabra en latín, la cual significa "amar a" o "el amador de". En este sentido un amateur puede ser tan hábil como un profesional, sin embargo su motivación es el amor o la pasión por una cierta actividad y no tiene el fin de ganar dinero por realizarla.

Como se observa, no hay mucha diferencia en cuanto al fin buscado por los estudiantes que deben realizar su servicio social o sus prácticas profesionales y los aficionados mayores de edad al acercarse a la radio, todos buscan aprender. Un estudiante el cual su meta es aprehender conocimientos se ve obligado a realizar su servicio social como parte de su formación profesional. De la misma manera con las prácticas profesionales se busca vincular estrechamente su formación profesional con un contexto laboral. Y un aficionado lo hace por amor o pasión por la actividad buscando no el dinero pero si dicho aprendizaje le sirva.

No somos ajenos a la realidad, hay que cumplir con procedimientos y metodologías, razón por la cual, esta investigación plantea construir un programa anfitrión para jóvenes abriendo responsablemente las puertas a los

interesados, los guíe en el quehacer radiofónico de Máxima 96.3 y les ayude a confirmar o revalorar su vocación. El fin último es y será, el aprendizaje mutuo.

Ahora bien, la radio se ha consolidado como el único medio de comunicación de masas exclusivamente sonoro, debido a la percepción de los mensajes radiofónicos, sólo participa un sentido: el oído. El papel representado por la radio ha demostrado poseer cualidades particulares, como la capacidad de generar imágenes mentales en los oyentes, compatibilidad, accesibilidad, credibilidad y la Diversidad de la audiencia, mediante mensajes secuenciales. Fugaces y unidirecciones.

Aunque en ocasiones pueden dar la impresión que la radio en internet neutraliza la **secuencialidad** (el receptor puede acceder a los programas según sus preferencias y escucharlos en el orden que desee sin imposiciones temporales) y **fugacidad** (el oyente tiene la posibilidad de sintonizar un programa que por cualquier circunstancia no pudo oír y escucharlo tantas veces como quiera; los mensajes retornan), en realidad, las características específicas del medio como tal se mantienen, siempre será una **comunicación mediada** porque debe recurrir a canales técnicos para tener lugar. Siempre será una **comunicación unidireccional**, puesto que la comunicación bidireccional sólo se produce entre el oyente que llama por teléfono a la emisora de un programa en directo y el locutor de dicho programa. Es el emisor el que domina el medio y un receptor sólo puede pasar a ser emisor, y siempre ocasional, si el medio lo permite.

Todo lo anterior ha motivado la proliferación de estaciones radiofónicas en todo el mundo, con intereses puramente promocionales hasta comerciales, haciendo necesario el establecimiento de organismos reguladores del medio y reglas de funcionamiento favoreciendo el desempeño de las estaciones y sobre todo velando por los intereses y el bienestar social. La mejor evidencia es, a la fecha, las estaciones de radio se mantienen en el gusto del público e incluso entusiasmo a muchos a participar en ellas y por ende, dar continuidad a la radio.

Podemos asegurar que el elemento esencial de la radio es la voz, "la emisión de la voz representa lo más significativo del ser humano porque es la palabra, la codificación de la idea lo transmitido a los otros" (Romo, Cristina; 1968:50), pero no que el locutor sea el personaje mas importante. En las estaciones de radio también se encuentran, profesionales de comunicación, como es en el área de cabina, en este caso los operadores técnicos: son las personas encontradas en los controles, quienes se encargan de entrar al aire a los locutores, la música y la publicidad; los de programación se encargan de la producción de los programas y spot, por ultimo los coordinadores de noticias, en este caso de una estación de noticias, se encargan de buscar las entrevistas, coordinar los noticieros y saber el momento que saldrán al aire los reporteros con la nota. Son elementos importantes para una cabina de radio, aunque en la mayoría de los casos, a la audiencia le interesa conocer la persona frente al micrófono, *al principal ejecutor de la voz, el locutor, de acuerdo a Cristina Romo "...es la persona más conocida de la estación. Es la voz oficial de la misma, en él se identifica la emisión"* (1986:51).

En Hermosillo, las estaciones y las audiencias están bien identificadas, incluso por grupos y/o cadenas radiofónicas enlistando estaciones de tipo comercial o concesionadas, dejando al margen de estos a las estaciones de índole permisionado es decir, con derechos de transmisión meramente cultural. De 1990 a 2000, las estaciones concesionadas en México pasaron de 950 a mil 146 y las permisionadas aumentaron de 95 a 319.

Cifras de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT) establecen que hay un total de 747 estaciones concesionadas de Amplitud Modulada y que de 1991 a 2000 hubo un aumento de 65; mientras las de Frecuencia Modulada suman 377, de las cuales 138 se concesionaron en el mismo periodo.

Las cuales generalmente responden a las funciones de alguna institución u organismo oficial.

De esta manera, contamos para la ciudad de Hermosillo, Sonora, cinco grupos radiofónicos:

ESTACIONES DE RADIO	
Grupo radiofónico	Estaciones que lo conforman
Grupo Radio S.A. RADIOSA	XEDL, XEVSS, XEPB, XHVS y XHMMO
Uniradio	XHMOV, XHSD, XEHOS y XEYF
Acir	XEDM, XEFEM, XESON y XHUSS
MVS	XEBH y XEHQ
Radio Alma	XHHLL
Radio Capital	
*Elaborado por: Elodia Ortega, Ago 2008	

Máxima 96.3 cuyas siglas con XHVS, es la estación radiofónica originaria de este estudio, como se observa en el cuadro anterior pertenece a Grupo Radio S.A. RADIOSA, es una emisora juvenil, la mayor parte del tiempo es musical, donde existe un locutor animador, presentador de música, da opinión y desarrolla un programa con la participación activa de lo jóvenes que llaman o van a la radio.

CAPITULO I. CONTEXTUALIZACIÓN DE MÁXIMA 96.3

Máxima 96.3 es, de acuerdo a la entrevista indagatoria realizada a directivos y empleados de la empresa, la estación radiofónica con los mejores hits (éxitos musicales) del momento en inglés y español. Es una emisora del Grupo Radio S.A. cuya sigla es RADIOSA, proveniente de la Ciudad de México, siendo única en el noroeste de la República Mexicana ubicada en la ciudad coloquialmente denominada "Capital del Sol", Hermosillo, Sonora.

Se puede sintonizar en cualquier aparato de radio en sistema combo, se le llama así pues envía señal a través de los dos tipos de ondas radiofónicas AM y FM. Recoge la señal en el 96.3 de FM (Frecuencia Modulada) y en el 1110 de AM (Amplitud Modulada), teniendo con esto una cobertura en los dos tipos de frecuencias radiales.

Gracias a la música actual manejada en la estación, el target (se le denomina así al público meta en radio) a quien se dirige, está conformado por la población entre 12 y 35 años de edad. Se busca cautivar a chicos y grandes con una programación excelente incluyendo programas con locutores en vivo y música actual de lunes a domingo las 24 horas del día.

Existen estudios de RATING también conocido como "cuota", son investigaciones realizadas a audiencias o espectadores arrojándonos una cifra de porcentajes, esta cifra indica cuanta audiencia tiene un programa de radio o de televisión de acuerdo al target o público meta manejado. Máxima 96.3 está bien definida en ese aspecto.

Al preguntarle en entrevista indagatoria al director general de RADIOSA el Lic. Diego Serna, comenta: "¿RATING?... Eso es lo de menos... Sabemos que la vanguardia musical y los programas de Máxima 96.3 cautivan a nuestros radioescuchas... Somos la número uno", así lo asegura como regente de la empresa indicándonos con esto la existencia de mucha seguridad en cuanto al producto ofrecido por la estación.

Para conocer el RATING de Máxima 96.3, podrá consultarse la página en Internet de INRA (Instituto Nacional de Rating) <http://www.inra.com.mx/>, una empresa dedicada a la medición de audiencias para radio, televisión y prensa.

1.1. Antecedentes

No existe dentro de la compañía algún manual de identidad específico capaz de arrojarnos datos precisos como antecedentes de Máxima 96.3, así entonces se realizó la entrevista indagatoria al Director General de la empresa Grupo Radio S.A. RADIOSA. Aplicando el mismo método hice coincidir datos obtenidos de los empleados con más antigüedad en la estación.

En 1995, tres personas pensaron realizar una radio Juvenil, los involucrados en ese proyecto fueron César Aparicio, Lalo Villa, y Arnoldo Heredia. Estas personas ya no participan en esta estación de radio, pero fueron piezas clave con ideas innovadoras dando inicio a una revolución radiofónica en Hermosillo, Sonora.

Al principio de la idea, se planeó sustituir el 1110 AM, de Radio Felicidad, por esta nueva estación aun sin nombre específico. En el proceso de pensar cómo se llamaría la nueva radio, desearon mejor llevarla a otro nivel solicitando a Grupo Radio S.A. RADIOSA la licencia de transmisión en el 96.3 de FM, RADIOSA estuvo de acuerdo pero sin dejar de lado el 1110 AM, es ahí donde nace el sistema Combo, es decir ambas frecuencias en una sola estación.

Una vez obtenida la licencia, se ponen de acuerdo la parte creativa con la administrativa dejando a Radio Festival fuera del aire dando inicio a un nuevo concepto "Máxima" sin una definición específica pero con fé de parte de los creadores en lograr con ese nombre llamar la atención de los radioescuchas, esto sucedió el 17 de julio del mismo año agregándole después de un año la frecuencia para darle distintivo quedando Máxima 96.3 como nombre de la estación.

Tres años después el Lic. Diego Serna proveniente del Grupo Radio S.A. RADIOSA de la Cd. De México, llega a Hermosillo a dirigir este proyecto. Su firme intención no distaba del objetivo inicial, buscaba abarcar todos los géneros juveniles.

La estación comenzó con un programa de entrevistas de rock, luego agregó más programas de entretenimiento tipo de revista con temas variados; horóscopos, chistes, salud, sexo, amor, temas cotidianos para hacer sentir al radioescucha cómodo y sin presiones. Su programación musical desde sus inicios han sido temas en español e inglés de género pop, rock, baladas y alternativos.

Este proyecto fue creado con todos los derechos reservados de Grupo Radio S.A. RADIOSA con mucho éxito, y es por eso a la fecha existen 5 Máximas en la república Mexicana; Cd. Del Carmen Campeche, Coatzacoalcos Veracruz, Guadalajara Jalisco, Tapachula Chiapas y Hermosillo Sonora) siendo Máxima 96.3 en Hermosillo, Sonora dando inicio a las demás en 1995.

1.2. Objetivo

De igual manera como mencioné al inicio de la contextualización, no existe un manual donde se pueda identificar el objetivo, la misión y la visión de Máxima 96.3. Podemos rescatar la apreciación del Director General el Lic. Diego Serna, también de los empleados con mayor antigüedad y en mi experiencia como director operativo de la radio, que hay una coincidencia como objetivo de la estación:

“Entretener, a los jóvenes y mantenerse en el gusto del público.”

1.3. Misión y Visión

En el mismo caso, gracias a la indagación se define la Misión de Máxima 96.3 y su Visión:

MISIÓN:

Ser los número uno en el gusto del radioescucha en Hermosillo.

VISIÓN:

Seguir evolucionando y no envejecer; Seguir transmitiendo de generación a generación.

Se identifica claramente una estación de radio con deseos de permanecer siempre con la misma identidad juvenil caracterizándose así desde su nacimiento.

1.4. Estrategias Publicitarias

Dentro de las formas de promoción de Máxima 96.3, está la de realizar eventos especiales dirigidos a los jóvenes tratando de mantenerlos cautivos. Existen una serie de estrategias publicitarias capaces de enganchar al radioescucha y en la estación se ha optado por tener eventos especiales calendarizados generando expectativas de los jóvenes hacia la radio.

Estos son los eventos de promoción de la estación que ayudan a posicionar la marca:

*14 de Febrero: Evento donde se realizan concursos en parejas y se brindan obsequios de parte de patrocinadores en algún lugar muy popular para jóvenes (antro, centro de entretenimiento).

*Despedida Escolar: Entre Mayo y Junio, trata siempre de hacer la bienvenida al verano y despedida de clases con un concierto de algún artista de moda.

*“El Grito Máxima”: En Septiembre, y va acompañado de un concierto o un evento en algún lugar muy popular para jóvenes (antro, centro de entretenimiento).

*“Fiesta de Halloween”: En Octubre, un evento en algún lugar muy popular para jóvenes (antro, centro de entretenimiento) donde se obsequia un viaje a cualquier parte del mundo.

*“Posada Máxima”: En diciembre, un evento en algún lugar muy popular para jóvenes (antro, centro de entretenimiento) donde se obsequian artículos promocionales de navidad o un viaje a cualquier parte

del mundo.

1.5. Patrocinadores

Para toda estrategia publicitaria a realizarse en Máxima 96.3, solicita el apoyo indispensable de los patrocinadores quienes se llevan parte del crédito al ser mencionados como patrocinadores principales de algún evento especial o concierto. Algunos de ellos se enlistan a continuación:

PEPSI. Empresa refresquera.

TELCEL. Compañía de telefonía celular.

LIVERPOOL. Tienda de artículos personales y hogar.

TECATE. Compañía cervecera.

CORONA. Compañía cervecera.

La participación del patrocinador, es importante para la radio pues el sostener por si sola alguna estrategia sería una inversión sin ganancias monetarias pero si ganando Rating (niveles de audiencia), por tal motivo se realizan las estrategias obteniendo así el recurso monetario y el rating durante la promoción.

1.6. Organigrama

En Máxima 96.3 se trabaja a partir de 6 áreas: Director General, Director Operativo, Gerente de Ventas, Productor General, cada uno con un responsable a cargo. Además de 5 locutores y 5 operadores de base quienes están subordinados y son dirigidos por un jefe inmediato y a su vez por un jefe general.

La estructura administrativa y jerarquías se encuentran físicamente distribuidas, sin embargo aun falta en la empresa tener un archivo o documento donde encontrar un organigrama de carácter oficial. No obstante en mi experiencia profesional de más de 3 años de laborar para Máxima 96.3, me llevó a plasmar un organigrama administrativo usado hasta el momento para dar información a quien la solicite.

El organigrama es el siguiente:



*Elaborado por: Fernando Herrera Aragón, Enero 2007.

De este organigrama se definen los puestos de cada integrante de la radio quienes realizan actividades propias de su rango y responsabilidad. A continuación se definen las áreas de trabajo con su respectivo responsable y sus funciones las cuales no se encuentran puntualizadas en ningún documento entonces han sido precisadas en base a la observación durante los años de experiencia obtenidos como empleado de Máxima 96.3.

Este recuadro específico de funciones, permite comprender en qué tipo de actividad podría apoyar un joven estudiante o un aficionado interesado en participar activamente en la radio.

ÁREA	RESPONSABLE	ACTIVIDADES ESPECÍFICAS (FUNCIONES)
Director General	Diego Serna	Coordinar y dirigir todas las funciones de los empleados del corporativo RADIOSA, área financiera, departamento administrativo,

		departamento de ventas, continuidad, departamento de operaciones y todas y cada una de las sub-áreas correspondientes a cada departamento.
Gerente de Ventas	Jahir Almazán	Coordinar y dirigir todas y cada una de las funciones de los agentes de ventas a su cargo, cumplir con los objetivos de ventas publicitarias de todas las estaciones de radio incluyendo Máxima 96.3, supervisar la continuidad en la pauta comercial, negociar con los clientes, supervisar con el Productor General que los audios estén terminados antes de salir al aire, estar en contacto con el Director Operativo para realización de promociones y cumplimiento de la pauta comercial.
Director Operativo	Fernando Herrera	Coordinar y dirigir todas y cada una de las funciones de los operadores en cabina, así como la realización de labores de los locutores, supervisar que la continuidad en la pauta comercial se lleve a cabo y a tiempo, supervisar que la programación musical se lleve a cabo y correctamente, sacar programación musical (previa autorización del corporativo en México D.F.), supervisar la programación de controles remoto, organizar las entrevistas en cabina, organizar los comentarios en cabina, organizar las llamadas telefónicas de artistas (phoner) a cabina, negociar con disqueras y promotores la música de los artistas y promociones especiales, cuidar la imagen de la estación, coordinar con el Gerente de Ventas la realización de promociones y conciertos.
Productor General	Fernando Anguamea	Es la parte creativa y producción de los audios de comerciales (spot), de eventos, de servicios sociales y de promocionales. Coordinar la rotación de voces en los audios, colocar los audios en la pauta comercial, supervisar junto con el área de continuidad la correcta transferencia de audios y se

		puedan escuchar.
Locutor	Alejandra León Rosario Villaurrutia Martha Serrano Gerardo León Carlos Ibarra.	Realizar su programa de radio previamente estructurado, hablar ante el micrófono (locutorear), entretener e informar a los radioescuchas con datos recabados por ellos mismos en su programa; hacer entrevistas, realizar los comentarios programados; atender el teléfono, atender el sistema de mensajes de teléfono celular, atender el sistema de conversación vía internet (Chat); acudir a controles remoto, promociones, conciertos y eventos especiales y realizar todas las actividades a tiempo para no atrasar continuidad.
Operador	Luis Quijada Carlos Ibarra Ignacio Guerrero José Carlos Buelna Jorge Angel Aguirre.	Controlar los canales de audio de la consola, abrir y cerrar micrófonos de los locutores e invitados, atender el teléfono, colaborar en la realización de programas en vivo, operar la consola para continuidad y audios, llevar a cabo la continuidad a tiempo, realizar con éxito los enlaces para controles remoto, promociones, llamadas telefónicas de los artistas (phoner), realizar enlaces a conciertos y eventos especiales a través de su consola de trabajo.

*Elaborado por: Fernando Herrera Aragón, Enero 2007.

1.7. Programación

Después de varios años desde su fundación en 1995, Máxima 96.3 se ha transformado aproximadamente cada 1 o 2 años con nuevas vestiduras, es decir, ha cambiado los audios como entradas de corte comercial, salidas a corte comercial, spots de identidad y hasta de slogan.

En cuanto a su programación, también ha sufrido cambios constantes siempre con la intención de darle gusto a su público juvenil tan cambiante. A su vez también han entrado y salido varios locutores todos con ideas vanguardistas, estilos distintos, sin embargo sigue siendo una estación juvenil con la misma identidad.

En la actualidad la programación de Máxima 96.3 esta conformada por 8 programas, además de la hora nacional. Cada programa tiene su propia producción que lo identifica y su horario de transmisión.

PARRILLA DE PROGRAMACION MAXIMA 96.3 FM.								
HORARIO	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO	HORARIO
04:00 A 05:00	NOTICIERO JAVIER SOLÓRZANO					SOLO HITS		04:00 A 05:00
05:00 A 06:00								05:00 A 06:00
06:00 A 07:00	DESMORNING ALEJANDRA LEÓN Y GERARDO LEÓN							06:00 A 07:00
07:00 A 08:00								07:00 A 08:00
08:00 A 09:00								08:00 A 09:00
09:00 A 10:00								09:00 A 10:00
10:00 A 11:00	MEMORIAS MAXIMA					MEMORIAS MAXIMA		10:00 A 11:00
11:00 A 12:00	INTERACCION MAXIMA MARTHA SERRANO					SOLO HITS		11:00 A 12:00
12:00 A 13:00						10 MAXIMAS		12:00 A 13:00
13:00 A 14:00								13:00 A 14:00
14:00 A 15:00	TU RITMO							14:00 A 15:00
15:00 A 16:00	TU RITMO							15:00 A 16:00
17:00 A 18:00						10 MAXIMAS		17:00 A 18:00
18:00 A 19:00	TU RITMO							18:00 A 19:00
19:00 A 20:00	QUÉ SHOW! RORRO VILLARRUTIA Y CARLOS IBARRA					SOLO HITS		19:00 A 20:00
20:00 A 21:00								20:00 A 21:00
21:00 A 22:00						MAXIMA BEAT		21:00 A 22:00
22:00 A 23:00						HORA NAL.		22:00 A 23:00
23:00 A 24:00								23:00 A 24:00
24:00 A 01:00								24:00 A 01:00
01:00 A 02:00	SOLO HITS							01:00 A 02:00
02:00 A 03:00								02:00 A 03:00
03:00 A 04:00								03:00 A 04:00
04:00 A 05:00								04:00 A 05:00

Se le denomina "Parrilla de Programación" solo para darle una estructura y organizar todos los elementos. Cada uno de los programas tiene a su locutor quien está al frente y presta su voz para darle orden, o en el caso del programa "Memorias" el cual no tiene locutor, el responsable es la persona productora. Y los bloques musicales "Tu Ritmo" y "Solo Hits" se refiere a música constante sin programas de por medio.

He aquí enlistados los programas de la parrilla con su respectivo locutor, productor, días y horas de transmisión y su descripción manteniendo al radioescucha pendiente de Máxima 96.3.

PROGRAMA: Noticiero.

LOCUTORES: Javier Solórzano.

PRODUCTOR: Javier Solórzano y su equipo de noticias.

DIA (S) Y HORA DE TRANSMISIÓN: De Lunes a Viernes de 04:00 – 06:00 hrs.

DESCRIPCIÓN: Ser un programa informativo con las noticias del acontecer diario.

PROGRAMA: Desmorning.

LOCUTORES: Alejandra León y Gerardo León (Los Leones del Desmorning).

PRODUCTOR: Alejandra León y Gerardo León.

DIA (S) Y HORA DE TRANSMISIÓN: De Lunes a Viernes de 06:00 – 10:00 hrs.

DESCRIPCIÓN: Ser un programa de información, irreverente y de entretenimiento.

PROGRAMA: Memorias Máxima

LOCUTORES: Sin Locutor

PRODUCTOR: Dante Solis.

DIA (S) Y HORA DE TRANSMISIÓN: De Lunes a Domingo de 10:00 – 11:00 hrs.

DESCRIPCIÓN: Ser un programa con las mejores canciones de catálogo (memoria) y permanecer en el gusto del radioescucha que le gusta escuchar música de los 70, 80 y 90.

PROGRAMA: Interacción con Martha Serrano.

LOCUTORES: Martha Serrano.

PRODUCTOR: Martha Serrano.

DIA (S) Y HORA DE TRANSMISIÓN: De Lunes a Viernes de 11:00 – 14:00 hrs.

DESCRIPCIÓN: Ser un programa de entretenimiento con las mejores noticias del espectáculo, chismes y acontecer diario.

PROGRAMA: ¡Qué Show!

LOCUTORES: Rosario Villaurrutia y Carlos Ibarra (La Rorro y Charly Boy).

PRODUCTOR: Rosario Villaurrutia y Carlos Ibarra.

DIA (S) Y HORA DE TRANSMISIÓN: De Lunes a Jueves de 19:00 – 22:00 hrs., y Viernes de 19:00 – 21:00 hrs.

DESCRIPCIÓN: Ser un programa de entretenimiento, tópicos variados, visitas en cabina y constante interacción con los radioescuchas.

PROGRAMA: Máxima Beat.

LOCUTORES: Sin Locutor.

PRODUCTOR: DJ Batra.

DIA (S) Y HORA DE TRANSMISIÓN: Viernes y Sábado de 21:00 – 24:00 hrs.

DESCRIPCIÓN: Ser un programa con las mejores mezclas musicales de los mejores denominados DJ's, para dar gusto a los radioescuchas adeptos a los mixes (combinaciones) de canciones a ritmo acelerado.

PROGRAMA: Las 10 Máximas.

LOCUTORES: Cynthia Zarco.

PRODUCTOR: Cynthia Zarco, Dantes Solis, Mónica García, Batra.

DIA (S) Y HORA DE TRANSMISIÓN: Sábado de 12:00 – 13:00 hrs., y Domingo de 16:00 – 17:00 hrs.

DESCRIPCIÓN: Ser un programa de entretenimiento dando a conocer el conteo de las 10 canciones más populares de la semana preparado previamente gracias a la votación telefónica de los radioescuchas.

1.8. El papel de los jóvenes en la estación radiofónica.

Actualmente los jóvenes juegan un papel muy importante para Máxima 96.3 por ser principalmente su público meta, participan activamente en las actividades como promociones y eventos especiales a través de las líneas de interacción como el teléfono, sistema de conversación por internet (Chat), mensajes de texto desde el teléfono celular o visitando la radio. Sin embargo, al tratarse de una participación dentro de las actividades de la radio como ser locutor, operar la cabina técnicamente o apoyar en la producción, son pocos los jóvenes que logran participar, se hace solo de manera aleatoria, con actividades sencillas y en un nivel poco dirigido.

De acuerdo a los empleados de la estación, hay participación de jóvenes estudiantes prestadores de servicio social, practicantes y aficionados mayores de edad llegando siempre con el interés de conocer más acerca de la radio, sin embargo son canalizados de manera vaga y confusa sin ofrecer un completo conocimiento dejando huecos de información que con la consistencia del joven se cubren pero a mediano o largo plazo.

Así, de acuerdo a los empleados se realizó el siguiente diagnóstico ayudándonos a sustentar esta propuesta.

CAPITULO II. DIAGNÓSTICO DE LA IMPORTANCIA DE LOS JÓVENES EN LA PROGRAMACIÓN DE LA RADIO, A PARTIR DE LA OPINIÓN Y EXPERIENCIA DE LOS EMPLEADOS.

Aquí se presentan los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta a los empleados de la estación radiofónica. Para facilitar el análisis del mismo, se estructura en 5 apartados y un sexto donde se puntualizan los principales hallazgos a manera de conclusión. Todo lo anterior, con el fin de satisfacer el objetivo específico: Elaborar un diagnóstico de la importancia de los jóvenes en la programación de la radio, a partir de la opinión y experiencia de los empleados.

Para este estudio se aplicaron 16 encuestas a nuestros sujetos de estudio trabajadores de la radio (1 Productor, 1 Director General, 2 Gerentes, 4 Operadores Técnicos, 5 Locutores y otras 3 personas pertenecientes a la radio realizando actividades administrativas) dentro de las instalaciones de Máxima 96.3 ubicada en Calle Nayarit y Heriberto Aja N° 96, Colonia Centro, en Hermosillo, Sonora, durante el mes de Agosto 2008.

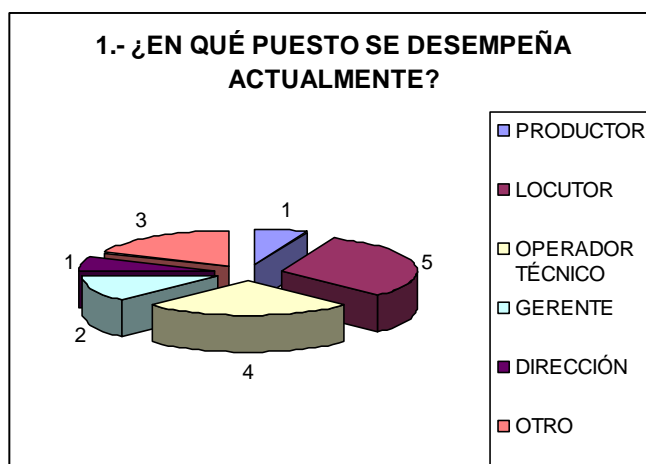
Es importante señalar, las gráficas de resultados se presentan en el mismo orden de las preguntas de la encuesta.

2.1. INFORMACIÓN GENERAL

En este primer apartado se conoce el perfil de encuestado, a partir del cual podremos determinar la validez de los resultados arrojados.

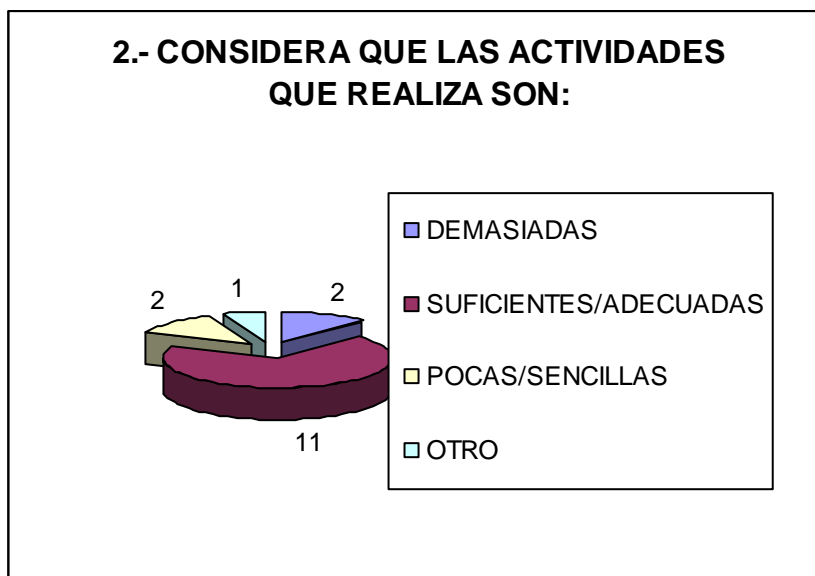
2.1.1.- ¿En qué puesto se desempeña actualmente en Máxima 96.3?

Los sujetos ya señalados en el capítulo de contextualización se muestran de la siguiente manera: 1 Productor, 1 Director General, 2 Gerentes, 4 Operadores Técnicos, 5 Locutores y otras 3 personas pertenecientes a la radio realizando actividades administrativas.



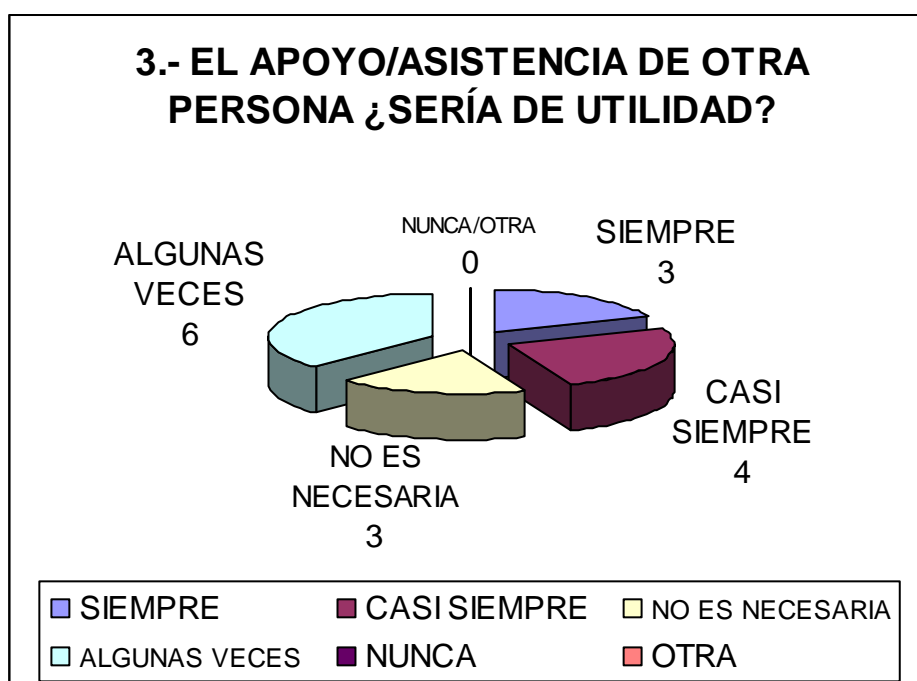
2.1.2.- Considera que las actividades que realiza son:

11 de los encuestados consideran a las actividades que realizan como adecuadas y suficientes a su puesto de trabajo y solo 2 mencionan que son demasiadas al igual otros 2 mencionan que son sencillas o pocas.



2.1.3.- El Apoyo/Asistencia de otra persona, ¿sería de utilidad?

A pesar de lo anterior, el 6 opinan que algunas veces le sería de utilidad el apoyo de otra persona, 4 señalan casi siempre, 3 de ellos dicen que siempre y los otros 3 mencionan no ser necesario el apoyo. Es importante señalar que ninguno de los encuestados descartó la posibilidad u opina que nunca le es necesaria.

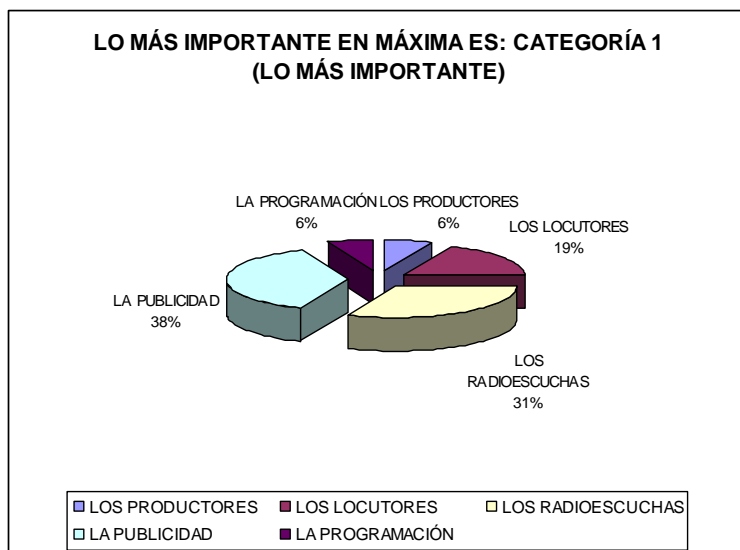


2.2. IMPORTANCIA DE LOS JÓVENES EN LA PROGRAMACIÓN DE LA RADIO

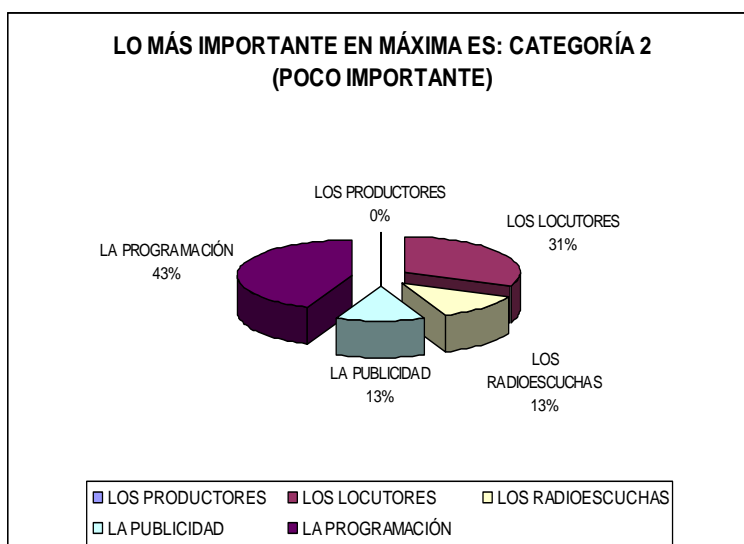
Es muy importante conocer que tan importantes son los jóvenes es para los empleados de Máxima 96.3., de esta necesidad se desprenden 4 preguntas, cuyos resultados son manejados de aquí en adelante en porcentajes para identificar a más detalle tal importancia.

2.2.1. Lo más importante en Máxima es:

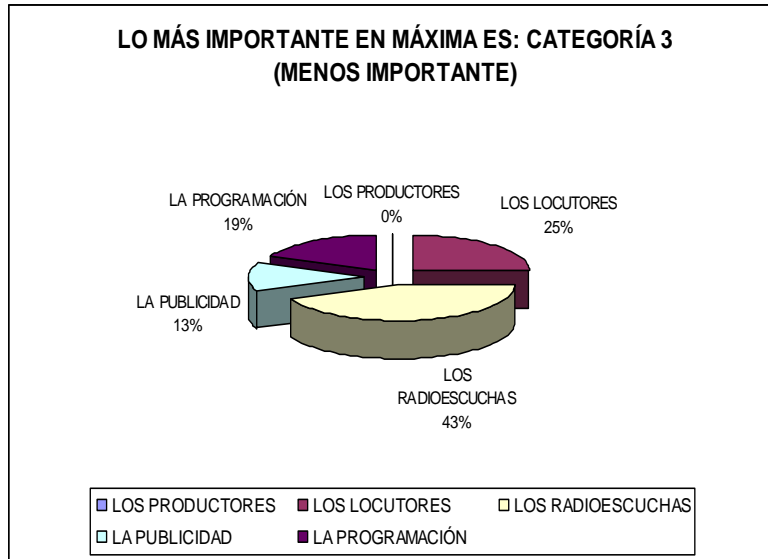
Se les preguntó a los encuestados que era lo más importante en Máxima 96.3 y mencionaron que la publicidad con un 38%, dejando a los radioescuchas en segundo lugar con una diferencia del 7%, es decir con 31%.



Además consideran poco importante la programación, con el 43% de las menciones, seguida por un 31% de los locutores. Los radioescuchas se encuentran con solo el 13% de las menciones, por lo que podemos deducir que si la califican como poco importante, es porque consideran realmente importante.

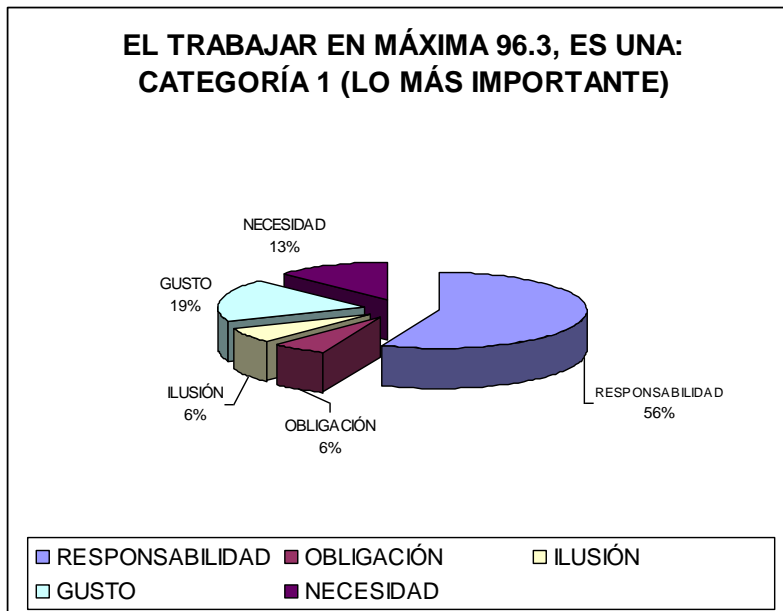


Así mismo, en una tercera gráfica, el 43 % de los encuestados, dicen que lo menos importante son los radioescuchas.



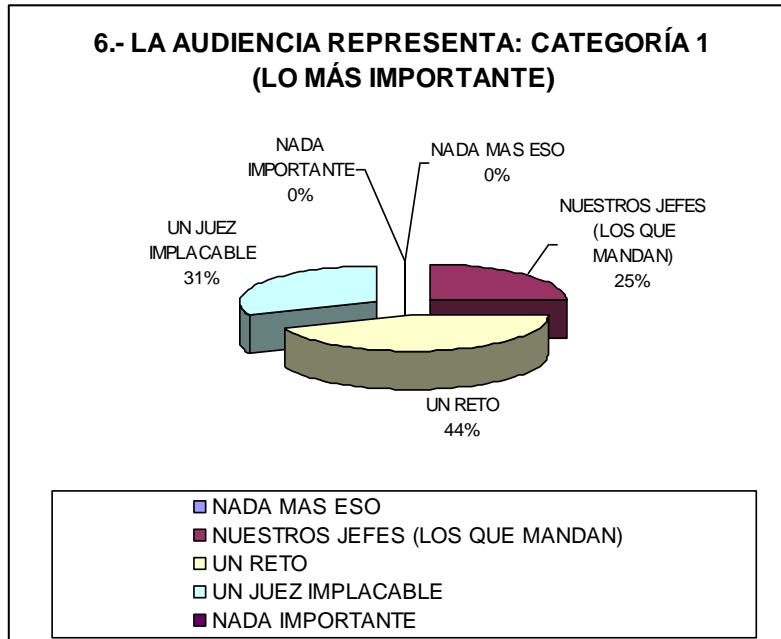
2.2.2. El trabajar en Máxima 96.3, es una:

El 50% considera que trabajar en Máxima 96.3 es una responsabilidad, seguida por el 43% que menciona que es un gusto y el 13% que es por necesidad.

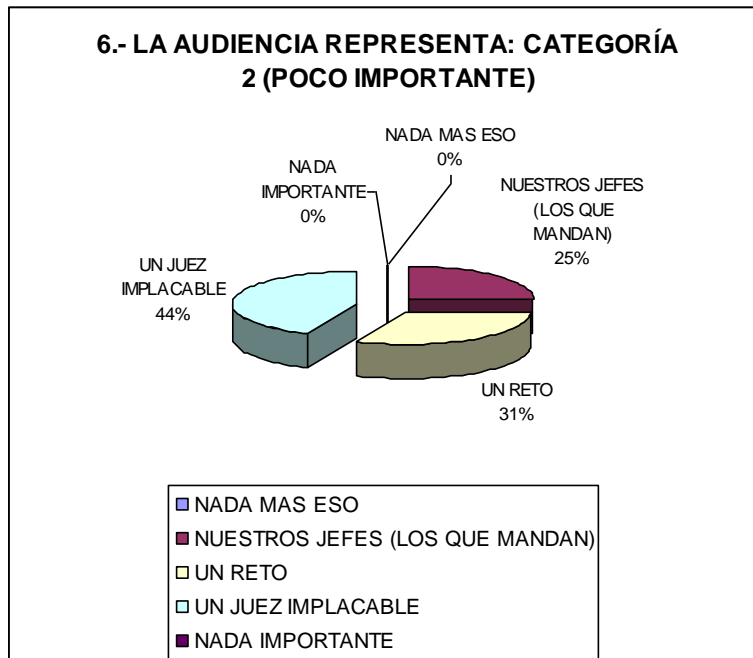


2.2.3. La Audiencia representa:

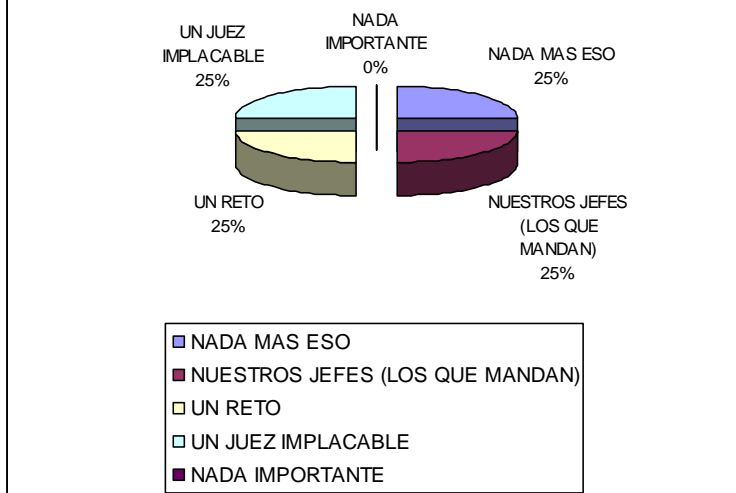
En el orden de mayor importancia mencionan que la audiencia es un reto con el 44%, un juez implacable (31%) y sus jefes, los que mandan con el 25%.



En compararon con el resto de las gráficas derivadas de este reactivo, podemos señalar que para los encuestados, lo que para ellos representa la audiencia, es: lo mas importante un reto (31%), lo poco importante un juez implacable con el 44% de las menciones y lo menos importante los jefes con el 25%.



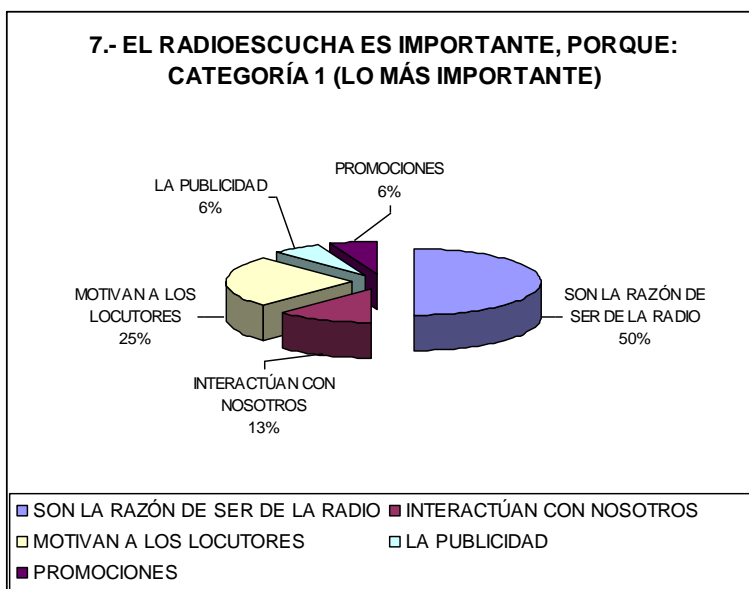
6.- LA AUDIENCIA REPRESENTA: CATEGORÍA 3 (MENOS IMPORTANTE)



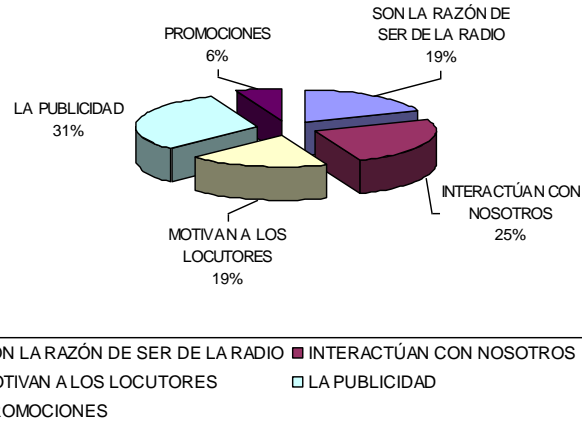
2.2.4. El Radioescucha es importante, porque:

Se les preguntó por que era importante el radioescucha, y en la categoría de lo más importante el 50% dice que son importantes porque son la razón de ser de la radio, el 25% dice que porque motivan a los locutores y el 13% por que interactúan, dejando a la promoción y a la publicidad con un 6%.

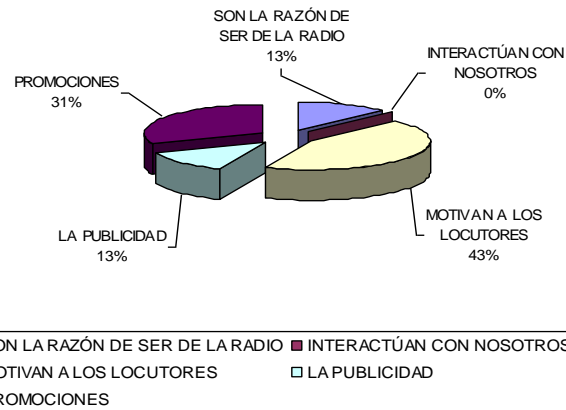
7.- EL RADIOESCUCHA ES IMPORTANTE, PORQUE: CATEGORÍA 1 (LO MÁS IMPORTANTE)



**7.- EL RADIOESCUCHA ES IMPORTANTE, PORQUE:
CATEGORÍA 2 (POCO IMPORTANTE)**



**7.- EL RADIOESCUCHA ES IMPORTANTE, PORQUE:
CATEGORÍA 3 (MENOS IMPORTANTE)**



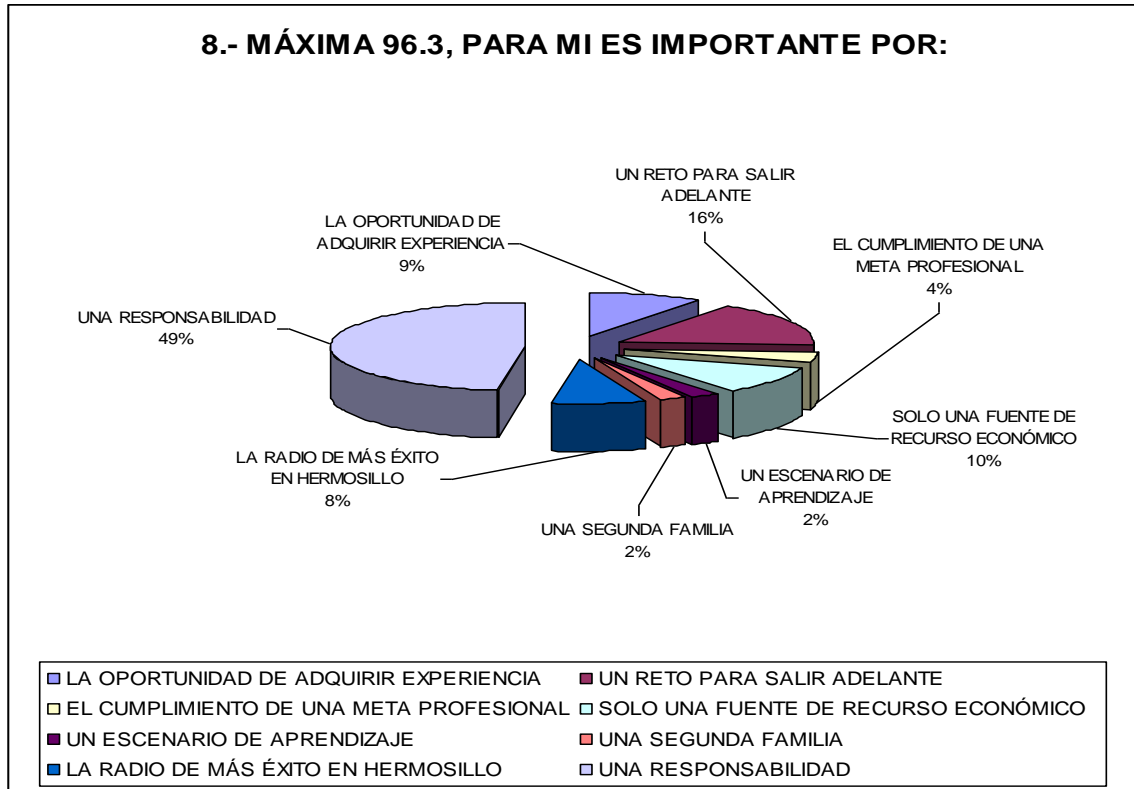
En comparación con el resto de las gráficas, el resultado es: el radioescucha es el más importante por que son la razón de ser con el 50% que sobresale en la primera, por la publicidad con un 31% en la segunda es poco importante y menos importante, con el 43% en la tercera, porque motivan a los locutores.

2.3. SITUACIÓN ACTUAL DE MÁXIMA 96.3 F.M

Para conocer la situación actual de Máxima 96.3 se les hizo preguntas acerca de su relación con la estación.

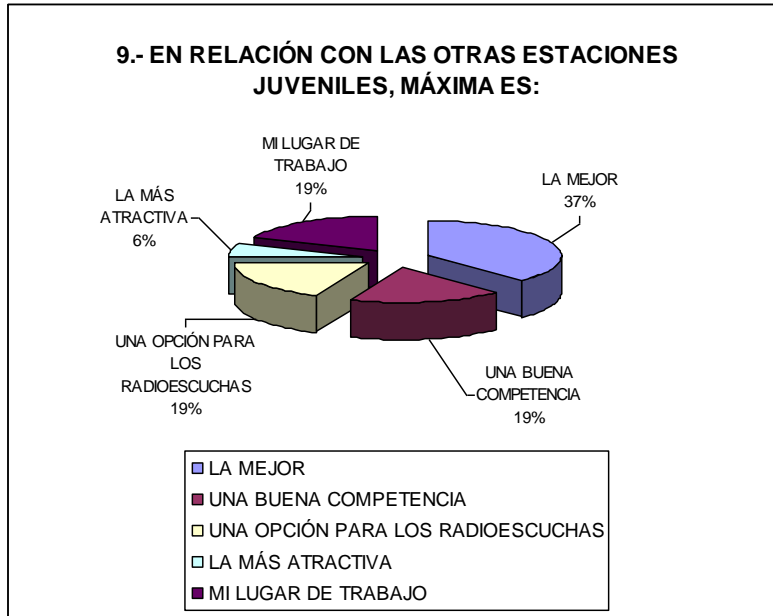
2.3.1. Máxima 96.3 para mí es importante por:

El 49% de los encuestados dijeron que máxima es importante, por que representa una responsabilidad, el 16% por que es un reto para salir adelante, el 10% por que es una fuente de recurso económico y el 9% por que es la oportunidad de adquirir experiencia, entre los mas importantes.



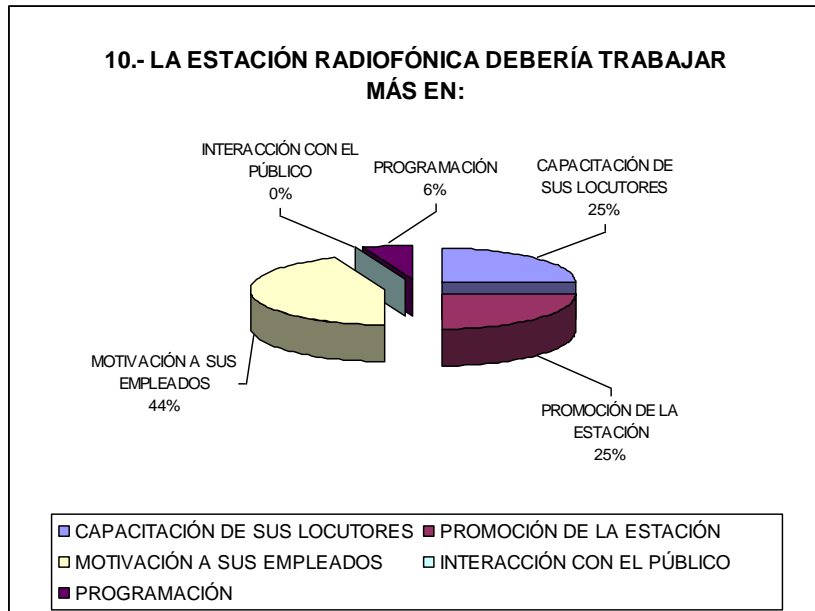
2.3.2. En relación con las otras estaciones juveniles, Máxima es:

En relación con otras estaciones, el 37% considera que Máxima 96.3 es la mejor, solo el 6% la considera la mas atractiva.



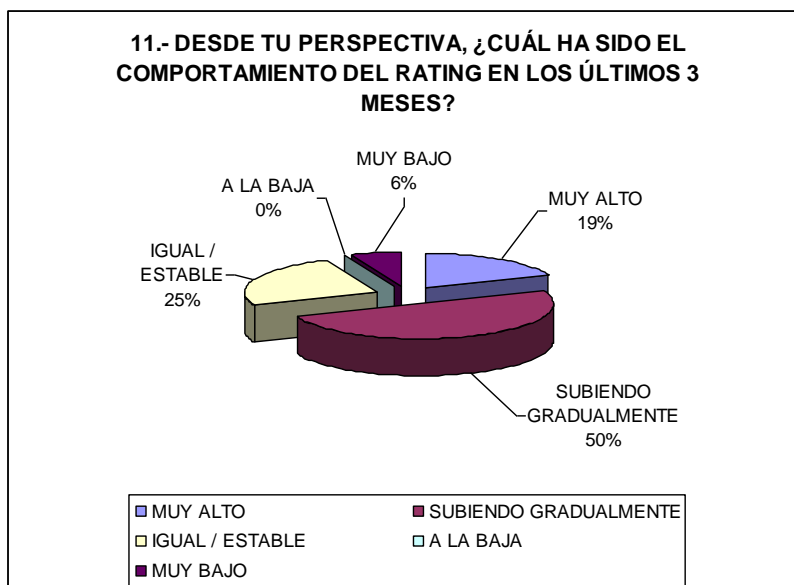
2.3.3. La estación radiofónica debería trabajar más en:

El 44% opina que la estación radiofónica debería trabajar mas en la motivación de sus empleados, seguido por la capacitación de sus locutores (25%) y promoción de la estación con 25%.



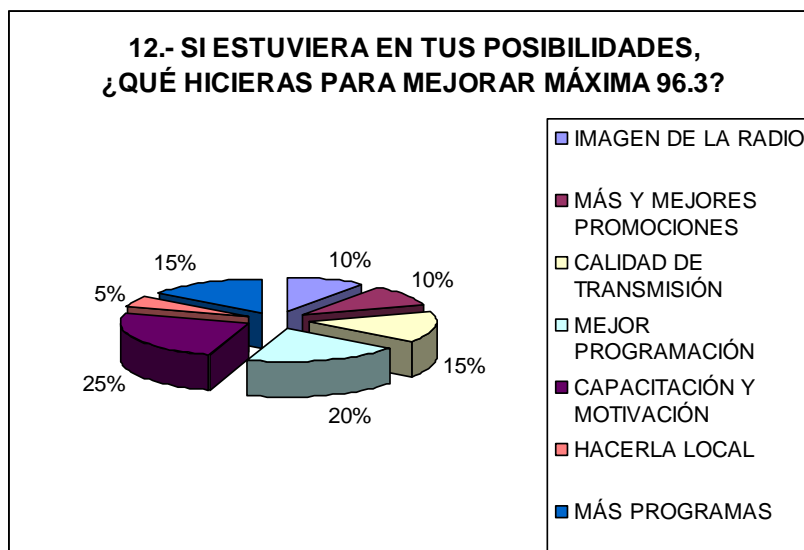
2.3.4. Desde tu perspectiva, ¿cuál ha sido el comportamiento del Rating en los últimos 3 meses?

En cuanto al rating, el 50% considera que van en aumento gradual, el 25% dice que es estable y el 19% que muy alto.



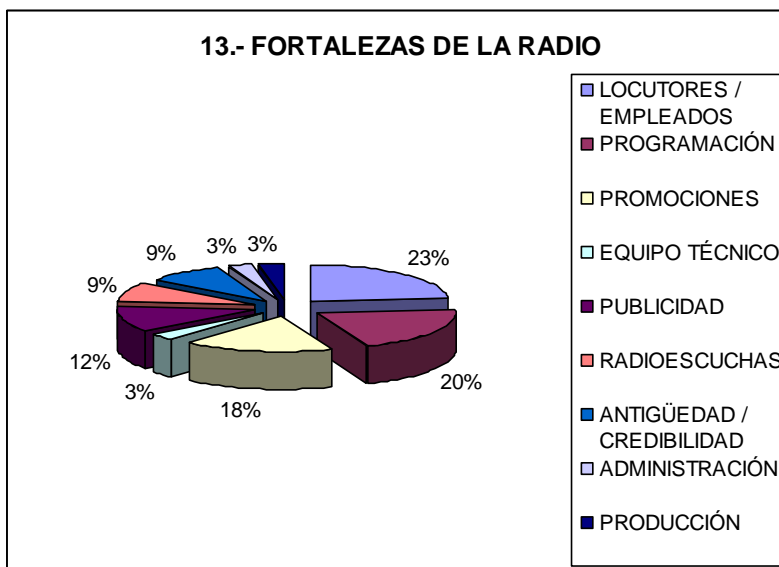
2.3.5. Si estuviera en tus posibilidades, ¿qué harías para mejorar a Máxima 96.3?

El 25% menciona que si tuviera la oportunidad mejoraría Máxima 96.3 incluyendo más capacitación y motivación y el 20% dice que mejoraría la programación.



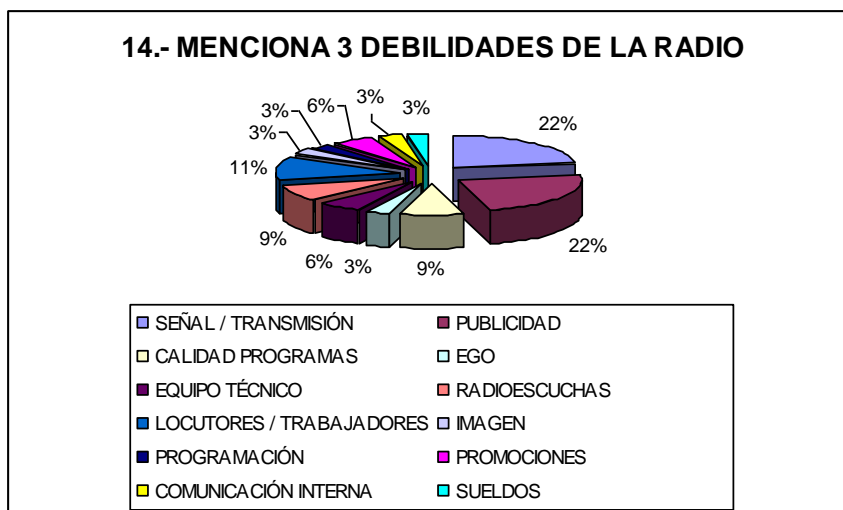
2.3.6. Menciona 3 fortalezas de la Radio

En cuanto a fortalezas que reconocen, las mas frecuentes son: 23% locutores o empleados, 20% programación y 18% las promociones. Solo el 9% menciona a los radioescuchas como fortaleza.



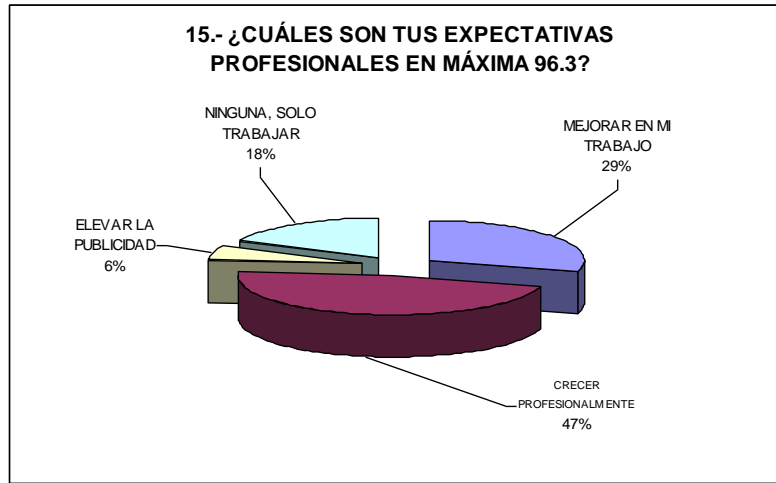
2.3.7. Menciona 3 Debilidades de la Radio

Por el contrario, en debilidades menciona: 22% la señal de la transmisión, 22% Publicidad, 11% los locutores o trabajadores y 9% los radioescuchas.



2.3.8. ¿Cuáles son tus expectativas profesionales en Máxima 96.3?

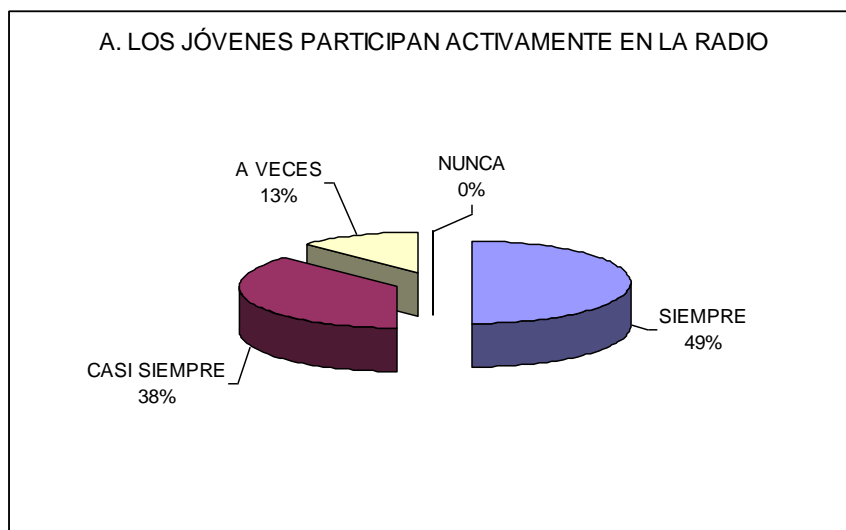
En cuanto a sus expectativas, el 47% menciona el crecer profesionalmente, el 29% mejorar en el trabajo y el 18% dice que ninguna, solo trabajar.



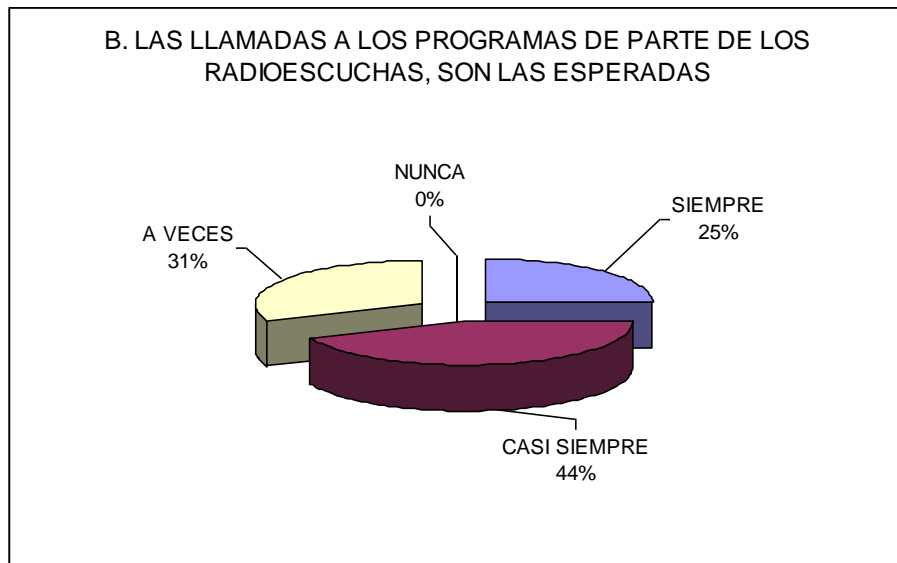
2.4. EL PAPEL DE LOS JÓVENES EN LA ESTACIÓN RADIOFÓNICA

Se enlistaron una serie de cuestiones y el encuestado señaló la más importante que tenía para él, resultando lo siguiente.

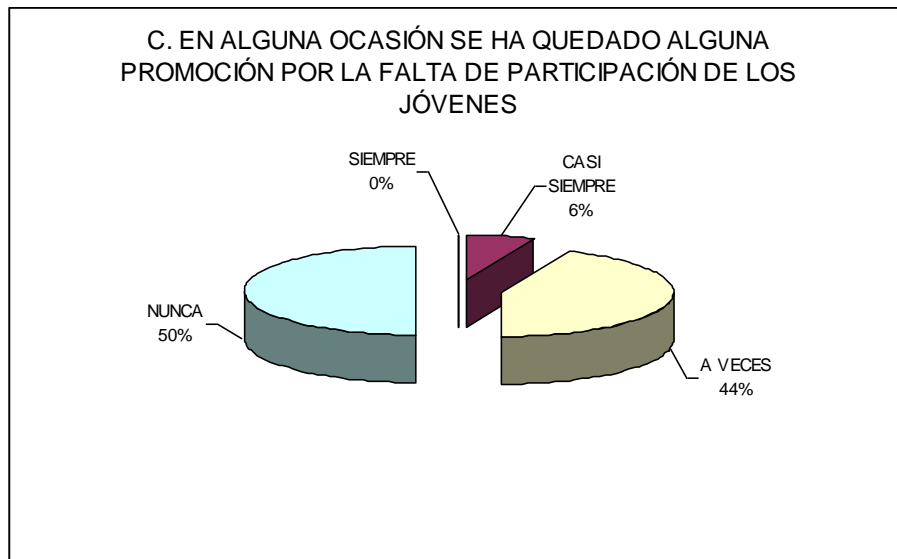
El 49% considera que los jóvenes siempre participan activamente en la radio, y un 38% opina que casi siempre participan.



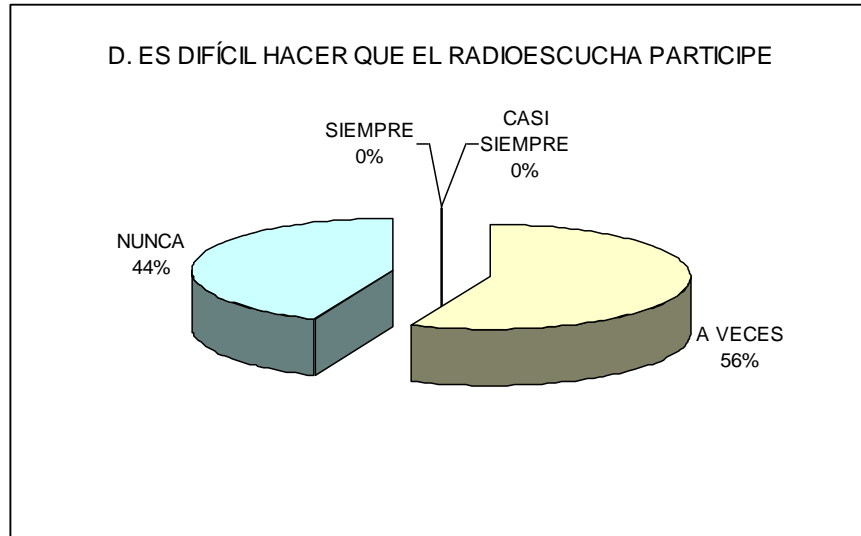
Casi siempre, las llamadas a los programas son las esperadas. (44%)



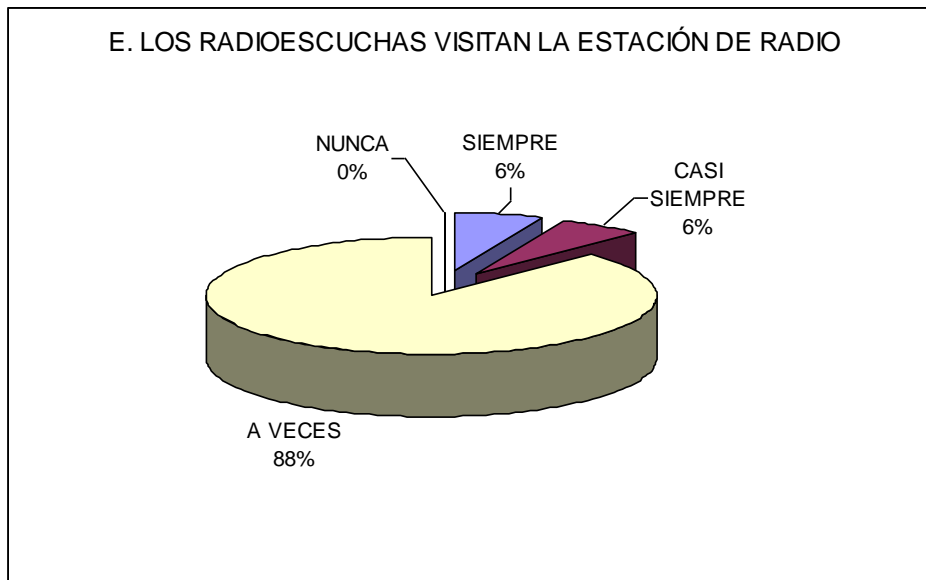
50% dice que nunca se ha quedado alguna promoción por falta de participación, sin embargo, solo con 6% menos de la menciones el 44% dice que a veces si se han quedado las promociones.



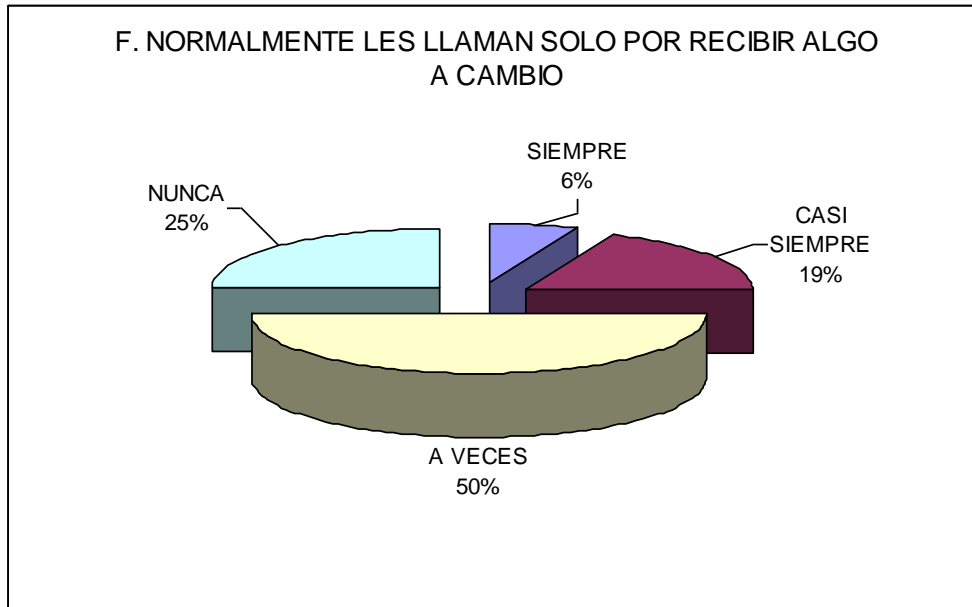
El 56% opina que a veces es difícil hacer participar al radioescucha y al 44% nunca le es difícil hacerlo participar.



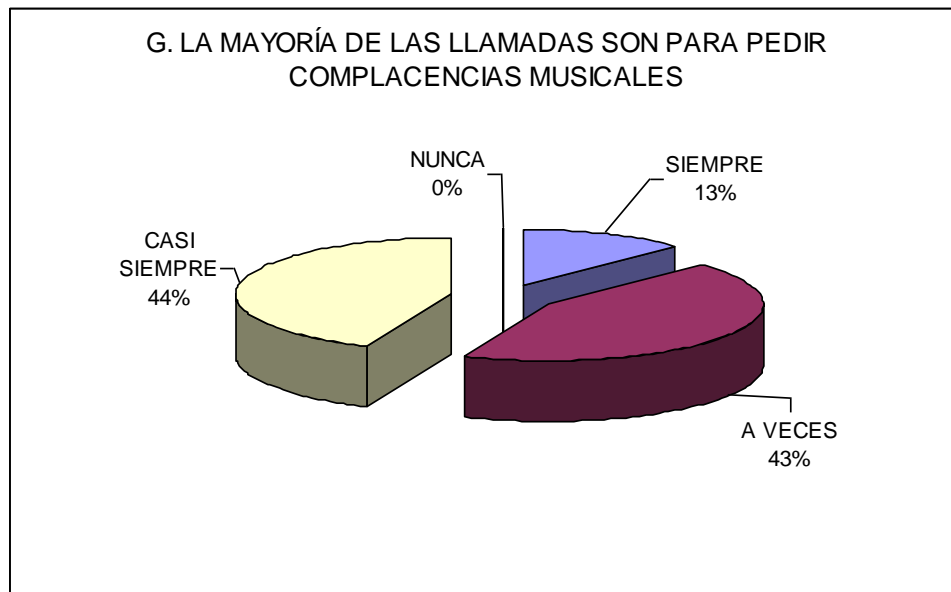
88% de los encuestados señalan que a veces los radioescuchas visitan la estación de radio.



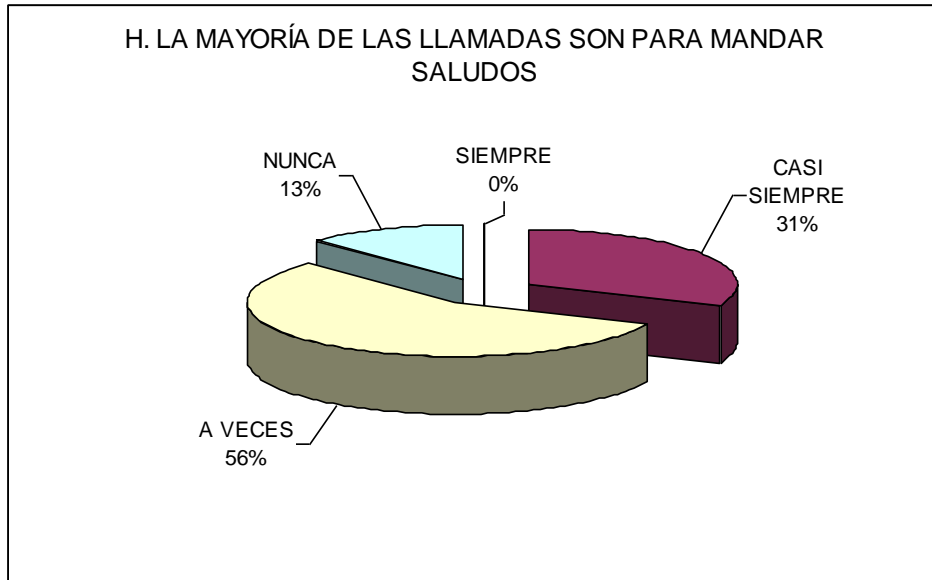
El 50% opina que a veces el radioescucha solo llama para recibir algo a cambio de su participación, el 25% dice que nunca habla por eso específicamente.



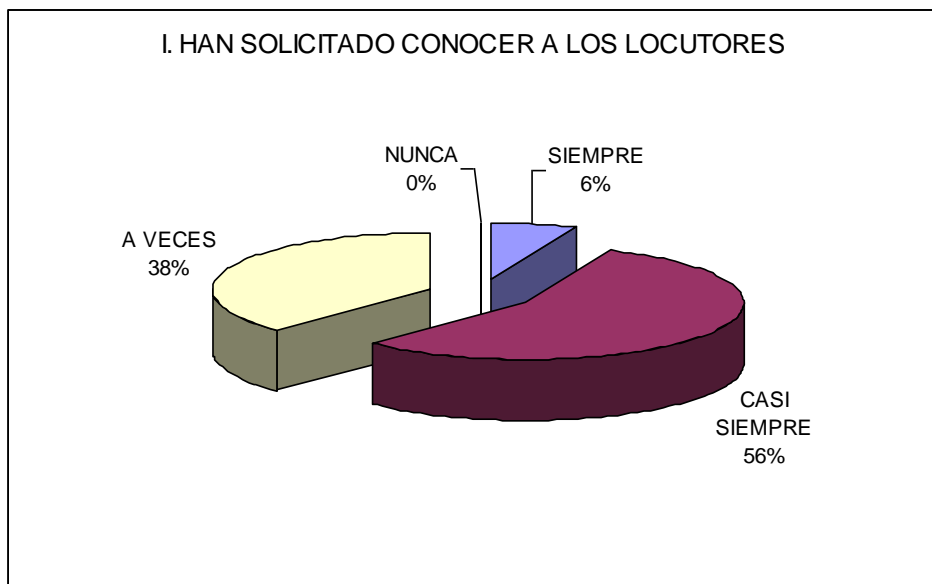
Casi siempre las llamadas son para pedir complacencias musicales, opinan el 44% de los encuestados, mientras que el 43% dice que a veces es así.



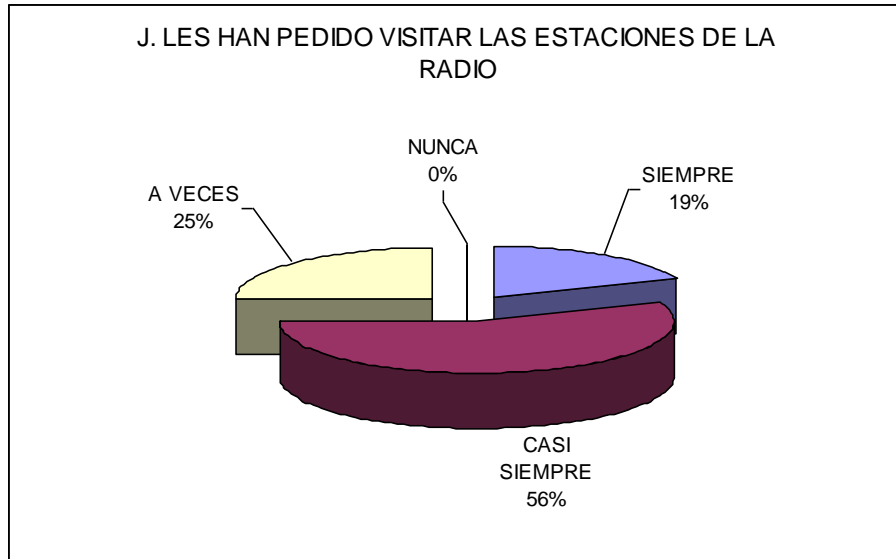
El 56% de los encuestados menciona que casi siempre las llamadas telefónicas son para mandar saludos, el 31% dicen que casi siempre y el 13% dice que nunca.



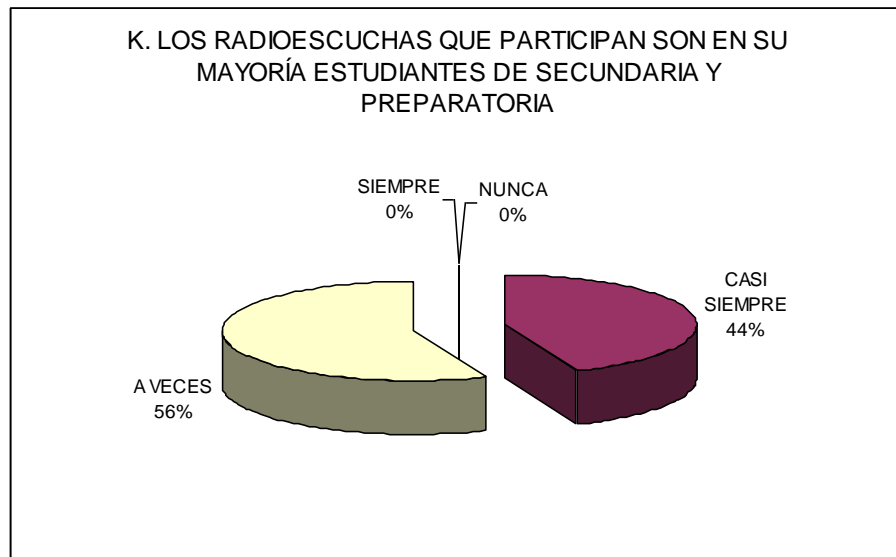
Según la opinión de los encuestados, el 56% de los radioescuchas casi siempre solicitan conocer a los locutores de los programas que se transmiten en Máxima 96.3 y el 38% dice que a veces.



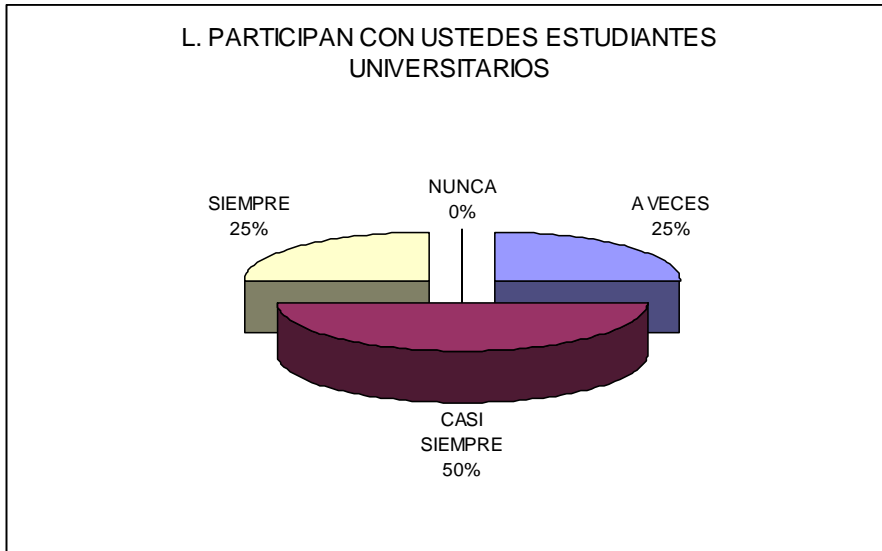
Además, el 56% dice que casi siempre solicitan visitar las estaciones de radio, el 25% a veces y el 19% siempre.



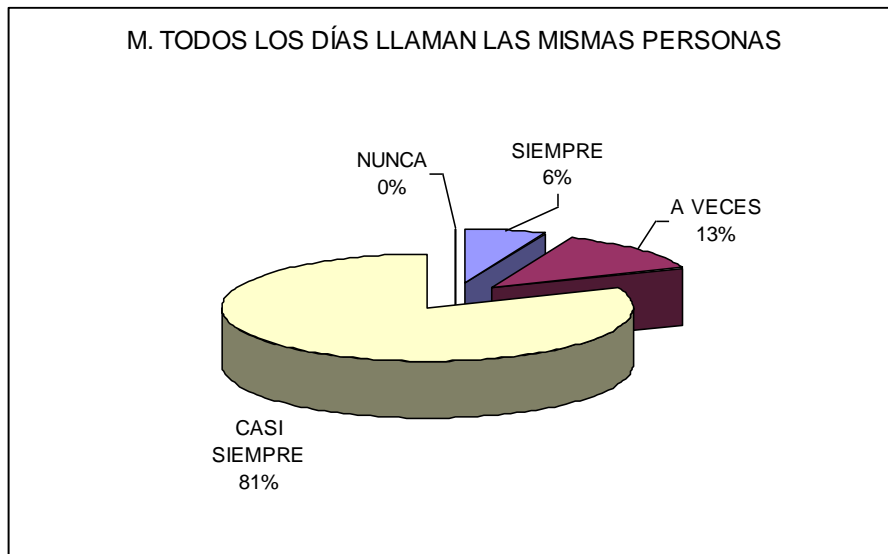
Los radioescuchas que participan en Máxima 96.3, a veces son estudiantes de secundaria y preparatoria (56%) y el 44% de los encuestados dice que casi siempre.



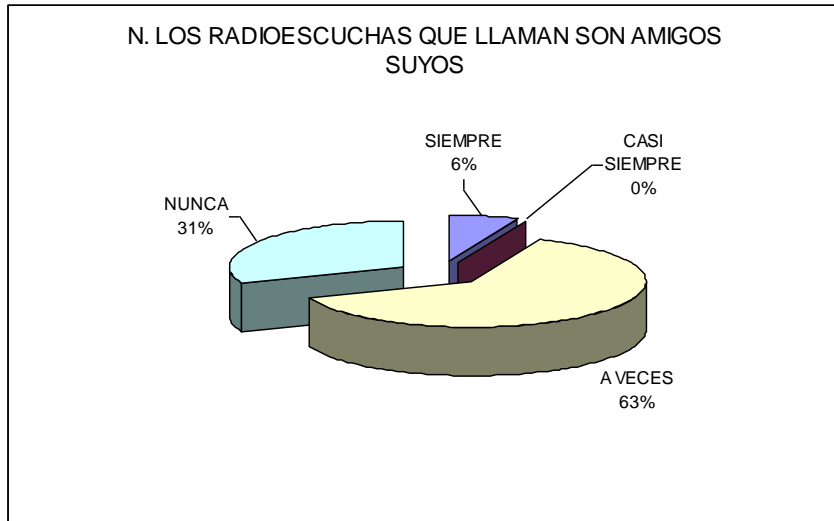
En el caso de los estudiantes universitarios, el 50% de los trabajadores mencionan que casi siempre participan, el 25% que siempre y el 25% a veces.



De igual forma, el 81% señala que casi siempre hablan las mismas personas.

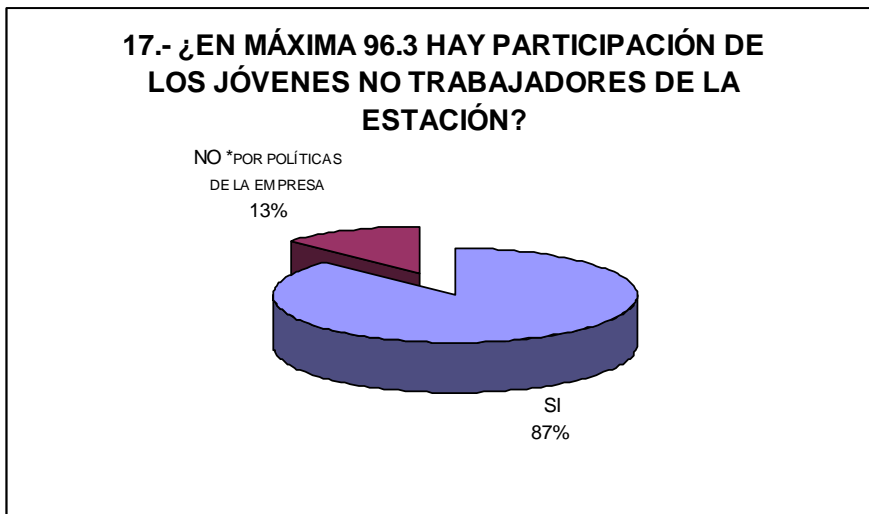


63% opina que los radioescuchas que llaman a veces son amigos suyos y el 31% dice que nunca los son.

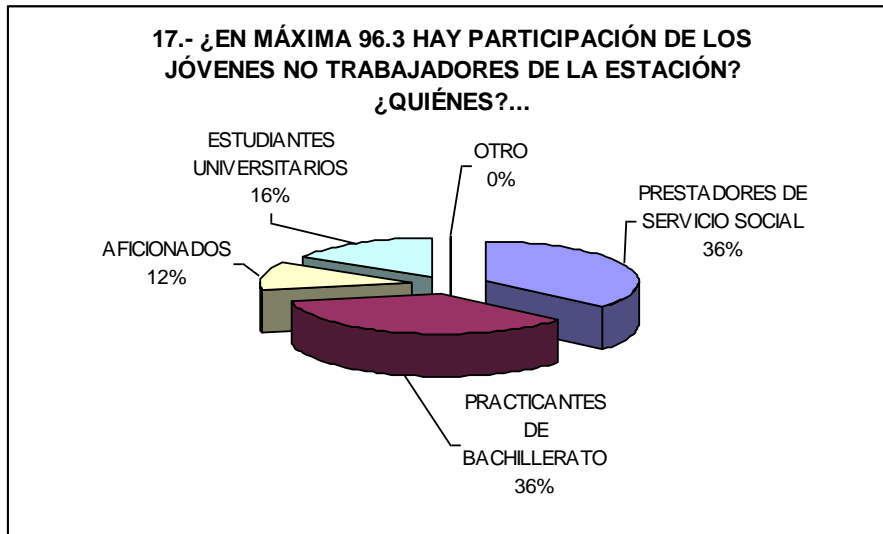


2.4.1. ¿En Máxima 96.3 hay participación de jóvenes No trabajadores de la estación?

Para analizar si los jóvenes participan dentro de Máxima 96.3 se realizaron las siguientes preguntas. Arrojando que el 87 % dice que sí hay participación en Máxima 96.3 de jóvenes que no son trabajadores de la estación, el resto de los encuestados menciona que No porque se debe a políticas de la empresa.

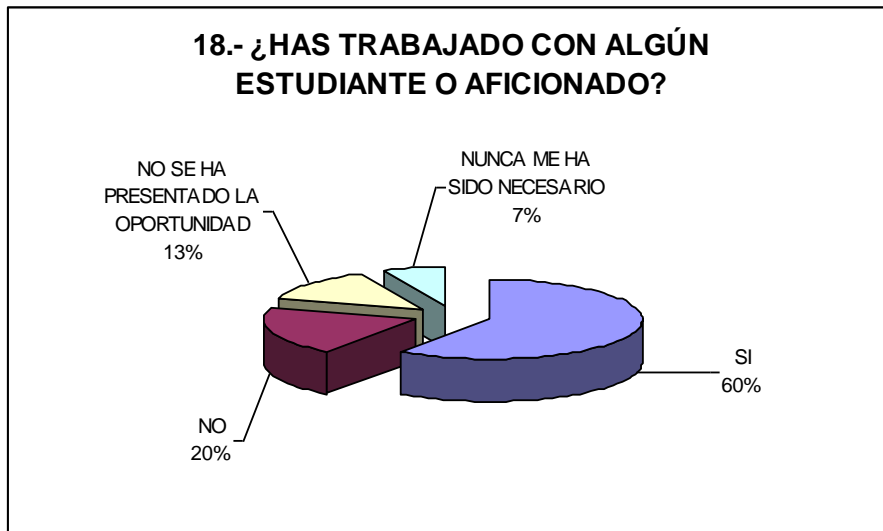


Según la opinión de los encuestados el 36% de los jóvenes que participan son prestadores de servicio social, 36% practicantes de bachillerato y 16% estudiantes universitarios, entre las más importantes.



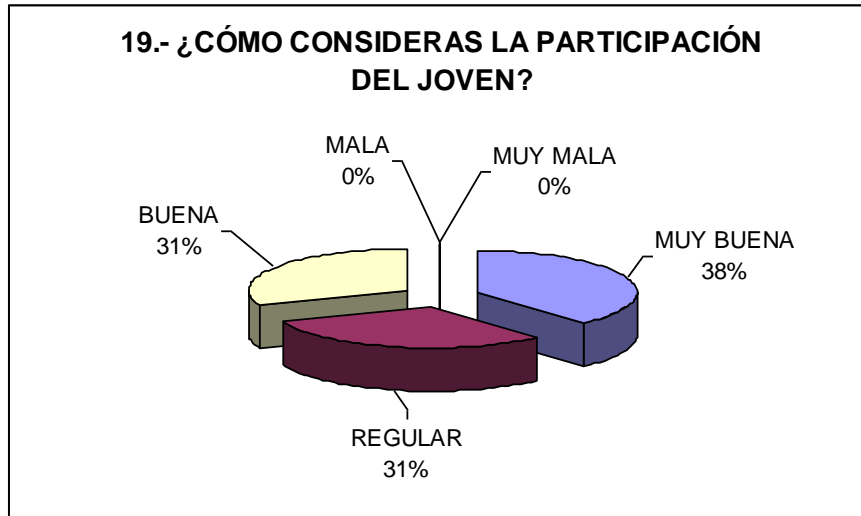
2.4.2. ¿Has trabajado con algún estudiante o aficionado?

El 60% de los encuestados ha trabajado con estudiantes o aficionados y el 20% no, mientras que el 13% dice que no se le ha presentado la oportunidad y al 7% no le ha sido necesario.



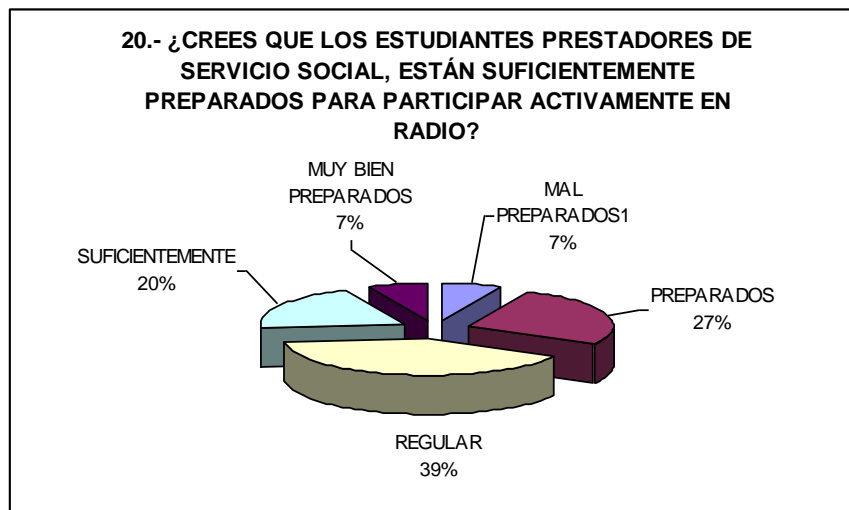
2.4.3. ¿Cómo consideras la participación del joven?

Con respecto a la participación de los jóvenes, el 38% opina que es muy buena, el 31% buena y un mismo porcentaje regular.



2.4.4. ¿Crees que los estudiantes prestadores de servicio social, están suficientemente preparados para participar activamente en radio?

El 39% dice que los estudiantes están regularmente preparados para participar activamente en la radio, el 27% dice que están preparados y el 20% señala que suficiente.



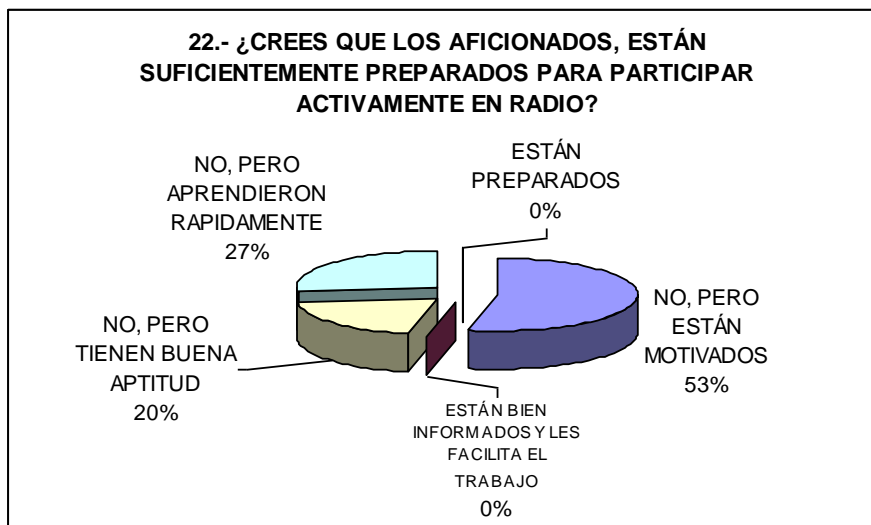
2.4.5. ¿Crees que los estudiantes practicantes, están suficientemente preparados para participar activamente en radio?

En relación a los estudiantes practicantes, el 46% dicen que están preparados, el 27% regular y el 20% suficiente.



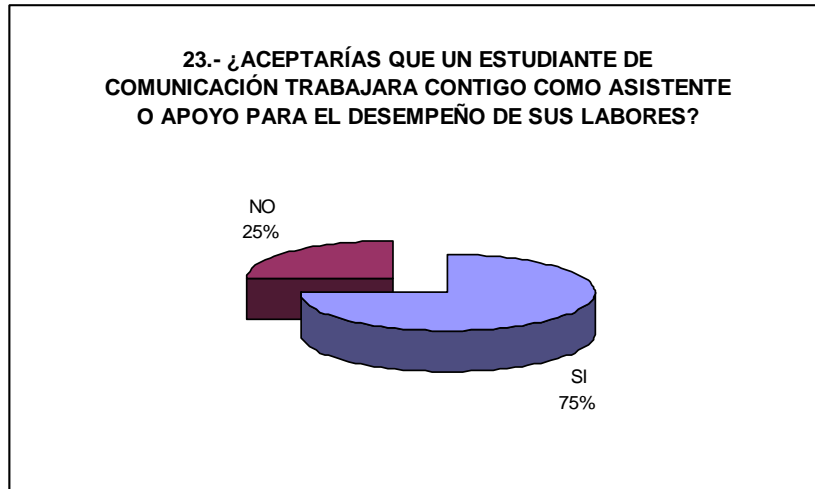
2.4.6. ¿Crees que los aficionados, están suficientemente preparados para participar activamente en radio?

En relación a los aficionados el 53% dice que no están preparados para participar, pero si motivados, mientras que el 27% coincide en que no están preparados pero señalan que aprenden rápidamente o como en el caso del 20% menciona que tiene buena aptitud.

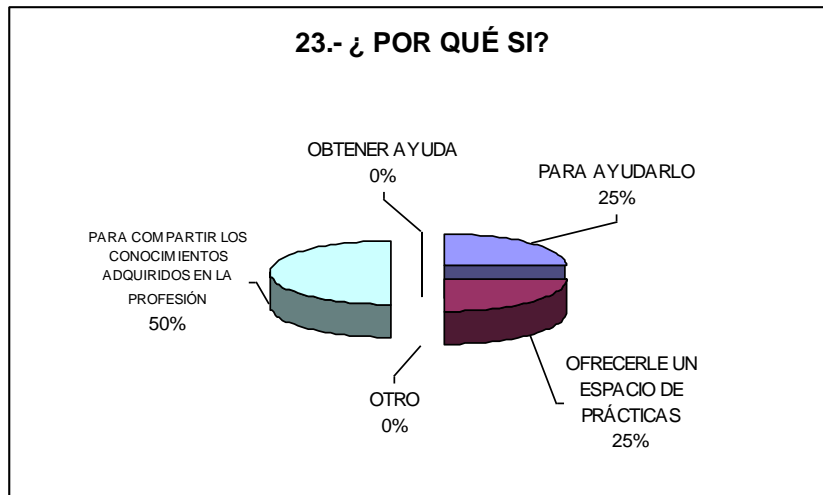


2.4.7. ¿Aceptarías que un estudiante de comunicación trabajara contigo como asistente o apoyo para el desempeño de sus labores?

Teniendo como antecedente lo anterior, se les pregunto si aceptaría tener a un estudiante como asistente o apoyo a sus labores y el 75% dijo que si.



Del 75% que mencionó que Si, el 50% menciona que para compartir los conocimiento adquiridos en la profesión y el 25% para ofrecerles un espacio de prácticas.

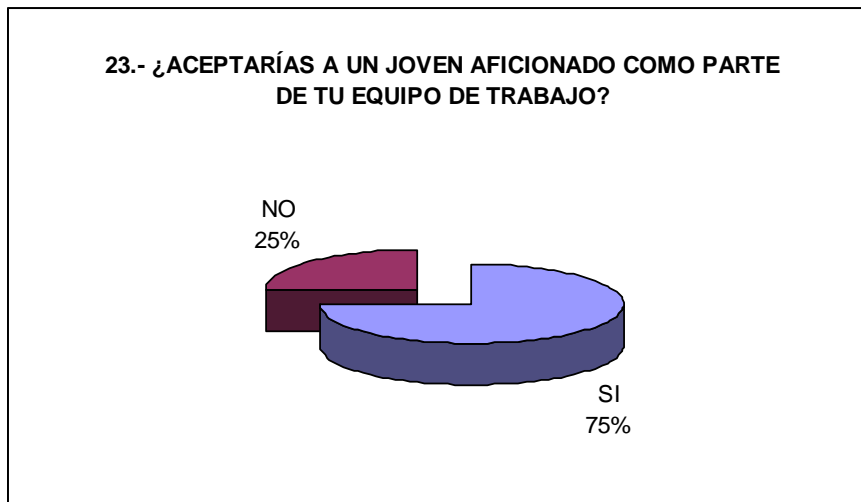


Del 25% restante que dijo que No aceptaría al joven, el 75% señaló que no por que no tenía tiempo y el 25% por que le estorbaría.

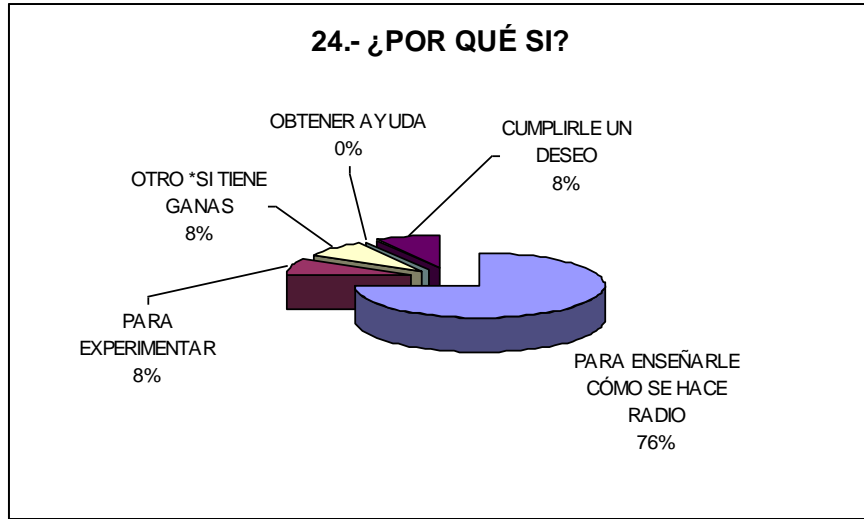


2.4.8. ¿Aceptarías a un joven aficionado como parte de tu equipo de trabajo?

El mismo porcentaje de encuestados (75%) dijo que aceptaría a un aficionado.



De este 75%, el 76% lo haría para enseñarle cómo se hace radio, mientras que el 8% para cumplirle un deseo, otro 8% para experimentar, 8% otros, pero ninguno para obtener ayuda.



Del 50% de los que dijeron que no, el 50% no lo haría por que no tiene tiempo de atenderlo, el 25% por que considera que es demasiada responsabilidad y el 25% por que no ha tenido buenas experiencias con los jóvenes.

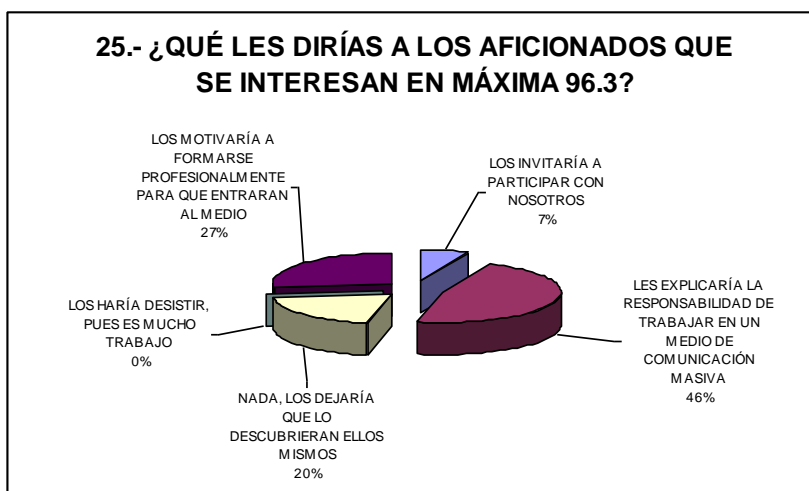


2.5. EL MEDIO RADIOFÓNICO

En este apartado se busca conocer la opinión de trabajar del medio en que se desempeña y su opinión acerca de las actividades idóneas para un estudiante o aficionado en Máxima 96.3

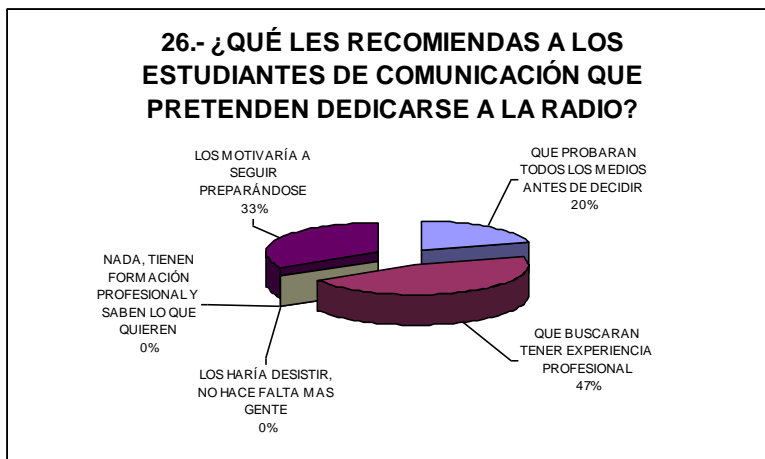
2.5.1. ¿Qué les dirías a los aficionados de la radio que se interesan en Máxima 96.3?

El 45% les explicaría a los aficionados la responsabilidad de trabajar en un medio de comunicación masiva, el 27% los motivaría a formarse profesionalmente para que entraran a trabajar al medio y el 20% no dirían nada, los dejarían que descubrieran ellos mismos.



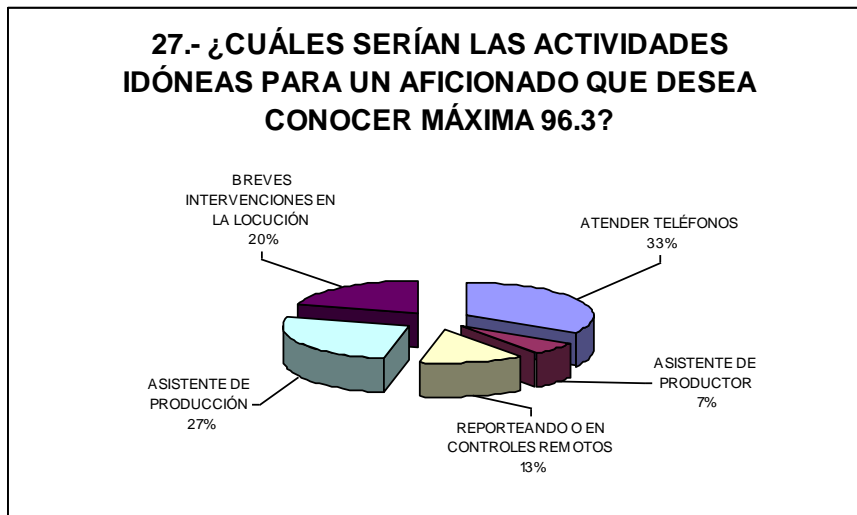
2.5.2. ¿Qué les recomendarías a los estudiantes de comunicación que pretenden dedicarse a la radio?

En cuanto a los estudiantes, el 47% les recomendaría que buscaran tener experiencia profesional, el 33% los motivaría a seguir preparándose y el 20% que probaran otros medios antes de decidir.



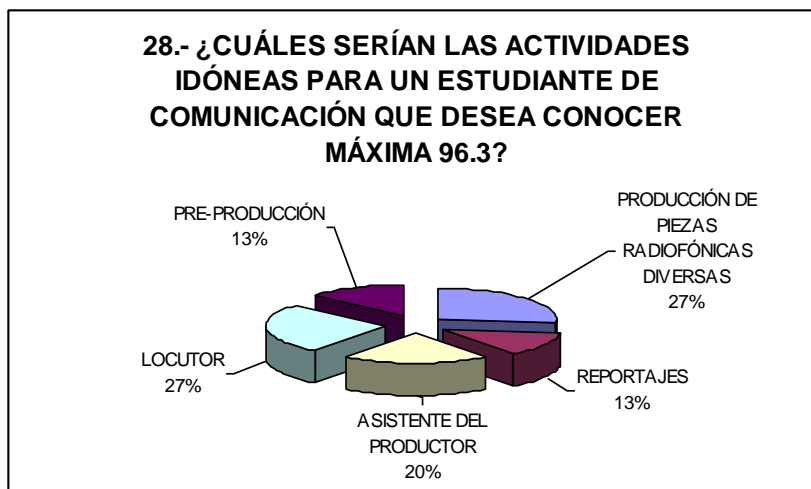
2.5.3. ¿Cuáles serían las actividades idóneas para un aficionado que desea conocer Máxima 96.3?

El 33% considera que la actividad idónea para un aficionado que participará en la radio sería atender teléfono, el 27% la de asistente de productor y el 20% haciendo breves intervenciones en la locución, entre los mas importantes.



2.5.4. ¿Cuáles serían las actividades idóneas para un estudiante de comunicación que desea conocer Máxima 96.3?

En el caso de los estudiantes, el 27% de los encuestados consideran que las actividades en Máxima 96.3 deberían ser la producción de piezas radiofónicas, 27% locutor, 20% asistente de productor, 13% preproductor y 13% reportajes.



2.6. A MANERA DE CONCLUSIÓN

Los resultados del análisis dan porcentajes claros y definidos para poder cumplir con el propósito de esta investigación, satisfacer el objetivo específico: Elaborar un diagnóstico de la importancia de los jóvenes en la programación de la radio, a partir de la opinión y experiencia de los empleados.

Se puede constatar que el apoyo de jóvenes en las actividades diarias de la radio, no se convierte en un estorbo para los empleados. Existen variables en cuanto a la situación actual de Máxima 96.3 dejando ver que los trabajadores de la misma observan deficiencias en la estación pero al mismo tiempo ven áreas de oportunidad que pueden ser aprovechadas con más apoyo (en este caso los jóvenes) que podrían colaborar en el desarrollo y bien de la radio.

Las preguntas finales se inclinaron más a ubicar a los estudiantes como participantes en la radio, en específico los de la carrera de Ciencias de la Comunicación, pues son ellos los que perfilan sus estudios profesionales hacia el entendimiento y aprendizaje de cualquier medio. Se pudo comprobar que los trabajadores de Máxima 96.3 ven mayores posibilidades de formarse como buenos empleados en la radio a estos estudiantes.

En cambio al tratarse de un aficionado no los ven con la preparación adecuada pero si motivados por el entusiasmo de ser parte del medio y podrían de la misma manera compartirles sus conocimientos, apoyarlos en su crecimiento a la vez recibir de parte de ellos el apoyo para facilitar actividades.

Esta encuesta aplicada al personal de Máxima 96.3 despeja nuestras dudas, aclara los objetivos que se buscan y a su vez satisface el procedimiento de la metodología de investigación para la propuesta se define a continuación.

CAPITULO III. PROPUESTA DE PROGRAMA ANFITRIÓN PARA JÓVENES EN MAXIMA 96.3.

En base a los estudios realizados para aclarar si es posible o no la participación de los jóvenes estudiantes con deseos de realizar su servicio social o prácticas profesionales en Máxima 96.3, así como la participación de aficionados mayores de edad con las mismas ganas de participar activamente en las actividades diarias de la estación de radio, se presenta un procedimiento y un esquema para atenderlos tratando de obtener buenos colaboradores.

Se aprovechará el acercamiento de los jóvenes a la estación que manifiestan su interés de colaborar, se tomará en cuenta a estudiantes obligados a realizar sus prácticas o servicio social pero con suficientes ganas de participar y conocer la radio. Se tomarán en cuenta también aquellos jóvenes aficionados mayores de edad movidos por el mismo interés.

El responsable del programa en Máxima 96.3, será el encargado del área operativa por ser este el coordinador de todas las actividades propias de la estación como: hablar al micrófono, promociones, publicidad y todas las demás actividades ya descritas en las funciones del organigrama administrativo. Este canalizará las solicitudes de acuerdo a las necesidades del área, deseos del solicitante y espacio disponible (puede tener cupo limitado) observando las habilidades y aptitudes manifestadas por el solicitante.

La participación activa en la radio de los jóvenes, se dará de acuerdo a los objetivos y diseño metodológico presentado en los siguientes apartados.

3.1. Justificación

A partir del diagnóstico realizado para la presente investigación, se da a conocer la situación actual de Máxima 96.3, sobre todo lo referente al sentir de los empleados en su espacio de trabajo y su relación con los radioescuchas. Con el fin de argumentar la propuesta del "PROGRAMA ANFITRIÓN PARA JÓVENES EN MÁXIMA 96.3" se retoman de la encuesta los hallazgos que respaldan los argumentos preliminares, resultado de la experiencia profesional.

Aunque el 87% de los encuestados está satisfecho con las actividades realizadas en la radio, sin embargo al 81% le sería útil el apoyo de otra persona.

Los empleados de Máxima 96.3 señalan, para ellos es una responsabilidad trabajar en la radio, además de que los radioescuchas son muy importantes para ellos, como radioescuchas, aficionados, practicantes o prestadores de servicio social.

Lo anterior queda confirmado cuando les preguntamos si en relación con las otras estaciones juveniles, como consideraban a Máxima 96.3 y nos dijeron para ellos es la mejor y de las mas atractivas para los jóvenes, sobre todo por sus locutores, aunque recomiendan la estación debería trabajar más en la motivación de sus empleados y en la capacitación de sus locutores (25%) y en una tercera opción mencionan la promoción de la estación.

Desde la perspectiva de los trabajadores, el rating (nivel de audiencia) es estable y de acuerdo a su percepción aprecian un aumento gradual muy significativo. Mencionan si tuvieran la oportunidad mejorarían Máxima 96.3 incluyendo más y mejores promociones.

Locutores, empleados y programación, son señalados como las principales fortalezas de la radio, mientras en debilidades resaltan: la calidad de la señal de transmisión, el equipo técnico y los locutores. Es importante resaltaremos estas debilidades como fuera del alcance de la producción y completamente ajenas a los radioescuchas.

“Crecer profesionalmente” es la expectativa de los empleados de la radio.

En cuanto a los jóvenes en la estación radiofónica, estos generalmente participan activamente en la radio, siendo así las expectativas de los locutores son siempre las esperadas en cuanto a las llamadas a los programas se refiere, nunca se les ha quedado alguna promoción hecha por este medio, aunque en la mayoría de los casos es difícil hacer participar al radioescucha al momento de la interacción al aire.

Los radioescuchas sienten gran curiosidad por conocer las instalaciones de la radio y son frecuentemente visitados, sobre todo para conocer a los locutores. Algunos de los visitantes van a recibir los obsequios de las promociones y estando ahí piden permiso para acceder a las instalaciones.

Por lo general, los radioescuchas participantes son jóvenes, estudiantes de preparatoria o universidad y el tipo de participación es muy diversa, algunos mandan saludos, otros solicitan complacencias musicales y otros más para interactuar con los locutores.

Los aficionados a Máxima 96.3 son fácilmente identificados por los empleados pues llaman frecuentemente y ya se consideran –mutuamente- amigos de la estación.

Los jóvenes activos de la radio, además de los empleados, que para fines de la presente no se consideran como parte de la audiencia son: aficionados mayores de edad, y estudiantes prestadores de servicio social y los practicantes.

Más de la mitad de los empleados de la radio ha trabajado con algún estudiante o aficionado y consideran como buena la intervención de estos en el trabajo de producción diario de Máxima 96.3, además de estar bien preparados para esta labor, distinguiéndose únicamente por el nivel de responsabilidad de los jóvenes y la relación con la institución a la que pertenecen y en el caso de los aficionados, de las tareas encomendadas.

Las experiencias con la participación de jóvenes en las labores diarias, los predispone a aceptar estudiantes o aficionados para trabajar con ellos en la radio, sobre todo para compartir los conocimientos adquiridos en la profesión y ofrecerles un espacio de prácticas. Un número mucho menor de empleados dijo no aceptaría al joven, porque no tenía tiempo y le estorbaría.

La condición para aceptar a los jóvenes fue la misma en la cuestión de aficionados o estudiantes, resaltando en el caso de los aficionados la disposición para enseñarle cómo se hace radio y para cumplirle un deseo.

La prioridad de los empleados no es conseguir quien les haga el trabajo, sino apoyar a los jóvenes e invitarlos. En el caso de los aficionados, a conocer la responsabilidad de trabajar en un medio de comunicación masiva y motivarlos a formarse profesionalmente si decidieran trabajar en un medio masivo, pero también, dejarlos descubrir el quehacer de la radio.

En cuanto a los estudiantes, la recomendación es obtener experiencia profesional, motivarlos a seguir preparándose y a probar otros medios antes de decidir a cual o cuales dedicarse.

Las actividades recomendables a desempeñar, serían:

Para aficionados mayores de edad.

1. Atender teléfono,
2. Asistente de productor,
3. Intervenciones en la locución, y
4. Reporteando en controles remotos.

Para un estudiante de comunicación.

1. Producción de piezas radiofónicas,
2. Locución,
3. Asistente de productor,
4. Preproductor, y
5. Reportero.

Por todo lo anterior consideramos que Máxima 96.3 reúne las condiciones necesarias para establecer un programa anfitrión para jóvenes deseosos de involucrarse en el medio radiofónico, sobre todo considerando que:

- Máxima 96.3 es una estación radiofónica atractiva para los jóvenes, y
- Los trabajadores están dispuestos a colaborar, aceptando jóvenes bajo su responsabilidad.

Por otro lado, los actuales programas académicos de formación en bachillerato y universidad contemplan entre sus actividades la realización de servicio social y prácticas profesionales, situación que obliga moralmente a estaciones como Máxima 96.3 a abrir espacios a los jóvenes con ganas de involucrarse en sus labores cotidianas de la radio, sobre todo porque son estos la razón de ser del medio. Además, los aficionados merecen ser tomados en cuenta para formar parte del equipo del cual se consideran amigos y asiduos escuchas.

A continuación se presenta la propuesta denominada "Programa anfitrión para jóvenes en Máxima 96.3"

3.2. Objetivos

3.3. General

- Diseñar y establecer un "Programa anfitrión para jóvenes en Máxima 96.3" que favorezca la participación de jóvenes aficionados mayores de edad y estudiantes a realizar su servicio social o prácticas profesionales en la radio.

3.4. Específicos

- Elaborar un programa de actividades para la participación de aficionados mayores de edad en la producción y transmisión de los programas radiofónicos de Máxima 96.3
- Contribuir a la formación de estudiantes (en especial de comunicación) con la implementación de un programa de servicio social y prácticas profesionales para estudiantes obligados académicamente a realizarlo.
- Diseñar una campaña de promoción del "Programa anfitrión para jóvenes en Máxima 96.3"

3.5. Plan de Acción (Metodología)

La propuesta del "Programa anfitrión para jóvenes en Máxima 96.3" se estructura en dos ejes de acción:

- A. Aficionados mayores de edad y Estudiantes a realizar su servicio social y/o prácticas profesionales.
- B. Campaña de promoción.

"Programa anfitrión para jóvenes en Máxima 96.3"		
Aficionados y estudiantes		
OBJETIVO ESPECIFICO	EJE DE ACCIÓN	ESTRATEGIA
Elaborar un programa de actividades para la participación de aficionados en la producción y transmisión de los programas radiofónicos de Máxima 96.3	Aficionados mayores de edad.	Establecer las actividades idóneas a realizar en la estación radiofónica por aficionados a la radio que genere propuestas de mejora en la programación.
Contribuir a la formación de estudiantes en especial de comunicación con la implementación de un programa de servicio social y prácticas profesionales para estudiantes a realizar su servicio social y/o prácticas profesionales.	Estudiantes.	Generar espacios de formación profesional para estudiantes en las áreas de producción y transmisión de Máxima 96.3, en colaboración con instituciones de educación media-superior y superior.
Diseñar una campaña de promoción del "Programa anfitrión para jóvenes en Máxima 96.3"	Campaña de promoción.	Dar a conocer el "Programa anfitrión para jóvenes en Máxima 96.3".

a. Aficionados y Estudiantes

Los jóvenes interesados en participar en Máxima 96.3, serán canalizados a una de las dos opciones de participación, entrarán al programa de aficionados todos aquellos jóvenes mayores de edad que deseen participar, mientras en el de estudiantes se incluirán como prioridad a aquellos que se encuentren inscritos en algún programa académico relacionado con la comunicación como periodismo o ciencias de la comunicación y obligados por la institución educativa a realizar su servicio social o prácticas profesionales.

Los requisitos son:

- Gusto por la radio.
- Alegre, entusiasta, sociable.
- Capacidad de integración a equipo de trabajo.
- Buena ortografía y redacción.

Tener además, En el caso de Estudiantes:

- Solicitud y autorización de parte de su escuela para poder realizar su servicio social y/o prácticas profesionales en Máxima 96.3.

En el caso de Aficionados:

- Ser mayor de edad.
- Llenar una solicitud de empleo con fotografía.

Las actividades a realizar son muy diversas y dependerán del área asignada y el perfil del interesado, llevarán todo el programa de inducción, pensando obviamente destacarán en el área más acorde a sus intereses; para el caso de los estudiantes podrán incorporarse asistiendo a las áreas de producción, mercadotecnia o promoción. Además, en Máxima 96.3 se realiza investigación, promoción y relaciones públicas.

La radio se verá en la necesidad de limitar el espacio de capacitación, es decir, no todos los jóvenes que acudan a solicitar realizar el programa serán aceptados la demanda podría ser muy elevada. Para ello será necesaria una previa evaluación de talento, cumplir con los requisitos mencionados y ser constante pues al momento del joven perder el interés o faltar al programa, será descartado para finalizar el periodo de instrucción.

La evaluación del talento se realizará con una prueba de locución ante el micrófono en el área de producción para escuchar si tiene cualidades para locución, será evaluada por el Director Operativo. También se realizará un examen de conocimiento que contenga:

¿Qué es la Radio?

¿Por qué te gusta la Radio?

¿Qué te gusta de Máxima 96.3?

¿Cuáles programas de Máxima 96.3 escuchas?

¿Por qué te gustaría entrar a un programa de aprendizaje en Máxima 96.3?

En ese mismo examen se calificará no solo su apreciación con respecto a la estación de radio y si conoce de ella, también se busca entender si realmente está interesado en participar o simplemente busca realizar el trámite académico de servicio social y/o prácticas par el caso de los estudiantes. Y en el caso de los aficionados se analizará también el interés, cuánto conoce de Máxima 96.3 y si va solo a perder el tiempo.

La revisión de este examen será analizada también por el Director Operativo y el programa anfitrión será coordinado a su vez también por el área del Director Operativo.

b. Campaña de promoción.

Como ya se menciona en los apartados anteriores, esta campaña cumplirá el objetivo de dar a conocer el "Programa anfitrión para jóvenes en Máxima 96.3".

Para llevarlo a cabo, en el caso de convocar estudiantes, se trabajará en coordinación con instituciones de educación que incluyan en sus programas áreas relacionadas con la comunicación como prioridad, a fin de invitar a participar a sus estudiantes con intereses en desarrollarse profesionalmente en radio. Se llevarán carteles y un volante con la convocatoria. Por otro lado, se promocionará mediante un pequeño spot (audio grabado) a través de la señal de Máxima 96.3 y comentarios de los locutores en sus programas en vivo a fin de convocar a los aficionados mayores de edad interesados en la radio.

3.6. Funciones, actividades y responsabilidades

Los jóvenes apoyarán a cada una de las áreas, de acuerdo a las funciones y responsabilidades de estas, según se puntualizan a continuación:

ÁREA	FUNCIONES ACTIVIDADES Y RESPONSABILIDADES DENTRO DE MÁXIMA 96.3	¿QUÉ HARÁ EL JÓVEN PARTICIPANTE?
Dirección General	Coordinar y dirigir todas y cada una de las funciones de los empleados del corporativo RADIO S.A., mencionando departamento administrativo, departamento de ventas, continuidad, departamento de operaciones y todas y cada una de las sub-áreas correspondientes a cada departamento.	Conocerá las funciones, actividades y responsabilidades del director general de manera teórica.
Gerente de Ventas	Coordinar y dirigir todas y cada una de las funciones de los agentes de ventas a su cargo. Cumplir con los objetivos de ventas publicitarias de todas las estaciones de radio incluyendo Máxima. Checa la continuidad en la pauta comercial. Negociar con los clientes, supervisar con el Productor General que los audios estén terminados antes de salir al aire. Estar en contacto con el Director	Conocerá las funciones, actividades y responsabilidades del gerente de ventas de manera teórica. Colaborará de manera práctica en las promociones que hayan sido destinadas para los eventos. Conocerá la continuidad de los audios comerciales. Dará seguimiento a la pauta para detectar errores.

	Operativo para realización de promociones y cumplimiento de la pauta comercial.	
Director Operativo	<p>Coordinar y dirigir todas y cada una de las funciones de los operadores en cabina, así como la realización de labores de los locutores.</p> <p>Supervisar que la continuidad en la pauta comercial se lleve a cabo y a tiempo.</p> <p>Supervisar que la programación musical se lleve a cabo y correctamente.</p> <p>Sacar programación musical (previa autorización del corporativo en el D.F.).</p> <p>Supervisar la programación de controles remoto, organizar las entrevistas en cabina,</p> <p>Organizar los comentarios en cabina.</p> <p>Organizar las llamadas de los artistas (phoner) a cabina,</p> <p>Negociar con disqueras y promotores la música de los artistas y promociones especiales,</p> <p>Cuidar la imagen de la estación,</p> <p>Coordinar con el Gerente de Ventas la realización de promociones y conciertos.</p>	<p>Conocerá las funciones, actividades y responsabilidades del director operativo de manera teórica.</p> <p>Colaborará de manera práctica en la supervisión y coordinación de todos los elementos del área operativa incluyendo equipo técnico y equipo humano.</p>
Productor General	<p>Producción de los audios de comerciales (spot), eventos, servicios sociales y promocionales,</p> <p>Coordinar la rotación de voces en los audios.</p> <p>Colocar los audios en la pauta</p>	<p>Conocerá las funciones, actividades y responsabilidades del productor general de manera teórica.</p> <p>Apoyará en la producción de los audios comerciales (spots) así como la creatividad de los mismos.</p>

	<p>comercial.</p> <p>Supervisar junto con el área de continuidad que los audios estén correctamente transferidos y se puedan escuchar.</p>	<p>Aportará ideas creativas para el desarrollo de promociones.</p>
Locutor	<p>Realizar su programa de radio previamente estructurado.</p> <p>Hablar (locutorear), entretener, informar a los radioescuchas.</p> <p>Hacer entrevistas, realizar los comentarios programados.</p> <p>Atender el teléfono, mensajero telefónico, sistema de Chat.</p> <p>Acudir a control remoto, promociones, conciertos y eventos especiales.</p> <p>Realizar todas las actividades a tiempo para no atrasar continuidad.</p>	
Operador Técnico	<p>Controlar los canales de audio de la consola, abrir y cerrar micrófonos de los locutores e invitados,</p> <p>Atender el teléfono.</p> <p>Colaborar en la realización de programas en vivo.</p> <p>Operar la consola para continuidad y audios.</p> <p>Llevar a cabo la continuidad a tiempo.</p> <p>Realizar con éxito los enlaces para control remoto.</p> <p>Promociones, phoner, conciertos y Eventos especiales.</p>	<p>Conocerá las funciones, actividades y responsabilidades del operador técnico de manera teórica.</p> <p>Conocerá de manera práctica el manejo de la consola de operaciones.</p> <p>Supervisará la continuidad y aprenderá a manejarla a tiempo.</p> <p>Aprenderá a realizar enlaces de control remoto y llamadas telefónicas.</p>

*Elaborado por: Fernando Herrera A. Dic 2008.

Con esto sabemos ahora que las actividades propias de cada área dentro de Máxima 96.3, podrán ser llevadas a cabo por los jóvenes participantes. Los jóvenes se van involucrando en la radio de manera gradual y según el desempeño en las actividades asignadas.

Para organizar el esquema se muestra una escala con los objetivos y actividades a realizar, se diseña para este fin lo siguiente:

NIVEL	OBJETIVO	RESPONSABLE	ACTIVIDADES
INICIAL	Que los jóvenes se familiaricen con las actividades de la radio.	CAPACITACIÓN	Cursos básicos: <ul style="list-style-type: none"> - El trabajo en Máxima 96.3 - Producción radiofónica (nivel básico)
CONTEXTUALIZACIÓN	Involucrar al estudiante en las acciones de Máxima 96.3	FUNCIONAMIENTO ADMINISTRATIVO EFICAZ	<ul style="list-style-type: none"> - Apoyo en la elaboración de material en el área de informática. - Organizar documentación de la Dirección General. - Atender la recepción. - Controlar el acceso de personas. - Apoyo en eventos especiales.
		MEJORAMIENTO EN EL CONTROL DE MÚSICA	<ul style="list-style-type: none"> - Verificar el estado de los discos. - Registro de nuevo material. - Ordenar material discográfico. - Entregar y recibir material. - Apoyo en eventos

			especiales.
ASISTENTE	Lograr la colaboración del joven en las diferentes funciones técnicas necesarias.	ASISTENTE DE CONTROLES TÉCNICOS	<ul style="list-style-type: none"> - Conocer las funciones de los distintos tipos de controles y aparatos. - Aprender a manejar cada una de ellas. - Practicar con la ayuda del encargado de controles - Llevar a su finalidad distintos programas sin la ayuda del operador en turno. - Apoyo en eventos especiales.
REPORTERO	Elevar el nivel de colaboración del joven e implementar la importancia y realización de contenidos a comunicar.	ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Contactar a los entrevistados - Investigación bibliográfica y campo sobre temas sociales y de interés general. - Elaborar cápsulas informativas. - Encuestar al público sobre temas a tratar en los programas - Elaboración de guiones. - Selección de música. - Brindar apoyo en eventos especiales.

		COPRODUCCIÓN EN PROGRAMAS PERIODÍSTICOS	<ul style="list-style-type: none"> - Hacer entrevistas a las diversas fuentes. - Redacción de notas periodísticas. - Reportear información.
LOCUTOR	Que el joven maneje información de manera hablada y ante el micrófono para los radioescuchas.	LOCUCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar menciones comerciales en los diferentes programas en vivo. - Participar activamente en los controles remotos. - Colaborar con los locutores haciendo pequeñas intervenciones al aire y enviando saludos. - Contestar llamadas al aire.

*Elaborado por: Fernando Herrera A. Dic 2008.

3.7. Calendarización de las actividades

El tiempo en de realización del programa se organiza para una mayor eficacia en un horario vespertino de 16:00 a 18:00 horas de Lunes a Viernes (evitando así interferir en las actividades propias y necesarias en la radio), dejando abierta la posibilidad de participar en las actividades como conciertos, control remoto, eventos especiales, las cuales generalmente tienen un horario variado, se ajustarían los jóvenes siempre y cuando sean solicitados por el área operativa para participar.

La duración del programa se plantea para 6 meses, el cual podría coincidir con la duración de los periodos académicos de las escuelas e instituciones educativas.

DURACIÓN	TIEMPO ACUMULADO	ACTIVIDAD
1 SEMANA	1 SEMANA	CONOCIMIENTO DE LAS INSTALACIONES
2 SEMANAS	3 SEMANAS	CAPACITACIÓN
2 SEMANAS	1 MES Y 1 SEMANA	ASISTENTE ADMINISTRATIVO
1 MES	2 MESES Y 1 SEMANA	ASISTENTE TÉCNICO
3 SEMANAS	3 MESES	REPORTERO
1 MES	4 MESES	ASISTENTE DE PRODUCCIÓN
1 MES	5 MESES	COPRODUCCIÓN EN PROGRAMAS PERIODÍSTICOS
1 MES	6 MESES	LOCUCIÓN

*Elaborado por: Fernando Herrera A. bajo la Asesoría de la Mtra. Elodia Hortera, Dic. 2008.

3.8. Resultados esperados

Con esto se espera canalizar el entusiasmo de los jóvenes hacia un mejor aprovechamiento dentro de Máxima 96.3, a su vez el joven se halle preparado con herramientas para desarrollarlas ya sea en el trayecto de su formación dentro de la radio o para su desenvolvimiento profesional en el caso de los estudiantes, y para los aficionados tener satisfacción y un cúmulo de experiencias que si bien no son parte de una formación académica si le sirvan para obtener mayores oportunidades de desarrollo en el ámbito laboral.

Se busca también cumplir con el requisito solicitado del joven en el caso de estudiantes con la obligación de realizar su servicio social o prácticas profesionales, siempre y cuando las instituciones educativas autoricen se lleve a cabo.

Se logra el vínculo de manera formal y con un programa específico de actividades sirviendo también para agilizar las funciones de las diferentes áreas de operación de la radio.

Aprenderán de cada área lo suficiente para colaborar en el beneficio buscado por la radio tanto para el radioescucha como para beneficio propio de la misma estación.

Se brinda un conocimiento completo en un tiempo determinado con la evaluación adecuada para cumplir la meta de compartir los conocimientos adquiridos por los empleados de Máxima 96.3.

CONCLUSIONES

Gracias a los resultados de la evaluación realizada a los empleados de Máxima 96.3, pudimos constatar que la propuesta de un programa anfitrión para jóvenes en la estación puede ser una buena oferta logrando satisfacer las necesidades que la empresa requiere como mantener las fortalezas (locutores, programación, promociones, equipo técnico, producción, entre otras) y elevar a nivel de fortaleza las debilidades (señal – transmisión, publicidad, calidad de programas, comunicación interna, imagen, entre otras) de la radio.

Las experiencias con la cooperación de los jóvenes en el quehacer diario de Máxima 96.3, predispone a los empleados a recibirlos para trabajar con ellos en la radio. Eso facilita la implementación de un programa como este, sobre todo para proveerles los conocimientos necesarios y ofrecerles un espacio de prácticas y aprendizaje.

Aunque existe resistencia de parte de algunos empleados para recibir a jóvenes a colaborar en la radio, en los resultados de las gráficas de la evaluación nos da un porcentaje muy alto donde se valora mucho a los jóvenes porque son la razón de ser de la radio abriendo la posibilidad de obtener satisfacción una vez que los mismos se capaciten y colaboren más activamente para el beneficio de Máxima 96.3.

Una propuesta de programa como esta abrirá la posibilidad de implementar programas similares en diferentes medios de comunicación y empresas donde la participación de los jóvenes será abierta, con muchas posibilidades de crecimiento profesional.

Al realizarse deberá ser totalmente dirigida con la intención de generar una mutua satisfacción, la evolución de ambas partes.

También asegura a la empresa a facilitar los procedimientos, realizar con mayor eficiencia las funciones, cumplir con las actividades a tiempo y delegar responsabilidades bajo una supervisión estricta.

Cada vez realizado el procedimiento del programa de acuerdo a la calendarización propuesta, en este caso Máxima 96.3, podrá contar con el apoyo de los jóvenes capacitados previamente para realizar las actividades convenientes agilizando así las funciones y provocando con esto una eficiencia en el servicio ofrecido por la estación radiofónica a clientes y radioescuchas.

Una vez desarrollado el talento de los jóvenes estudiantes y aficionados en las diferentes áreas de oportunidad y haberlo evaluado, abre la posibilidad de tener candidatos a posibles puestos o para cubrir vacantes en la estación con la certeza que lo harán de manera eficiente. A su vez logra que la estación radiofónica cumpla con

la atención a las instituciones educativas que solicitan de manera constante el recibir estudiantes de servicio o prácticas profesionales de una manera formal, creando así un vínculo benéfico para posibles negociaciones.

La buena aplicación de un programa como este, logrará sin duda un crecimiento profesional en los jóvenes estudiantes de preparatoria y universidad, pues dentro de los esquemas académicos como ya se mencionó se exige al joven acudir a diversas instituciones o empresas para realizar su servicio social o prácticas profesionales.

En el caso de los aficionados que acudan a participar en el programa, obtendrán también un crecimiento a manera profesional y las armas suficientes para seguir con su desarrollo laboral dentro de los medios de comunicación si así lo desea, debido a, en primera instancia, lo mueven las ganas de hacer radio.

Por último, con este programa se busca garantizar que tanto estudiantes, escuelas, aficionados, empleados, radioescuchas y estación radiofónica, tengan la oportunidad del desarrollo profesional y obtengan resultados altamente satisfactorios debido a su específico esquema de participación dentro de Máxima 96.3.

ANEXOS

ENCUESTA PARA EMPLEADOS

Le solicito sea tan amable de contestarme la siguiente encuesta, la cual tiene como objetivo satisfacer el procedimiento de la metodología de investigación para el trabajo de investigación de tesis para la obtención del grado de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, garantizándole que la información que me proporcione será tratada con fines exclusivamente académicos.

I. INFORMACIÓN GENERAL

Nombre: _____ Edad: _____

Sexo: Femenino () Masculino ()

Seleccione la opción que corresponde a su respuesta

1. ¿En que puesto se desempeña actualmente en Máxima 96.3?

Productor () Locutor () Operador Técnico () Productor () Gerente () Dirección ()

Otro: _____

2. Considera que las actividades que realiza son:

Demasiadas () Suficientes/Adecuadas () Pocas/Sencillas () Otro: _____

3. El apoyo/Asistencia de otra persona ¿sería de utilidad?

Siempre () Casi siempre () No es necesaria () Algunas veces () Nunca () Otra: _____

II. IMPORTANCIA DE LOS JÓVENES EN LA PROGRAMACIÓN DE LA RADIO

Enumera del 1 al 3, según el nivel de importancia que consideres.

4. Lo más importante en Máxima es...

- _____ Los productores
- _____ Los locutores
- _____ Los radioescuchas
- _____ La publicidad
- _____ La programación

6. La audiencia representa...

- _____ Nada mas eso
- _____ Nuestros jefes (los que manda)
- _____ Un reto
- _____ Un juez implacable
- _____ Nada importante

5. El trabar en Máxima 96.3, es una...

- _____ Responsabilidad
- _____ Obligación
- _____ Ilusión
- _____ Gusto
- _____ Necesidad

7. El radioescucha es importante, por que...

- _____ son la razón de ser de la radio
- _____ interactúan con nosotros
- _____ motivan a los locutores
- _____ la publicidad
- _____ promociones

III. SITUACIÓN ACTUAL DE MÁXIMA 96.3

8. Elija la opción que corresponda a su respuesta, de acuerdo a la siguiente escala:

1. Muy Importante 5. Nada importante

MÁXIMA 96.3, PARA MI ES IMPORTANTE POR---	
La oportunidad de adquirir experiencia	
Un reto para salir adelante	
El cumplimiento de una meta profesional	
Solo una fuente de recurso económico	
Un escenario de aprendizaje	
Una segunda familia	

La radio de mas éxito en Hermosillo	
Una responsabilidad	

9. En relación con las otras estaciones juveniles, Máxima es...

- La mejor
- Una buena competencia
- Una opción para los radioescuchas
- La más atractiva
- Mi lugar de trabajo

10. La estación radiofónica debería trabajar mas en...

- Capacitación de sus locutores
- Promoción de la estación
- Motivación a sus empleados
- Interacción con el público
- Programación

11. Desde tu perspectiva, ¿cual ha sido el comportamiento del rating en los últimos tres meses?

- Muy alto
- Subiendo gradualmente
- Igual / Estable
- A la baja
- Muy bajo

Responde brevemente las siguientes preguntas.

12.- SI ESTUVIERA EN TUS POSIBILIDADES ¿Qué HICIERAS PARA MEJORAR A MÁXIMA 96.3?

13.- MENCIONA 3 FORTALEZAS DE LA RADIO

- A. _____
- B. _____
- C. _____

14.- MENCIONA 3 DEBILIDADES DE LA RADIO

- A. _____
- B. _____
- C. _____

15- ¿CUALES SON TUS EXPECTATIVAS PROFESIONALES EN MÁXIMA 96.3?

IV. EL PAPEL DE LOS JÓVENES EN LA ESTACIÓN RADIOFÓNICA

16. Elija la opción que corresponda a su respuesta

PREGUNTA	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	NUNCA
Los jóvenes participan activamente en la radio				
Las llamadas a los programas de parte de los radioescuchas, son las esperadas				
En alguna ocasión, se ha quedado alguna promoción por la falta de participación de los jóvenes				
Es difícil hacer que el radioescucha participe				
Los radioescuchas visitan la estación de radio				
Normalmente, les llaman solo por recibir algo a cambio				
La mayoría de las llamadas son para pedir complacencias musicales				
La mayoría de las llamadas son para mandar saludos				
Han solicitado conocer a los locutores				
Les han pedido visitar las estaciones de la radio				
Toman en cuenta la opinión de los radioescuchas				
Los radioescuchas que participan con ustedes son en su mayoría estudiantes de secundaria y preparatoria				
Participan con ustedes estudiantes universitarios				
Todos los días llaman las mismas personas				
Los radioescuchas que llaman son amigos suyos				

17. ¿En Máxima hay participación de jóvenes no trabajadores de la estación?

SI _____	No _____
¿Quiénes?	¿Por que?
Prestadores de Servicio Social ()	No han venido a pedir la oportunidad ()
Practicantes de bachillerato ()	No los recibimos por falta de tiempo ()
Practicantes Universitarios ()	No, por políticas de la empresa ()
Aficionados ()	No, por que estorban ()
Otro: _____	Otro: _____

Si LA RESPUESTA ES NO, PASAR A LA PREGUNTA 23

18. ¿Has trabajado con algún estudiante o aficionado?

Si () No () No se ha presentado la oportunidad () Nunca me ha sido necesario () Otro: _____

19. ¿Cómo consideras la participación del joven?

Muy buena () Buena () Regular () Mala () Muy mala ()

20 ¿Crees que los estudiantes prestadores de servicio social, están suficientemente preparados para participar activamente en radio?

Muy bien preparados () Preparados () Regular () Suficientemente preparados () Mal preparados ()

21. ¿Crees que los estudiantes practicantes, están suficientemente preparados para participar activamente en radio?

Muy bien preparados () Preparados () Regular () Suficientemente preparados () Mal preparados ()

22. ¿Crees que los aficionados, están suficientemente preparados para participar activamente en radio?

No, pero están muy motivados ()
 Están Preparados ()
 No, pero tienen buena aptitud ()
 No, pero aprendieron rápidamente ()
 Están bien informados y les facilita el trabajo ()

23.. ¿Aceptarías que un estudiante de comunicación trabajara contigo como asistente o apoyo para el desempeño de sus labores?

- | | |
|---|--|
| SI_____ | No_____ |
| ¿Por que? | ¿Por que? |
| Para ayudarlo () | Es demasiada responsabilidad () |
| Ofrecerle un espacio de practicas () | No tengo tiempo de atenderlo () |
| Obtener ayuda () | Me estorbaría () |
| Para compartir los conocimientos adquiridos en la profesión () | No he tenido buenas experiencias con estos jóvenes () |
| Otro:_____ | Otro:_____ |

24. ¿Aceptarías a un joven aficionado como parte de tu equipo de trabajo?

- | | |
|---------------------------------------|--|
| SI_____ | No_____ |
| ¿Por que? | ¿Por que? |
| Para enseñarle como se hace radio () | Es demasiada responsabilidad () |
| Cumplirle un deseo () | No tengo tiempo de atenderlo () |
| Para experimentar () | Me estorbaría () |
| Obtener ayuda () | No he tenido buenas experiencias con estos jóvenes () |
| Otro:_____ | Otro:_____ |

V. EL MEDIO RADIOFÓNICO.

Elija la opción que corresponda a su respuesta

25. ¿Qué LES DIRÍAS A LOS AFICIONADOS DE LA RADIO, QUE SE INTERESAN EN MÁXIMA 96.3?

- () Los invitaría a participar con nosotros
- () Les explicaría la responsabilidad de trabajar en un medio de comunicación masiva
- () Nada. Los dejaría que lo descubrieran ellos mismos
- () Los haría desistir, pues es mucho trabajo
- () Los motivaría a formarse profesionalmente para que entraran al medio.

26. ¿QUÉ LES RECOMIENDAS A LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN QUE PRETENDEN DEDICARSE A LA RADIO?

- () Que probaran todos los medios antes de decidir
- () Que buscarán tener experiencia profesional.
- () Nada. Tienen una formación profesional y saben lo quieren.
- () Los haría desistir, no hace falta mas gente.
- () Los motivaría a seguir preparándose.

27. ¿CUÁLES SERIAN LAS ACTIVIDADES IDÓNEAS PARA UN AFICIONADO QUE DESEA CONOCER MÁXIMA 96.3?

- () Atender teléfonos
- () Asistente de productor
- () Asistente de Producción
- () Breves intervenciones en la locución. (ejem. mandando saludos)
- () Reporteando o en controles remotos.

28. ¿CUÁLES SERIAN LAS ACTIVIDADES IDÓNEAS PARA UN ESTUDIANTE DE COMUNICACIÓN QUE DESEA CONOCER MÁXIMA 96.3?

- () Producción de piezas radiofónicas diversas
- () Reportajes
- () Asistente de Productor
- () Locutor
- () Pre-producción

COMENTARIOS ADICIONALES:

GRACIAS!!!