



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO

PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MAGISTER
EN COMUNICACIÓN, CON MENCIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS Y COMUNITARIOS.

Título:

**La radio comunitaria en la solución de los problemas sociales del sector
indígena en la ciudad de Guayaquil**

Autor

Marlon Chica Vicuña

Tutor

Ing. José Inca Veliz M.B.A.

Milagro, Abril 2020

Ecuador



CARTA DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Guayaquil, 3 de septiembre del 2019

Doctor

Guillermo del Campo

**DIRECTOR-COORDINADOR MAESTRÍA PROFESIONAL EN
COMUNICACIÓN**

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO (UNEMI)

Milagro. –

De mis consideraciones:

Estimado Doctor, envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación del maestrante **MARLON EDUARDO CHICA VICUÑA**, con cédula de identidad No 0914231410, indicando que ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El maestrante demuestra conocimiento profesional e integral en el tema.
- El trabajo presenta una propuesta en el área social y emprendimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación con el tema: **La radio comunitaria en la solución de los problemas sociales del sector indígena en la ciudad de Guayaquil, CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que el maestrante está apto para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

Ing. José Inca Veliz M.B.A

Celular 0988104883



DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Yo **MARLON EDUARDO CHICA VICUÑA**, autor de esta investigación declaro ante el Consejo Directivo Departamento de Investigación y Postgrado de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado sobre **La radio comunitaria en la solución de los problemas sociales del sector indígena en la ciudad de Guayaquil** es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, Abril del 2020

Atentamente,


MARLON EDUARDO CHICA VICUÑA



CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Máster en Comunicación, otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA	[51.33]
DEFENSA ORAL	[39.00]
TOTAL	[90.33]
EQUIVALENTE	[MUY BUENO]

Dra. Yilena Montero Reyes

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. José Inca Veliz M.B.A

PROFESOR DELEGADO

Dr. Jorge Córdova Morán

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

A Dios, porque es mi eje central de fe, amor, esfuerzo y responsabilidad; por estar siempre pendiente de este ser humano, pecador y lleno de errores, pero aun así, su misericordia sigue infinita y me bendice en cada paso que doy.

A la Lcda. Mariana Vicuña Párraga, mi mamá, por su garra y empuje, gracias por ser esa mujer valiente que ante la falta de mi padre Galo Chica Aguirre, (fallecido) siempre me empujó, aun cuando la vida se nos puso más dura. Gracias por enseñarme el amor a Dios.

A Liz Cruz, mi esposa, por ser ese pilar fundamental de apoyo y respaldo en mi vida, por estar siempre pendiente de mi trabajo y aunque te quité parte de nuestras vidas cuando escribía, nunca te molestaste, al contrario, sentí que me extrañabas y cuando abrías la puerta del cuarto tu mirada decía, Te Amo, continúa.

A mis hijas Sahian, Arianna y Ashley Chica Cruz, a Eduard Chica Coronel, mi hijo, ¡Perdón! Perdón porque me ausenté de sus vidas, pero son decisiones que debí tomar y les aseguro que no será en vano, gracias por ser los motores y mi fuerza para seguir avanzando sin desmayar.

A Hipatia Chica Vicuña, Cecibel Chica Roque e Isabel Redrován por ser de esas hermanas que a pesar de estar al otro lado del continente, cuando ya renunciaba, siempre estaban ahí presentes, escribiéndome y llamándome para animarme a culminar mi trabajo.

Marlon Eduardo Chica Vicuña

AGRADECIMIENTO

Al Doctor Fabricio Guevara Viejó, Rector de la Universidad Estatal de Milagro, por su respaldo a la primera promoción de Magísteres en Comunicación profesional con mención en medios públicos y comunitarios.

Al Dr. Guillermo Campo, Director de investigación y postgrado de la Universidad Estatal de Milagro, por su apoyo incondicional, además de su preocupación y ánimo brindado para concretar nuestras Maestrías en Comunicación.

A todos los docentes, quienes forjan el desarrollo de los ecuatorianos en aras de una sociedad más justa y equitativa.

A la Academia, por brindarme la oportunidad de actualizar mis conocimientos y permitirme crecer como mejor ser humano.

A mi tutor, José Inca Veliz por su capacidad de enseñanza y brindarme su experiencia como docente investigador durante el desarrollo del presente trabajo.

A mis compañeros de maestría, Elizabeth Peña, Aidita Moreira, Félix Gómez, Cristian Reyes, Stalin Paz Guerra, Luis Neira y David Viteri, porque a pesar del tiempo que duraron nuestros trabajos, nunca nos abandonamos, al contrario, fuimos más amigos y siempre nos dimos una mano.

Marlon Eduardo Chica Vicuña



AUTORIZACIÓN

PhD. Fabricio Guevara Viejó
RECTOR UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Presente.

Yo, MARLON EDUARDO CHICA VICUÑA, en calidad de autor del Trabajo de Fin de Máster titulado **La radio comunitaria en la solución de los problemas sociales del sector indígena en la ciudad de Guayaquil**, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro a depositar el presente trabajo en el repositorio institucional, garantizando el libre acceso, permitiendo solamente la consulta y/o descarga del mismo.

Este trabajo fue presentado como requisito previo a la obtención del Título de **Magíster Profesional en Comunicación con mención en medios públicos y comunitarios**, del Instituto de Posgrado y Educación Continua de la UNEMI.

Milagro, Abril del 2020

Atentamente,


MARLON EDUARDO CHICA VICUÑA

ÍNDICE GENERAL

CARTA DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	III
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA.....	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
AUTORIZACIÓN.....	VII
ÍNDICE GENERAL.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS.....	X
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XI
RESUMEN.....	XII
ABSTRACT.....	XIII
TEMA.....	1
INTRODUCCIÓN.....	2
CAPÍTULO I.....	4
EL PROBLEMA.....	4
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
1.1.1 Problematización.....	4
1.1.1.1 Origen y descripción del problema.....	4
1.1.1.2 Causas, consecuencias.....	5
1.1.2 Delimitación del Problema.....	6
1.1.3 Formulación del problema.....	6
1.1.4 Sistematización del problema.....	6
1.2 OBJETIVOS.....	7
1.2.1 Objetivo General.....	7
1.2.2 Objetivos Específicos.....	7
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	7
1.4 HIPÓTESIS O IDEAS A DEFENDER.....	8
CAPÍTULO II.....	9
MARCO TEÓRICO.....	9
2.1 Radio comunitaria.....	9
2.1.1 Características de las radios comunitarias.....	10
2.1.2 Eficiencia y desarrollo de las radios comunitarias.....	11
2.1.3 Radio comunitaria y su territorio.....	12
2.1.4 Programación radiofónica. Definición.....	14

2.2.	Principales radios comunitarias en el Ecuador.....	15
2.3.	La sociedad y las radios comunitarias	16
2.4.	Cobertura del espectro radial comunitario.....	17
2.4.1.	Situación técnica de una radio comunitaria	17
2.5.	Radio con programación en kichwa y español.....	18
2.6.	Interés de una radio comunitaria	18
2.7.	Marco legal	19
2.7.1.	La comunicación es un derecho constitucional.....	19
2.7.2.	Situación legal de una radio comunitaria	20
	METODOLOGÍA	21
3.1.	Metodología aplicada	21
3.2.	Tipos de investigación	21
3.3.	Técnicas e instrumentos	22
3.4.	Población y muestra	23
3.5.	Análisis de los resultados.....	24
3.6.	Análisis Situacional de una radio comunitaria	39
	CAPÍTULO IV.....	46
	PROPUESTA.....	46
4.1	Tema.....	46
4.2	Antecedente la propuesta	46
4.3	Objetivo general de la propuesta.....	47
4.3.1	Objetivos específicos de la propuesta.....	47
4.4	Justificación de la propuesta.....	47
4.5	Descripción de la propuesta.....	48
4.6	Programas de radios innovadores	50
	CONCLUSIONES.....	53
	RECOMENDACIONES.....	54
	BIBLIOGRAFÍA.....	56
	60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz Causa Efecto.....	5
Tabla 2 Edades de los encuestados.....	24
Tabla 3 Género de los encuestados	25
Tabla 4 Estado civil de los encuestados	26
Tabla 5 Actividad actual de los encuestados.....	27
Tabla 6 Frecuencia con la que escucha la radio	28
Tabla 7 Tipo de programas que escucha en la radio	29
Tabla 8 Participaría en eventos y programas que realicen las radios comunitarias.....	30
Tabla 9 Medios por donde escucha la radio comunitaria.....	31
Tabla 10 Programación que le gustaría que se comenten en las radios comunitarias.....	32
Tabla 11 Frecuencia de Radio desde su hogar.....	33
Tabla 12 Deberían de existir radio comunitaria para un determinado sector de la sociedad.....	34
Tabla 13 La radio debe expandir programas de ayuda social.....	35
Tabla 14 La radio comunitaria debe de cuidar a los ciudadanos a través de programas que eviten el consumo de drogas	36
Tabla 15 La radio comunitaria debe estar al tanto de todo lo que pasa en la comunidad e informar a sus habitantes	37
Tabla 16 La radio comunitaria debe de difundir información de ayuda educativa a la comunidad.....	38
Tabla 17 Programación de radio del Sábado 6h a 13h.....	50
Tabla 18 Programación de radio por tiempo definido	52

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Muestra de la población finita	23
Figura 2 Edades de los encuestados	24
Figura 3 Género de los encuestados	25
Figura 4 Estado civil de los encuestados	26
Figura 5 Actividad actual de los encuestados	27
Figura 6 Frecuencia con la que escucha la radio.....	28
Figura 7 Tipo de programas que escucha en la radio.....	29
Figura 8 Participaría en eventos y programas que realicen las radios comunitarias.....	30
Figura 9 Medios por donde escucha la radio comunitaria	31
Figura 10 Programación que le gustaría que se comenten en las radios comunitarias	32
Figura 11 Frecuencia de Radio desde su hogar.....	33
Figura 12 Debería de existir radio comunitaria para un determinado sector de la sociedad.....	34
Figura 13 La radio debe expandir programas de ayuda social.....	35
Figura 14 La radio comunitaria debe de cuidar a los ciudadanos a través de programas que eviten el consumo de drogas	36
Figura 15 La radio comunitaria debe estar al tanto de todo lo que pasa en la comunidad e informar a sus habitantes.....	37
Figura 16 La radio comunitaria debe de difundir información de ayuda educativa a la comunidad.....	38
Figura 17 La radio de Todos Z1	39
Figura 18 Rolax de la programación de la radio Z1	40
Figura 19 Lic. Marlon Chica con el Sonidista Pedro Veloz de la radio Z1	40
Figura 20 Lic. Marlon Chica con la productora de sonido María Chiluiza de la radio Z1	41
Figura 21 Lic. Marlon Chica practicando para el programa de radio Alarma Noticiosa	42
Figura 22 características de Radio Águilas de cristo 1050 A.M.....	43
Figura 23 características de Radio Cristal de A.M.....	44
Figura 24 características de Radio Morena de 640 A.M	44
Figura 25 características de Radio Huancavilca 830 A.M.....	45
Figura 26 características de Radio Santiago 540 A.M.....	45



RESUMEN

El tema relacionado con la radio comunitaria en la solución de los problemas sociales del sector indígena en la ciudad de Guayaquil, se presenta por la necesidad de ampliar el espectro radial a una etnia descuidada, que normalmente se identifica aislada a los temas educativos, culturales, deportivos y de entretenimiento, además de un descuido en el hábitat en que se desenvuelven, el objetivo principal de la primera emisora que funciona como comunitaria en Guayaquil, Radio Z1, señal que se retransmite a través del dial 1400 AM, con una programación en kichwa y español, que incluye música, noticias, concejos de medicina ancestral y tradicional, evangelización, además de conversatorios en vivo y por redes sociales donde tratan sobre la problemática social y los aportes del sector indígena que radican en esta ciudad.. La metodología aplicada es de carácter exploratorio y descriptivo que se presenta con un enfoque cualitativo y cuantitativo, utilizando herramientas de correlación de información como la observación, entrevista, encuesta y un grupo focal. Los resultados obtenidos dan un apego a la realidad del sector indígena que requiere de un medio radial comunitario que brinde seguridad, confianza y respaldo continuo, que involucre una programación variada dentro de la comunidad. La propuesta de programación de un programa denominado "Voz Indígena, Pueblo Emprendedor, VIPE" tiende a ser un soporte para el sector indígena al dar espacios más amplios que nazcan desde las propias necesidades de cada comunidad indígena, respetando sus aciertos y errores durante una programación que busca conectar las diferencias ideológicas de cada persona y comunidad que radica en Guayaquil.

Palabras claves

Indígena, Radio, Comunitaria, Información, Emprendimiento



ABSTRACT

The issue of community radio in solving the social problems of the indigenous sector in the city of Guayaquil arises from the need to extend the radio spectrum to a neglected ethnic group, which is usually presented in isolation from educational issues, cultural, sports and entertainment, in addition to an oversight in the living room in which they develop, the main objective of the first station that operates as a community in Guayaquil, Radio Z1, signal that is retransmitted via the 1400 AM dial, with programming in Kichwa and Spanish, including music, news, ancestral and traditional medicine councils, evangelization, in addition to live conversations and social networks where they deal with the social problems and the contributions of the indigenous sector that live in this city.. The methodology applied is exploratory and descriptive and is presented with a qualitative and quantitative approach, using information correlation tools such as observation, interview, survey and a focus group. The results obtained give an attachment to the reality of the indigenous sector that requires a community radio medium that provides security, trust and continuous support, involving varied programming within the community. The proposed programming of a programme entitled "Indigenous Voice, Entrepreneurial People" tends to be a support for the indigenous sector by providing wider spaces that are born from the needs of each indigenous community, respecting their successes and mistakes during a programming that seeks to connect the ideological differences of each person and community that resides in Guayaquil.

Keywords

Indigenous, Community Radio, Information, Entrepreneurship

TEMA

La radio comunitaria en la solución de los problemas sociales del sector indígena en la ciudad de Guayaquil.

INTRODUCCIÓN

La radio cuenta con un espectro ancho de grupos de personas que se informan de los acontecimientos suscitados en un sector específico, donde la innovación esta forjada en el diálogo entre la comunidad y un equipo de comunicadores preparados en el ámbito de negocios y asistencia financiera, tributaria, organizacional, en las distintas áreas en que se relaciona cada segmento dentro del programa.

La innovación que tiene una radio es la de ampliar los temas relevantes que son problemas para una comunidad, donde se busca la atención de sus participantes al momento de las entrevistas a los principales empresarios de renombre y solvencia, además que se relacionen con el aparato productivo del sector indígena en un segmento específico de agricultura, ganadería, pesca, producción, turismo y comercio, realizando un análisis en los diferentes temas: económico, comercial, industrial, legal o de salud, forjando el conocimiento en la sociedad.

El aporte a la comunidad se lo realiza creando la necesidad en el conocimiento, es decir, detallar temas importantes según las encuesta o la noticia de turno que despierta el interés de todo el sector, que cuida y precautela las acciones sociales, seguridad, cuidado del ambiente, desarrollo o emprendimiento, esto implica el manejo de información y datos investigados que son resumidos y expuestos a los radioescuchas.

La metodología aplicada en el presente proyecto de investigación es de carácter exploratoria debido a que se obtendrá información relativa del manejo y programación de una radio comunitaria indígena en su idioma nativo, el kichwa y español, de cultura informativa, donde segmenta los sectores, para que la ciudadanía busque la sintonía por el interés que manifiesta y que los relaciona con problemas de su comunidad.

Se aplica el método analítico porque acorde a los estudios realizados se busca la aceptación de la radio en temas de interés colectivo; el método descriptivo permite conocer cuáles son las necesidades o prioridades de los ciudadanos y los temas que despiertan el interés y la sintonía en un sector específico de la ciudad de Guayaquil. La población a considerar es el segmento de indígenas radicado en la urbe, esto puede ser

en el centro sur, un conjunto residencial, una ciudadela, un aspecto étnico, social, ambiental, económico o político que se encuentre en el espectro radial.

En el capítulo uno se da un esquema del problema presentado en la organización y gestión de una radio comunitaria, se plantean los objetivos y se justifica el tema con el fin de dar respuesta a la hipótesis presentada, considerando sus variables y la descripción de la información obtenida.

En el capítulo dos se establece un marco teórico referencial que denota los principales temas de interés de una radio comunitaria, siendo la radiodifusión, el espectro radial, la programación, entre otros, además de un marco contextual y legal que permita tomar decisiones acertada en el público objetivo.

En el capítulo tres se orienta un estudio exploratorio y descriptivo que señala instrumentos utilizados como la encuesta y la observación para alcanzar resultados medibles de la hipótesis planteada.

En el capítulo cuarto se da una propuesta de una programación innovadora dirigida a los hermanos indígenas en kichwa y español que señala los principales temas de interés de la comunidad, además de un amplio espectro de señal y participación en el medio de radio comunitario.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

Una radio comunitaria debe de ser una entidad de servicio social que orienta, vigila y sirve a las comunidades acorde a la cultura, etnia, educación, deporte, emprendimiento, género, entre otras, sin embargo, su tendencia suele ser solo de carácter comercial sin prestar ayuda o servicio real.

Una estación de radiodifusión requiere un ámbito de espacio integrado, donde los ciudadanos participen en conjunto en la toma de decisiones de ayuda o respaldo a toda la comunidad y a quienes sigan de cerca su programación que los atrae, gracias a una comunicación eficiente.

No existe cobertura en la ciudad de Guayaquil para dirigir radios comunitarias acorde a un espectro masivo de personas según su ubicación, es decir, los jóvenes del amplio centro sur, no tienen una frecuencia radial que los acobije, otro ejemplo es la falta de comunicación de los indígenas en los diferentes sectores, donde escuchen un programa que les dé una orientación en la alimentación nutritiva e indique las horas de entrenamientos y los requerimientos en el sector.

La estación de radio comunal, debe estar ubicada en un sitio estratégico y potencial, donde la misma ciudadanía sea participe en la creación de nuevos programas, la estrategia es la de viabilizar su difusión en mensajes dirigidos a un segmento específico, considerando una comunicación interactiva con información directa y veraz.

1.1.1.1 Origen y descripción del problema

El origen radica en que las comunidades indígenas asentadas en la ciudad de Guayaquil, no cuentan con un programa de radio exclusivo que oriente diversas temáticas en un sector, como es la información pertinente a un problema social referente

a la omisión de un segmento nativo y que vislumbra noticias a través de radios que generalizan la población y no detallan información directa de lo que acontece en una actividad de entretenimiento o la difusión de una competencia deportiva específica al sector indígena, e incluso la presencia de una autoridad para la puesta de una obra comunal. La unión de la comunidad nace de una comunicación veraz, donde los involucrados busquen la trilogía de perfección entre el medio, el problema y la sociedad.

1.1.1.2 Causas, consecuencias

Las causas que permiten la no inclusión de una radio comunitaria en un determinado sector, están detalladas en la siguiente tabla:

Tabla 1 Matriz Causa Efecto

Causas	Consecuencia
Comunicación entre los moradores de una comunidad	Desarrollo limitado de la comunidad y sus familias
Actividades sociales en beneficio de la comunidad	Poco poder de sostenibilidad de actividades grupales
La carencia de una radio comunitaria no permite la integración.	Existe poco interés en proyectos comunitarios.
Al no existir una radio comunitaria no hay ayuda en equipo para un riesgo o siniestro.	Poca solidaridad con el prójimo
Comunidad inactiva en actividades sociales y seguridad	Carencia de valores, aprendizaje y actividades deportivas y eventos en la comunidad
Formación de personas y etnias culturales	Mínimo grado de aceptación de actividades grupales en las familias de una comunidad

Elaborado por Marlon Chica Vicuña

1.1.2 Delimitación del Problema

Campo:	La Radio Comunitaria
Área:	Sector de indígenas de Guayaquil
Aspecto:	Exploratoria, Analítica y Descriptiva
Línea de investigación:	Relación estratégica entre comunicación, educación y comunidad
Sub línea:	Cultura y Desarrollo
Eje de programa maestría:	Dirección, producción y programación
Delimitación Espacial:	Ciudad de Guayaquil
Delimitación Temporal:	6 meses
Tema:	La radio comunitaria en la solución de los problemas sociales del sector indígena en la ciudad de Guayaquil.

1.1.3 Formulación del problema

¿Cuáles son las principales acciones sociales que una radio comunitaria puede difundir al sector de indígenas con programación cultural y de entretenimiento?

1.1.4 Sistematización del problema

¿Cuáles serán los pasos necesarios para una programación innovadora para el sector indígena en una radio comunitaria en la ciudad de Guayaquil?

¿Cuál es el segmento de mayor interés de los ciudadanos indígenas que buscan en una radio y su aplicabilidad en determinado sector de la ciudad de Guayaquil?

¿Cómo deberían de ser los programas que despierten la atención de la comunidad indígena?

¿Por qué las radios comunitarias no tienen la acogida básica necesarias en los emprendedores para su gestión?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Describir las principales acciones sociales que una radio comunitaria debe difundir a los sectores indígenas, diseñando una programación cultural y de entretenimiento en la ciudad de Guayaquil.

1.2.2 Objetivos Específicos

Describir las bases teóricas de una radio comunitaria, en el contexto habitual para los indígenas, considerando programaciones interactivas para su interés y los elementos viables para su gestión, situación legal, técnica y administrativa.

Diagnosticar la aceptación de una radio comunitaria en un segmento de usuarios al aire con programación en kichwa y español dirigida a los indígenas de la ciudad de Guayaquil.

Diseñar una programación cultural y de entretenimiento que despierte el interés de una comunidad específica, considerando la gestión administrativa y financiera de su gestión.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La dirección y administración de una radio comunitaria va dirigido a un promedio de 20000 a 50000 ciudadanos que emergen de una ubicación en diámetro con señal directa al espectro radial del sector, donde cada gestión busca la forma de difundir el tipo de programas y la forma como acaparar la atención y preferencias de la comunidad.

Se justifica la creación y gestión de un programa en radio comunitaria al momento que se dirige a sectores específicos de la población como son los estudiantes, empresas, empleados del sector público o privado, y la familia que alberga el espectro radial. Cada

programa será único y pionero en diferentes temas, donde podrán participar las universidades, colegios, profesores, alumnos y familias en general.

Un programa de radio comunitaria es un medio de comunicación directa y masiva, para quienes desean informarse a través de sus segmentos sobre aspectos relevantes de su sector o grupo específico, la modalidad es Objetivo, Práctico, Dinámico y Proactivo.

1.4 HIPÓTESIS O IDEAS A DEFENDER

Con una radio comunitaria al aire con programación en kichwa y español dirigida al sector de los indígenas, permitiría una comunicación segura y eficiente, además de una comunicación directa de un tema social a tratar.

Variables Intervinientes

Variable Independiente

Acciones sociales de una Radio comunitaria

Variables Dependiente

Información Segura y eficiente

Comunicación directa

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Radio comunitaria

La radio comunitaria según la Constitución vigente del 2008, existen tres sectores de la comunicación que son el comunitario, la pública y la privada, además consta dentro de la transitoria primera, la cual sería aprobada para su creación. La primera es la Escuela Radiofónica del Ecuador (ERPE) que aparece el 19 de marzo de 1962 creada en aquel entonces por el Monseñor Leónidas Proaño desde Riobamba.

Así como lo detalla el autor Galarza (2016), en donde hace referencia que:

En primer lugar, la radio comunitaria está caracterizada por la activa participación de la comunidad en los procesos de creación de noticias, información, entretenimiento, con un énfasis en temas y preocupaciones locales. Con capacitaciones los productores puedan crear programas usando sus propias voces. En segundo lugar, es esencial que sea una empresa sin fines de lucro. En estos días de alta comercialización de la radiodifusión, el carácter de la radio comunitaria lo constituye su independencia y responsabilidad en el servicio a la comunidad, no al anunciante. En tercer lugar, la programación es designada por las comunidades para mejorar las condiciones sociales y la calidad de vida. La comunidad misma decide cuáles son sus prioridades y necesidades en términos de la previsión de información. (pág. 141-142)

La misión de una radio comunitaria es satisfacer a una comunidad en temas de salud, seguridad, educación, social, entretenimiento, además sus segmentos deben ser portadores de los valores políticos, estéticos y ético de la sociedad; no tienen fines de lucro pero sí es necesario el aporte de comercios e incluso de la comunidad para su funcionamiento y mantenimiento.

Para (Macanchí, 2016), explica que

Como las radios comunitarias suelen estar dirigidas por voluntarios que usan tecnología de bajo costo, suele ser fácil obtener tiempo de emisión gratuito o de bajo costo. Brindan la oportunidad de aportar contribuciones a personas cuyas voces no son escuchadas con frecuencia en la radio nacional, por ejemplo mujeres y jóvenes corrientes, lo que puede ser muy empoderado. La radio comunitaria llega a un gran sector de la localidad en que funciona, ya que los oyentes suelen estar interesados en las cuestiones locales. También constituye una excelente forma de comunicarse con las comunidades cuyo principal idioma no es el idioma nacional oficial. (pág. 8)

Las radios comunitarias se forman no solo con una transmisión por medio de antenas, sino que su despliegue en la actualidad es por vía Internet, los medios comunitarios forman parte del tercer sector de la Comunicación, después de los medios públicos y privados.

Mientras que para Macías (2014), aborda textualmente que:

La radio comunitaria nos conduce a la historia donde su pericia se dirige siempre hacia la democratización y hacer que los ciudadanos participen, porque son el elemento primordial de la sociedad. La práctica de la comunicación apunta al ciudadano como sujeto deseoso y capaz de transmitir información a sus semejantes y no convertirse en un simple consumidor radiofónico. (pág. 35)

2.1.1. Características de las radios comunitarias

Las radios comunitarias a través de su programación tienen entre sus características el fortalecer el trabajo permanente en discusión y explicación de los problemas de seguridad en el territorio, en los temas sociales, económicos y políticos que se asemejen en los diferentes sectores de la población contribuyendo al desarrollo de la comunicación.

Para (Álvarez & Hurtado, 2013) considera que:

La radio comunitaria está pensada en el servicio que dará a una localidad, para contribuir a la construcción de una identidad, nuevos lenguajes, formatos,

voces, músicas, formas de preguntar y actuar, son parte de lo comunitario. Su objetivo es democratizar la comunicación, al menos en el lugar donde se encuentre ubicada para favorecer para cercarse y apropiarse de su medio de comunicación y transmitir sus necesidades, porque es la manera como se entiende a la comunicación. El desafío es poner en marcha procesos comunicacionales horizontales, en los cuales entre los emisores y receptores exista un intercambio.

Relacionado con lo anterior, el estudio “Radios Comunitarias y contexto de conflicto en México” (AMARC, 2017), asegura que:

“Las Radios Comunitarias no tienen un discurso neutro”, al contrario, “en su lenguaje en sus emisiones se plasma su postura política, comunicativa y ética, la cual puede llevar bien a reducir, atizar o aportar en la resolución de un conflicto”.

Al referir que el discurso no es neutro nos indica que la información es de interés para todos dentro de una comunidad, no existen límites de omisión o acción de desarrollo para beneficio de la población.

2.1.2. Eficiencia y desarrollo de las radios comunitarias

En una radio comunitaria existe la participación del público, gente que informa lo que acontece en el territorio. En la actualidad la radiodifusión es muy corriente, su acceso es económico, abarca un amplio margen de comunicación. Los programas y segmentos en los medios comunitarios pueden tener una actitud localista, libre, educativa y de entretenimiento, la iniciativa es que sea la comunidad la que participe y realice un trabajo voluntario.

Según Aquino (2014), plantea que:

La radio comunitaria tiene el compromiso de aprender a mirar, escuchar y sentir con su público. Así, este tipo de emisora parte de la realidad que viven sus oyentes, de quienes recoge sus éxitos y fracasos, hace eco de sus demandas y esperanzas. Además, difunde sus problemas y las alternativas de solución.

Los medios comunitarios a través de sus segmentos llenan el vacío que no alcanzan los grandes medios privados de comunicación, donde nunca llegan a los grupos sociales marginados. Las mujeres y los jóvenes son los que más participan en los programas de medios comunitarios, ellos buscan una forma de darse a conocer y resolver preocupaciones participando en el medio. La inclusión de las mujeres sería un punto de enlace a la formación de medios de información.

Acorde a lo que detalla Fajardo (2013), expresa lo siguiente:

La participación provoca la integración, la cual requiere de dos actos: la interrelación y la intercomunicación. La interrelación es el mundo de relaciones en el ámbito local, hecho con personas, autoridades, catequistas, ecologistas, es una relación más próxima, a corto plazo. Mientras que la intercomunicación se refiere al acto en el cual se requiere de una disposición mayoritariamente pública y es algo a largo plazo. Se relaciona con las redes, las organizaciones, el estado en su sentido complejo. (Pág. 7)

Los espacios en medios radiales locales crean una visión de ayuda a la gente con el fin de mejorar su situación. La ayuda se perfila en la contextualización en los marcos comunitarios, para ayudar a la población y darle una perspectiva democrática en el territorio que incurre la radio comunitaria.

Para Flores y Zavala (2014), señala que las radios comunitarias representan:

Un momento de cambio en el que su mayor interés es lograr articularse a proyectos sociales y políticos más amplios. Aunque los proyectos políticos plasmados en su programación están surtiendo los efectos esperados, en la actualidad es evidente la falta de visibilidad social y cultural en la que han caído otras experiencias comunitarias, pues se han quedado en la prédica del más fuerte contra el más débil sin tomar en cuenta las acciones y propuestas que se están brindando desde diversos sectores y de las que falta difusión. (Pág. 13)

2.1.3. Radio comunitaria y su territorio

Es un medio alternativo con enorme potencial que trasciende en un determinado sector, siendo el territorio indígena el principal eje de cobertura de la presente

investigación, la radio comunitaria tiene una programación dinámica e interactiva, considerando la problemática social que atraviesa el sector.

Una radio comunitaria a través de sus programas específicamente puede tratar temas de interés social, económico, deportivo, político, laboral, entre otros, sin embargo su tendencia está destinada a informar. Un ejemplo de un segmento en radio comunitaria puede ser el de resaltar los emprendimientos del sector indígena, otro tema puede ser el despliegue de información para difundir un evento deportivo a la comunidad. La radio comunitaria, dentro de sus programas abarcan componentes con un variado número de culturas de una misma área o territorio, el medio de comunicación lo que hace es acaparar la atención de la comunidad indígena para luego difundir mensajes optimistas para el desarrollo de la familia.

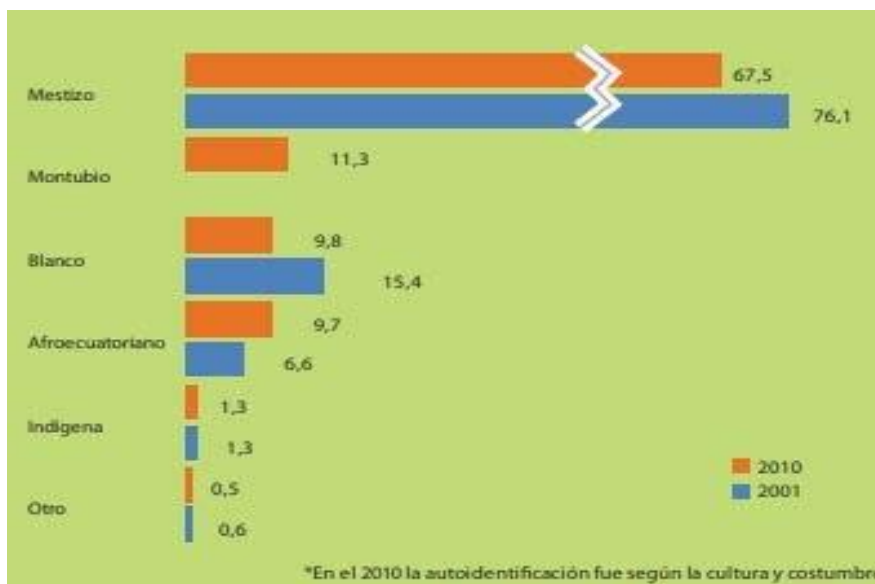


Figura 1 Territorio Indígena acorde a su participación en la población
Fuente: INEC (2010)

Una radio comunitaria en el territorio tiene la obligación de organizarse, buscando los temas radicales que interesan a la comunidad indígena, no es tan sólo un medio alternativo, es el manejo de estrategias diversas que implica un discurso o espacio accesible entre sujetos, emisores de información, comunidad indígena y destinatarios. Según la autora Alfaro (2009) señala que la radio comunitaria tiene relación con los procesos sociales que se desarrollen en el territorio implicados en la comunicación y por ende en la vida social.

Una reflexión crítica de una radio comunitaria y su programación, es que forma parte de la comunidad, situación que implica un estado de apego directo con cada uno de los integrantes, la realidad objetiva señala característica acorde a las necesidades, es decir comunicación directa de un evento, actividad educativa y cultural, acciones de entretenimiento, entre otros.

La autora Llanes (2015) señala que lo que nos interesa distinguir en el mundo creado por el espectro radial, considerando una forma innovadora de comunicación, la dinámica de lo que se vive en la actualidad que logra superar los esquemas del emisor y receptor. Vincula las acciones del destinado por y del destinatario en un único contexto que lo une que es la cultura.

El escritor Berrrios (2010) señala que “Las claves que inciden en la articulación de la conversación radial en el territorio indígena está orientada a buscar un poco de atención, un lugar específico de concentración, un ajuste en el formato del programa de radio creando una estrategia comunicacional en el territorio”.

2.1.4. Programación radiofónica. Definición

Se la considera como la planificación de los programas de radio que se manejan a través de un tiempo determinado, en una estrategia que tiene la emisora para captar la atención de un grupo determinado de ciudadanos de un territorio específico. En el resultado final que es en el espectro radial a órdenes de un selecto número de usuarios que dependiendo de su cultura y tendencia en el mensaje o comunicación realizada.

Barea (2014) señala que una radio comunitaria tiene la tendencia de ser un medio masivo de difusión de información requerida por la audiencia, siendo flexible y selectivo el mensaje, dando la oportunidad de llegar a un gran número de personas con un mínimo presupuesto e impactando rápidamente al receptor.

El autor Balsebre (2014) indica que “El lenguaje radiofónico no amerita una regla o norma específica a seguir al hablar de comunicación”, sin embargo la expresión oral amerita hacer envidiable para el receptor, la calidad del interlocutor está en la transmisión de información y la acogida del mensaje. La programación radiofónica se

va a expresar en varias voces, diferentes músicas e incluso sonidos accionados como aplausos, cantar de aves, y promociones de eventos o anuncios publicitarios.

La programación radiofónica señala que una voz aparece en el momento que la otra se calla acompañado con una música que señala el inicio o final del informativo. Dentro de la programación radiofónica uno de los principales ejes de comunicación es la riqueza en la expresión oral y el poder de sugestión que tiene el emisor para impactar claramente el mensaje. En el campo o del territorio indígena resulta fundamental crear la cultura en el receptor para que con la expresión oral y el mensaje de crear una tendencia de costumbre por la radio comunitaria a través de su programación.

La voz es el principal instrumento del emisor en un programa radial, una voz que despierta el ánimo coordina con la población el interés por escuchar la información que se emite, la voz debe tener altas y bajas en su pronunciación, considerando el éxito en el momento de su expresión. La expresión corporal al igual que laboral vierte calidad y hegemonía al trámite la información dando lugar a una programación atractiva para la comunidad indígena radicada en Guayaquil.

2.2. Principales radios comunitarias en el Ecuador

Las radios comunitarias están formadas por múltiples reporteros que son parte activa de donde está el problema. Un “reportero” en la comunidad es un periodista profesional, que tiene prestigio al ser parte de un medio de comunicación, pero la nuevas tecnologías hacen que la comunicación este firme en todo momento, detallando información inmediata a toda una comunidad, los ciudadanos informan como si estos fueran periodistas y pueden también ser una manera de combatir los problemas de seguridad, económicos y sociales.

Según Dávila (2015), secretaria ejecutiva de la CORAPE

Las radios comunitarias en el Ecuador nacen como un tema de organización evangelización y rescate del idioma kichwa. Empiezan con el Monseñor Leónidas Proaño con la creación de ERPE, (Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador), localizada en Riobamba y en la actualidad aún vigente. Con la aparición de ésta, van surgiendo más proyectos comunitarios que se unen a los objetivos que se plantean desde un inicio. El ideal del nacimiento de estas

radios que en un principio fue religioso, poco a poco va cambiando y hoy en día son productos de organizaciones, por lo que algunas de ellas como ERPE, dejan de regirse por la iglesia y se hacen actualmente, los mismos integrantes de la comunidad.

Una de las principales radios son las que forjan el espectro de un área específica a tratar, se forjan proyectos comunitarios de tendencia o similitud en un grupo, por ejemplo radios netamente evangelizadoras.

De acuerdo a Chiriboga (2016), se explica que:

La cantidad de radios comunitarias en Ecuador afiliadas a la CORAPE, son treinta y cinco. Están distribuidas en las diferentes regiones, en cuatro grandes grupos que son Norte, Sur, Este y Oeste, ocupando las diversas zonas de nuestro país. Sus temáticas son equitativas en cultura, políticas con principios de respeto y tolerancia, donde las personas pueden expresarse libremente, pueden expresar sus emociones y opiniones, para beneficio de todo el país, con un solo fin: hacerlo mejor. (Pág. 15)

Su esencia es la del bienestar social con un proyecto que satisfaga a la comunidad que comprende al grupo de personas que lo componen, y tienen un mismo interés y finalidad. Ayudan a los sectores marginados o postergados por algún motivo. Lo cual concluye Chiriboga (2016), que:

Las radios comunitarias en el Ecuador, como en el mundo, han ido evolucionando poco a poco para desarrollar la cultura y cumplir con el objetivo con el que nacieron. Sin embargo, no han podido hasta el día de hoy desvincularse de entidades políticas, las que al imponer leyes dificultan el cumplimiento de su función. (87)

2.3. La sociedad y las radios comunitarias

Para Álvarez (2017) las emisoras comunitarias no pueden pertenecer a ninguna cadena, pero sí pueden asociarse o establecer vínculos, por ejemplo, a través de asociaciones, corporaciones, redes, empresas de mercadeo, consorcios, uniones temporales, proyectos conjuntos, etc., también para beneficiarse ellas mismas, y/o para

beneficiar a las comunidades de sus municipios, en aspectos económicos, políticos, sociales, comunicativos, culturales, etc. (Pág. 70)

Su esencia es la del bienestar social con un proyecto que satisfaga a la comunidad que comprende al grupo de personas que lo componen, y tienen un mismo interés y finalidad, Ayudar a los sectores marginados o postergados por algún motivo. Acorde a Ghezzi (2013), “Para la sociedad es claro que las emisoras comunitarias en un futuro se constituirán en una de los pilares fundamentales de la democracia, no sólo por su visión, sino por el impacto social que están generando.” (Pág. 74)

2.4. Cobertura del espectro radial comunitario

La radio es el medio de comunicación que alcanza a las comunidades más pobres, es una herramienta para los ciudadanos donde debaten y dan sus opiniones de políticas, economía, educación y deporte, entre otros. La radio comunitaria es considerada como un modelo participativo de las minorías en acceso a la comunicación.

Según el autor Matinmikko y otros autores (2016) señalan que:

El espectro radioeléctrico es un recurso natural limitado que es administrado globalmente por la Unión Internacional de las Telecomunicaciones o ITU, pero su uso es regularizado por entes gubernamentales de cada país para poner a disposición al público en cada área de operación. (Pág. 82)

Considerando a lo estipulado por la ARCOTEL (2012), en donde informa lo siguiente: Para el Ecuador, el espectro representa un recurso fundamental en donde en el Plan Nacional de Frecuencias se encuentran establecidas las distribuciones y regulaciones de dicho espectro. Por lo tanto, el espectro está definido como el “subconjunto de ondas electromagnéticas que se propagan por el aire sin necesidad de guía artificial o cables y es utilizado para brindar servicios de telecomunicaciones.

2.4.1. Situación técnica de una radio comunitaria

La difusión de información en una radio comunitaria busca dignidad, seguridad, subsistencia y desarrollo, en un área geográfica específica, siendo las radios pequeñas las que tienen una baja potencia en un territorio reducido y se las identifica por sus características de ser muy pocas, pequeñas y de recursos extremadamente limitados.

Para Toro (2015) señala que referente a las debilidades técnicas, se remarcan los trastornos que puede originar el hecho de no contar con telecomunicaciones más seguras tanto en lo que respecta al acceso telefónico como a la red de Internet. Esto unido a las malas condiciones en la red de distribución eléctrica hace que se complique por momentos la emisión continua.

2.5. Radio con programación en kichwa y español

Para los autores Liger y Noboa (2017), indican lo siguiente:

El servicio que se presta por cuñas publicitarias en la radio emisora kichwa, debe tener una participación en el mercado, es por esto que, al realizar la estrategia de posicionamiento se pudo observar que en comparación a la competencia existen 6 radios de las 18 estaciones radiales que abarcan las zonas del Tena y sus alrededores, las cuales presentan algunos programas radiales en lenguaje nativo kichwa.

Entre los principales programas radiales en kichwa se encuentran los siguientes:

- Mía (repetidora) 89.3 FM
- La Voz del santuario de baños (repetidora) 92.9 FM
- Selva FM (Matriz) 94.1 FM
- Interoceánica (repetidora) 96.5 FM
- Nacional del Ecuador (repetidora) 100.1 FM
- HCJB de los Andes (repetidora) 102.5 FM

2.6. Interés de una radio comunitaria

Señala la autora Sabrera (2015) que la lógica de la radio comunitaria es defender los derechos humanos contra las instrucciones de ambos, del Estado y del Capital. La radio comunitaria como aceptación de la comunicación local. Las comunidades de interés, para las que la radio comunitaria puede ser quizá el único vehículo de difusión asequible, un sistema de alarma para la supervivencia, son como los mercados colectivos de las multinacionales, esparcidos por las diferentes ciudades.

Para el autor Álvarez (2017) indica que la importancia que tienen las emisoras comunitarias es que ayudan en gran medida a sostener y mejorar la calidad de vida de

sus habitantes; por medio de los diferentes espacios radiales otorgan a los radioescuchas, referencias de educación, entretenimiento y diversión. Cabe anotar, y como lo demuestra el proceso, que las emisoras comunitarias es un fuerte pilar para la formación en valores de los habitantes de las comunidades.

Participación ciudadana es un gremio conformado por todos los ciudadanos que son usuarios y oyentes de la radio comunitaria y un programa radial es el puente de comunicación directa entre las necesidades y actividades a realizarse, por lo que las opciones y sugerencia parten del mismo eje de acción de los ciudadanos, que son quienes solicitan y buscan una emisora de apego directo que organice y eduque a la comunidad.

2.7. Marco legal

2.7.1. La comunicación es un derecho constitucional

La Constitución de la República, en su Art. 16 indica que todas las personas tienen derecho a una libre comunicación, intercultural, e incluyente, que a la vez sea participativa. Plantea el acceso universal en los medios de comunicación social. Siempre con igualdad de condiciones en el espectro radioeléctrico, públicas, privadas y comunitarias. Libre acceso de una comunicación visual o Auditiva que delimite la inclusión y la participación.

El Art. 17, fomenta un estado de pluralidad y diversidad en la comunicación, que Garantiza la transparencia e igualdad de las frecuencias para la administración de radio y televisión. Fortalece a los medios de comunicación y el acceso universal a las TIC para las personas y colectividades.

El Art. 57 La educación pública y medios de comunicación tendrán sus propios medios sociales para establecer una eficiente interrelación en la comunidad, sin discriminación alguna.

El marco Jurídico por parte del Gobierno Nacional es la de ofrecer frecuencias a las nacionalidades indígenas, con base a la justicia social, democratizando a los medios según la Constitución en sus artículos 16, 17, 57.

2.7.2. Situación legal de una radio comunitaria

Las radios comunitarias estaban privadas a transmitir publicidades, dado que se consideraba que éstas podrían contener un fin, únicamente comercial y los medios podrían lucrarse de ella. Los involucrados en este tipo de comunicaciones se veían afectados en el ámbito económico y manifestaban que atentaban contra sus derechos a la libertad de expresión, como también a la comunicación de ideas a través de estas radios, por otro lado, las publicidades se utilizaban con el objetivo de ayudar a la comunidad y el capital recaudado de las pautas, podrían ser utilizados para la mejora del mismo medio de comunicación.

Es por ello que, la CORAPE junto con sus afiliadas, proponen un cambio en la ley, la cual ha sido modificada gracias a estas sugerencias. De acuerdo a la Ley Orgánica de comunicación (2013), la definición de radios comunitarias como su financiamiento es el siguiente:

El Artículo 84, Definición: Los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya propiedad, administración y dirección, corresponden a colectivos y organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades pueblos y nacionalidades, los medios de comunicación, comunitarios no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social. (Ley Orgánica de Educación, 2013)

El Artículo 87, Financiamiento: Los fondos para el funcionamiento de los medios comunitarios provendrán de la venta de servicios y productos comunicacionales, venta de publicidad, donaciones, fondos de cooperación nacional e internacional, patrocinios y cualquier otra forma lícita de obtener ingresos, las utilidades que obtengan los medios de comunicación, comunitarios, en su gestión se reinventaron con prioridad en el mejoramiento del propio medio y posteriormente en los proyectos sociales de las comunidades y organizaciones a las que pertenece. (Ley Orgánica de Educación, 2013)

A través de los mecanismos de contratación preferente a favor de la economía social previstos en la Ley de Contratación Pública, las entidades estatales en sus diversos niveles contratarán en los medios comunitarios servicios de publicidad, diseño y otros, que impliquen la difusión de contenidos educativos y culturales las entidades públicas podrán generar fondos concursales para la difusión cultural y educativa, a través de los medios comunitarios. (Ley Orgánica de Educación, 2013)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Metodología aplicada

La metodología se realiza en un enfoque cualitativo y cuantitativo, debido a que se consideran los medios de comunicación y significados referentes a las competencias del profesional en tema del desarrollo y sostenimiento de la familia indígena en la ciudad de Guayaquil, teniendo como objetivo precautelar las necesidades del sector, sin vulnerar lo establecido por la constitución.

En el desarrollo existen tres componentes que son la construcción del desarrollo teórico de la comunicación indígena, las competencias del comunicador; y el contenido de la ley de comunicaciones relacionadas con una investigación de campo, mediante encuestas y entrevista realizadas en materia de familia indígena.

Para la presente investigación, referente a la “Incidencia de la radio comunitaria en la solución de los problemas sociales del sector indígena de la ciudad de Guayaquil”, se procederá a la utilización de métodos y técnicas investigativas que nos permitan la recopilación y medición de datos que determinen los principales aspectos que tiene como objetivo dicho estudio, describiendo así cada uno de los hechos a observarse.

3.2. Tipos de investigación

De acuerdo a los objetivos que se proponen se llegó a determinar que la investigación presente se caracterizara del siguiente tipo investigativo:

La descriptiva.- Permitirá describir la problemática de la investigación, así como sus posibles razones y consecuencias, partiendo de las principales acciones que amerita un programa de radio comunitaria y su discusión, logrando un acuerdo en común con la comunidad.

Así como describe Sierra (2012), donde expresa que dentro de esto se llega a “destacar las características o rasgos de la situación, fenómeno u objeto de estudio, su función principal es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio”.

De campo.- Esta investigación permite la ejecución del lugar, en el cual se efectúa el problema, analizando los principales inconvenientes respecto a la aceptación de un programa para radio comunitaria para luego proceder al respectivo análisis de lo observado y escuchado.

“La investigación de campo se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o porque causas se produce una situación o acontecimiento particular. Nos ayuda a optimizar el estudio puesto que nos permite instituir contacto con la realidad a fin de que la conozcamos mejor, la finalidad de esta radica en exponer nuevas proposiciones o transformar las existentes, en desarrollar las nociones; es el modo de llegar a elaborar teorías”. (Graterol, 2013)

3.3. Técnicas e instrumentos

La creación de programas de radio comunitaria tiene que despertar el interés del público objetivo, siendo los indígenas el mercado principal en el medio de comunicación. Las técnicas a utilizarse como instrumento de recopilación de información en la realización de un proceso de observación al sector indígena en la ciudad de Guayaquil, además se realizará una matriz de encuesta para conocer el interés de una radio comunitaria dirigida específicamente a la comunidad indígena y por último se realizarán entrevistas a principales dirigentes indígenas para coordinar los principales temas de interés de este sector en la ciudad de Guayaquil

De observación.- Permite analizar la incidencia de la radio comunitaria en la solución de los problemas sociales del sector indígena en la ciudad de Guayaquil, donde se permitirá observar la problemática existente, dada a la investigación de campo a realizar, determinando así la aceptabilidad de la comunidad en la creación de nuevos programas para radios comunitarias.

Encuestas.- Se caracteriza por la realización de un banco de preguntas de forma alternada, donde los encuestados seleccionan las respuestas en consideración a su parecer, para posteriormente analizarlas y determinar así la percepción de los

encuestados, acorde a la incidencia de los programas de una radio comunitaria y los problemas sociales de la comunidad indígena en la actualidad.

Entrevista.- Se caracteriza por ser un método cualitativo que vislumbra el accionar de los dirigentes indígenas para concebir temas de interés para cada una de las áreas en que se desenvuelven.

3.4. Población y muestra

Para la realización de las encuestas se tomó en consideración la cantidad de socios de indígenas ubicados en Guayaquil, donde fueron estimados 42.337 indígenas.

De acuerdo al universo que se tomó que es de 42.337 indígenas, se procedió a sacar la muestra para la realización de las encuestas, donde dicha cantidad será de 377 total de encuestados, mientras que el error muestra (E) fue de 0,05, y la proporción del éxito (P) fue del 0,5 así como la proporción del fracaso (Q), llegándose a considerar que el valor de la confianza (Z) era del 1,96 de acuerdo al 95% de probabilidad óptima.

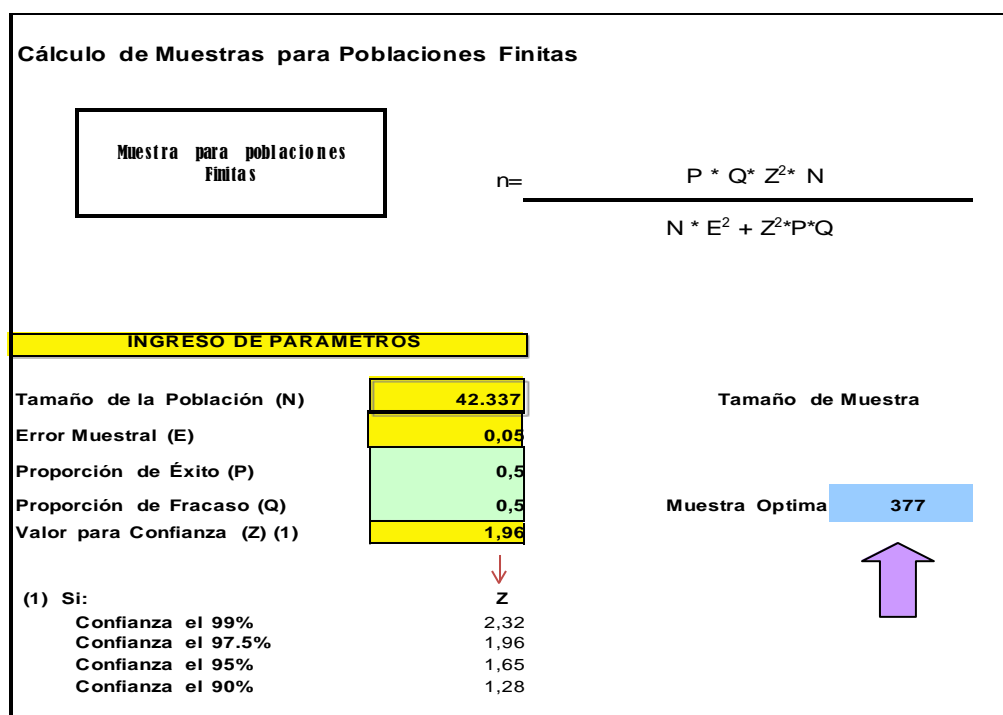


Figura 1 Muestra de la población finita

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019 – INEC, 2010

Elaborado por: Marlon Chica

3.5. Análisis de los resultados

Edad

Tabla 1 Edades de los encuestados

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 18 a 30 años	127	34%
De 31 a 45 años	111	29%
De 46 a 65 años	84	22%
De 66 años en adelante	55	15%
TOTAL	377	100%

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

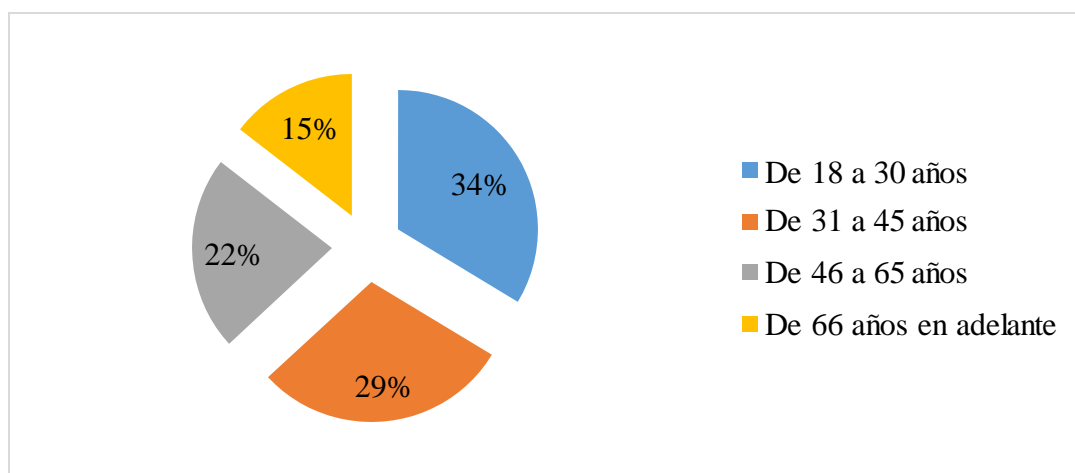


Figura 2 Edades de los encuestados

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

Análisis e interpretación: Existe un equilibrio en las edades de todos los encuestados, esto quiere decir que el mensaje de una radio comunitaria puede llegar a diferentes enfoques acorde a la edad, el espectro radial se caracterizará por la forma de llevar el mensaje a una edad de público determinado.

Género

Tabla 2 Género de los encuestados

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	201	53%
Femenino	176	47%
TOTAL	377	100%

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

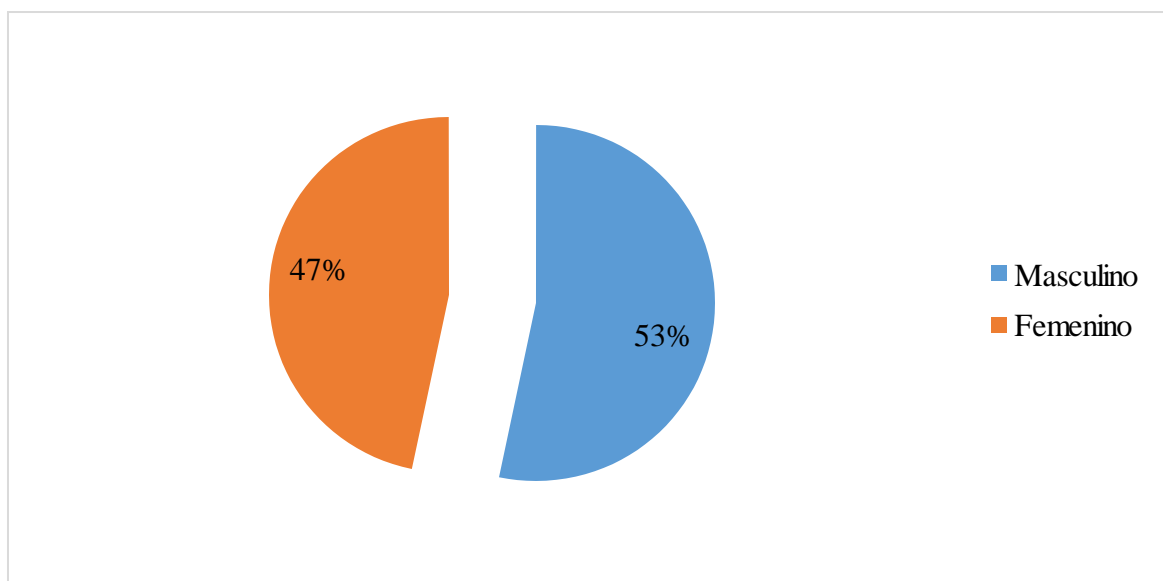


Figura 3 Género de los encuestados

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

Análisis e interpretación: Un programa de radio comunitaria no debe de estar dirigido a un selecto grupo de personas, ni orientado según su género, es decir si establecemos un programa de deportes, belleza, salud, una revista comunitaria, noticias o política, el público objetivo serían hombres y mujeres. Un programa de radio comunitaria debe generar interés a todos los sectores, provocando un equilibrio de género, sin discriminación, con las mismas reglas y oportunidades.

Estado civil

Tabla 3 Estado civil de los encuestados

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Soltero	112	30%
Casado	147	39%
Unión libre	78	21%
Divorciado	23	6%
Viudo	17	5%
TOTAL	377	100%

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

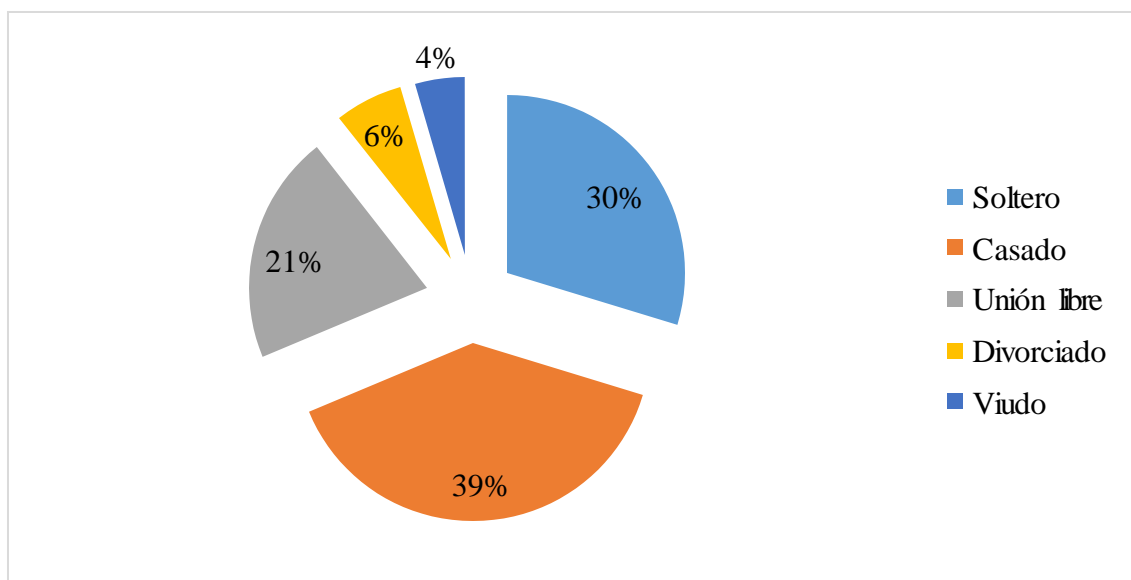


Figura 4 Estado civil de los encuestados

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

Análisis e interpretación: En la figura se visualiza que la mayor parte de los encuestados son de estado civil casado en un 39%, le sigue los solteros como un 30%, quienes están en unión libre con un 21%. La interrogante manifiesta que existe interés por la mayor parte de los estados civiles que tienen los encuestados, siendo la radio comunitaria de interés mayoritario para cada uno de los segmentos.

Actividad actual

Tabla 4 Actividad actual de los encuestados

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estudiante	118	31%
Profesional	60	16%
Empresario	138	37%
Empleado	39	10%
Otros	22	6%
TOTAL	377	100%

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

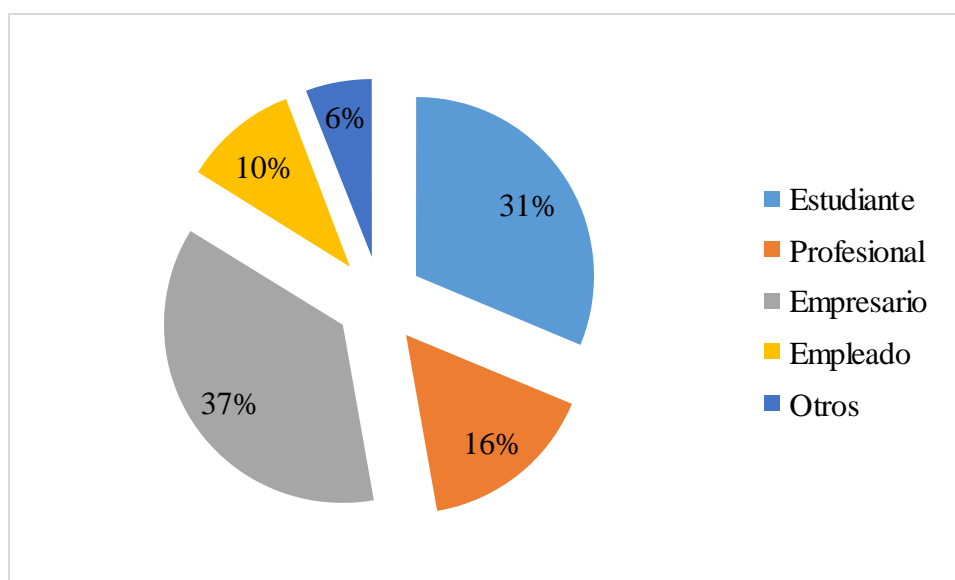


Figura 5 Actividad actual de los encuestados

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

Análisis e interpretación: En la figura se observa que el 37% de todos los encuestados tienen su propio negocio o microempresa, el 31% son estudiantes, y el 16% son profesionales, apenas un 10% son empleados encuestados. Esto permite analizar que, de existir una radio comunitaria son todos quienes tienen una actividad los que se involucrarían en el medio de manera radioescucha o con promociones en el mismo.

1) ¿Con qué frecuencia escucha la radio?

Tabla 5 Frecuencia con la que escucha la radio

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Todos los días	139	37%
Un par de horas	117	31%
Un par de horas a la semana	66	18%
Rara vez	38	10%
Nunca	17	5%
TOTAL	377	100%

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

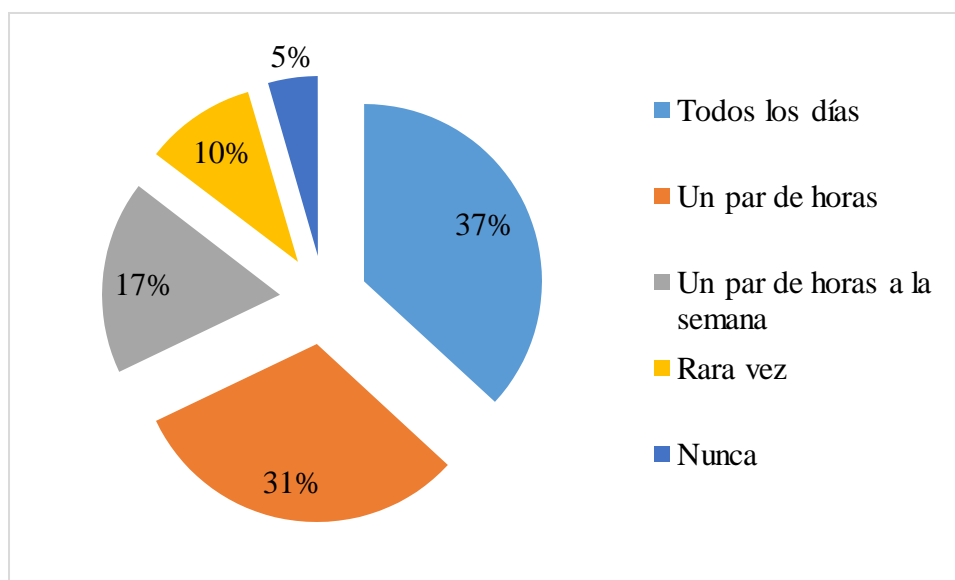


Figura 6 Frecuencia con la que escucha la radio

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

Análisis e interpretación: De todo lo encuestado referente al tiempo que escuchan radio, manifiesta el 37% que lo hace todo lo día, un 31% lo escucha un par de horas, un 18% al menos un par de horas a la semana. La presente interrogante señala que en todo lo encuestado existe un promedio considerable que escucha una radio o al menos un determinado programa de radio, esto permite que una radio comunitaria tenga la viabilidad aceptable en determinado territorio.

2) ¿Qué tipo de programas escucha en la radio?

Tabla 6 Tipo de programas que escucha en la radio

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Música	92	24%
Deporte	87	23%
Noticias	101	27%
Educación social	75	20%
Otros	22	6%
TOTAL	377	100%

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

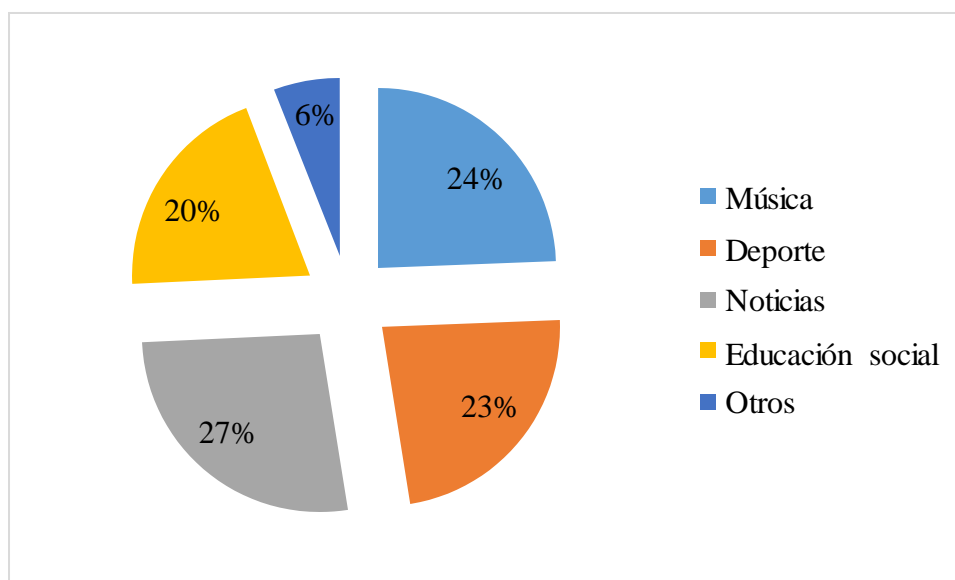


Figura 7 Tipo de programas que escucha en la radio

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

Análisis e interpretación: La encuesta realizada manifiesta que el 27% de la persona que escuchan radio lo hace para sintonizar un programa que demande noticia, un 24% utiliza la radio solamente para escuchar música, a un 23% le interesa la parte deportiva, es decir el campeonato nacional de fútbol. La radio comunitaria que se piensa crear en programación los fines de semana tiene la tentativa de elaborar este tipo de escenario donde se manifieste música, noticia, deporte y otras actividades de índole social.

3) De existir una radio comunitaria, ¿Usted participaría en todos los eventos como programas y promociones que realicen?

Tabla 7 Participaría en eventos y programas que realicen las radios comunitarias

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	185	49%
No	48	13%
Tal vez	144	38%
TOTAL	377	100%

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

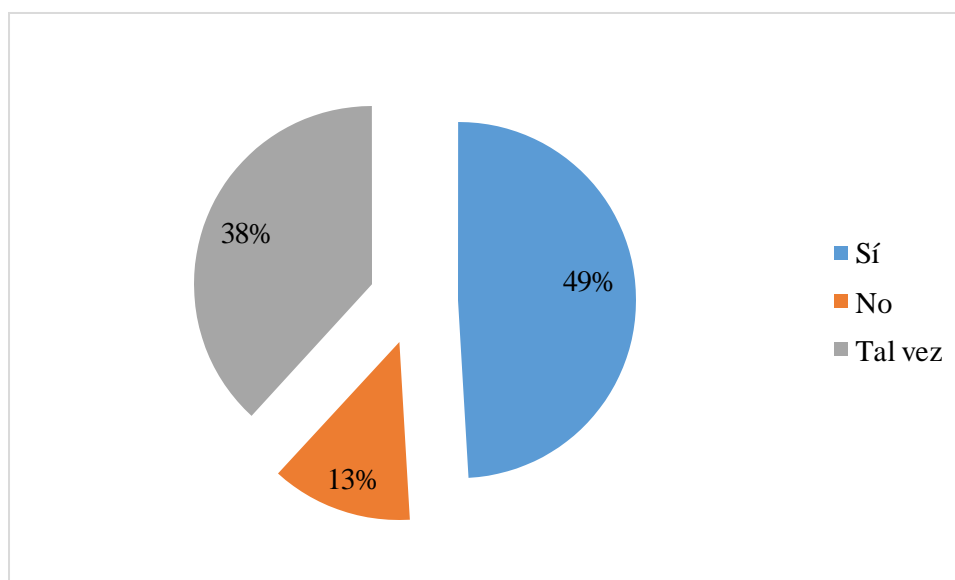


Figura 8 Participaría en eventos y programas que realicen las radios comunitarias

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

Análisis e interpretación: Al momento que hay un plan a la comunidad, si le gustaría a participar en varios eventos en un 49% de los encuestados manifestaron que sí, el 13% o indican que no, y un 38% tal vez participarían. La respuesta de la presente interrogante permite dar a notar que la radio comunitaria tiene que realizar varios eventos porque la gente mantiene aceptación para su difusión.

4) ¿La radio comunitaria usted la escucha a través de?

Tabla 8 Medios por donde escucha la radio comunitaria

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	96	25%
Equipo móvil	142	38%
Internet	113	30%
Otros	26	7%
TOTAL	377	100%

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

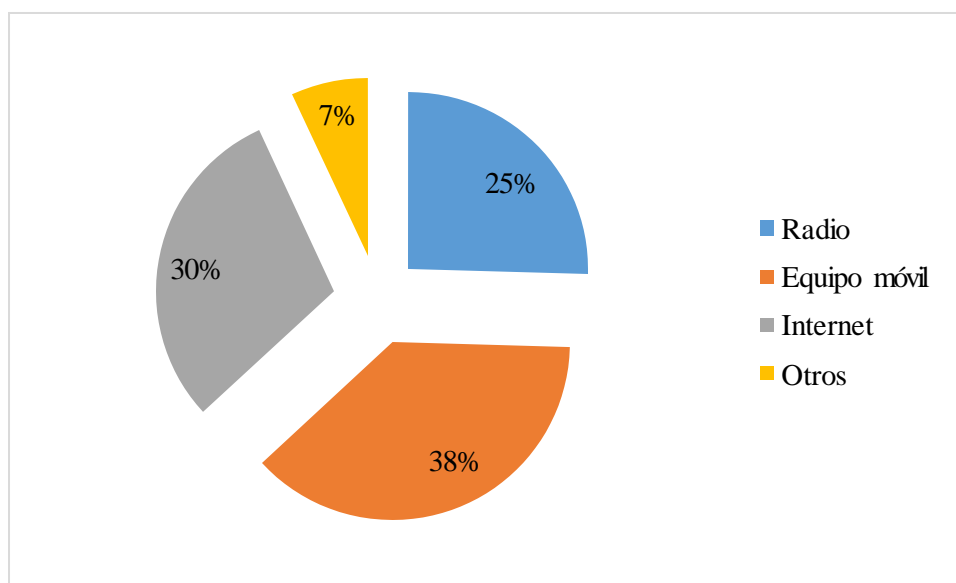


Figura 9 Medios por donde escucha la radio comunitaria

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

Análisis e interpretación: De todos los encuestados, el 38% manifiesta que escuchan radio a través de un equipo móvil en un 38%, utiliza la radio tradicional en un 25%, utilizan el Internet para comunicarse en las radios en un 30%, y apenas un 7% utiliza otro medio de comunicación radial. Esto quiere decir que el momento de crear una radio comunitaria para determinado territorio va a ser necesario también involucrar a las redes sociales y a la vez transmitir en vivo por la red.

5) ¿Le gustaría un programa radial que comenten continuamente de aspectos, como?

Tabla 9 Programación que le gustaría que se comenten en las radios comunitarias

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Educativos	87	23%
Deportivos	64	17%
Noticiosos	117	31%
Comunitarios	91	24%
Otros	18	5%
TOTAL	377	100%

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

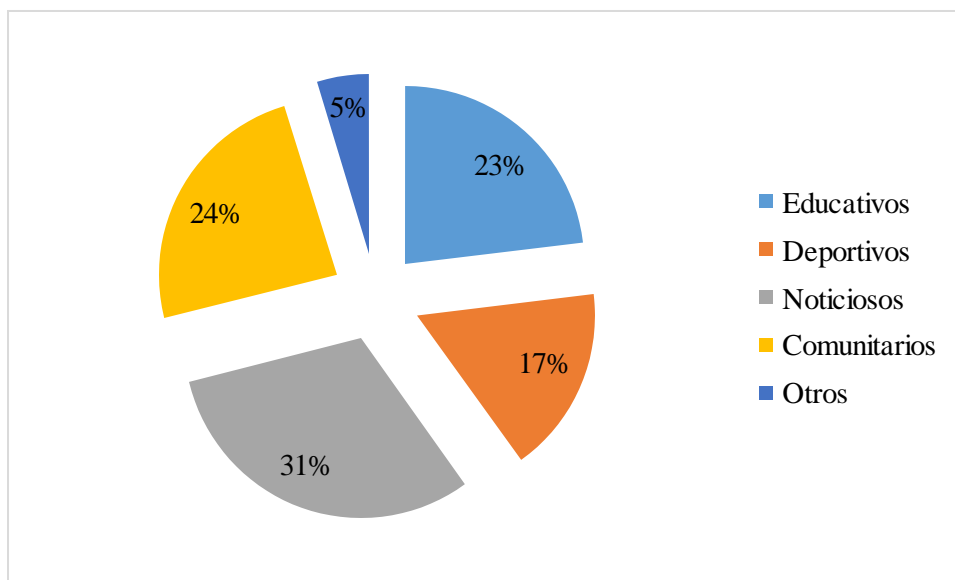


Figura 10 Programación que le gustaría que se comenten en las radios comunitarias

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

Análisis e interpretación: La encuesta realizada mantiene una mayor tendencia aquellos programas que son de noticias en un 31%, a lo encuestado también interesan programas de tipo comunitario un 24%, el análisis realizado también indica que el 23% deben de ser programas educativos, y un 17% tema relacionado al deporte. La radio comunitaria del abarcar este tipo de tema, porque sólo así se involucra la personas a escuchar la radio por el interés en cada uno de los temas.

6) ¿Cómo escucha una frecuencia de radio desde su hogar?

Tabla 10 Frecuencia de Radio desde su hogar

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	59	16%
Muy bueno	152	40%
Bueno	117	31%
Regular	39	10%
Malo	10	3%
TOTAL	377	100%

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

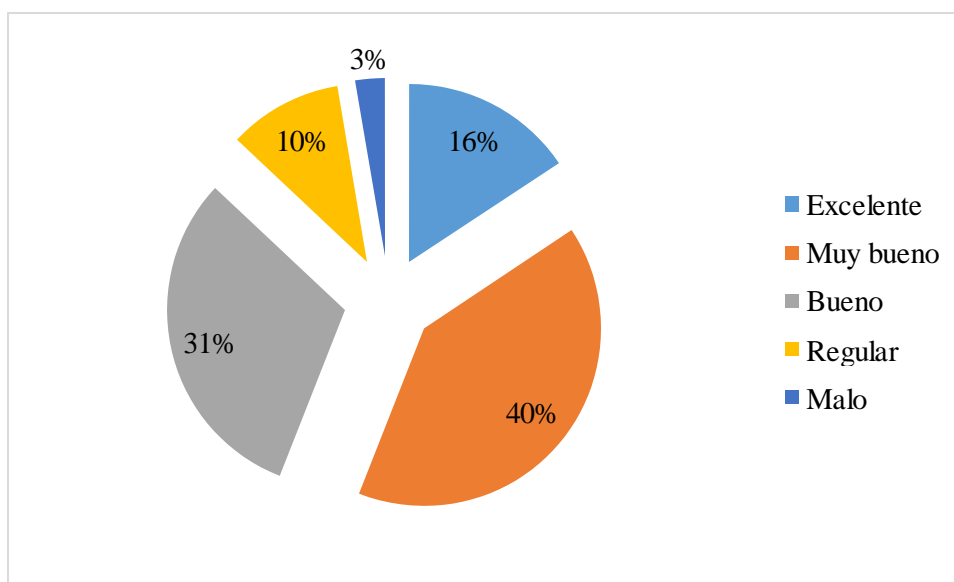


Figura 11 Frecuencia de Radio desde su hogar

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

Análisis e interpretación: El 40% de los encuestados indica que se escucha muy bien la radio, el 31% que si es buena la señal de la diversa radio que existe en el dial, el 10% indica que es regular y un 16% manifiesta que excelente la señal en radio. Cabe destacar que la señal debe ser de calidad para llegar a cada uno los hogares, vehículo, celulares, y otros instrumentos. La radio repercute en un espectro territorial, esto les da calidad la señal e interés a todos los radioescuchas.

7) ¿Considera que deberían de existir radio comunitaria para un determinado sector de la sociedad?

Tabla 11 Deberían de existir radio comunitaria para un determinado sector de la sociedad

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	191	51%
De acuerdo	138	37%
Totalmente en desacuerdo	48	13%
TOTAL	377	100%

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

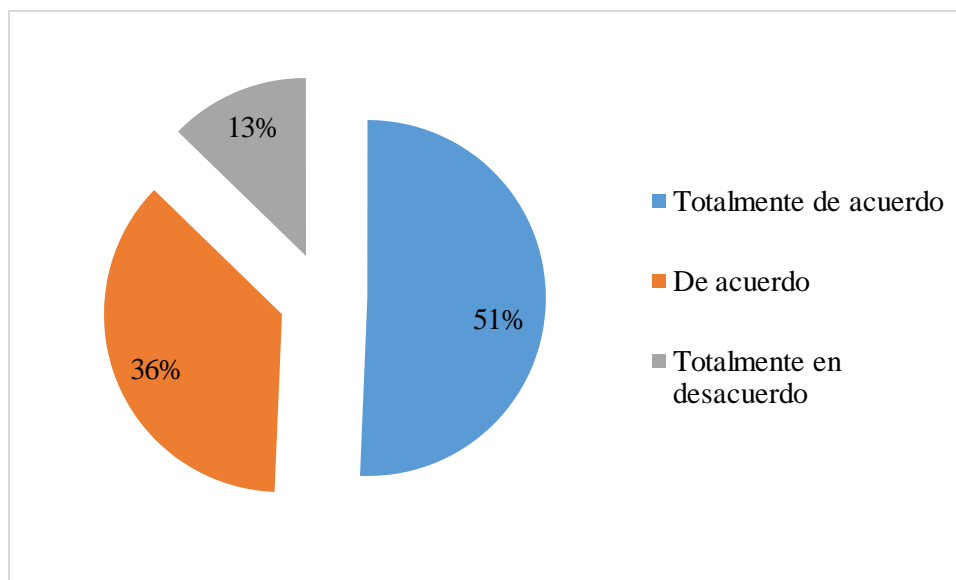


Figura 12 Debería de existir radio comunitaria para un determinado sector de la sociedad

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

Análisis e interpretación: El 51% de los encuestados están de acuerdo que debe de existir radio comunitaria, un 37% está de acuerdo, y apenas un 13% está en desacuerdo. La realidad es que el que no conoce de radio comunitaria no pueden opinar, sin embargo una gran mayoría requiere y necesita de una radio comunitaria para resolver los principales problemas económicos sociales y de seguridad existente en el sector.

8) ¿Considera que la radio debe expandir programas de ayuda social?

Tabla 12 La radio debe expandir programas de ayuda social

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	181	48%
De acuerdo	162	43%
Totalmente en desacuerdo	34	9%
TOTAL	377	100%

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

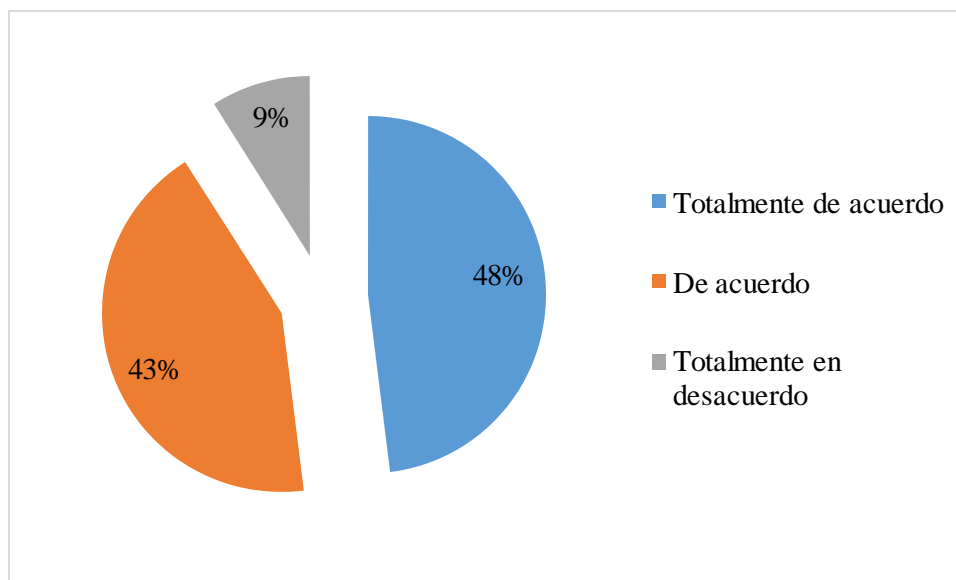


Figura 13 La radio debe expandir programas de ayuda social

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

Análisis e interpretación: De todos los encuestados el 48% está totalmente de acuerdo de que debe de expandir programas de ayuda social a través de la radio comunitaria, el 43% indica que está de acuerdo, apenas un 9% indica que está en desacuerdo de que existe en la radio programas de ayuda a la comunidad. La realidad clara la radio comunitaria es directa y llega al usuario que requiere y necesitan de la misma para solventar la solución a los problemas económicos, sociales, políticos, educación, salud, entre otros.

9) **¿Considera que la radio comunitaria debe de cuidar a los ciudadanos a través de programas que eviten el consumo de drogas?**

Tabla 13 La radio comunitaria debe de cuidar a los ciudadanos a través de programas que eviten el consumo de drogas

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	240	64%
De acuerdo	132	35%
Totalmente en desacuerdo	5	1%
TOTAL	377	100%

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

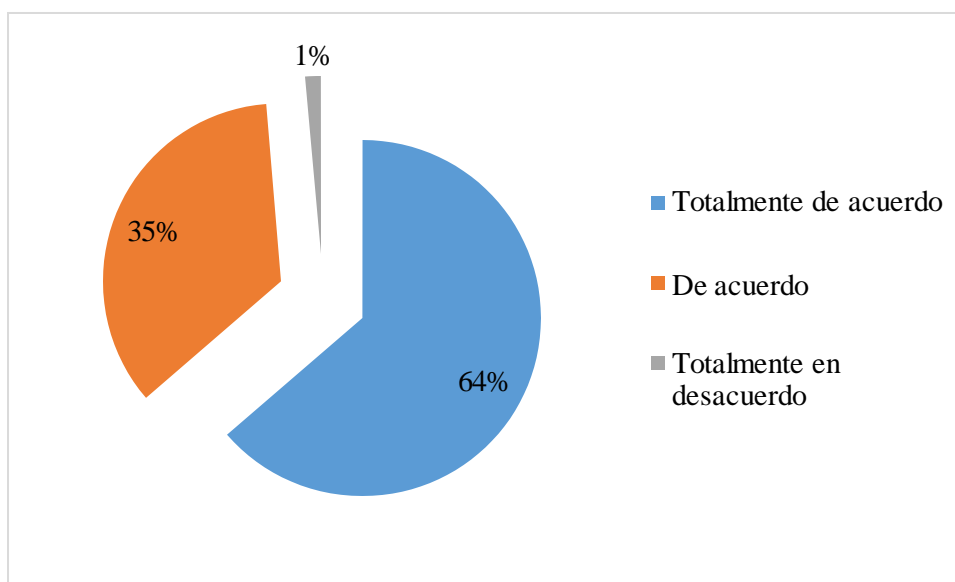


Figura 14 La radio comunitaria debe de cuidar a los ciudadanos a través de programas que eviten el consumo de drogas

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

Análisis e interpretación: El 64% de lo encuestado está totalmente de acuerdo de una radio comunitaria debe dar mensaje para evitar el consumo de drogas, un 35% está de acuerdo de que la radio debe darle prioridad al tema de las droga, apenas 1% está en desacuerdo que la radio no tiene nada que ver con ayudar en el tema de las drogas. El preámbulo para que la radio comunitaria tenga éxito es dar mensajes alentadores para combatir y evitar el consumo de drogas en el territorio.

10) ¿Considera que la radio comunitaria debe estar al tanto de todo lo que pasa en la comunidad e informar a sus habitantes?

Tabla 14 La radio comunitaria debe estar al tanto de todo lo que pasa en la comunidad e informar a sus habitantes

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	255	68%
De acuerdo	114	30%
Totalmente en desacuerdo	8	2%
TOTAL	377	100%

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

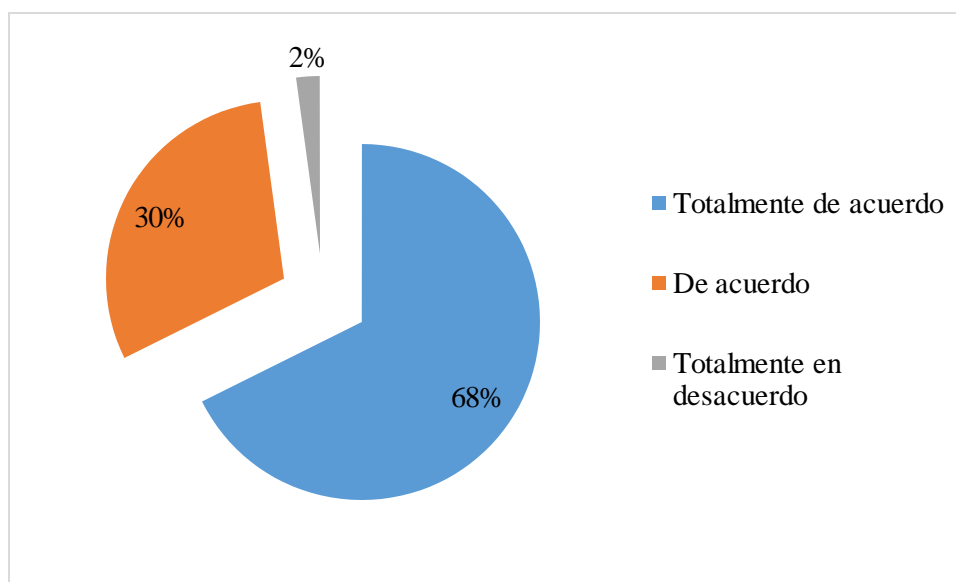


Figura 15 La radio comunitaria debe estar al tanto de todo lo que pasa en la comunidad e informar a sus habitantes

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

Análisis e interpretación: El 68% está totalmente de acuerdo de que la radio comunitaria debe estar al tanto de todo los problemas sociales y de seguridad existe en la comunidad, el 30% está de acuerdo de que la radio tiene que mantener prioridad en el desarrollo social, económico y político del territorio y apenas un 2% indica que no involucra ningún tema de interés de la radio para con la comunidad. La radio llegar a muchos sectores y puede transmitir mensajes que permitan tomar decisiones a los

ciudadanos, trabajar en equipo y unirse en acción social por el desarrollo de la comunidad.

11) ¿Considera que la radio comunitaria debe de difundir información de ayuda educativa a la comunidad?

Tabla 15 La radio comunitaria debe de difundir información de ayuda educativa a la comunidad

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	198	53%
De acuerdo	158	42%
Totalmente en desacuerdo	21	6%
TOTAL	377	100%

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

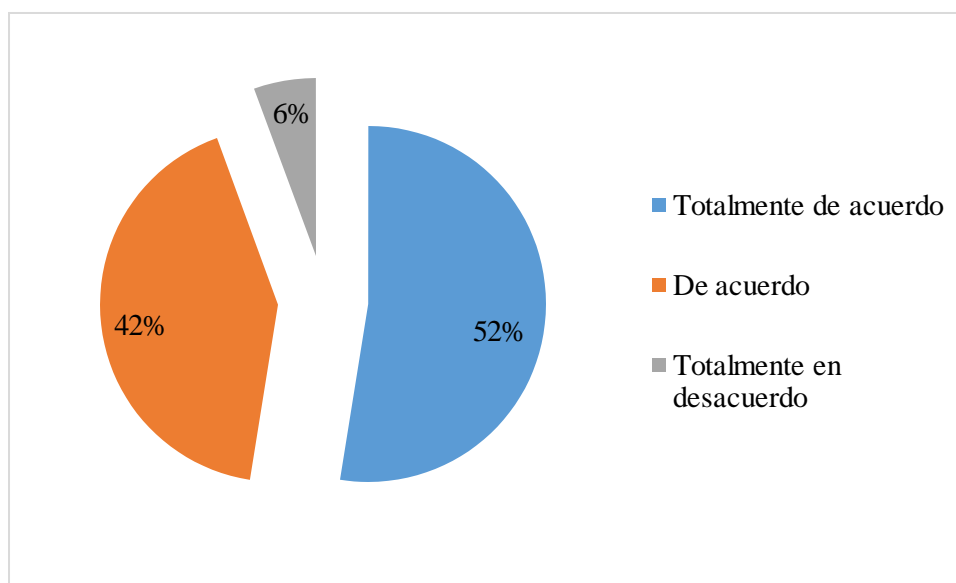


Figura 16 La radio comunitaria debe de difundir información de ayuda educativa a la comunidad

Fuente: Investigación de campo – Agosto 2019

Elaborado por: Marlon Chica

Análisis e interpretación: Los encuestados están totalmente de acuerdo de que la radio debe ser un medio de educación masivo para respaldar a los ciudadanos, el 42% está de acuerdo en que la educación debe tener un respaldo a través de radio comunitaria. Apenas un 6% indica que la radio comunitaria no tiene ninguna relación con educación. La educación es fortaleza para el desarrollo de una sociedad, cuando hay

educación al progreso, por lo tanto una radio comunitaria enaltece un mensaje significativo en educación fortaleciendo el territorio.

3.6. Análisis Situacional de una radio comunitaria

Las radios mantienen un esquema musical en diversos programas que se transmiten en un tiempo considerable de 1 a 2 horas, donde existen variedades de temas en áreas diferentes, según los requerimientos de los radios escuchas segmentados, esto implica que a pesar de que el espectro radial no se amplía, al menos se mantiene al igual que el segmento del mercado al que se dirige cada programa de radio comunitaria.



Figura 17 La radio de Todos Z1

Fuente: Instalaciones de Radio Z1

En la imagen se visualiza la radio Z1 realizando actividades de programación, donde se establece continuas músicas clásicas románticas, situación que limita el espectro radial, debido a que no existe la innovación o interés de programas acorde a los requerimientos de una comunidad. Lo ideal sería manifestar una programación particular que trabaje en con temas de aprendizaje y conocimiento para un grupo selecto de ciudadanos en una comunidad.



Figura 18 Rolax de la programación de la radio Z1

Fuente: Instalaciones de Radio Z1

El eslogan de la radio es “Los últimos y primeros en ser tú”, esto detalla que existe un interés directo para un sector específico de ciudadanos que según el rolax en la radio es la voz del pueblo cristiano, segmento potencial de radioescucha objetivo, sin embargo es necesario detallar diversas áreas de acción que podrían estar involucrados denotando cultura, deporte, noticias, etnia, religión, entre otros.



Figura 19 Lic. Marlon Chica con el Sonidista Pedro Veloz de la radio Z1

Fuente: Instalaciones de Radio Z1

En la imagen se visualiza al Lic. Marlon Chica conversando sobre las actividades de locución dentro del espectro radial Z1, donde se reconoce la locución como un eje principal de armonía entre los ciudadanos y la emisora, además se detalla que el público objetivo son alrededor de 29.560 evangélicos que tiene relación directa a un determinado programa de radio. La ejecución se radica directamente en fomentar nuevos programas específicos de ayuda cultural y social.



Figura 20 Lic. Marlon Chica con la productora de sonido María Chiliza de la radio Z1
Fuente: Instalaciones de Radio Z1

En la imagen siguiente se visualiza a Licenciado Marlon Chica, en comunicación con otro locutor, esta vez del género femenino, de características profesional en comunicación social, emprendedora y de religión evangelista, su comentario radica directamente en difundir mensajes continuos acompañados de temas musicales de tendencia religiosa, involucra temas en idioma español y kichwa, además coordina la gestión con los directores de programas en lo que se refiere a locución, interpretación musical, sonidos, multimedia, entre otros.



Figura 21 Lic. Marlon Chica practicando para el programa de radio Alma Noticiosa

Fuente: Instalaciones de Radio Z1

En la imagen se observa a Marlon Chica, realizando pruebas sonido, modulando la voz, y coordinando con el técnico y el sonidista para la creación de un nuevo programa que vincule directamente a toda una comunidad y a la vez respalde la gestión de aprendizaje, seguridad, deporte, entre otros.

Análisis de las radios A.M. en la comunidad

La radio Águilas de Cristo mantiene un crecimiento aritmético al desarrollo de la comunidad, busca un público evangélico joven que se encuentre relacionada directamente con la religión. Mantienen varios programas de servicio social y una producción dinámica de noticias que vincula música de diferente género, cristiana, romántica, moderna, entre otras. Su despliegue de información lo hace a través una frecuencia de amplitud modulada y a través de las redes sociales.

Radio Águila 1050 AM Guayaguil

WEB
¿NO FUNCIONA?

Me gusta (59) (4)

Perfil

Aquí tenemos una radio creada para un público selecto y de gustos exigentes, contentando cada día a un amplio número de personas repartidas por todo el mundo a través de amenas secciones de tertulia y la música que más pega.

MOSTRAR MÁS ▾

Todos los comentarios

7 comentarios Ordenar por Más recientes +

Estaciones relacionadas

- RADIO CRISTAL 870 AM
- FM MUNDO 98.1 QUITO 98.1 FM
- RADIO ANDINA 106.1 FM RIOBAMBA 106.1 FM
- RADIO CENTRO 97.7 FM 97.7 FM
- La Suprema Estación 96.1 FM CUENCA 96.1 FM
- RADIO NUEVO TIEMPO 92.1 FM QUITO 92.1 FM
- RADIO AMBATO 930 AM 930 AM

Figura 22 características de Radio Águilas de cristo 1050 A.M.

Fuente: www.radiosdelecuador

Radio Cristal, es una de las principales emisoras del renacimiento radial en el Ecuador, su principal dirección era a través de Carlos Romero Rodas, (fallecido), su frecuencia alcanza diversas comunidades y su fuerte son las noticias, también respalda a artistas nacionales e internacionales que aún se presentan en nuestro medio. En la actualidad sus señales abiertas en amplitud modulada, no tiene un apego a las redes sociales en directo, su mercado de radioescuchas abarca sectores rurales, sectores urbanos y rurales conciudadanos mayores a 40 años.



Figura 23 características de Radio Cristal de A.M.

Fuente: www.radiosdelecuador

Radio Morena, también conocida como la Unidad del Pacífico, su señal es abierta a través de la amplitud modulada, se manejan también espacios en la redes sociales y su tendencia un mercado informal en el sector urbano y rural en los diferentes cantón de la provincia de Guayas, su propietario el abogado Luis Almeida, mantiene una sintonía de noticias y entrevistas, además de enlace deportivo y diálogo con la comunidad.



Figura 24 características de Radio Morena de 640 A.M.

Fuente: www.radiosdelecuador

Radio Huancavilca es una radio moderna y dinámica ubicada en el norte de la ciudad Guayaquil, sus principales programas son noticias y entretenimiento, además realiza entrevistas directas a invitados especiales en área de política, economía, educación, salud, entre otros. Su desplazamiento se lo realiza a través de amplitud modulada, página web, y redes sociales.



Figura 25 características de Radio Huancavilca 830 A.M.

Fuente: www.radiosdelecuador

Radio Santiago, es una de las principales emisoras de característica religiosa, su personal forma parte de un grupo selecto de personas bajo un credo, su dinámica de programación es con noticias, música religiosa, entrevista, y diferente revista radiales que ayudan a la mujer guayaquileña.



Figura 26 características de Radio Santiago 540 A.M.

Fuente: www.radiosdelecuador

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1 Tema

Diseño de un programa radial con participación ciudadana dirigido a los indígenas en la ciudad de Guayaquil

4.2 Antecedente la propuesta

Un programa de radio, implica responsabilidad directa para todos los ciudadanos que la escuchan, tiene relación directa con mensajes continuos combinado con un amplio espectro de sintonía, la radio implica motivación en todo momento sin importar la producción o profesionalismo, quienes la escuchan por un interés y gestionan una necesidad.

Cada radiodifusor tiene una misión que es la de informar lo que el ciudadano indígena quiere conocer, además simboliza a un ambiente acogedor en cada uno de los hogares o empresas donde se esté escuchando el programa de radio. Los horarios son diversos y tienen que ser promocionados para abarcar nuevas comunidades y abastecer de información de interés a cada radioescucha

La comunidad indígena es muy amplia en la ciudad de Guayaquil, muchos de ellos están involucrados directamente a escuchar una radio determinada que viabilice u oriente sus expectativas en tema relacionado con noticias, música, religión, emprendimiento, trabajo, entre otros. Los temas son de carácter social y son imprescindibles conocerlos, por lo que el programa abarcará una diversidad de temas y a la vez procurará buscar opciones de acción inmediata junto a la ciudadanía.

4.3 Objetivo general de la propuesta

Diseñar la programación técnica y operativa principal del programa radial "Voz Indígena, Pueblo Emprendedor, VIPE" con la participación ciudadana, a transmitirse en radio Z1 los días sábados en horarios de 6 A.M. a 13 P.M.

4.3.1 Objetivos específicos de la propuesta

Describir cual es la programación específica a difundir en el programa radial "Voz Indígena, Pueblo Emprendedor" en la ciudad de Guayaquil.

Analizar la participación y calidad del programa la "Voz Indígena, Pueblo Emprendedor" con la comunidad.

Diseñar la programación radial del programa "Voz Indígena, Pueblo Emprendedor" y todas aquellas características innovadoras para la comunidad indígena radica de Guayaquil.

4.4 Justificación de la propuesta

Un programa requiere que los radioescuchas estén involucrados directamente en los temas, es decir que participen e interactúen con criterios sólidos, lógicos y éticos al momento en que a través de la emisora se busque una responsabilidad directa que vaya en beneficio de la comunidad.

Se justifica la participación de un programa radial indígena porque la comunidad abarca el deseo de informarse constantemente sobre lo que pasa o requiere la sociedad, la tendencia engloba directamente resultados aceptables cuando una gran cantidad de indígenas que se encuentran dispersos en la zona urbana y rural de la ciudad Guayaquil, sienten estos programas como un auxilio directo e inmediato que los conecta directamente con la autoridades de turno e incluso para la realización de diversos eventos de beneficio social.

La programación buscará dentro de su espectro radial involucrar diferentes actores en temas de seguridad, política, tecnología, deporte, salud, entre otros, que tiene interés participativo de todos quienes son parte de una ciudad pujante y progresista.

El horario establecido para la programación radial los fines de semana, debe estar inmerso directamente con un idioma tradicional al de la comunidad indígena como en el kichwa y a la vez con habla castellana, es decir cada uno los locutores debe involucrar y combinar el idioma para mayor efectividad de la comunicación.

4.5 Descripción de la propuesta

El proyecto radial está dirigido por el licenciado Marlon Chica, profesional con experiencia en el área de producción de programas de televisión y radio pública, actualmente vinculado al área de relaciones públicas con diferentes comunidades. El presente trabajo tiene como objetivo hacer que la comunidad logre eliminar todos los inconvenientes o conflicto que se desarrollan en áreas de seguridad, empleo, educación, salud, entre otros.

La raíz tiene una programación dinámica y participativa, lo que implica una comunicación directa en cada uno los hogares para que se vinculen previa invitación a participar con la comunidad a través del programa de radio. La importancia de aprovechar el tiempo en toda la actividad que se realice ya sea en el hogar u oficina, también vincula al espectro auditivo que con un mensaje subliminal se logre impulsar la creatividad y el talento de quienes nos escuchan.

Producción:	Marlon Chica
Programa:	“Voz Indígena, Pueblo Emprendedor, VIPE”
Horario de difusión:	sábado 6 A.M. a 13 P.M.
Fecha de inicio:	A definir
Radio:	Z1
Frecuencia:	A.M.
Dial:	1400
Modalidad:	Entretenimiento, noticias, trabajo comunitario, etc...

Dentro de las actividades descritas la subvención del programa mantiene un nombre emprendedor y dinámico como es VIPE que significa "Voz Indígena, Pueblo Emprendedor" o un mensaje muy particular que indica la participación de la comunidad y el "desarrollo e innovación, impulsada bajo sus proyectos a través de la radio".

El mensaje descrito tiene relación directa con una gestión eficiente, y espacios aire totalmente atractivos para el radioescucha donde existe dialogo, entrevistas, análisis, y otros.

Diálogos.- En todo lo que amerita el acontecer de la comunidad, regional, nacional e internacional. En el ámbito del desarrollo y emprendimientos de los indígenas evangelista en Guayaquil en las distintas áreas de economía, gestión empresarial, informática, deporte y entretenimiento.

Entrevistas.- A los principales empresarios de renombre y experiencia vinculados con el aparato productivo del país, en agricultura, ganadería y pesca, producción, turismo, política y comercio.

Análisis.- De diferentes temas económico, comercial, industrial y legal, por parte de la comunidad indígena.

Encuestas.- En los diferentes temas del acontecer nacional en redes sociales y vía telefónica.

Información.- Datos investigados y resumidos y expuesto al radioescucha Juvenil y emprendedor.

4.6 Programas de radios innovadores

Entre los principales programas o contenidos del espacio radial la "Voz Indígena, Pueblo Emprendedor, VIPE", está orientado con la siguiente descripción:

Tabla 16 Programación de radio del Sábado 6h a 13h

Horario	programa	dirigido por	modalidad	Temática
6h00 a 7h00	desayuno musical	Carlos Barriga	entretenimiento	consejos y emprendimiento y participación del público
7h00 a 9h00	Alarma Noticiosa	Marlon Chica	información	noticias social, política, económica y educativa
9h00 a 10h00	Vamos a emprender	Cecilia de la A	cultura	información de créditos, planes de negocios e ideas
10h00 a 11h00	Tradición Nativa	Juan Pérez	música indígena religiosa	conserva emprendimiento y participación del público
11h00 a 12h00	Qué pasa	María Merchán	información y comunidad	participación de la comunidad en los problemas sociales del sector invitación y entrevistas
12h00 a 13h00	Alarma noticiosa	Marlon Chica	información	Noticias social, económica política, deportiva, cultural, entre otros.

Elaborado por Marlon Chica

Temáticas temporal

Introducción (3 Minutos)

Saludos, a las comunidades emprendedoras, Motivación, Objetivos, Bendición, Adelante Siempre Adelante, y varios comentarios alentadores en beneficio de la sociedad económicamente activa. El Indígena y ciudadanos en general.

Problemas Principales en las distintas áreas administrativas y su solución (12 minutos)

En este espacio se comentara sobre los inconvenientes que se presentan en la comunidad, como prevención de drogas, el trabajo, el deporte, entre otros, para buscar posibles soluciones o asesoramiento a la problemática.

Criterios de superación y autoestima

Aquí detallaremos ejemplos de personajes eminentes que se han superado a través del tiempo por su perseverancia y daremos ejemplos reales que sirvan de motivación para todos los radio escuchas del programa.

Espacio Entrevista (15 minutos)

En este espacio se desarrollara entrevistas a principales gestores de las empresas entre ellos relacionamos a los principales gestores de la economía productiva comercial de nuestro país en sus distintas áreas y personas de éxitos de nuestro medio nacional e Internacional.

Llame y busquemos juntos un espacio de trabajo. (5 minutos)

Este espacio será la oportunidad del empresario para solicitar personal eficiente y capacitado, la oportunidad de adquirir experiencia y ofrecerles una fuente de trabajo digno, que será atribuida a los miembros de la comunidad indígena.

Dar a conocer en los principales medios de comunicación todo lo referente al programa, además de realizar entrevistas a las autoridades y a los involucrados en resolver los problemas sociales en la comunidad indígena.

Programa	Tiempo	Tiempo Total
Presentación de programa (bumper pregrabado).	00:30	00:30
Bienvenida, presentación del especialista, e introducción del tema.	04:30	04:30
Presentación y desarrollo del segmento, el reportaje.	04:00	08:30
Desarrollo del tema	03:30	11:30
Pausa	01:00	12:30
Continuación del programa, presentación y desarrollo del segmento, testimonios.	04:30	17:00
Análisis del segmento con testimonios reales.	04:30	21:30
Pausa	01:00	22:30
Continuación, presentación de segmento mesa redonda, interacción con público y despedida	07:00	29:30
Finalización del programa (bumper pregrabado).	00:30	30:00

Tabla 17 Programación de radio por tiempo definido

Elaborado por Marlon Chica

CONCLUSIONES

Los programas de radios comunitarias, repercuten en un medio de comunicación diferente por lo que los ciudadanos tienen mayor conexión con temas específicos que acoge a un sector, esto implica que un programa de hechos deportivos acoge en su frecuencia cientos de personas que se dedican a esa actividad deportiva.

Los ciudadanos requieren una programación para radio comunitaria con temas específicos a tratar, en especial si son temas relacionados a noticia, revistas de comida o belleza, seguridad, deporte, educación, salud, entre otros.

La radio comunitaria tiene un objetivo de servicio, no existe un lucro, pero si el respaldo de firmas o empresas que buscan servir a la comunidad con un producto que es impulsado por la radio para mantener sus costos operativos.

La radio comunitaria garantiza un plan de programación que esté estrictamente apegado a las necesidades del ciudadano e incluso quienes conforman la misma emisora son parte del selecto público de radio escuchas que habitan en el territorio.

EL programa de radio “Voz Indígena, Pueblo Emprendedor, VIPE” busca unir las voces a través de la participación ciudadana, enfocado siempre a una acción de conocimiento, información y desarrollo para todos quienes son parte del pueblo evangélico y público en general que busca orientación en temas varios de nivel político, social, económico, deportivo, entretenimiento, salud y otros.

RECOMENDACIONES

Crear en la producción de los programas que se transmiten en una radio comunitaria, el espectro radial es mínimo pero en el territorio se complace a muchos ciudadanos, su programación no es igual a una emisora que posee amplitud o frecuencia modulada en un territorio amplio.

Mantener la comunicación con los ciudadanos que están pendientes de la dirección del programa y de sus segmentos los días sábados, buscando, conocer, informarse y entretenerse.

Planificar el programa y sus segmentos basados en la realidad que la comunidad requiere de un medio de comunicación comunitario, donde se establece un parámetro real y consiente en temas de su interés, como: salud, economía, educación, deporte, emprendimientos, entre otros.

Como aporte personal en el presente trabajo de investigación se recomienda que la programación de una radio comunitaria debe de estar dirigida por personas de la comunidad, conocedoras de la problemática social de su sector y de su entorno, aprovechar al máximo a los comunicadores voluntarios que usan tecnologías de bajo costo para emitir gratuitamente información sobre todo lo que acontece.

La ventaja de las radios comunitarias es que a través de sus programas se convierten en las voces del pueblo, transmiten en sus idiomas, formatos, dialectos y sin poses, que se ajustan estrictamente al estilo de vida local. No importa el radio o alcance de su frecuencia, lo importante es que los oyentes se sientan identificados con las voces de su comunidad.

Los programas de una radio local deben de ser participativas desde su creación, productor, comunidad, periodistas, etc... todos quienes deseen ser parte de la dirección que llevarán los segmentos, priorizando sus problemas y preocupaciones locales, tomando en cuenta que los oyentes siempre estarán interesados en los beneficios que generará a sus familias y su comunidad.

Las radios ciudadanas, del pueblo, comunitarias o participativas, siempre tendrán un valor significativo para sus radioescuchas, pues la libre expresión que aún les queda son la clave para una transformación social real, que busca dentro de una comunidad la participación de las mayorías.

Es necesario que sea claro que el objetivo de la radio comunitaria no es el de hacer algo por la comunidad, es, más bien, el de dar una oportunidad a la comunidad para que haga algo por ella misma. (AMARC, 1998).

BIBLIOGRAFÍA

- Abril Calle, F. E. (2015). *Análisis financiero de las cooperativas de ahorro y crédito pertenecientes a l segmento 3 zonal 6 bajo el sistema de monitoreo perlas para el periodo 2010-2013*. Cuenca, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana, Sede Cuenca.
- Alfaro, R. M. (2009). *Tema de cultura de masas y cultura popular en la radio peruana*. Lima en la página 19:
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/654/1/TESIS%20PINCAY%20CINTHIA%20ISABEL.pdf>.
- Álvarez, M. M. (2017). *El desafío de las radios comunitarias*. Medellín: Universidad de Medellín.
- Álvarez, P. D., & Hurtado, C. M. (2013). *Proyecto para la implantación de una radio comunitaria en la parroquia Guayllabamba*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana de Quito.
- AMARC. (2017). *Radios Comunitarias y contexto de conflicto en México*. México: Asociación Mundial de Radios Comunitarias.
- Aquino, R. (13 de Marzo de 2014). Director de la Coordinadora Nacional de Radio (CNR) y ex director de Radio Cautívala.
- ARCOTEL. (2012). *Plan Nacional de Frecuencias Ecuador*. Quito: Agencia de regulación y control de las telecomunicaciones.
- Balsebre, A. (2014). *El lenguaje radiofónico*. Madrid: Editorial Cátedra.
- Barea, P. (2014). *La época dorada de la radionovela en España*. Editorial país Aguilar ciudad Madrid.
- Berrios, M. (2010). *Detrás del arco iris, epistemología de la cultura popular en América Latina*. .
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/654/1/TESIS%20PINCAY%20CINTHIA%20ISABEL.pdf>: Diálogo de la comunicación. Número 26 ediciones FELAFAC.
- Burgos Oliva, K. M. (30 de julio de 2015). "La Incidencia de un plan de marketing, en el incremento de los socios de la cooperativa de ahorro y crédito "Pablo Muñoz Vega" Ltda. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/324>
- Caicedo Salvador, K. L. (2011). *PLAN ESTRATÉGICO DE LA COOPERATIVA DE*. Quito, Ecuador: UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA.
- Campoverde Rivera, M. E. (2014). *ELABORACION DE UN MODELO DE MANEJO DE EFECTIVO, PARA LAS ELABORACION DE UN MODELO DE MANEJO DE EFECTIVO, PARA LAS APLICACION COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO "JUVENTUD ECUATORIANA PROGRESISTA" LTDA., PERIODO 2014*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/20953>
- Carrillo García, G. (2013). *HISTORIA AGRARIA Y ORGANIZACIÓN SOCIAL EN LA COSTA AUSTRAL DE ECUADOR, 1950-2010. ESTUDIO DE CASO DE UNA COOPERATIVA AGRÍCOLA: LA UNIÓN REGIONAL DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS DEL LITORAL, UROCAL*. Obtenido de file:///C:/Users/jurge/Downloads/Dialnet-HistoriaAgrariaYOrganizacionSocialEnLaCostaAutraID-38836.pdf

- Chiriboga, T. E. (2016). *Análisis de contenidos en radios comunitarias para la construcción de discursos: caso radio Latacunga AM*. Quito: Universidad de las Américas.
- COOP. (23 de Julio de 2013). *¿Qué es la Alianza Cooperativa Internacional?* Recuperado el 30 de Marzo de 2017, de <http://www.aciamericas.coop/Que-es-la-Alianza-Cooperativa-Internacional>
- Dávila, G. (2015). *Una utopía convertida en realidad*. Comunica.
- Domínguez Guijarro, R. (2011). *“LA ENTIDAD GESTORA DE COOPERATIVAS DE VIVIENDAS”*. Valencia, España: Universidad Politécnica de Valencia.
- Fajardo, G. O. (2013). *“Un diagnóstico de la radio rural en el Perú”*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Fernández Crespo, K. X., & Tapia Illescas, A. L. (2014). *“IMPLEMENTACIÓN DEL BALANCE SOCIAL COMO HERRAMIENTA DE MEDICIÓN Y CONTROL DE GESTIÓN SOCIAL EN EL SECTOR COOPERATIVISTA DE LA PROVINCIA DEL AZUAY”*. Cuenca, Ecuador: UNIVERSIDAD DE CUENCA.
- Flores, C. M., & Zavala, P. K. (2014). *RASGOS QUE DEFINEN A UNA RADIO COMUNITARIA EN AMÉRICA DEL SUR*. Piura: Universidad de Piura.
- Galarza, T. (2016). *Estrategias interactivas en la radio comunitaria educativa*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Ghezzi, M. R. (2013). *Cómo elegir la frecuencia de una FM Comunitaria*. Argentina: SOLVEGJ.
- Giraldo Escobar, C. (2012). *“ACERCA DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA Y EL TRABAJO ASOCIADO”*. Manizales: ESCUELA SUPERIOR DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA.
- Graterol, R. (2013). *LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO*. Mérida - Estado Mérida - Venezuela: Universidad de Los Andes.
- Guapulema Tixi, K. E., & Moyano Aguay, M. F. (2012). *Desarrollo de los 7 Principios del Cooperativismo*. Riobamba - Ecuador: Universidad Superior Politécnica del Chimborazo.
- INEC, I. N. (2010). *Auto identificación en cultura y costumbres*. Quito: Ecuador en Cifras 2001- 2010.
- Info Culture,. (15 de Julio de 2013). *Clases de socios/as de las cooperativas*. Recuperado el 18 de Octubre de 2016, de <http://www.infoculture.info/images/contents/files/Clases%20de%20socios%20de%20cooperativas.pdf>
- Jumbo Narváez, A. S. (2013). *“ANÁLISIS DE RENTABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “27 DE ABRIL” DE LA CIUDAD DE LOJA, PERIODOS 2010-2011.”*. Obtenido de <file:///C:/Users/jurge/Downloads/TESIS%20LISTA%20DE%20IMPRIMIR%20ANDREA.pdf>
- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. (2011). *LAS CAJAS SOLIDARIAS O BANCOS COMUNALES FRENTE A LA ECONOMÍA NACIONAL*. Quito, Ecuador: Registro Oficial N° 444 República del Ecuador.

- Ley Orgánica de Educación. (2013). *Radios comunitaria*. Quito: Registro Oficial N°22.
- Liger, B. C., & Noboa, E. C. (2017). *Plan de Negocios de una radioemisora kichwa en la provincia de Napo para las nacionalidades indígenas de la Amazonía norte del Ecuador*. Quito: Escuela Politécnica Nacional.
- Llanes, L. (2015). *Aproximación a lo vinculó comunicación radial y cultura juvenil*. Lima: Edición eco educación y comunicación radial año 2015.
- Macanchí, G. E. (2016). *Incidencia de una radio comunitaria en el fortalecimiento de la organización y la participación social en la parroquia urbana "El Salto" del cantón Babahoyo, provincia de Los Ríos*. Babahoyo: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO.
- Macías, A. T. (2014). *LA IMPORTANCIA DE LA CREACIÓN DE UNA RADIO COMUNITARIA PARA EL MEJORAMIENTO Y FORTALECIMIENTO DE LA INFORMACIÓN CULTURAL Y EDUCATIVA QUE SE TRANSMITE A LAS COMUNIDADES DEL CANTÓN DAULE*. Guayaquil: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.
- Mariño, M. (2014). *Cooperativas de Ahorro y Crédito e inclusión financiera*. Quito: Cooperativas de las Américas, Región de la Alianza cooperativa internacional.
- Matinmikko, M., Mustonen, M., Sarvanko, H., Höyhty, M., & Hekkala, A. (2016). *Una visión general motivadora de la radio cognitiva: fundamentos, cuestiones regulatorias y conceptos clave", de Cognitive Radio and Advanced Spectrum Management*. Dinamarca: Primer taller internacional sobre Aalborg.
- MIES. (2010). *REGULARIZACION E INTERVENCION*. Quito, Ecuador: LEY DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA.
- Minta, B. (12 de 11 de 2016). Auditoría de gestión en el departamento de créditos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema en la ciudad de Riobamba. Escuela Superior Politécnica del Chimborazo. (S. Rea, Entrevistador) Riobamba, Ecuador: Escuela Superior Politécnica del Chimborazo.
- Pérez Carretero, J. (2013). SOCIEDADES COOPERATIVAS, CAPITAL Y PATRIMONIO SOCIALES DE LAS DIFERENCIAS. *Semanario Judicial de la Federación*. , Volumen LXI, Cuarta Parte, Pág. 214.
- Reglamento para la aplicación de la Ley De Régimen Tributario,. (2010). *Suplemento del Registro Oficial N° 209*. Quito, Ecuador: Registro Oficial N° 209.
- Rivas Mira, F. A. (2014). *EL MAR Y SUS RECURSOS EN LA CUENCA DEL PACÍFICO*. Obtenido de http://bvirtual.ucol.mx/descargables/12_cuenca_importancia_participacion.pdf
- Romero, M., & Tuimil, C. (2012). *ADMINISTRACIÓN EN CONTEXTOS ESPECÍFICOS COOPERATIVAS*. Montevideo, Uruguay: Universidad de la República.
- Sabrera, O. S. (2015). *Radio comunitaria: alternativa de comunicación y desarrollo en el Distrito de San Martín de Porres de Lima Metropolitana*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Sierra Guzmán, M. P. (2012). *Tipos más usuales de Investigación*. Pachuca de Soto - México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

- Social, M. S. (27 de Noviembre de 2012). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*, . Recuperado el 17 de Octubre de 2016, de Suplemento del Registro Oficial 648: http://www.desarrollosocial.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/1_ley_y_reglamento_EPS.pdf
- Superintendencia de Bancos del Ecuador. (2013). *PROGRAMA DE SERVICIOS FINANCIEROS. Experiencias y desafíos en micro finanzas y desarrollo rural*. . Quito, Ecuador: Editorial Fraga.
- SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS. (2010). *RESUMEN EJECUTIVO - INFORME DE GESTIÓN*. Ecuador: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS.
- Toro, I. V. (2015). *FORMULACIÓN DEL PROYECTO DE RADIOS COMUNITARIAS CAMPESINAS DEL MOCASE-VC EN SANTIAGO DEL ESTERO. (ARGENTINA)*. España: ESCOLA POLITÈCNICA SUPERIOR D'ALCOI.
- UNESCO. (26 de Abril de 2011). *Qué son las cooperativas escolares*. Recuperado el 18 de Octubre de 2016, de http://www.ceibal.edu.uy/contenidos/areas_conocimiento/cs_sociales/090630_cooperativa/qu_son_las_cooperativas_escolares.html

Urkund Analysis Result

Analysed Document: REVISIÓN OPONENTE TESIS MARLON CHICA17octubre.docx (D62307656)
Submitted: 13/01/2020 22:04:00
Submitted By: ggranja@ecotec.edu.ec
Significance: 5 %

Sources included in the report:

CAPITULOS I-II-II - IV ULTIMO.docx (D40566371)
TESIS XIMENA.docx (D50963923)
tesis MARINA ITURRALDE 1ra revision.docx (D47382284)
https://es.wikipedia.org/wiki/Radio_comunitaria_en_M%C3%A9xico
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4851606.pdf>
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6462017.pdf>
<https://www.slideshare.net/Mataor/actualizacion-radio-70-1866567> <https://docplayer.es/94141362-Universidad-de-guayaquil-proyecto-de-investigacion-para-la-obtencion-del-titulo-de-comunicador-social-tema-autor-christian-roberto-carabali-quiros.html> <https://docplayer.es/94803785-Pontificia-universidad-catolica-del-ecuador-facultad-de-comunicacion-linguistica-y-literatura-escuela-de-comunicacion.html>

Instances where selected sources appear:

20

