



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
VICERRECTORADO 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 DEL PROYECTO:

**PROCESO COMUNICACIONAL EN RADIO ALTOPARLANTE DEL SECTOR
MONTUBIO DE LA PARROQUIA MANUEL DE JESÚS CALLE A TRAVÉS DE
PROGRAMAS CULTURALES Y SOCIALES.**

TUTOR

LCDO. JEFFERSON MENDOZA CARRERA MSC.

AUTOR

DAVID LENIN SOLIS MORAN

Milagro, febrero 2023

Ecuador

ACEPTACIÓN DEL/DE LA TUTOR/A

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de Trabajo de Fin de Máster (TFM) presentado por el Sr. Solis Moran David Lenin, para optar por el título de Máster en Comunicación con mención en Medios Públicos y Comunitarios, y que acepto tutoriar al estudiante, durante la etapa de desarrollo del trabajo, hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, 3 de octubre del 2022.



Firmado electrónicamente por:

**JEFFERSON
ESTUARDOMENDOZA
CARRERA**

Lic. Jefferson Mendoza Carrera, MsC.

Cédula: 0916003619

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Comité Académico del Programa de Maestría en Comunicación con mención en Medios Públicos y Comunitarios de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado 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 de una institución nacional o extranjera.

Milagro, 22 de febrero del 2023.



Firmado electrónicamente por:

DAVID LENIN
SOLISMORAN

Lic. David Lenin Solis
MoranCédula: 0922211354

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
DIRECCIÓN DE POSGRADO
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de **MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN, MENCIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS Y COMUNITARIOS**, presentado por LIC. **SOLIS MORAN DAVID LENIN**, otorga al presente proyecto de investigación denominado "PROCESO COMUNICACIONAL EN RADIO ALTOPARLANTE DEL SECTOR MONTUBIO DE LA PARROQUIA MANUEL DE JESÚS CALLE A TRAVÉS DE PROGRAMAS CULTURALES Y SOCIALES.", las siguientes calificaciones:

TRABAJO DE TITULACION	47.33
DEFENSA ORAL	35.67
PROMEDIO	83.00
EQUIVALENTE	Bueno



Imprimo acreditadamente por:
**GRACIELA JOSEFINA
CASTRO CASTILLO**

Mgtr. CASTRO CASTILLO GRACIELA JOSEFINA
PRESIDENTE/A DEL TRIBUNAL



Imprimo acreditadamente por:
**GUILLERMO SEGUNDO
DEL CAMPO SALTOS**

Ph.D. DEL CAMPO SALTOS GUILLERMO SEGUNDO
VOCAL



Imprimo acreditadamente por:
**DIANA JESUS BURGOS
MENDIETA**

Mgtr. BURGOS MENDIETA DIANA JESUS
SECRETARIO/A DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

A Dios quien ha sido mi guía, fortaleza y su mano de fidelidad y amor han estado conmigo hasta el día de hoy.

A mi esposa Diana y a mi hija Dulce por su amor, paciencia y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar en todo momento y motivarme a la culminación de esta etapa gracias, a toda mi familia mis dos hermanos Ana y Henry, y a la familia de mi esposa Erika, Kimberly y mi suegra Sergia porque con sus consejos, acciones y palabra de aliento han hecho de mí una mejor persona y me han acompañado en mis sueños.

A mis padres Francisca y Pablo quienes me inculcaron a seguir siempre el camino del bien, a mi mamá por tener la valentía que, ante el fallecimiento de mi padre, tuvo que tomar las riendas de la familia siendo cabeza de hogar.

David Lenin Solis Moran

AGRADECIMIENTO

Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades de la Universidad Estatal de Milagro, por el respaldo a la primera promoción de Magísteres en Comunicación profesional con mención en medios públicos y comunitarios.

De igual manera mis agradecimientos a todos los docentes, quienes supieron impartir sus conocimientos y aportan al desarrollo del país en aras de una sociedad más justa y equitativa.

A mis estudiantes de tercero de bachillerato de la Unidad Educativa El Triunfo, sino hubiese sido por el tiempo y buen comportamiento de ellos este trabajo investigativo no hubiera culminado a tiempo.

A mi tutor, Jefferson Mendoza Carrera a él le quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento principal colaborador en todo este proceso, quien con su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración permitió el desarrollo de este trabajo.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTORÍA

Ing. Fabricio Guevara Viejó, Ph. D.

Rector de la Universidad Estatal de

MilagroPresente. –

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Cuarto Nivel, cuyo tema fue “Representación mediática de la violencia contralas mujeres en los medios de comunicación escritos de Milagro”, y que corresponde a la Dirección de Investigación y Posgrado.

Milagro, 22 de febrero del 2023.



Firmado electrónicamente por:

**DAVID LENIN
SOLISMORAN**

Lic. David Lenin Solis Moran

Cédula:0922211354

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	4
EL PROBLEMA.....	4
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
1.1.1. Problematización	4
1.1.2. Delimitación del Problema	6
1.1.3. Formulación del problema.....	7
1.1.4. Sistematización del problema.....	7
OBJETIVOS	8
1.1.5. Objetivo general	8
1.1.6. Objetivo específico	8
JUSTIFICACIÓN	8
HIPÓTESIS O IDEAS A DEFENDER.....	10
CAPÍTULO II.....	11
MARCO TEÓRICO	11
2.1. Radio comunitaria	11
2.1.1. Características de las radios comunitarias	12
2.1.2. Eficiencia y desarrollo de las radios comunitarias	13
2.1.3. Radio comunitaria y su territorio.....	15
2.1.4. Radio altoparlante.....	16
2.1.5. Programación radiofónica. Definición	17
2.2. Principales radios comunitarias en el Ecuador.....	18
2.3. La sociedad y las radios comunitarias	19
2.4. Cobertura del espectro radial comunitario	20
2.4.1 Situación técnica de una radio comunitaria.....	20

2.5.	Interés de una radio comunitaria	21
2.6.	Marco legal.....	22
2.6.1.	La comunicación es un derecho constitucional	22
2.6.2.	Situación legal de una radio comunitaria	22
CAPÍTULO III		24
METODOLOGÍA.....		24
3.1.	Metodología aplicada	24
3.2.	Tipos de investigación.....	24
3.3.	Técnicas e instrumentos	25
3.4.	Población y Muestra.....	26
3.5.	Análisis de los resultados	28
CAPÍTULO IV		49
PROPUESTA		49
4.1.	Tema.....	49
4.2.	Antecedente la propuesta.....	49
4.3.	Objetivo general de la propuesta.....	50
4.3.1.	Objetivos específicos de la propuesta.....	50
4.4.	Justificación de la propuesta.....	50
4.5.	Descripción de la propuesta	51
4.6.	Programas de radios innovadores.....	53
CONCLUSIONES		55
RECOMENDACIONES		58
ANEXO		63
BIBLIOGRAFÍA		60

ÍNDICE DE CUADROS

Tabla 1 Matriz de Causa Efecto	6
Tabla 2 Edades de los encuestados	28
Tabla 3 Género de los encuestados.....	29
Tabla 4 Estado civil de los encuestados	30
Tabla 5 Actividad actual de los encuestados.....	31
Tabla 6 Regularidad con la que escucha la radio.....	32
Tabla 7 Tipo de programas que escucha en la radio.....	33
Tabla 8 Participaría en todos los programas que realicen las radios altoparlantes	34
Tabla 9 Medios por donde escucha la radio	35
Tabla 10 Programación que le gustaría que se comenten en las radios altoparlantes.....	36
Tabla 11 Llega con claridad el sonido de la radio a su hogar	37
Tabla 12 La radio altoparlante de la comunidad está siendo bien ejecutada en la comunidad	38
Tabla 13 la radio altoparlante debería presentar programas de interés comunitario	39
Tabla 14 La radio altoparlante debe informar todo lo que pasa en la comunidad.....	40
Tabla 15 La radio altoparlante debe de difundir información de interés social, cultural, gubernamental y económico de la comunidad	41
Tabla 16 Lucha Campesina	52
Tabla 17 Programación de radio altoparlante, Domingo 6h00am 12h00M	54

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Muestra de la población finita.....	27
Figura 2 Edades de los encuestados	28
Figura 3 Género de los encuestados	29
Figura 4 Estado civil de los encuestados	30
Figura 5 Actividad actual de los encuestados	31
Figura 6 Regularidad con la que escucha la radio	32
Figura 7 Tipo de programas que escucha con regularidad en la radio	33
Figura 8 Participaría en todos los programas que realicen las radios altoparlantes..	¡Error!
Marcador no definido.	
Figura 9 Medios por donde escucha la radio.....	35
Figura 10 Programación que le gustaría que se comenten en las radios altoparlantes	36
Figura 11 Llega con claridad el sonido de la radio a su hogar	37
Figura 12 La radio altoparlante de la comunidad está siendo bien ejecutada	38
Figura 13 La radio altoparlante debería presentar programas de interés comunitario	39
Figura 14 La radio altoparlante debe informar todo lo que pasa en la comunidad	40
Figura 15 La radio altoparlante debe de difundir información de interés social, cultural, gubernamental y económico de la comunidad	41
Figura 16 Altavoz de la radio altoparlante.....	45
Figura 17 Iglesia de la parroquia.....	46
Figura 18 Moradores de la parroquia Manuel de Jesús Calle	47
Figura 19 Lic. David Solis Moradores de la parroquia Manuel de Jesús Calle	48

RESUMEN

El tema relacionado con el proceso comunicacional en radio altoparlante del sector montubio de la parroquia Manuel de Jesús Calle a través de programas culturales y sociales, se presenta por la necesidad de ampliar el espectro radial a una población de 2.765 habitantes que luce abandonada y donde se pudo constatar el descuido que existe en temas educativos, culturales, deportivos y de entretenimiento, además de un abandono en el hábitat en que se desenvuelven. El objetivo principal de esta propuesta es diseñar una producción comunitaria altoparlante denominada “Lucha Campesina” la misma que tiende a ser un soporte para el sector montubio al dar espacios más amplios que nazcan desde las propias necesidades de cada comunidad montubia, respetando sus aciertos y errores durante una programación, con capacidad de transformar la realidad social, que busca conectar las diferencias ideológicas de cada persona y la comunidad que radica parroquia Manuel de Jesús Calle. 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 montubio que requiere de un medio radial altoparlante comunitario que brinde seguridad, confianza y respaldo continuo, que involucre una programación variada dentro de la comunidad con temas de su propio interés.

Palabras clave

Montubio, Radio, Altoparlante, Información, Transformación

ABSTRACT

The issue related to the communication process in loudspeaker radio of the montubio sector of the Manuel de Jesús Calle parish through cultural and social programs, is presented due to the need to expand the radio spectrum to a population of 2,765 inhabitants that looks neglected and where he was able to verify the neglect that exists in educational, cultural, sports and entertainment issues, as well as an abandonment in the habitat in which they operate. The main objective of this proposal is to design a loudspeaker community production called "Lucha Campesina" which tends to be a support for the montubio sector by giving broader spaces that arise from the needs of each montubio community, respecting their successes and mistakes. during a program, with the capacity to transform social reality, which seeks to connect the ideological differences of each person and the community that resides in the Manuel de Jesús Calle parish. The applied methodology is of an exploratory and descriptive nature that 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 Montubio sector that requires a community loudspeaker radio medium that provides security, confidence and continuous support, which involves a varied programming within the community with topics of their own interest.

Keywords

Montubio, Radio, Loudspeaker, Information, Transformation

**PROCESO COMUNICACIONAL EN RADIO ALTOPARLANTE DEL
SECTOR MONTUBIO DE LA PARROQUIA MANUEL DE JESÚS CALLE
A TRAVÉS DE PROGRAMAS CULTURALES Y SOCIALES.**

INTRODUCCIÓN

La radio cuenta con una audiencia amplia quienes se informan de los sucesos que se generan en el sector, donde la comunicación está forjada en diálogos entre los protagonistas que son los miembros de la comunidad y guiados por un equipo de comunicadores capacitados en los ámbitos sociales, culturales, gubernamentales y económicos, en las áreas que se vinculan las programaciones.

La Innovación radiofónica que se plantea consiste en ampliar temas afines a los problemas sociales que determinan la atención de los habitantes de la comunidad quienes participan en las entrevistas a grandes empresarios de renombre y solventes, relacionado con las instalaciones de producción en el sector con programaciones competentes a la agricultura, ganadería, pesca, producción, turismo y comercio, ejecutando análisis en varios temas: economía, negocios, industria, derecho o salud, dotando de nuevos conocimientos a la sociedad.

La contribución a la sociedad se realiza creando una demanda de conocimiento, es decir, detalles sobre temas importantes basados en investigaciones o noticias del día que despierta el interés de toda la ciudadanía de la parroquia Manuel de Jesús Calle, que cuida y protege las acciones sociales, culturales, gubernamentales y económicas, lo que significa el procesamiento de información y datos que son investigados, compilados y divulgados a los radioescuchas.

La metodología que se utilizará en este proyecto de investigación es de índole exploratoria debido a que se obtendrá información relevante sobre la gestión y planificación sobre programaciones de una radio comunitaria que contenga segmento acorde al sector, que permita a los ciudadanos buscar la armonía y relacionarlos con temas de la sociedad.

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 parroquia Manuel de Jesús Calle.

El primer capítulo describe los problemas que existen en la organización y administrar la radio comunitaria, se establece objetivos y se justifica el tema con la finalidad de responder las hipótesis propuestas, considerando sus variables y las descripciones de la información obtenida.

El segundo capítulo establece un marco teórico referencial que expresa los aspectos más importantes y los temas de interés de una radio comunitaria, siendo la radiodifusión, el espectro radial, la programación, entre otras cosas, integrando un marco contextual y legal que permite que coadyuve a tomar la decisión correcta para el grupo objetivo.

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

El cuarto capítulo propone implementar una radio altoparlante con programación innovadora dirigida a la comunidad de la parroquia Manuel de Jesús Calle, señalando los temas principales para la comunidad, además de una amplia participación en los principales temas de interés que se difunden en la radio altoparlante comunitaria.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

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 respalda a toda la comunidad y a quienes sigan de cerca su programación que los atrae, gracias a una comunicación eficiente.

No existe preparación y experiencia para dirigir radios comunitarias acorde a un espectro masivo de personas según su ubicación, es decir, los jóvenes de esta localidad, no tienen una frecuencia radial que los represente, otro aspecto negativo es la falta de comunicación del resto de habitantes de la parroquia Manuel de Jesús Calle, donde escuchen programas que hablen sobre su identidad social, cultura, economía y los requerimientos de la parroquia.

Los parroquianos desconocen las ventajas de la comunicación comunitaria al utilizar medios de espectro radial en la comunidad que tengan sentido de entrega y trabajo colaborativo entre los habitantes de esta comunidad cañareja.

1.1.1.1 Origen y problematización del problema

El origen radica en la parroquia Manuel de Jesús Calle, asentada en el cantón La Troncal de la Provincia del Cañar, no cuentan con un programa de radio exclusivo que oriente diversas temáticas en el sector, como es la información pertinente a un problema social referente a la omisión de un segmento 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 alguna necesidad de cierto sector, e incluso la presencia de una autoridad gubernamental 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 y 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 de Causa Efecto

Causas	Consecuencias
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 económicas	Carencia de valores, aprendizaje y actividades deportivas y eventos en la comunidad
Formación de personas y actividades culturales	Mínimo grado de aceptación de actividades grupales en las familias de una comunidad

1.1.2. Delimitación del Problema

Campo:	La Radio Altoparlante
Área:	Habitantes de la parroquia Manuel de Jesús Calle
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:	Parroquia Manuel de Jesús Calle.
Delimitación Temporal:	6 meses
Tema:	Proceso comunicacional en radio altoparlante de sector montubio en la parroquia Manuel de Jesús Calle por medio de la propuesta a través de programas culturales y sociales.

1.1.3. Formulación del problema.

¿Cuáles son las principales acciones sociales que una radio altoparlante comunitaria puede difundir entre los habitantes de la parroquia Manuel de Jesús Calle, con programación sociales, culturales, gubernamentales y económicas?

1.1.4. Sistematización del problema

¿Cuáles son los pasos necesarios para el diseño de una programación local popular en la radio altoparlante comunitaria de la parroquia Manuel de Jesús Calle?

¿Qué influencia tienen estas programaciones comunitarias para los oyentes de la parroquia Manuel de Jesús Calle?

¿Cómo deberían ser diseñados los programas que buscan en una radio los habitantes de la parroquia Manuel de Jesús Calle?

¿Por qué las radios altoparlante comunitarias no tienen la acogida básica en las necesidades de los habitantes para sus diversas gestiones?

OBJETIVOS

1.1.5. Objetivo general

- Analizar la trascendencia social y comunicacional del radio altoparlante de la parroquia Manuel de Jesús Calle.

1.1.6. Objetivo específico

- Estudiar el grado de aceptación y preferencia de la radio altoparlante como una alternativa comunicacional de contenido social en la parroquia Manuel de Jesús Calle.
- Sistematizar las experiencias de la radio altoparlante de la parroquia Manuel de Jesús Calle en la gestión y producción de contenidos sociales y culturales a través de una programación coherente con la democratización de la comunicación.
- Determinar la importancia de la radio altoparlante como una alternativa comunicacional de orden social para la comunidad para la parroquia Manuel de Jesús Calle.

JUSTIFICACIÓN

La implantación de los medios de comunicación en el país ha sido visiblemente relacionada con grupos dominantes que históricamente han conducido el poder político y económico. A lo largo de la historia, la regulación ha entregado excesivos beneficios a mencionados sectores dominantes, en desventaja de la radio pública y comunitaria. Sin embargo, la innovación tecnológica y los recientes componentes legales en el país han permitido el surgimiento de medios populares para la intervención social y el acrecentamiento de la democracia, partiendo de programas de información, comunicación y

participación para sensibilizar y motivar a todos y cada uno de los colectivos (Constitución República del Ecuador, 2008).

Según (Salazar E. , 2011) La radio altoparlante no tiene la necesidad de ondas electromagnéticas o Internet. Esta depende de la conexión de unos altavoces o parlantes ubicados en las calles o en un lugar donde toda la comunidad pueda escucharlos y tener acceso a información y otros contenidos. En nuestro país como parte de los movimientos comunicaciones comunitarios ya existen algunas de estas iniciativas ubicadas en sectores rurales y populares de la geografía nacional. En este citamos el de la parroquia El Quinche en la provincia del Pichincha que cuenta con su radio altoparlante llamada “La Voz del Quinche”, en ella participan diversos actores sociales quienes producen sus propias programaciones y visibilizan las necesidades del sector.

De este modo, se plantea implementar una programación en la radio altoparlante comunitaria que va direccionada a una población promedio de 2.765 ciudadanos, que forman parte de la parroquia Manuel de Jesús Calle, los cuales reciben por medio de diversas frecuencias radiales tradicionales información de interés nacional, pero lo que sucede en su comunidad es silenciado por la falta de medios comunitarios que son parte fundamental para la organización comunicacional entre los habitantes.

Se justifica la creación y gestión de programaciones locales en radio altoparlante comunitaria al momento que se dirige a sectores específicos de la población como son los estudiantes, empresas, empleados del sector público o privado, y las familias que alberga el espectro radial. En esta zona no se han hecho estudios de comunicación sobre el tema, motivo por el cual es necesario visibilizar las practicas comunicacionales a través de este medio alternativo. Es una labor que se debe ejecutar para evidenciar las potencialidades que

tienen las personas mediante una interacción adecuada. Además, la programación será única y pionera en diferentes temas, donde podrán participar las universidades, colegios, profesores, alumnos y familias en general.

Esta práctica comunicativa que se desarrolla en la parroquia Manuel de Jesús Calle puede proyectarse en otras zonas del Ecuador donde la población se empodere de su accionar como ciudadanos y ciudadanas ecuatorianas, porque les posibilita fortalecer su nivel de interacción y de participación social.

HIPÓTESIS O IDEAS A DEFENDER

El uso y la aprobación de la programación radial en la radio altoparlante del pueblo montubio con programación sobre identidad cultural, social, gubernamental y económica, podrá consolidar procesos de comunicación directos seguros y eficientes sobre temas sociales y de interés colectivo.

Variables.

Variable Independiente

Programación Radial

Variables Dependiente

Procesos de comunicación directo seguro y eficientes.

Temas sociales.

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.

Galarza, (2016) hace referencia que, 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, es esencial que sea una empresa sin fines de lucro, el carácter de la radio comunitaria lo constituye su independencia y responsabilidad en el servicio a la comunidad, no al anunciante, 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 Gómez (2016), explica que, las radios comunitarias suelen estar dirigidas por voluntarios que usan tecnología de bajo costo, suele ser fácil obtener tiempo de emisión

gratuito o debajo 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.

Para Macías Anchundia (2015), 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 formación 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.

Por su parte Álvarez Puma et al. (2013) consideran 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.

AMARC, (2018), 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.

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.

Fajardo Gallego (2017), 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 Zavala Peralta (2018), 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. (P.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 montubio 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 montubio, 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 montubia para luego difundir mensajes optimistas para el desarrollo de la familia.

Una radio comunitaria en el territorio tiene la obligación de organizarse, buscando los temas radicales que interesan a la comunidad montubia, 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 montubia y destinatarios.

Según Alfaro et al. (2018), 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, gubernamentales, entre otros.

Cottet y Yáñez (2018), señalan que lo interesante de distinguir en el mundo creado por el espectro radial, es la dinámica de lo que se vive en la actualidad, que logra superar los esquemas del emisor y receptor. Vincula las acciones del emisor por y del destinatario en un único contexto que lo une, la cultura.

Según Berrios (2018), las claves que inciden en la articulación de la conversación radial en el territorio indígena están orientadas 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. Radio altoparlante

La radio altoparlante es una opción frente a los medios de comunicación convencionales y tradicionales, es decir, es un proyecto que no tiene predominio sin contrapeso de modalidad de comunicación transnacional. A pesar de ello, esta característica de oposición a los medios tradicionales no la define totalmente. Todavía queda una tarea pendiente en ese sentido.

Lo que se está planteando cuando se propone la radio altoparlante es un gran debate sobre la democratización de las comunicaciones y el papel de las mismas en la democracia de las sociedades. Cuando se hace referencia a la radio altoparlante se habla de una plataforma global que implica numerosos y variados cambios en la transmisión y la producción de mensajes.

Para Salazar (2011), la radio parlante se toma la calle y le entrega el micrófono a la gente, en un verdadero ejercicio de libertad de expresión y comunicación popular para

hacer escuchar la voz de la comunidad. Algunas radios parlantes cuentan con la participación de músicos, teatreros y más artistas, quienes se unen a este gran proyecto de democratización de la comunicación y radicalización del proceso de transformación del país. (p. 58)

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 Monge (2019), 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.

Para Balsebre (2018), 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. (P.150)

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 montubia de la Parroquia Manuel de Jesús Calle.

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 las 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.

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.

Según Chiriboga Teran (2016), 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. (p. 15)

Chiriboga Terán (2016), concluye 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. (p. 87)

2.3. La sociedad y las radios comunitarias

Para Álvarez Moreno (2018), 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. (p. 70)

Según 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. (p. 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.

El espectro de radiofrecuencia es un recurso natural limitado administrado a nivel mundial por la Unión Internacional de Telecomunicaciones o UTI (1988), pero su uso está regulado por las autoridades gubernamentales de cada país para que esté disponible al público en todas las áreas de actividad.

Considerando a lo estipulado por la ARCOTEL (2012), en donde informa que 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. (p. 19)

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.

Vidal (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. Interés de una radio comunitaria

Señala Sabrera (2018), 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 (p. 21).

Para Moreno (2008), 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 (p. 63-75).

2.6. Marco legal

2.6.1. La comunicación es un derecho constitucional

La Constitución de la República Ecuador (2011), 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. (p. 14-27).

2.6.2. 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.

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. (p. 15-16).

A través de los mecanismos de contratación 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.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Metodología aplicada

La metodología aplicada tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo, la cual permite especificar las características y los perfiles más relevantes del fenómeno. La investigación sirve para examinar un tema o problemática del cual se tienen dudas o no ha sido abordado con anterioridad.

El desarrollo tiene tres componentes que son la construcción del desarrollo teórico de la comunicación de los habitantes, las competencias del comunicador y la comprensión del contenido de la legislación de comunicación en relación con el trabajo de investigación de campo, mediante encuestas y entrevista realizada sobre la relación de la familia.

El proceso de investigación se sustenta en una consulta de tipo bibliográfica combinada con un diseño de campo cualitativo, donde la información se obtiene a través de la observación directa entre el segmento poblacional que es objeto de estudio.

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:

Descriptiva. - Permitirá describir las preguntas de investigación y sus posibles causas y efectos, comenzando por las principales acciones que debe realizar el programa de radio altoparlante y su discusión para llegar a un acuerdo con la comunidad.

“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” (Guzmán, 2012, p. 9).

De campo. - Esta investigación brinda la oportunidad de actuar donde existe un problema, analizar los inconvenientes más significativos por la recepción de programas radiales comunitarios y luego hacer un análisis adecuado 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, 2015, p. 1).

3.3. Técnicas e instrumentos

La programación de la radio altoparlante comunitaria debe atraer a un grupo objetivo donde los habitantes de la parroquia Manuel de Jesús Calle, sean el mercado principal en la programación del medio de comunicación. Las técnicas a utilizar como instrumento de levantamiento de información será la realización del proceso de observación del sector antes mencionado, además, este estudio se formalizará con una matriz de encuesta para identificar el interés de una radio comunitaria dirigida por los habitantes de la parroquia Manuel de Jesús Calle, finalizando con entrevistas a los principales líderes del sector y con ellos poder coordinar temas importante en los ámbitos sociales, culturales, gubernamentales

y económicos.

Observación. – Permite examinar cual es la incidencia de la radio altoparlante en la solución de los problemas sociales del sector Manuel de Jesús Calle, donde se permitirá observar la problemática existente, luego de la investigación de campo a realizar, estableciendo así la aceptación de la comunidad en la creación de nuevos programas para la radio comunitaria.

Encuesta. - Se describe mediante la realización de un banco de preguntas de forma alternada, donde los ciudadanos deciden las respuestas que consideran adecuadas, donde finalmente analizan y determinan así la percepción de los encuestados, conforme a la incidencia de los programas de una radio altoparlante comunitaria y los acontecimientos sociales que surgen de la comunidad.

Entrevista. – Se caracteriza por ser un método cualitativo que distingue el accionar de los líderes barriales para decidir temas que puedan poseer las programaciones que necesitan los habitantes de la parroquia Manuel de Jesús Calle.

3.4. Población y Muestra

Para la realización de las encuestas se tomó en consideración la cantidad de habitantes que tiene la parroquia Manuel de Jesús Calle, donde se estima la pernoctación de 2.765 habitantes.

La población que habita en el sector, que es de 2.765 habitantes, se procedió a sacar la muestra para la realización de las encuestas, donde dicha cantidad será de 377 totalidad de encuestados, mientras que el error de muestra (E) fue de 0,05, y, la proporción de éxito (P) fue de 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% probabilidad óptima.

Figura 1

Muestra de la población finita

Cálculo de Muestras para Poblaciones Finitas

Muestra para poblaciones Finitas

$$n = \frac{P * Q * Z^2 * N}{E^2 + Z^2 * P * Q}$$

INGRESO DE PARAMETROS

Tamaño de la Población (N)	2,765
Error Muestral (E)	0,05
Proporción de Éxito (P)	0,5
Proporción de Fracaso (Q)	0,5
Valor para Confianza (Z) (1)	1,96

Tamaño de Muestra

Muestra Optima **377**

(1) Si:

Confianza el 99%	2,32
Confianza el 97.5%	1,96
Confianza el 95%	1,65
Confianza el 90%	1,28

3.5. Análisis de los resultados

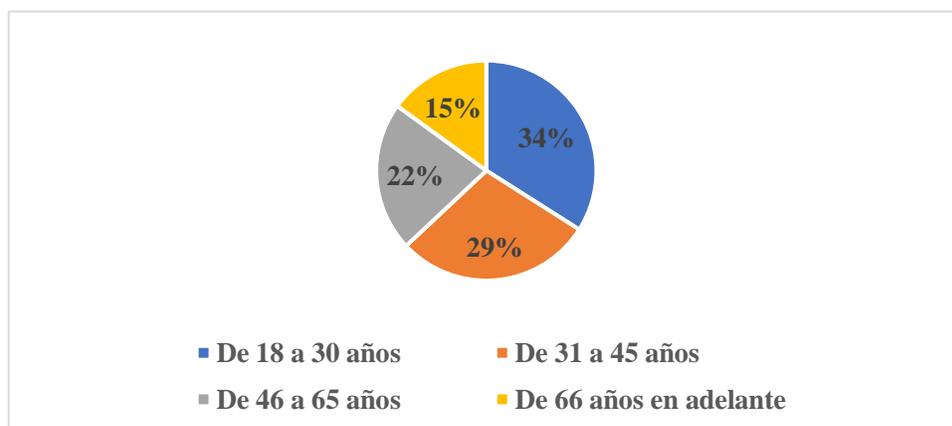
Tabla 2

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%

Figura 2

Edades de los encuestados



Análisis e interpretación: Existe un equilibrio en las edades de todos los encuestados, esto quiere decir que el mensaje de una radio altoparlante 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.

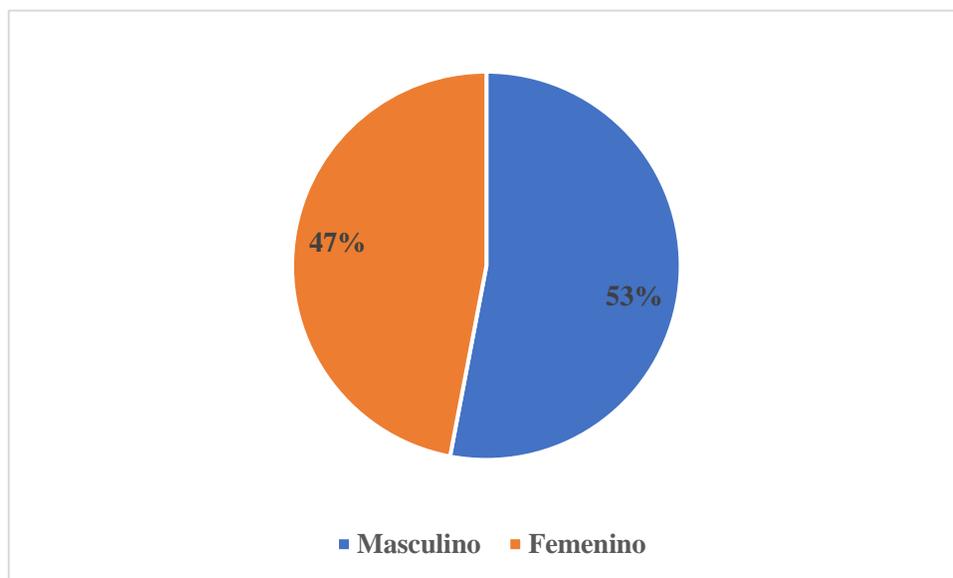
Tabla 3

Género de los encuestados

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

Figura 3

Género de los encuestados



Análisis e interpretación: Un programa de radio altoparlante 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 altoparlante debe generar interés a todos los sectores, provocando un equilibrio de género, sin discriminación, con las mismas reglas y oportunidades.

Estado civil

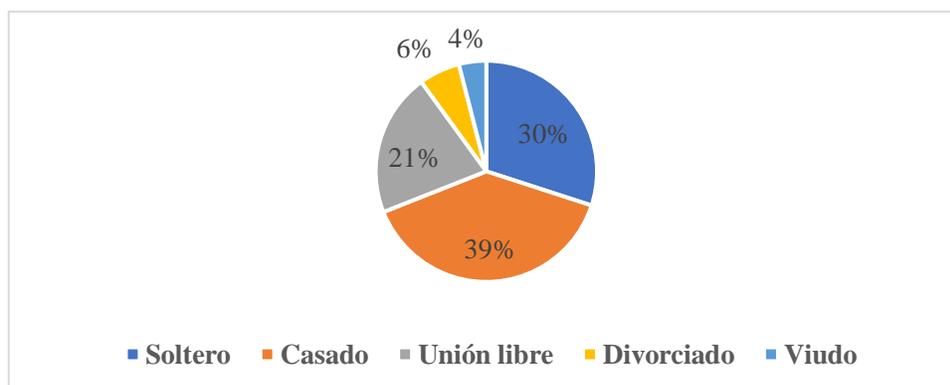
Tabla 4

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%

Figura 4

Estado civil de los encuestados



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 altoparlante de interés mayoritario para cada uno de los segmentos.

Actividad actual

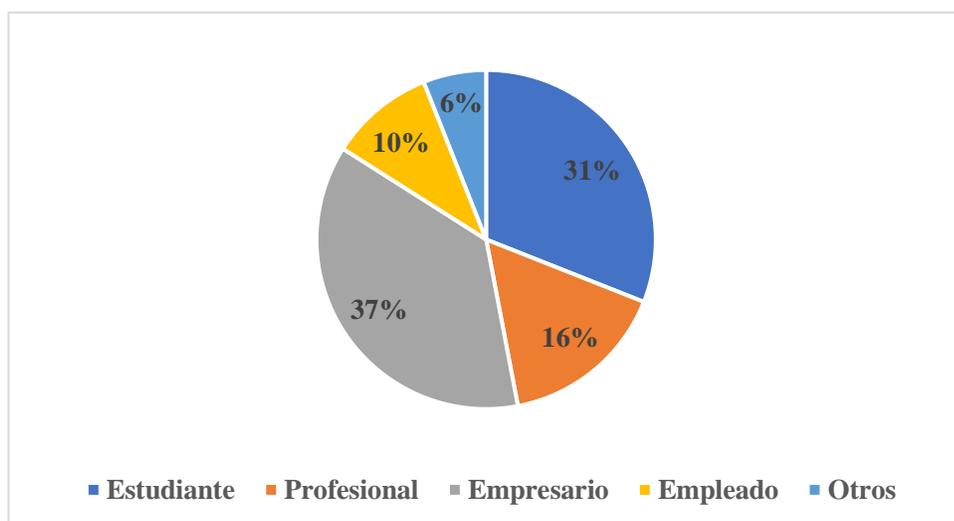
Tabla 5

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%

Figura 5

Actividad actual de los encuestados



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 altoparlante 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 regularidad escucha la radio?

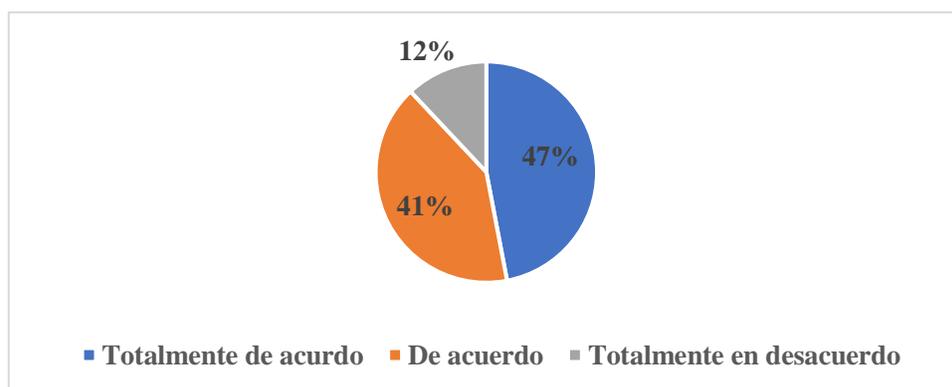
Tabla 6

Regularidad con la que escucha la radio

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	157	47%
De acuerdo	135	41%
Totalmente en desacuerdo	85	12%
TOTAL	377	100%

Figura 6

Regularidad con la que escucha la radio



Análisis e interpretación: De todo lo encuestado referente al tiempo que escuchan radio, manifiesta el 47% totalmente de acuerdo, un 41% manifiesta estar de acuerdo, un 12% manifiesta estar totalmente en desacuerdo. 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 altoparlante tenga la viabilidad aceptable en determinado territorio.

2) ¿Qué tipo de programación escucha con regularidad en la radio?

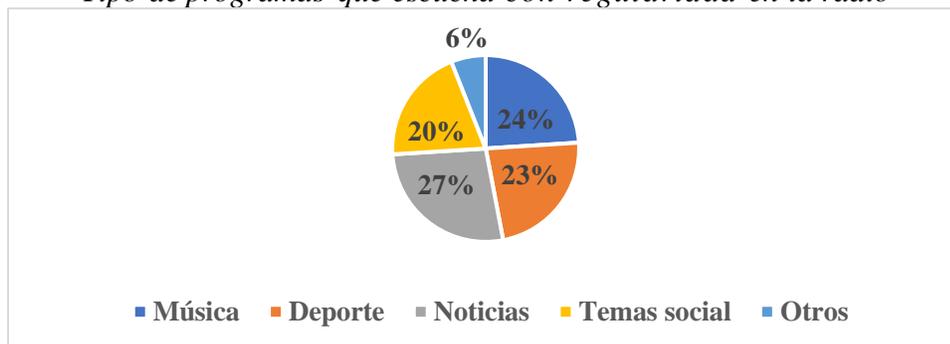
Tabla 7

Tipo de programas que escucha en la radio

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

Figura 7

Tipo de programas que escucha con regularidad en la radio



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 altoparlante 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) Si su comunidad tuviera una radio altoparlante, ¿Usted participaría en todos los programas y promociones que se realice?

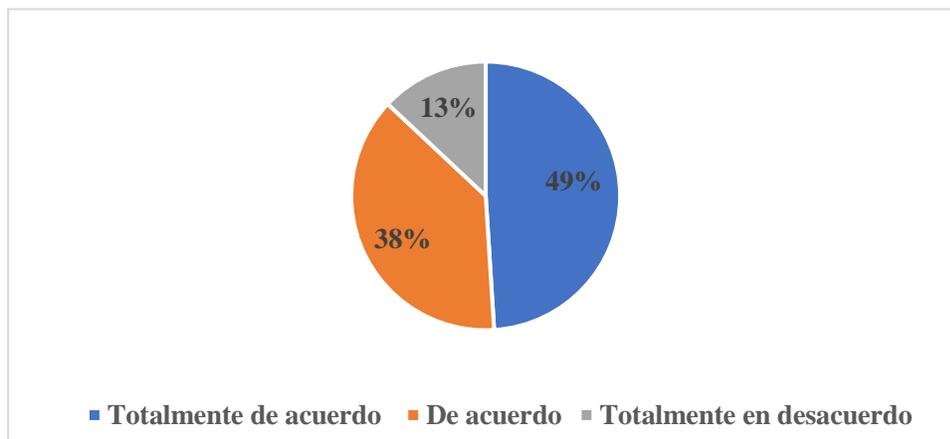
Tabla 8

Participaría en todos los programas que realicen las radios altoparlantes

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	185	49%
De acuerdo	144	38%
Totalmente en desacuerdo	48	13%
TOTAL	377	100%

Figura 8

Participaría en todos los programas que realicen las radios altoparlantes



Análisis e interpretación: Al momento que se le presente un plan a la comunidad, si le gustaría participar en varios eventos, un 49% de los encuestados manifestaron estar totalmente de acuerdo, el 13% indican estar totalmente en desacuerdo, y un 38% estar de acuerdo y que sí participarían. La respuesta de la presente interrogante permite dar a notar que la radio altoparlante tiene que realizar varios eventos porque la gente mantiene aceptación para su difusión.

3) ¿La radio, usted la escucha a través de?

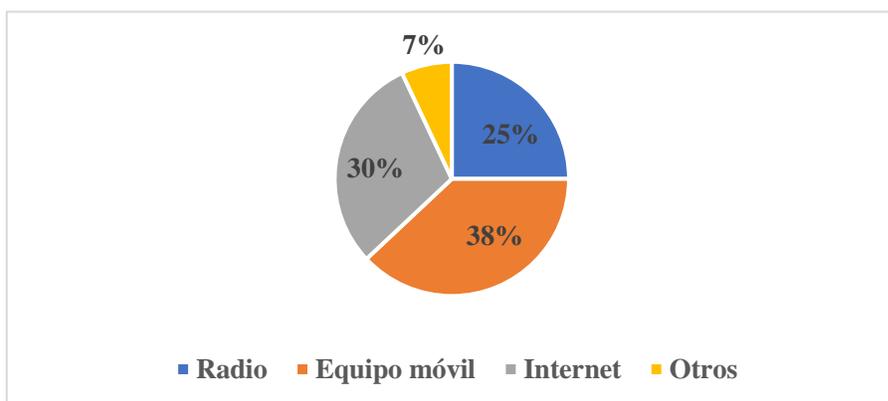
Tabla 9

Medios por donde escucha la radio

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

Figura 9

Medios por donde escucha la radio



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 altoparlante 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, cómo?

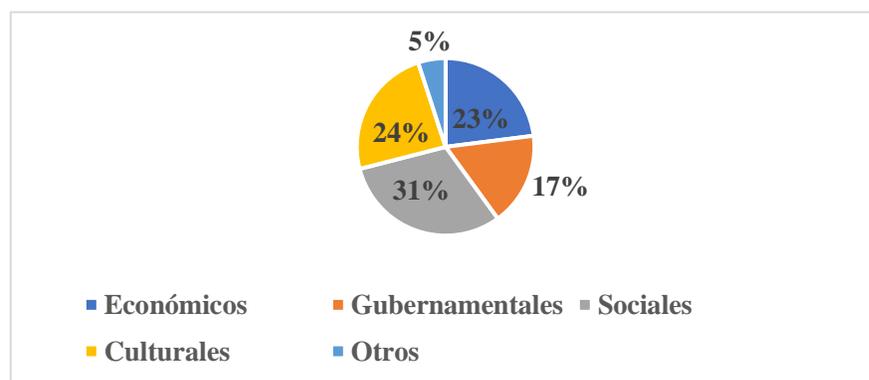
Tabla 10

Programación que le gustaría que se comenten en las radios altoparlantes

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Económicos	87	23%
Gubernamentales	64	17%
Sociales	117	31%
Culturales	91	24%
Otros	18	5%
TOTAL	377	100%

Figura 10

Programación que le gustaría que se comenten en las radios altoparlantes



Análisis e interpretación: La encuesta realizada mantiene una mayor tendencia aquellos programas que son de noticias con temas sociales en un 31%, a lo encuestado también interesan programas de tipo culturales un 24%, el análisis realizado también indica que el 23% deben de ser programas económicos, y un 17% tema relacionado a lo gubernamental. La radio altoparlante debe abarcar este tipo de tema, porque sólo así se involucra a las personas a escuchar la radio por el interés en cada tema.

6) ¿Cómo llega el sonido de la radio altoparlante a su hogar?

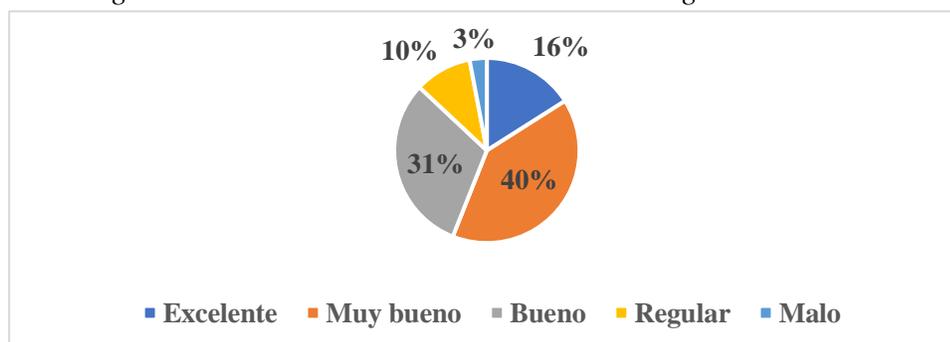
Tabla 11

Llega con claridad el sonido de la radio a su hogar

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

Figura 11

Llega con claridad el sonido de la radio a su hogar



Análisis e interpretación: El 40% de los encuestados indica que se escucha muy bien la radio altoparlante, el 31% que si es bueno el sonido de la radio altoparlante que existe en el sector, el 10% indica que es regular y un 16% manifiesta que es excelente el sonido de la radio altoparlante. 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 claridad en los sonido e interés a todos los radioescuchas.

7) ¿Cree usted que la radio altoparlante de la comunidad está siendo bien ejecutada en la comunidad?

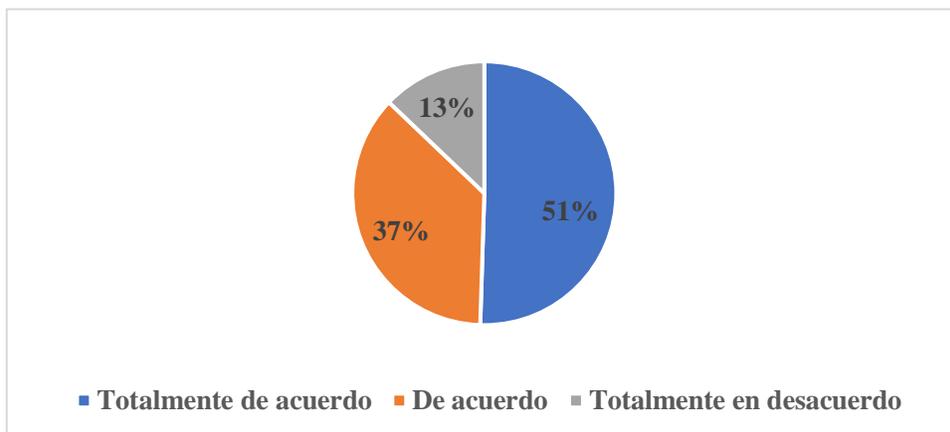
Tabla 12

La radio altoparlante de la comunidad está siendo bien ejecutada en la comunidad

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

Figura 12

La radio altoparlante de la comunidad está siendo bien ejecutada



Análisis e interpretación: El 51% de los encuestados dice estar totalmente de acuerdo con la utilización de la radio altoparlante, un 37% está de acuerdo, y apenas un 13% está en desacuerdo. La realidad es que los que no conocen de la radio altoparlante no pueden opinar, sin embargo, una gran mayoría requiere y necesita del buen uso de la radio altoparlante, ya que por medio de esta podrían resolver los principales problemas económicos sociales y de seguridad existente en el sector.

8) ¿Piensa que la radio altoparlante debería presentar programas de interés comunitario?

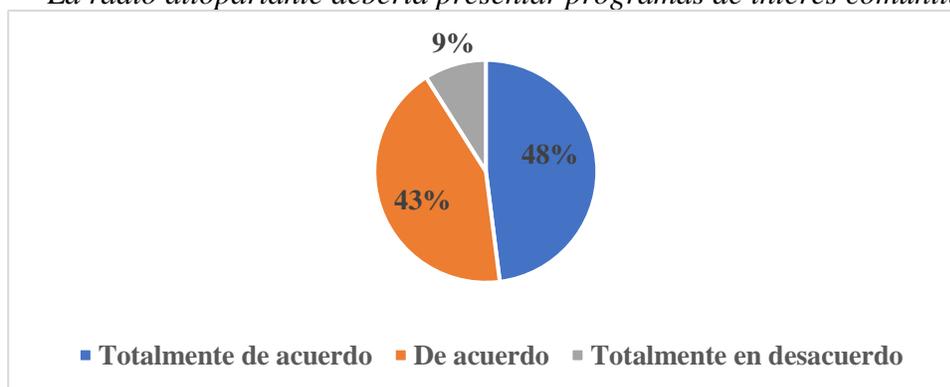
Tabla 13

La radio altoparlante debería presentar programas de interés comunitario

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

Figura 13

La radio altoparlante debería presentar programas de interés comunitario



Análisis e interpretación: De todos los encuestados el 48% está totalmente de acuerdo de que debe de expandir programas comunitarios a través de la radio altoparlante, el 43% indica que está de acuerdo, apenas un 9% indica que está en desacuerdo de que existe en la radio programas de interés comunitario. La realidad clara la radio altoparlante es directa y llega al usuario que requiere y necesitan de la misma para solventar la solución a los problemas ámbitos sociales, culturales, gubernamentales y económicos, entre otros.

9) ¿Piensa que en la radio altoparlante se debe informar todo lo que pasa en la comunidad?

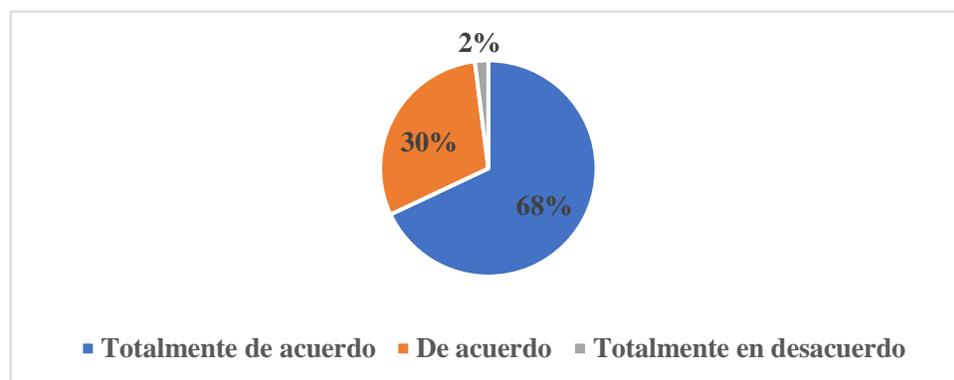
Tabla 14

La radio altoparlante debe informar todo lo que pasa en la comunidad

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

Figura 14

La radio altoparlante debe informar todo lo que pasa en la comunidad



Análisis e interpretación: El 68% está totalmente de acuerdo de que la radio altoparlante debe de informar todos lo que pasa en la comunidad, el 30% está de acuerdo de que la radio tiene que mantener prioridad en el ámbito social, económico, gubernamental y cultural del territorio y apenas un 2% indica que no involucra ningún tema de interés de la radio para con la comunidad. La radio altoparlante puede llegar a muchos sectores y transmitir contenidos sociales a la comunidad.

10.) ¿Piensa que la radio altoparlante debe de difundir información de interés social, cultural, gubernamental y económico de la comunidad?

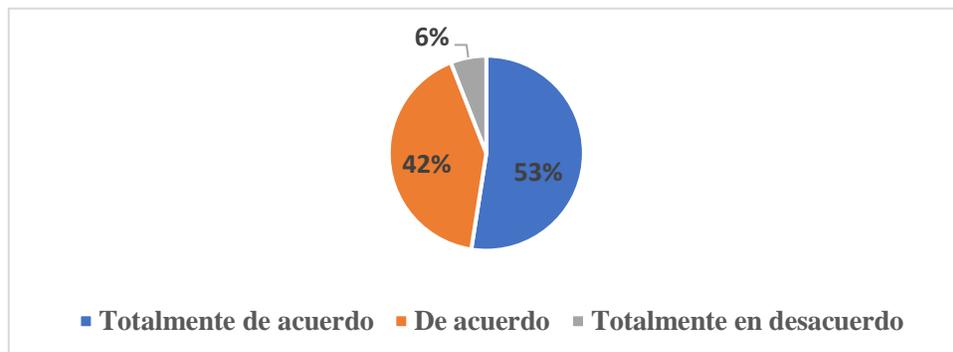
Tabla 15

La radio altoparlante debe de difundir información de interés social, cultural, gubernamental y económico de la comunidad

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

Figura 15

La radio altoparlante debe de difundir información de interés social, cultural, gubernamental y económico de la comunidad



Análisis e interpretación: Los encuestados están de acuerdo 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 la radio altoparlante. Apenas un 6% indica que la radio altoparlante no tiene ninguna relación con la educación.

3.5.1 Entrevista

Entrevista a la presidente de la parroquia Manuel de Jesús Calle, Sra. Carina Fernández Vicuña.

¿Piensa usted qué la comunicación en la parroquia Manuel de Jesús Calle está siendo utilizada de forma apropiada?

La comunidad tiene una herramienta comunicacional que no está siendo bien utilizada por los comuneros. El sector posee altoparlantes en los postes del centro de la parroquia, pero estos solo son utilizados para transmitir las misas de la iglesia, creo yo que se podría darle un mejor uso a esta herramienta que puede aportar significativamente a nuestros comuneros.

Dentro de las necesidades que usted como autoridad puede percibir en la parroquia, ¿cuáles cree usted que son los de mayor necesidad?

Nuestro sector mantiene muchas necesidades como es el desinterés que existe por parte de las autoridades del cantón, ellos aparecen en campañas y cuando necesitan algo de nuestra comunidad. Otra puede ser la parte económica porque si bien es cierto nosotros vendemos nuestros productos, pero los pagos son muy bajos y algunos comuneros han sido estafados por no saber hacer bien el negocio. El deporte es otra parte que está abandonado en nuestra parroquia.

¿Cree que los moradores estarían dispuestos a insertar un sistema de comunicación comunitaria denominado radio altoparlante en la parroquia?

Me parece muy interesante, pero temería un poco que los habitantes no sepan manejar estos nuevos métodos que usted me habla, yo creo que estarían de acuerdo si usted

licenciado se comprometa a ayudarlos con la producción de esta programación y enseñarles para que a futuro sean ellos quienes los dirijan

¿Si se diseñara una programación que se transmita por la radio altoparlante de la comunidad, usted como autoridad estaría dispuesta a participar?

Desde el principio diría que sí, primero porque mi comunidad se merece una programación que les ayude a difundir sus inconformidades y posibles soluciones que puedan encontrar a sus problemas y segundo les daría una alternativa de interactuar con los habitantes de la comunidad.

¿Cuáles son las programaciones que los habitantes del sector les gustaría que sean transmitidas?

Esta comunidad mantiene muchas necesidades que vienen desde hace algunos años, una de las programaciones podría ser en el ámbito económico, social, agrícola y cultural. Pienso que estos serían los segmentos que podría tener la programación porque los contenidos serian manejados por los mismos comuneros que son quienes conocen sus propias necesidades y carencias.

¿En qué horarios se podría transmitir esta programación para que no pase desapercibida por los habitantes?

La parroquia es un sector montubio que de lunes a viernes mantiene a sus habitantes trabajando en sus diferentes sectores agrícolas, por eso pienso que el horario ideal sería los días domingos en por la mañana que es donde algunos participan de la misa, otros descansan en casa y un porcentaje disfruta del fin de semana en las actividades de la comunidad.

3.5.2 Análisis Entrevista

Mediante la entrevista a su líder parroquial se demuestra que la comunicación no está siendo utilizado favorablemente entre los habitantes de la parroquia Manuel de Jesús Calle y que se necesita la intervención de este tipo de programaciones comunitarias que nacen desde las mismas necesidades del sector. Además, se demuestra que los comuneros requieren de este tipo de mecanismo comunicacionales como es la radio altoparlante.

La radio altoparlante permitirá que la comunidad pueda identificarse ya que el trabajo es desde la comunidad, para la comunidad y para la comunidad. El compromiso desde los líderes barriales es fundamental para poder continuar con el desarrollo de las mismas.

3.6 Análisis Situacional de una radio altoparlante

Muy temprano por la mañana las campanas de la iglesia suenan a través de la radio altoparlante, acompañando a los habitantes de la parroquia Manuel de Jesús Calle, entre sus hogares y plantaciones se escucha la voz del párroco de la iglesia que los invita a la misa de la mañana. Esto implica que a pesar de que el espectro radial altoparlante no se ha ampliado, al menos se ha mantenido al igual que algunos segmentos de avisos comunitarios.

Figura 16

Altavoz de la radio altoparlante



En la imagen se observa el altavoz de la comunidad, por medio de ella se establecen continuos avisos que interesa a los habitantes, esta situación limita espectro radial que se le puede dar, debido a que no existe la innovación o interés de programas a las necesidades del sector. Lo ideal sería diseñar una programación particular que trabaje con temas de aprendizajes y conocimiento con líderes naturales de cada grupo de ciudadanos.

Figura 17

Iglesia de la parroquia



La iglesia de la parroquia funciona como voz del pueblo cristiano en la localidad, pero también recepta, evalúa y dispone los avisos que tienen que hacer los habitantes de la comunidad, sin embargo, es importante detallar diversas áreas de acción que podrían estar involucradas en el ámbito social, cultural, gubernamental, económico, entre otros.

Figura 18

Moradores de la parroquia Manuel de Jesús Calle



En la imagen se visualiza al Lic. David Solis conversando con los habitantes sobre las posibles actividades que podrían tratar en la programación o segmentos de la radio altoparlante de la comunidad. Además, se detalla el público objetivo de la zona que cuenta con el número de 2.765 habitantes en su mayoría católicos que tienen relación directa con los avisos que se generan por la radio parlante de la comunidad.

Figura 19

Maestrante David Solís, junto a moradores de la parroquia Manuel de Jesús Calle



En la imagen se visualiza al Lic. David Solís junto a la presidenta del Gobierno Parroquial, Sra. Carina Fernández Vicuña, y miembros de la junta parroquial de Manuel de Jesús Calle, ellos nos acompañan a las visitas domiciliarias donde se realizan las encuestas y se les comunica a los habitantes sobre la programación que quisieran escuchar en la radio altoparlante del sector.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1. Tema

Proceso comunicacional en radio altoparlante del sector montubio de la parroquia Manuel de Jesús Calle a través de programas culturales y sociales.

4.2. Antecedente la propuesta

Una programación en la radio altoparlante, implica responsabilidad directa para todos los ciudadanos que la escuchan, tiene relación inmediata con mensajes continuos combinado con una amplia sintonía, la radio altoparlante implica motivación en todo momento sin importar la producción o profesionalismo, ya que la programación de este medio contendrá temas locales y quienes la escuchen podrán ser parte de esta parrilla con argumentos de interés o necesidad de la misma comunidad.

Cada radiodifusor tiene la misión de informar lo que el comunero montubio de la parroquia quiere conocer, además simboliza un ambiente acogedor en cada hogar donde se esté escuchando el programa de la radio altoparlante. Los horarios que se plantean son diversos, tienen que ser promocionados para abarcar nuevas necesidades y abastecer de información de interés a cada comunero.

Los montubios de esta comunidad y de manera específica en la parroquia Manuel de Jesús Calle, están involucrados directamente a escuchar su radio altoparlante que orienta sus expectativas en temas relacionados con noticias, música y religión. Los temas que en la actualidad se transmiten en la en la radio altoparlante del sector son de

carácter religioso y música, por lo que en nuestra propuesta de programación abarcaremos diversidad de temas y a la vez procurará buscar opciones de acción inmediata junto a los comuneros de la parroquia.

4.3. Objetivo general de la propuesta

Desarrollar la producción técnica y operativa de la parrilla de programación "Lucha Campesina" con la participación ciudadana, a difundirse en su radio altoparlante los días domingos en horarios de 6 A.M. a 12 M.

4.3.1. Objetivos específicos de la propuesta

Describir cual es la programación específica a difundir en el programa radial "Lucha Campesina" en la parroquia Manuel de Jesús Calle.

Analizar la participación y calidad del programa la "Lucha Campesina" con los habitantes de la parroquia.

Diseñar la programación radial de "Lucha Campesina" "y todas aquellas características innovadoras para la comunidad montubia de la parroquia Manuel de Jesús Calle.

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 para la comunidad del sector montubio 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 campesinos montubios que se encuentran dispersos en la zona rural de la parroquia Manuel de Jesús Calle , sienten estos programas como un auxilio directo e inmediato que los conecta directamente con las autoridades de turno e incluso para la realización de diversos eventos sociales.

La programación buscará dentro de su espacio radial altoparlante involucrar diferentes actores en temas de seguridad, cultural, político, social, salud, entre otros, que tiene interés participativo de todos quienes son parte de una parroquia que busca el progreso.

El horario establecido para las programaciones en la radio altoparlante son de 30 minutos y de 1 hora los días domingos, donde estará inmersa directamente los personajes de la comunidad y para la comunidad quienes por ser del mismo sector conocen y pueden presentar temáticas a modo de plenarias donde obtendrán un feedback constante entre los comuneros.

4.5. Descripción de la propuesta

El proyecto radial está dirigido por el Maestrante David Solís Morán, profesional con experiencia en el área de producción de programas de televisión y radio, actualmente vinculado al área de Educación. El presente trabajo tiene como objetivo hacer que la comunidad logre menguar todos los inconvenientes o conflicto que se desarrollan en áreas de seguridad, cultural, político, social, 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.

Tabla 16

Lucha Campesina

Producción:	David Lenin Solís Morán
Programa:	“Lucha Campesina”
Horario de difusión:	Domingo 6 A.M. a 12 M.
Fecha de inicio:	Por Definir
Radio:	Altoparlante
Modalidad:	Entretenimiento, noticias, trabajo comunitario, social, cultural

Dentro de las actividades descritas del programa se plantea un nombre propuesto por la comunidad con identidad de su pueblo, como es "Lucha Campesina" con un mensaje muy particular que indica el compromiso de la comunidad, como también su búsqueda por el desarrollo e innovación, impulsado en sus proyectos y metas a través de la radio altoparlante.

Diálogos. - En todo lo que amerita el acontecer de la comunidad, regional, nacional e internacional. En el ámbito del desarrollo y emprendimientos de los campesinos montubios de la parroquia.

Entrevistas. - A empresarios de renombre y experiencia vinculados con el aparato productivo del país y la agro-industria.

Análisis. – De temas culturales, económico, social, comercial, industrial y

gubernamental, por la comunidad.

Encuestas. - En los diferentes temas del acontecer nacional con la ayuda de medios digitales o vía telefónica.

4.6. Programas de radios innovadores

Entre los principales programas o contenidos de la radio altoparlante "Lucha Campesina", está direccionado a la siguiente programación:

Tabla 17*Programación de radio altoparlante, Domingo 6h00am 12h00M*

HORARIO	PROGRAMA	DIRIGIDO POR	MODALIDAD	TEMÁTICA
6h00 a 6h30	Despertar musical	Raúl Arreaga	entretenimiento	consejos y emprendimiento y participación del público
6h30 a 8h00	Al día con las Noticias	Lourdes Bajaña David Solís	información	noticias sociales, política, económica y educativa
8h00 a 8h58	El emprendedor mañanero	Diana Rojas	cultura	información de créditos, planes de negocios e ideas
9h00 a 10h00	Santa Misa	P. Luis Ruiz	religiosa	Eucaristía Dominical
10h00 a 11h00	Qué pasa en la Parroquia	María Cabrera. Estiven Soto.	información comunitaria	participación de la comunidad en los problemas sociales del sector y entrevistas
11h00 a 12h00	En la lucha campesina	Karina Fernández Vicuña.	Información Gubernamental	Noticias sociales, Económica política, deportiva, cultural, entre otros.

Temáticas temporales

Introducción (5 Minutos)

Saludos, motivación, metas, bendición, siempre adelante, y algunos comentarios inspiradores para una sociedad económicamente activa. Montubios y ciudadanos en general.

Problemas Principales en las distintas áreas productoras y su solución 15 (minutos)

En este espacio se comentará sobre los inconvenientes que se presentan en la sociedad, como la prevención de drogas, la labor diaria, los proyectos gubernamentales, el deporte, etc. se discusión dispondrá de posibles soluciones, propuestas o asesoramiento a la problemática.

Perspectivas de progreso y orgullo

Aquí analizaremos en detalle ejemplos de grandes personas de la comunidad que se han superado a sí mismas con el tiempo a través de la perseverancia y proporcionaremos ejemplos reales para inspirar a todos los oyentes de la radio altoparlante.

Espacio de entrevista (15 minutos)

Este espacio contará con entrevistas a los gestores de emprendimientos del sector, a líderes naturales de diversas zonas de la comunidad, así como a personas exitosas de nuestro medio nacional local y cantonal.

Acérquese y comente la problemática que tiene en su trabajo. (15 minutos)

En este espacio se les dará la oportunidad a los habitantes de la comunidad para que manifiesta la problemática que mantiene con la labor diaria que realiza, aquí tendrá la oportunidad de intercambiar ideas y encontrar posibles soluciones.

Tabla 18

Programación de radio por tiempo definido

Programa	Tiempo	Tiempo Total
Presentación de programa (bumper pregrabado).	00:30	00:30
Bienvenida, presentación del conductor de la programación, e introducción del tema.	05:00	05:30
Presentación y desarrollo del segmento, el comunero.	07:30	13:00
Desarrollo del tema.	08:30	21:30
Pausa	01:00	22:30
Continuación del programa, presentación y desarrollo del segmento, huellas de la comunidad.	08:30	31:00
Análisis del segmento con declaraciones reales.	07:30	38:30
Pausa	01:00	39:30
Continuación, presentación de segmento diálogo con la comunidad, interacción con habitantes y despedida.	10:00	49:30
Finalización del programa (bumper pregrabado).	00:30	50:00

CONCLUSIONES

Los programas de radios altoparlantes, repercuten en la comunidad como un medio de comunicación diferente por lo que los ciudadanos tienen mayor conexión con temas específicos de interés comunitario, esto implica que un programa de corte social puede captar en su transmisión habitantes de la comunidad que se benefician de los contenidos ofrecidos a través de estos medios.

Los ciudadanos requieren una parrilla de programación para la radio altoparlante con temas específicos a tratar en la comunidad, en especial si son temas relacionados al ámbito social, cultural, gubernamental y económicos.

El propósito de la radio altoparlante es darle a entender a la comunidad que no es un instrumento de difusión masivo, sino un medio que permite el intercambio de sentidos, prácticas y modos de vida.

La radio altoparlante garantiza que el diseño de las programaciones esté estrictamente de acuerdo con las necesidades de la población, incluso quienes hacen las mismas programaciones son parte de la audiencia radial que habita en la zona.

El programa de radio altoparlante "Lucha Campesina" y sus segmentos buscan unir las voces a través de la participación ciudadana, enfocado siempre a una acción de desarrollo de la sociedad, el mantenimiento de la cultura e identidad local, fortalecer y democratizar la organización comunitaria, abriendo el espacio público local y sectorial a las diversas voces y de expresiones culturales con orientación en temas varios del ámbito social, cultural, gubernamental y económico.

RECOMENDACIONES

Es necesario darle un seguimiento a la investigación, por lo que se debería hacer permanentemente una actualización de la información obtenida. De esa manera será posible contribuir a una mejor utilización de las radios existentes y la futura implementación de otras radios altoparlantes en diferentes sectores del país.

Conservar la comunicación con los habitantes que están pendientes de la difusión del programa y de sus segmentos los días domingos, ya que son ellos quienes buscan conocer, informarse y entretenerse.

No abandonar las propuestas populares y alternativas comunicacionales, por el encanto de las tecnologías.

Es importante la participación de los actores sociales, ya que son vital en todos los lugares del mundo, porque a partir de sus luchas sociales se han puesto alto a gobiernos autoritarios.

Planificar el programa y sus segmentos basados en la realidad de la comunidad, donde se establece un parámetro real y consiente en temas de su interés, como: social, cultural, gubernamental y económico.

A modo de aportación personal en el actual trabajo de investigación se recomienda que la programación de una radio altoparlante 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 y líderes naturales que usan tecnologías de bajo costo para emitir gratuitamente información sobre todo lo que acontece.

La ventaja de las radios altoparlantes en las comunidades 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 difusión, lo importante es que los oyentes se sientan identificados con las voces de su comunidad.

Las programaciones de una radio altoparlante local deben de ser participativas desde su creación, productor, comunidad, periodistas, etc... quienes deseen ser parte de la dirección de la programación y sus segmentos, deben priorizar 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 altoparlantes ciudadanas, del pueblo, comunitarias o participativas, siempre tendrán una cuantía significativa para sus radioescuchas, ya que su libre expresión que mantienen son la clave para un cambio social real, explorando dentro de una comunidad la cooperación de la colectividad.

Para ser claros, el propósito de la radio altoparlante no es hacer algo por la comunidad, sino darle a la comunidad la oportunidad de hacer algo por sí misma.

BIBLIOGRAFÍA

- Alfaro, R., Téllez, R., Pinilla, H., y Gogin, G. (26 de Julio de 2018). *ISSUU*. Obtenido de https://issuu.com/calandriaperu/docs/acs_calandria_cultura_de_masas
- Álvarez Moreno, M. (2018). El desafío de las radios comunitarias Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación. *Redalyc*, 61-77.
- Álvarez Puma, D. V., Enríquez Panchi, S. D., y Hurtado Calderón, M. B. (2013). *Proyecto para la implementación de una radio comunitaria en la parroquia de Guayllabamba*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana Ecuador.
- AMARC. (2018). *Radios comunitarias y contexto de conflicto en México*. México: AMARC.
- ARCOTEL. (2012 de 2012). *Plan Nacional de Frecuencias Ecuador*. Obtenido de Plan Nacional de Frecuencias Ecuador: https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/2021/10/PNF-V.6.0_14-07-21_v.1.pdf
- Balsebre, A. (2018). *EL LENGUAJE RADIOFÓNICO*. Madrid: Cátedra S.A.
- Barea Monge, P. (2019). La estirpe de Sautier la época dorada de la radionovela en España. *Dialnet*, 150.
- Berrios, M. (2018). Detrás del arco iris epistemología de la cultura popular en América Latina. *Dialnet*, 18.
- Chiriboga Teran, E. I. (2016). *Análisis de contenidos en radios comunitarias para la construcción de discursos. Caso radio Latacunga am*. Quito: Universidad de las Americas Ecuador.
- Cottet S., P., y Yáñez U., L. (2018). *APROXIMACIONES A LOS VINCULOS COMUNICACIÓN RADIAL Y CULTURA JUVENIL*. Santiago: ECO.
- ECUADOR, C. D. (25 de Enero de 2021). *LEXIS*. Obtenido de LEXIS: https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Fajardo Gallego, O. M. (2017). *Un diagnóstico de la radio rural en el Perú*. Lima: Pontificia

Universidad Católica del Perú.

Galarza, T. (2016). Estrategias interactivas en la radio comunitaria educativa. *Universidad Autonoma de Barcelona* , 141-142.

Ghezzi, M. (2013). *Cómo elegir la frecuencia de una FM Comunitaria*. Buenos Aires: SOLVEGJ Comunicaciones. Obtenido de <http://www.solred.com.ar/solvegj/>

INEC. (22 de Septiembre de 2022). Recuperado el 22 de Septiembre de 2022, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>

Intercultural, L. O. (19 de Abril de 2021). *Lexis*. Obtenido de https://gobiernoabierto.quito.gob.ec/Archivos/Transparencia/2021/04abril/A2/ANEXOS/PROCU_LOEI.pdf

Macanchí Gómez, E. F. (7 de Diciembre de 2016). *Univrsidad Técnica de Babahoyo*. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/2722>

Macías Anchundía, T. F. (9 de Septiembre de 2015). *Universidad Estatal de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/8273>

Moreno, M. A. (27 de enero de 2008). *El Desafío de la Radio Comunitaria*. Medellín: Universidad de Medellín. Obtenido de <file:///C:/Users/david/Downloads/Dialnet-ElDesafioDeLasRadiosComunitarias-4851606.pdf>

Nacional, A. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación* . Quito : Registro Oficial Órgano del Gobierno Del Ecuador.

Ortiz, S. A. (2018). *Radio Comunitaria: Alternativa De Comunicación y Desarrollo En El Distrito De San Martín De Porras De Lima Metropolitano*. LIMA : Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

ARCOTEL. (2012 de 2012). *Plan Nacional de Frecuencias Ecuador*. Obtenido de Plan Nacional de Frecuencias Ecuador: https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/2021/10/PNF-V.6.0_14-07-21_v.1.pdf

Graterol, R. (2015). *Metodología de la Investigación*. Venezuela : Universidad de los Andes .

Guzmán, M. P. (2012). *Tipos más usuales de Investigación*. Estado de Hidalgo: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Salazar, E. (2011 de 2011). *Educaciones Colegio América de Merida, Bogotá*. Obtenido de Educaciones Colegio América de Merida, Bogotá.

Telecomunicaciones, U. I. (1988). *Unión Internacional de Telecomunicaciones* . Obtenido de Unión Internacional de Telecomunicaciones : https://www.itu.int/dms_pub/itu-t/oth/3F/01/T3F010000010001PDFS.pdf

Vidal, J. P. (2015). *FORMULACIÓN DEL PROYECTO DE RADIOS COMUNITARIAS CAMPESINAS DEL MOCASE-VC EN SANTIAGO DEL ESTERO. (ARGENTINA)*. Valencia : ESCOLA POLITÈCNICA SUPERIOR D'ALCOI.

Zavala Peralta, K. (2018). *RASGOS QUE DEFINEN A UNA RADIO COMUNITARIA EN AMÉRICA DEL SUR*. Piura: Universidad de Piura .

ANEXOS











N° 63 Fecha 2/10/21

**ENCUESTA PARA EL TRABAJO FINAL DE MÁSTER PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE MAGISTER EN COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y MEDIOS PÚBLICOS**

Estimado(a) señor(a), la presente encuesta tiene como propósito conocer los métodos y técnicas utilizadas a través de la educación social, además se desea implementar una programación radial altoparlante comunitaria donde se pondrá en evidencia si los habitantes necesitan eventos direccionados a sus necesidades, sus respuestas proporcionaran datos importantes para el desarrollo del trabajo final de máster, por lo cual se garantiza su absoluta reserva y la información proporcionada será usada únicamente para fines académicos, por lo que solicito su colaboración para llenarla.

A. DATOS DEL INFORMANTE

Edad del informante: 30

Género: Femenino

1. Indique su nivel de instrucción

Ninguna	
Primaria	<input checked="" type="checkbox"/>
Secundaria	
Superior	
Post grado	
Otros ¿Cuál?	

2. Indique su estado civil

Casado/a	
Soltero/a	
Divorciado/a	
Viudo/a	
Unión libre	<input checked="" type="checkbox"/>

B. ENCUESTA

SEÑALE CON UNA (X) EL LITERAL QUE SELECCIONE

1. ¿Con qué regularidad escucha la radio?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Totalmente en desacuerdo

2. ¿Qué tipo de programación escucha con regularidad en la radio?

- Música
- Deporte
- Noticias
- Temas sociales
- Otros

3. Si su comunidad tuviera una radio altoparlante, ¿Usted participaría en todos los programas y promociones que se realice?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Totalmente en desacuerdo

4. ¿La radio, usted la escucha a través de?

- Radio
- Equipos móviles

- Internet
- Otros
5. ¿Le gustaría un programa radial que comenten continuamente de aspectos, como?
- Sociales
- Culturales
- Gubernamentales
- Económicos
- Otros
6. ¿Cómo llega el sonido de la radio altoparlante a su hogar?
- Excelente
- Muy bueno
- Bueno
- Malo
7. ¿Cree usted que la radio altoparlante de la comunidad está siendo bien ejecutada en la comunidad?
- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Totalmente en desacuerdo
8. ¿Piensa que la radio altoparlante debería presentar programas de interés comunitario?
- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Totalmente en desacuerdo
9. ¿Piensa que en la radio altoparlante se debe informar todo lo que pasa en la comunidad?
- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Totalmente en desacuerdo
10. ¿Piensa que la radio comunitaria debe de difundir información de interés social, cultural, gubernamental y económico de la comunidad?
- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Totalmente en desacuerdo



N° _____ Fecha _____

**ENTREVISTA PARA EL TRABAJO FINAL DE MÁSTER PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE MAGISTER EN COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y MEDIOS PÚBLICOS**

Entrevista a la presidente de la parroquia Manuel de Jesús Calle, Sra. Carina Fernández Vicuña.

A. ENTREVISTA

1. ¿Piensa usted que la comunicación en la parroquia Manuel de Jesús Calle está siendo utilizada de forma apropiada?
2. Dentro de las necesidades que usted como autoridad puede percibir en la parroquia, ¿cuáles cree usted que son los de mayor necesidad?
3. ¿Cree que los moradores están dispuestos a insertar un sistema de comunicación comunitaria denominado radio altoparlante en la parroquia?
4. ¿Si se diseñara una programación que se transmita por la radio altoparlante de la comunidad, usted como autoridad estaría dispuesta a participar?
5. ¿Cuáles son las programaciones que los habitantes del sector les gustaría que sean transmitidas?
6. ¿En qué horarios se podría transmitir esta programación para que no pase desapercibida por los habitantes?

Validado
Jefferson Infante C.