



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E
INFORMÁTICA**

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

TEMA:

“ANÁLISIS DE CONTENIDOS DEL PROGRAMA ‘ALTA VOZ’ EMITIDO POR
RADIO SALINERITO 89.90 FM, PARA SUGERIR TEMAS CULTURALES PARA LA
COMUNIDAD, DURANTE LOS MESES DE JUNIO Y JULIO DEL 2022”

Autores:

Cindy Lisbeth Cajas Arévalo

Hamilton Stalin Japa Sucunuta

DIRECTOR:

Mgs. Marcelo Barriga

PARES ACADÉMICOS:

Mgs. Sandra Paredes

Mgs. Renato Cabezas

GUARANDA – ECUADOR

2023

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“Análisis de Contenidos del programa ‘Alta voz’ emitido por Radio Salinerito 89.90 FM, para sugerir temas culturales para la comunidad, durante los meses de junio y julio del 2022.”

AGRADECIMIENTO

Expreso mi agradecimiento a Dios, a mi familia, amigos porque han sido mi pilar fundamental en el proceso de mi preparación profesional.

Especialmente quiero agradecer a mi padre que, aunque no está conmigo, este logro, está dedicado hacía él, porque fue mi ejemplo a seguir.

Este nuevo logro es gracias a ellos, aunque no ha sido fácil el camino para llegar hasta aquí, aun así, me esforzado para no decepcionarles y sentirme orgullosa de mi trabajo realizado.

Cindy Lisbeth Cajas Arévalo

Agradezco a Dios, a mi padre Angel Japa, por ser mi pilar fundamental y darme su apoyo en todo momento, sobre todo durante mi formación profesional, así también agradecer a mi familia, amigos quienes han sabido darme palabras de motivación para seguir adelante.

A nuestro docente tutor Mgs. Marcelo Barriga, quien con su conocimiento, experiencia y paciencia ha sabido guiar el desarrollo del proyecto de investigación.

Por último, agradecer a nuestros pares académicos Mgs. Sandra Paredes y Mgs María Augusta, que han sabido brindarnos sus conocimientos y experiencia durante el desarrollo de la investigación; y a la Radio Salinerito por abrirnos las puertas de este medio de comunicación.

Hamilton Stalin Japa Sucunuta

DEDICATORIA

La presente tesis se la dedico a Dios ya que gracias a él y al apoyo de mi familia he logrado culminar mi carrera, a mis padres, que han estado siempre a mi lado apoyándome a pesar de todas las adversidades, quienes me han enseñado que un obstáculo no es para quedarse, sino para luchar; mi padre que, aunque no esté físicamente conmigo sé que de cualquier forma él está en mi corazón cuidándome y corrigiendo cada error que esté cometiendo.

También a mis hermanos quienes han estado en todo momento apoyándome, dándome ánimos y consejos para que siga adelante realizándome profesionalmente.

Y a toda mi familia que siempre me han apoyado de una u otra manera ya que son lo mejor y lo más valioso que Dios me ha dado en esta vida.

Cindy Lisbeth Cajas Arévalo

Este proyecto de investigación le dedico a mi querido padre Angel Japa, por su valioso apoyo, palabras alentadoras que me han servido de motivación para seguir adelante cada día y a no desmayar en el camino sin importar cuán difícil sea.

Hamilton Stalin Japa Sucunuta

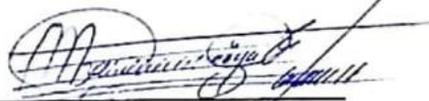
CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Mgs. Marcelo Gustavo Barriga Tamay, Mgs. Sandra Janeth Paredes Jiménez y Mgs. Jorge Renato Cabezas Ramos, en su orden Director y Pares Académicas del Trabajo de Titulación: "ANALISIS DE CONTENIDOS DEL PROGRAMA 'ALTA VOZ' EMITIDO POR RADIO SALINERITO 89.90 FM, PARA SUGERIR TEMAS CULTURALES PARA LA COMUNIDAD, DURANTE LOS MESES DE JUNIO Y JULIO DEL 2022", elaborado por Cindy Lisbeth Cajas Arévalo y Hamilton Stalin Japa Sucunuta.

CERTIFICAN

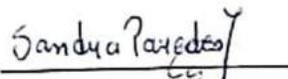
Que luego de revisar las respectivas correcciones del trabajo de titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la Carrera de Comunicación, por lo tanto, autorizamos su presentación y empastado.

Guaranda, 08 de febrero de 2023



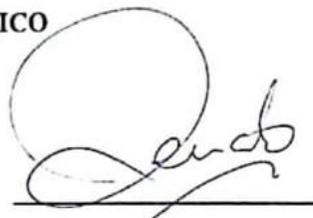
Mgs. Marcelo Barriga

DIRECTOR ACADÉMICO



Mgs. Sandra Paredes

PAR ACADÉMICO



Mgs. Renato Cabezas

PAR ACADÉMICO

DERECHOS DE AUTOR

Nosotros **Cindy Lisbeth Cajas Arévalo** y **Hamilton Stalin Japa Sucunuta** portadores de la Cédula de Identidad No. **0202333704** y **1900777986** en calidad de autores y titulares de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de Titulación: **Análisis de Contenidos del programa ‘Alta voz’ emitido por Radio Salinerito 89.90 FM, para sugerir temas culturales para la comunidad, durante los meses de junio y julio del 2022**, modalidad de **Proyecto de Investigación**, de conformidad con el Art. 114 del **CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN**, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Los Autores declaran que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Cindy Lisbeth Cajas Arévalo



firmado electrónicamente por
CINDY LISBETH CAJAS
AREVALO

Hamilton Stalin Japa Sucunuta



firmado electrónicamente por
HAMILTON STALIN
JAPA SUCUNUTA

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|--|------|
| TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN | i |
| AGRADECIMIENTO | ii |
| DEDICATORIA | iii |
| CERTIFICADO DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO | iv |
| DERECHOS DE AUTORÍA NOTARIADA | v |
| INTRODUCCIÓN | xiii |
| RESUMEN | xv |
| ABSTRACT | xvi |
| CAPÍTULO I | 1 |
| FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO..... | 1 |
| 1.1 Descripción del problema | 1 |
| 1.2 Formulación del problema | 3 |
| 1.3 Preguntas de investigación..... | 4 |
| 1.4 Justificación | 5 |
| 1.5 Objetivos..... | 6 |
| 1.6 Hipótesis | 7 |
| 1. 7 Variables | 7 |
| 1.7 Operacionalización de las variables..... | 8 |

| | |
|--|----|
| CAPÍTULO II..... | 9 |
| MARCO TEÓRICO..... | 9 |
| 2.1 Antecedentes..... | 9 |
| 2.2 Científico..... | 13 |
| 2.3 Conceptual | 17 |
| 2.4 Legal | 36 |
| 2.5 Georeferencial..... | 40 |
| CAPÍTULO III..... | 41 |
| METODOLOGÍA..... | 41 |
| 3.1 Tipo de investigación..... | 41 |
| 3.2 Enfoque de la investigación..... | 42 |
| 3.3 Métodos de investigación | 43 |
| 3.4 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos | 44 |
| 3.5 Universo, población y muestra | 45 |
| 3.6 Procesamiento de la información..... | 48 |
| CAPÍTULO IV..... | 49 |
| RESULTADOS Y DISCUSIÓN | 49 |
| 4.2 Discusión de resultados..... | 69 |
| CAPÍTULO V..... | 70 |
| PROPUESTA..... | 70 |

| | |
|--|-----|
| 5.1 Antecedentes | 70 |
| 5.2 Justificación | 71 |
| 5.3 OBJETIVOS | 72 |
| 5.4 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD | 73 |
| 5.5 DESARROLLO DE LA PROPUESTA..... | 74 |
| Propuesta 1 | 74 |
| Propuesta 2..... | 75 |
| Propuesta 3..... | 78 |
| CONCLUSIONES | 82 |
| RECOMENDACIONES..... | 83 |
| BIBLIOGRAFÍA | 84 |
| ANEXOS | 93 |
| Cronograma..... | 93 |
| Presupuesto ejecutado..... | 94 |
| Instrumentos de recopilación de datos..... | 95 |
| Otros..... | 100 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Operacionalización de las variables..... | 8 |
| Tabla 2 Comunidades donde llega la señal de la Radio Salinerito | 45 |
| Tabla 3 Certeza | 46 |
| Tabla 4 Recolección de información encuestas | 47 |
| Tabla 5 Recolección de información de la ficha de observación..... | 47 |
| Tabla 6 ¿Qué tipo de medios de comunicación mira o escucha? | 49 |
| Tabla 7 ¿Qué tipo de programas culturales le gustaría escuchar en la radio? | 51 |
| Tabla 8 ¿Escucha la Radio Salinerito?..... | 52 |
| Tabla 9 ¿Qué tipo de programas le gustaría escuchar en la Radio Salinerito? | 53 |
| Tabla 10 ¿Ha escuchado el programa Alta Voz?..... | 54 |
| Tabla 11 ¿Con qué frecuencia escucha el programa Alta Voz? | 55 |
| Tabla 12 ¿Cómo califica usted el programa?..... | 56 |
| Tabla 13 ¿Son de su interés los temas que se abordan en el programa?..... | 57 |
| Tabla 14 ¿Cree usted que es importante que en el programa se traten temas culturales? | 58 |
| Tabla 15 ¿Considera usted que mientras más se hable de temas culturales, se rescataría la cultura de Salinas?..... | 59 |
| Tabla 16 ¿Con qué frecuencia le gustaría que se hable sobre temas culturales? | 60 |
| Tabla 17 ¿Cómo lo considera al programa Alta Voz? | 61 |
| Tabla 18 Ficha de observación | 63 |
| Tabla 19 Entrevista al director de la Radio Salinerito | 65 |
| Tabla 20 Entrevista a la locutora del programa Alta Voz..... | 67 |
| Tabla 21 Guion escaleta..... | 75 |

| | |
|-------------------------------------|----|
| Tabla 22 Guion del demo..... | 78 |
| Tabla 23 Cronograma | 93 |
| Tabla 24 Presupuesto ejecutado..... | 94 |
| Tabla 25 Ficha de observación | 98 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|-----|
| Gráfico 1 Constelación de ideas variable dependiente | 16 |
| Gráfico 2 Constelación de ideas variable independiente | 27 |
| Gráfico 3 Mapa georefencial | 40 |
| Gráfico 4 ¿Qué tipo de medios de comunicación mira o escucha? | 49 |
| Gráfico 5 ¿Qué tipo de programas culturales le gustaría escuchar en la radio? | 51 |
| Gráfico 6 ¿Escucha la Radio Salinerito? | 52 |
| Gráfico 7 ¿Qué tipo de programa le gustaría escuchar en la Radio Salinerito? | 53 |
| Gráfico 8 ¿Ha escuchado el programa Alta Voz?..... | 54 |
| Gráfico 9 ¿Con qué frecuencia escucha el programa Alta Voz? | 55 |
| Gráfico 10 ¿Cómo califica usted el programa?..... | 56 |
| Gráfico 11 ¿Son de su interés los temas que se abordan en el programa?..... | 57 |
| Gráfico 12 ¿Cree usted que es importante que en el programa se traten temas culturales? | 58 |
| Gráfico 13 ¿Considera usted que mientras más se hable de temas culturales, se rescataría la cultura de Salinas?..... | 59 |
| Gráfico 14 ¿Con qué frecuencia le gustaría que se hable sobre temas culturales?..... | 60 |
| Gráfico 15 ¿Cómo lo considera al programa Alta Voz?..... | 61 |
| Gráfico 16 Proceso de posproducción del demo..... | 81 |
| Gráfico 17 Archivos de audio mes de junio..... | 99 |
| Gráfico 18 Archivos de audio mes de julio | 99 |
| Gráfico 19 Solicitud a la Radio Salinerito | 100 |
| Gráfico 20 Carta de aceptación de la Radio Salinerito | 101 |

| | |
|--|-----|
| Gráfico 21 Tutorías | 102 |
| Gráfico 22 Tutorías | 102 |
| Gráfico 23 Tutorías | 103 |
| Gráfico 24 Tutorías | 103 |
| Gráfico 25 Entrevista al director de la Radio Salinerito | 104 |
| Gráfico 26 Entrevista a la locutora del programa Alta Voz..... | 104 |
| Gráfico 27 Encuestas | 105 |
| Gráfico 28 Encuestas | 105 |
| Gráfico 29 Encuestas | 106 |
| Gráfico 30 Encuestas | 106 |
| Gráfico 31 Encuestas | 107 |
| Gráfico 32 Encuestas | 107 |
| Gráfico 33 Encuestas | 108 |
| Gráfico 34 Encuestas | 108 |

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación tiene como finalidad analizar los contenidos de la radio revista Alta Voz, emitido por la Radio Salinerito 89.9 FM, durante los meses de junio y julio del 2022, para sugerir temas culturales que rescaten la cultura de los salineros, con la finalidad de orientar el criterio de los oyentes, generando interacción entre la locutora y la audiencia.

Es necesario, revisar el aporte que tiene el programa con los oyentes, análisis que se lleva a cabo, inicialmente, con la aplicación de la matriz denominada ficha de observación para determinar las falencias, características que tienen los contenidos del programa y a su vez si los temas que se tratan en el programa aportan al desarrollo de la comunidad, permitiendo plantear temáticas que sean de interés de los parroquianos.

La estructura del presente proyecto de investigación consta de:

Capítulo I: contiene la formulación general del proyecto, donde se describe el problema que presenta la investigación, así también contiene la formulación del problema, preguntas de investigación, justificación, objetivos, hipótesis, variables y la operacionalización de las variables.

Capítulo II: desarrolla el marco teórico en el que se fundamenta la investigación a través de los antecedentes, marco científico (teorías que servirán de base para el proyecto), de la misma manera, se respalda en el conceptual, legal y georeferencial.

Capítulo III: contiene la metodología empleada en la investigación, enfoques, métodos, técnicas e instrumentos (ficha de observación, entrevista y encuestas). De igual forma, se determinó el universo, población y muestra, permitiendo conocer el número de habitantes que fueron encuestados, realizándose 348 encuestas, 2 entrevistas y se analizaron 40 programas de los meses junio y julio de 2022, además se realizó el procesamiento de la información.

Capítulo IV: está conformado por el análisis, interpretación y la discusión de los resultados obtenidos al haber aplicado las técnicas de recolección de información.

Capítulo V: se establece la propuesta, donde se determinó los temas culturales que se deben abordar en el programa, elaboración del guion escaleta, guion del demo y producto final.

Finalmente, se determinaron las conclusiones a las que se llegó al haber realizado la investigación y las recomendaciones que servirán para solucionar los problemas que tiene la radio revista Alta Voz.

RESUMEN

El presente proyecto de investigación propone temas culturales a desarrollarse en la radio revista Alta Voz, guion escaleta, guion de un demo, para rescatar la cultura de los salineros, asimismo subir el nivel de recepción de audiencia. La metodología utilizada en la investigación fue cuantitativa y cualitativa, por lo que se realizó el análisis de los contenidos a través de una ficha de observación, evidenciando las falencias que existen en cuanto a la falta de un guion. Además, la poca intervención con temas que despierten interés a los oyentes ha ocasionado que se vaya perdiendo la audiencia y que el programa tome una orientación a un espacio netamente musical. De la misma forma, se aplicaron encuestas donde se determinan los temas culturales que deben ser incluidos en el programa y la frecuencia con la que deberán ser tratados.

Palabras clave: contenidos, análisis de contenidos, temas culturales, guion, radio revista.

ABSTRACT

This research project proposes cultural topics to be developed on the radio magazine Alta Voz. It also presents a script rundown and a script for a demo to rescue the culture of the people of Salinas community and raising the level of audience. The methodology used in this research was quantitative and qualitative, for which the content analysis was carried out through an observation sheet, evidencing the problems that exist in terms of the lack of a script. The little focus on topics that arouse interest in the listeners has caused the loss of an important percentage of the audience. Due to this, the program is becoming a completely musical space. On the other hand, surveys were applied to determine the cultural topics that should be included in the program, as well as the ideal frequency for them.

Keywords: content, content analysis, cultural issues, guide, radio magazine.

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1 Descripción del problema

La radio revista Alta Voz, fue creada en el año 2012, por la necesidad de tener un espacio para los comuneros, donde se aborden temas de educación, cultura, tecnología, entretenimiento, salud y complacencias musicales, en el que los radioescuchas sean parte de la programación a través de la participación activa mediante los canales de comunicación, para ello, se ha establecido desde su inicio el horario de lunes a viernes a partir de las 10h00 a 12h00.

El objetivo del programa desde el inicio ha sido crear contenidos informativos y creativos que contribuyan al desarrollo comunitario, respondiendo a las necesidades de información de sus habitantes, sin embargo, la poca creatividad en la narrativa de los temas y una carencia de la aplicación de los diferentes formatos radiofónicos ha hecho que la audiencia vaya perdiendo poco a poco el interés por escuchar el programa.

A lo largo de los 10 años al aire, el programa ha contado con dos locutoras, la Lic. Gabriela Vargas y actualmente cuenta con la dirección de la Lic. María Chamorro, quienes no han manejado un guion que permita la planificación y estructura del programa dejando la opción de improvisación.

A pesar de que cuenta con contenidos culturales, educativos, de salud, las temáticas son poco llamativas, teniendo poca acogida en los oyentes, haciendo que se convierta en un espacio donde se solicite más música y menos intervenciones con temáticas que muchas de las veces se tornan aburridas de escuchar, perdiendo el interés en seguir la programación, por lo tanto, presenta poca interacción en el lapso de tiempo en el que se hablan de temas en específico.

Desde esta perspectiva, la radio revista Alta Voz, no cuenta con contenidos que despierten el interés de los parroquianos, es por ello, que a través del presente proyecto de investigación se analizará los contenidos para sugerir temas culturales que despierten el interés de los radioescuchas, rescatando las diferentes costumbres, tradiciones, vestimenta, gastronomía, etc.

1.2 Formulación del problema

¿De qué manera el análisis de contenidos del programa Alta Voz permitirá incluir temas culturales para los oyentes?

1.3 Preguntas de investigación

- ¿Cuáles son las temáticas que se abordan en el programa Alta Voz?
- ¿Qué características tienen los contenidos del programa?
- ¿Qué formatos son utilizados en el programa?
- ¿Qué temas culturales deberían ser tratados en el programa Alta Voz?

1.4 Justificación

La presente investigación permitirá analizar los contenidos del programa Alta Voz, durante los meses de junio y julio del 2022; para sugerir temas culturales de interés para la comunidad y a su vez aporten al desarrollo cultural de la colectividad, el estudio se realizará a los programas emitidos en este lapso de tiempo, en temáticas que permiten la interacción de los diferentes actores locales como: hombres, mujeres, dirigentes y líderes comunitarios, con el propósito de integrar las voces de las comunidades y organizaciones; por este motivo es de suma importancia proponer temáticas, pensando en la diferentes costumbres, tradiciones y hábitos, que se desarrollan en la comunidad.

Se estudiará los contenidos para determinar si cumple con los principios básicos de una radio comunitaria: favorecer a una comunidad y si las temáticas tratadas son creadas para generar interés público, que capten la atención del oyente, provocando reacciones, reflexiones, emociones, opiniones y hasta acciones sobre lo escuchado, por lo que la responsabilidad de los mensajes que se emiten es determinante en todo programa comunicativo.

Es evidente la importancia que tienen los contenidos emitidos para el desarrollo cultural y comunitario, debido a que en la actualidad todo asunto relacionado a la localidad favorecerá a crear mejores condiciones para el avance de la comunidad, ya sea en lo económico, político, social y cultural, con la cooperación e iniciativa de sus comuneros. Con esto se logrará determinar si las temáticas son de interés y si éstas favorecen al desarrollo de la parroquia.

Esta investigación tendrá un gran impacto, porque permitirá que los directivos de la radio conozcan cuán valiosos son los contenidos para mejorar el desarrollo comunitario y cultural, replanteando las temáticas que sean de interés para los oyentes.

1.5 Objetivos

Objetivo General

Analizar los contenidos para fortalecer el programa ‘Alta voz’ emitido por Radio Salinerito 89.90 FM, con nuevos temas.

Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico del contenido del programa Alta Voz, a través de la matriz denominada ficha de observación.
- Identificar las características y formatos que tienen los temas tratados en el programa Alta voz.
- Sugerir temas culturales que despierten el interés en el programa y a la vez aporten al desarrollo cultural de los oyentes.

1.6 Hipótesis

Con un adecuado manejo de formatos radiofónicos y de contenidos culturales mejoraría el nivel de audiencia del programa Alta Voz.

1.7 Variables

Variable dependiente:

Temas culturales

Variable independiente:

Análisis de contenidos

1.7 Operacionalización de las variables

Tabla 1

| Variables | Definición Conceptual | Dimensiones | Indicadores | Técnica | Instrumento |
|------------------------|---|--|--|--------------------------------------|--|
| Temas culturales | Son temas que tratan sobre las características de una comunidad en particular. Incluye aspectos como las costumbres, las tradiciones, vestimenta y normas, en sí, la forma de construir una sociedad. | <ul style="list-style-type: none"> ● Normas ● Hábitos ● Costumbres | <p>Normas de convivencia Vestimenta Deberes y derechos</p> <p>Alimentación Tradiciones</p> <p>Festividades</p> | Encuestas | Banco de preguntas |
| Análisis de contenidos | La radio revista busca la interacción entre los oyentes, en temas educativos, culturales, de entretenimiento, salud, tecnología y complacer las peticiones musicales. | <ul style="list-style-type: none"> ● Objetivo ● Características ● Información | <p>Informar y entretener</p> <p>Interactivo</p> <p>Clara y precisa</p> | <p>Entrevista</p> <p>Observación</p> | <p>Guía de entrevista estructurada</p> <p>Ficha de observación</p> |

Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa.

Fuente: Bibliografía

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Para realizar esta investigación se encontraron investigaciones similares de las cuales se destacan las siguientes:

En el repositorio de la Universidad Politécnica Salesiana, se encontró el proyecto de investigación que tiene similitud con el tema de estudio: “Análisis de contenido del programa Sin Pelos en la Radio emitido por la emisora La Otra, en los meses junio - julio de 2020”, realizado por Jeniffer Altamirando y Mónica Rodríguez, donde se llegó a las siguientes conclusiones:

El programa aporta a la sociedad contenido informativo, cada persona interpreta su realidad mediante el mensaje que emite la conductora ya que los individuos organizan, representan y convierten los significados utilizando sus expectativas y propósitos de la vida cotidiana que los rodea, de esta manera tienen diferentes perspectivas a la hora de participar mediante la transmisión que se genera al aire.

Conforme transcurre el programa se desenlaza el interés generado para la audiencia, el objetivo de la conductora del programa es crear información que despierte la atención de los radioescuchas. Desde la interacción del emisor y receptor nacen los debates y surgen las opiniones, un porcentaje a favor, y otro en contra de lo que sostiene (Altamirano & Rodríguez, 2021, pp. 34 - 35).

Según el análisis realizado en el siguiente trabajo de investigación se evidencia, que los contenidos que deben ser emitidos en un programa radial deben ser más interactivos y divertidos para los radioescuchas, generando reacciones, reflexiones, emociones, opiniones y hasta acciones sobre lo escuchado, por lo que la responsabilidad de los mensajes que son

emitidos es determinante en todo programa comunicativo, incluyendo la participación del público con diferentes temas de interés.

En otra investigación similar del repositorio de la Universidad Nacional de Chimborazo, realizada por Carina Asqui, con el tema: “Análisis de contenido de la plataforma digital del diario la prensa, referente a la lucha de la CONAIE por los derechos indígenas periodo junio - noviembre 2019”, la investigadora obtuvo la siguiente conclusión:

El tratamiento informativo que presenta Diario La Prensa durante el segundo semestre de 2019, a las notas en la plataforma digital es el mismo que en su medio impreso, debido a que no cuentan con un manual para distribución de contenidos a través de la web. El género informativo más utilizado durante el lapso de investigación por parte de los autores fue la nota informativa, seguido por la crónica. Es así que a partir de los objetivos planteados previamente podemos concluir que el diario La Prensa brinda muy poco espacio a este tipo de información, ya que fueron muy escasas las notas relacionadas con lo mencionado anteriormente, dentro de nuestro lapso de estudio hubo dos días en los que no se publicó ningún tipo de contenido en relación a este tema, a pesar de ser información de relevancia e interés general, su acogida dentro de este medio no fue la mejor, octubre fue el mes donde se dio mayor importancia y por lo tanto mayor emplazamiento a este tema, ya que esa fue la fecha donde se generó el paro nacional, y donde uno de los principales protagonistas fue la CONAIE, por lo cual las notas no paraban de aparecer tanto en su plataforma digital como en el medio impreso (Asqui, 2019, p. 72).

Llegando a una conclusión de que cada contenido debe ser llamativo para los oyentes, es decir que sean interactivos para mejorar la sintonización del programa, llegando a tener más audiencia de lo normal, por ello, hay que tener en cuenta que cada uno de los contenidos pueden tratar de diferentes temáticas, siendo la clave para el medio de comunicación. El análisis de

contenido se basa en el estudio de los mensajes frecuentemente emitidos en el medio tradicional, con el objetivo de mejorar o crear mensajes que sean más interesantes para los radioescuchas.

En otro trabajo de investigación tomado del repositorio de la Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE), titulado “Análisis de contenido de los dos programas más escuchados en la radio salinera “La Voz de los Afros” (Provincia de Imbabura) como medio cultural, en 2018”, por Evelin Padilla, donde se llegó a las siguientes conclusiones:

El alto impacto que pueden provocar estas emisoras comunitarias a la sociedad por su contenido e inclusión es fundamental, ya que integrar a la comuna a desarrollar proyectos, campañas y comunicados con el fin de dinamizar la participación para resolver problemas existentes, además de integrarse en el proceso de desarrollo social, económico y de expresión cultural.

Una barrera que impide el desarrollo de la radio comunitaria es la falta, las restricciones y la inadecuación de la legislación, además de la reglamentación de estos medios, en todos los aspectos como; asignación del espectro radiofónico, distribución de frecuencias, la definición de la radio comunitaria en la legislación y el apoyo para el reconocimiento social (Padilla, 2020, p. 92).

En esta investigación se evidencia que la autora señala que una de las causas por las cuales no existe interacción en una radio comunitaria es porque las radios privadas presentan más facilidad en la interacción por la variedad de contenidos, publicidad, música y comunicados; mientras que en una radio comunitaria tiene más restricciones en su contenido a pesar de que la radio sea de la comunidad hay veces que no cuenta con mayor interacción, sin descartar la limitada distribución de la frecuencia.

Por eso los medios comunitarios tienen menos alcance, sin embargo, los contenidos que son emitidos son únicos y favorecen al desarrollo de la sociedad. En este tema se estudia cuán

importante son los contenidos y la variedad que debe existir entre ellos para mejorar el dinamismo de la locutora con los radioescuchas, con el fin de mostrar que los medios comunitarios también son generadores de información que ayude a la sociedad. Por eso los contenidos informativos, culturales y educativos deben tener mensajes claros y precisos que llamen la atención al oyente.

El repositorio de la Universidad de las Américas, también facilita investigaciones similares que aportan el desarrollo de la investigación, en temas como “Análisis de contenidos en radios comunitarias para la construcción de discursos: Caso radio Latacunga AM”, por Esthela Chiriboga, quien llegó a las siguientes conclusiones:

Radio Latacunga AM tiene contenido que está al servicio de la comunidad, pero así también tiene otros que no adhieren con la función que tienen este tipo de medios, los cuales pueden ser mejorados.

Los tipos de contenidos que hacen comunitaria a esta emisora son aquellos en los cuales se educa sobre temas de salud, realidad social, culturas del Ecuador y música variada identificativa con la comunidad. Así también, la publicidad que beneficia a emprendimientos y aquella que se apega a la realidad de la gente.

Por otro lado, radio Latacunga AM no promueve la discusión sobre ciertos temas en los que se puede generar debate, así mismo omiten información que el pueblo quiere escuchar, como es la situación del volcán Cotopaxi. No hablar sobre ciertos temas es ejercer control sobre el discurso (Chiriboga, 2017, p. 84).

Las radios comunitarias tienen una característica común, entretener e informar, con formatos que permitan captar la atención de los radioescuchas, sin embargo la falta de recursos económicos ha sido uno de los limitantes para mantenerse al aire por mucho tiempo, optando por la opción de anunciar en contra de los principios básicos de una radio comunitaria, es por ello, que es importante captar la atención de los oyentes a través de contenidos de interés,

llegando a más audiencia que se interese por los contenidos y así realicen pautas publicitarias con estos medios de comunicación.

2.2 Científico

Las teorías de la comunicación centran su estudio en el emisor y receptor, y de qué manera influyen los medios de comunicación en el día a día de las personas o de una sociedad. Las teorías son consideradas la base científica donde se fundamenta y sustenta el presente proyecto de investigación.

Teoría de la aguja hipodérmica

Surgió a inicios del siglo XX, durante la primera y segunda guerra mundial, con Harold Lasswell, quien creía que los medios de comunicación bombardean a una audiencia pasiva, homogénea y masificada, sin capacidad alguna de respuesta personal a los mensajes.

En el transcurso de la Primera Guerra Mundial, se desarrolla una de las teorías que define el inicio de la investigación de la comunicación como fenómeno social. Uno de los teóricos destacados es Lasswell, quien en su “primera publicación con el libro titulado Propaganda en la Guerra Mundial, establece que los medios de comunicación generan mensajes o estímulos, que son receptados por alguien (receptor) obteniendo una respuesta, estableciendo a las audiencias como receptores pasivos” (Tamayo, 2013, p. 14).

En esta teoría no se proporciona una comunicación bidireccional, lo que hace que la comunicación no obtenga una respuesta, es decir no existe una contestación de parte del receptor. El receptor es aislado lo que hace que no genere opinión alguna a partir de la recepción de un mensaje.

Por otra parte, para (Cacéres, 2021) en: La comunicación y el modelo de Lasswell, análisis de la vigencia de la aguja hipodérmica en tiempos actuales, señala que “las masas son

consideradas como pasivas, vulnerables a la manipulación a favor de los medios de comunicación, de este modo no exista reacción alguna al contexto que esté ocurriendo”. (p. 5)

La radio se asocia al origen de la bala mágica o comúnmente denominada aguja hipodérmica. Concepción que señala a los medios masivos como fuente que persuade a las audiencias, capaz de influir en las decisiones por cortos lapsos de tiempo, siendo decisivos en la toma de las mismas atribuyéndole el reconocimiento de la aguja hipodérmica, al ser considerada como una inyección fugaz como si se tratase de una dosis de droga, llegando al receptor en el instante que la consume, sin que exista respuesta u oposición, donde el receptor se ve acorralado a no reaccionar ante mensajes del emisor (Francescutti, 2019, p. 180).

Los medios masivos crean un estímulo como si de una inyección de una dosis irresistible para el receptor sin que exista una intermediación, concediéndole características concretas al mensaje poseyendo unidireccionalidad, descontextualización e intencionalidad.

Teoría de los usos y gratificaciones

Usos y gratificaciones, es una de las teorías principales que se origina en el año 1940, con el estudio empírico de los medios, otorgando el modo de comprender la relación que tiene el público y las audiencias, donde se establece que las sociedades tienen necesidades que deberán ser satisfechas de varias formas.

Esta teoría establece las razones del porqué las personas prefieren ciertos medios de comunicación y del porqué otros no son tomados en cuenta. Como su nombre lo indica, es la teoría que señala los diferentes usos que le dan los medios a la información y gratificaciones que suministra, facilitando el establecimiento del consumo del público objetivo (Sánchez, 2021).

En relación Almeida (2014) señala que los medios de comunicación desde su inicio han centrado el objetivo en satisfacer las necesidades y deseos del público o audiencia. Teoría que implementa conceptos que facilitan la interpretación de las funciones que desempeñan los medios masivos con el público.

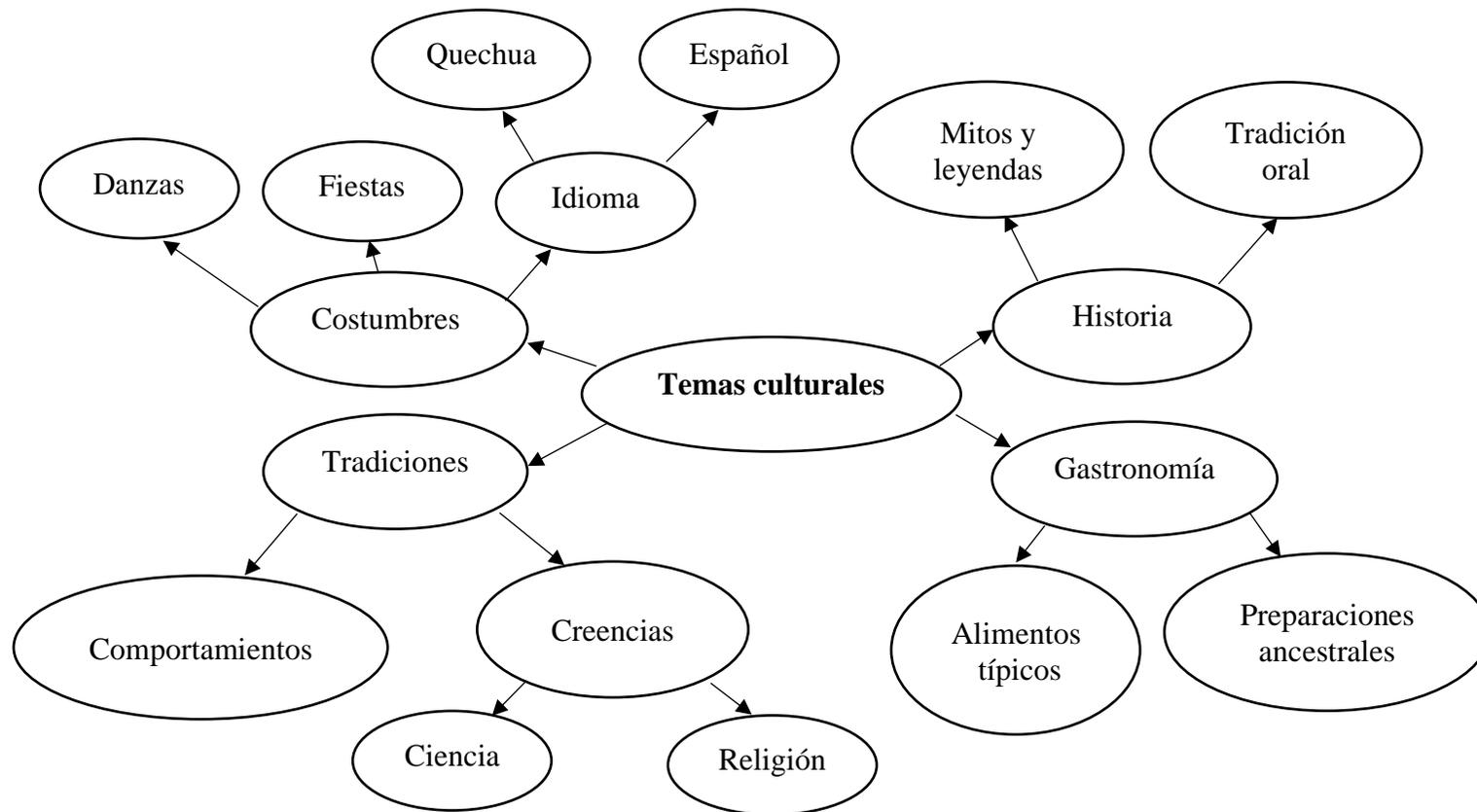
Ante esta postura se puede deducir, que en la sociedad occidental las personas están sometidas a presiones que desean liberarse a través de contenidos que ofrecen los medios de comunicación. De esta forma se forja una necesidad que debe ser satisfecha por los medios de comunicación tradicionales y digitales. Es decir, la persona experimenta el alivio, dejando en el olvido las presiones y ataduras de una sociedad que busca ser libre.

A menudo los investigadores plasman las necesidades por las que pasa una sociedad o individuo, abarcando diversión con contenidos que ofrecen los medios de comunicación, lo que ha facilitado el día a día, haciendo ameno el tiempo que se consumen contenidos para satisfacer necesidades personales y de la sociedad (p. 16).

Las teorías que fundamentan el consumo de contenidos y la forma de cómo persuaden a los individuos a través de mensajes o contenidos que son emitidos por los medios de comunicación, muchas de las veces persuaden en el pensamiento y comportamiento de cada persona, es por ello, que las teorías de la comunicación son de suma importancia para comprender la capacidad que tiene el ser humano al establecer o crear ideas de sí mismo y sobre todo del entorno que le rodea.

CONSTELACIÓN DE IDEAS VARIABLE DEPENDIENTE

Gráfico 1



Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa
Fuente: Bibliográfica

Variable dependiente

2.3 Conceptual

Temas culturales

La cultura tiene la capacidad de ayudar a difundir o transmitir la mayor parte de información, ideas y como los más importantes los contenidos que ayudan a contribuir a la expansión de contenidos para que las personas puedan crear entornos agradables para el desarrollo comunitario (Rizo, 2016, p. 18).

La cultura es de gran ayuda para la expansión de las costumbres y tradiciones que existen en la sociedad, por ello, la cultura permite conocer más de las leyendas y creencias de cierto lugar.

Es por eso que las personas crean su propio porvenir en la historia, lo que se puede convertir en un conjunto de reglas y comportamientos que cada uno lo desee, además se convertiría en la manera más cómoda de vivir de cada persona, lo que incluye algunos puntos de vista sobre la vida, teniendo la oportunidad de tener sus propios valores y de eso poder tener nuevos conocimientos ya sean religiosas, creencias, ideas y creaciones de obras de arte, con las que pueden sobresalir aún más (Gramsci & Nuila, 2020, p. 15).

Mientras que Imaginario (2019) menciona que la cultura hace referencia a los bienes materiales y espirituales para cada uno de los grupos sociales que son transmitidos de generación en generación con la finalidad de incluir en las prácticas grupales e individuales, lo que incluye la lengua, la manera de vivir costumbres, tradiciones, valores, entre otros los cuales son las reglas que se deben cumplir por respeto cultural. Es por eso que se debe garantizar la supervivencia teniendo la oportunidad de compartir o adoptar con cada uno de los sujetos de su entorno.

En definitiva, la cultura se basa en las creencias, costumbres distinguiendo distintas formas de expresiones y tradiciones que tiene cada sociedad. Es importante seguir conservando las fiestas, comidas y juegos que por años se viene viviendo.

Historia

La historia se encarga de que puedan comprender y conocer las dificultades que existan durante el tiempo en la sociedad, lo que permite que las personas se puedan mejorar en su vida cotidiana. De la misma forma les permitirá conocer las posibilidades que no existían en el pasado y existen en el presente y para lograr una interacción algunos maestros y autores plantean aumentar una clase activa donde cada uno de los estudiantes puedan aprender más contenidos de las historias ya sea en libros, biblioteca o en la televisión, para que las clases sean más didácticas y entretenidas (Lahera & Pérez, 2021, p. 13).

Ante esto Brom (2016) menciona que la historia también se lo ha considerado como una ciencia, ya que durante algunos años atrás se ha venido acumulando experiencias de algunos historiadores, que cada vez se convierten en una leyenda o historia más, es por ello que todos conozcan el cambio que ha existido durante el tiempo (p. 14).

Es por ello, que se llega a una conclusión de que la historia también consta como el desarrollo y la evolución de la sociedad, del cómo se ha venido transformando cada año, ya que la historia es un patrón que no debe fallar según el paso de la civilización.

Mitos y Leyendas

Según los autores Cirigliano & Killian (2020) indica que “los mitos no constan con ser hechos reales o que pasen en un indeterminado tiempo, e incluso ante la aparición del ser humano, algunos de los personajes que se han utilizado son dioses, semidioses o héroes” (p. 13).

Sin embargo, Mejillón (2020) , especifica que la leyenda es un cuento popular en el que se tratan varios elementos o personajes mágicos o ficticios en la televisión. Ante esto los autores explican el origen de cada cuento o hechos reales que han existido durante años siendo considerados como históricos o verosímiles” (p. 24).

Según las investigaciones los mitos y las leyendas son historias ficticias mientras que otras son reales, que se encuentran en libros o también pueden ser contadas por personas que conozcan leyendas antiguas, mientras que otros autores cuentan las historias de forma escrita.

Tradición Oral

Cajamarca et al. (2016) plantea que la tradición oral es la que conserva todos los hechos y acciones históricos que han existido de generación en generación, lo que ha convertido en una manera más de comunicarnos siempre de forma directa y clara. Sin embargo, es uno de los medios más eficaces por el que se puede compartir las historias, ya sea entre padres e hijos, para que no se vayan perdiendo las tradiciones que ya se vienen contando desde los ancestros.

Mientras que Cárdenas & García (2018) indica que la tradición oral se la viene llevando desde siglos atrás, este lenguaje ha sido uno de las formas más importantes por las cuales se han podido comunicar, es por ello que al contar cada una de las leyendas están dando a conocer sus costumbres, tradiciones, lo que se lleva a cabo el intercambio de ideas culturales (p. 33).

La tradición oral es una de las formas que ayudan a expandir o dar a conocer la cultura que mantienen, convirtiéndose en mensajeros de leyendas y creencias. Estas historias que son contadas por los ancestros son importantes para ellos, transmitiendo todas las historias de sus creencias y tradiciones de la comunidad.

Tradiciones

“Las tradiciones de una comunidad se la puede considerar por cada costumbre, la cual la distingue de otras comunidades. Por eso es que cada comunidad tiene que cuidar cada uno de los legados ancestrales que los caractericen” (Contreras, 2022, p. 34).

Mientras que Madrazo (2017) afirma que las tradiciones reflejan el pasado y también es considerado como una estancia en la comunidad en lo que ayuda a cada sociedad a conservar cada costumbre y tradición durante muchos años más, es probable que los cambios de vida moderna ha afectado mucho a la sociedad queriendo remplazarla (p. 116),

Es por eso que las tradiciones a diferencia de las costumbres deben cumplir de manera obligatoria sus actividades ancestrales en la comunidad, por lo que cada vez que llega una fecha especial, se lo debe celebrar, también se basa en las creencias y comportamiento del ser humano, sin embargo, las tradiciones también son consideradas como una de las reglas importantes para la comunidad para no perderlas.

Creencias

Las creencias siempre contienen un relato dentro de sus historias de cómo se creó el mundo, de cómo aparecieron los seres humanos y como deberían haberlo habitado en ese tiempo, junto a los demás seres vivos. Sin embargo, las historias, leyendas y rituales que están relacionados con las creencias y van más allá de lo esperado, por lo que deben ver la manera de comportarse unos con otros, lo que llegaría a formar parte del futuro, considerando a los vivos, muertos y bebés (MacGregor, 2019).

Defez (2018) hace referencia que las creencias también están ligadas a las actitudes, conocimientos, actitudes que se expresan mediante los relatos que se crean en grupo o individualmente, lo que permitirían sentir y pensar sobre las cosas que pasan durante cada año. Además, las creencias dependen de las historias culturales que viven los antepasados, permitiendo interpretar en acciones cada una de sus creencias (p. 16).

Teniendo en cuenta Hernández (2017) desde décadas han existido varios investigadores que han buscado cosas basándose en las creencias de cada sociedad, más que todo las creencias también son inculcadas en las escuelas o centros educativos, con el fin de crear nuevas ideas creativas en cada estudiante, aunque no sean ciertas.

En definitiva, las creencias son ideas que se crean mentalmente, ya sea en grupos de religiosos o filosóficos que buscan crear nuevas historias para el mundo, mientras que por otra parte las creencias son más utilizadas religiosamente. En base a las creencias se tiene en cuenta que también se divide en dos elementos que son:

Ciencia

La ciencia es considerada como uno de los puntos más importantes en la investigación, porque los filósofos de la ciencia son los encargados en ver o averiguar cualquier tipo de cosas. Es por eso que los ideas y demostraciones, por lo que no puede existir una definición concreta que les pueda permitir a las personas que distingan entre la ciencia y la que no es ciencia, aunque existan varios intentos para reconocerlo (Vargas, 2017, p. 2).

Es por eso que Rivera & Fernández (2016) tiene una opinión diferente al mencionar que la ciencia se basa en los conocimientos que los seres humanos tienen sobre el mundo, así como también tienen que ser destinados para su investigación. Es por eso que la ciencia es uno de los sistemas acumulativos de conocimientos que se puedan comparar con algún producto de investigación científica.

En otras palabras, Cabot (2017) señala que la ciencia se lo puede emplear en cualquier campo de conocimiento, pero que ante todo se lo puede aplicar en las organizaciones para tener nuevas experiencias objetivas, que se pueden llevar a cabo con la ayuda de la tecnología convirtiéndose en un en un contenido histórico (p. 550).

Para finalizar, la ciencia también ha sido utilizada para encontrar y crear diferentes objetos, por ello, la ciencia es objetiva y estudia los conocimientos, los seres vivos, fenómenos naturales y todo lo que está en los alrededores.

Religión

La religión está basada en prácticas y creencias las cuales se basa en la cultura, porque se relacionan con algunos conceptos que son adicionales lo que tienen un objeto de estipulación

expresiva, el cual cuenta como un sistema de creencias que hace referencia a la relación de valor (Marambio, 2016, p. 35).

Sarrazin (2018), argumenta que la religión va más allá de todas las costumbres, tradiciones, por el cual se debe considerar que, aunque existan observaciones como la crítica, es una de la fortaleza más grande de una comunidad o país, por lo que está dirigida a la iglesia (p. 72).

Ante esto, la religión a pesar de que sea una de las creencias más importantes de la sociedad, es una regla más que se debe cumplir en la vida cotidiana, por ello, la religión es un sistema cultural que se basa en el comportamiento, prácticas o en organizaciones, que tengan eventos relacionados con alguna creencia espiritual.

Comportamiento

El comportamiento se basa en las actitudes en las organizaciones y grupos de trabajo. En este caso el comportamiento es uno de los puntos principales para dirigirse hacia una persona, lo que también se puede convertir en un entorno competitivo influyendo en las conductas de trabajo (Gorostegui, 2018, p. 258).

Sin embargo, para Galarsi et al. (2017) “el comportamiento es la conducta que maneja las ciencias psicológicas teniendo el interés de manejar el impulso de la contar con nuevos puntos con los que se deba tratar en un trabajo como la comprensión entre las personas para crear debates propios” (p. 6).

El comportamiento son acciones realizadas independientemente, dando a conocer la manera de cómo se comporta en cualquier situación de una persona ya sea dentro o fuera de su entorno.

Costumbres

En la sociedad las costumbres son uno de los hábitos más vistos, por las veces que se repiten o festejan en las comunidades, así como las tradiciones, que se vienen transmitiendo

desde hace décadas atrás ya sea de forma oral o escrita. Al transcurrir el tiempo todas las costumbres en lugares se han convertido en tradiciones (Contreras, 2022, p. 34).

Así también, Benítez (2016) menciona que “las costumbres son transmitidas de forma oral y es una práctica social que los diferentes integrantes de la comunidad las que son aprobadas por ser buenas costumbres, pero en tal caso las leyes hay veces que quieren cambiar algunas conductas que para ellos les parece ofensivo” (p. 158).

Es por ello, que las costumbres se las puede ver en el comportamiento de cada persona ya sea como en la lengua, los actos que han aprendido en el transcurso del tiempo, para no perder ninguna raíz de sus ancestros.

Dentro de las costumbres tenemos tres puntos importantes que son:

Danza

La danza es una de las definiciones más conocidas como baile, con el que se puede expresar emociones, siendo una de las formas más rápidas de complementar el baile con el movimiento del cuerpo (Gregorio et al, 2020, pág. 3).

Como señala Martínez (2016) “la danza es una forma de relajarse, animarse y divertirse, porque no algo que limite hacer ejercicios, permitiendo que cada persona, deliberadamente pueda participar en estas actividades” (p. 4).

En definitiva, la danza es una de las costumbres más llamativas, que se lleva a cabo por medio de movimientos que relajan y distraen al cuerpo humano, también siendo un medio por el que se expresan los sentimientos y emociones.

Fiestas

Según Torres (2018) “las fiestas son celebraciones por la voluntad de la comunidad siendo una experiencia para distraerse y compartir con amigos, vecinos y demás” (p. 16).

Mientras que Ramírez (2019) señala que “son vistas como un rito social que se comparte con todos los habitantes, convirtiéndolo en un acontecimiento para celebrar. Las fiestas son realizadas por las creencias que se vienen siguiendo desde la antigüedad.”

Es por eso, que las fiestas son celebradas en fechas importantes, eventos o ya sea por las creencias religiosas por las que se debe festejar en cierto lugar, siendo una de las costumbres más llamativas para los espectadores.

Idioma

El idioma también conocido como lenguaje “es importante para la sociedad, porque se convierte en un identificador para la persona y así entenderse de mejor manera, por ello el idioma es algo esencial para poderse comunicar” (Umaña, 2018, p. 5).

Por otra parte, para Guiu, et al. (2018) el idioma es importante para comunicarse, aunque existe una gran variedad de personas que no sepan hablar más que un idioma son los más afectados porque no pueden encontrar una fuente de trabajo. Ante eso el idioma es un recurso importante con el que deben contar (p. 2).

Finalmente, un código que es utilizado por cada pueblo o nación para que se puedan comunicar, por el cual se refleja cada historia cultural que se ha tenido que llevar, sin embargo, el idioma es una tradición que no se debe perder.

Gastronomía

Bahls et al. (2019) argumenta que la gastronomía es el arte y la ciencia de la buena alimentación lo que se extiende hacia todas las naciones con la tradición, sociedad y cultura, siendo transmitida por varios lugares del país. La alimentación es una de las formas más satisfactorias de las necesidades de las personas, lo que con el paso del tiempo se ha convertido en un punto turístico, con una representación cultural que se ha venido viviendo de generación en generación convirtiéndose la gastronomía en un arte culinario para la sociedad (p. 3).

Del mismo modo, Hernández & López (2018) afirman que la gastronomía es fundamental para que el desarrollo turístico crezca cada vez más, el degustar de los alimentos típicos de las comunidades es una experiencia cultural, convirtiéndose en un identificador para su territorio; la variedad de alimentos llama la atención aún más a los turistas, con el objetivo de ayudar al desarrollo del turismo de la comunidad (p. 825).

Para finalizar, la gastronomía es muy conocida porque se puede estudiar y disfrutar de cada una de ellas, más que todo es también conocido como el arte culinario, mientras que en relación con los alimentos cada chef debe ser el encargado de preparar sus platillos especiales. Sin embargo, en la gastronomía también tenemos:

Alimentos típicos

Para Inga et al. (2021) la alimentación es una de las formas de vida humana con las que se han desarrollado las prácticas culinarias según los datos obtenidos, lo que la gran parte de la población no conocen los saberes que están relacionados con la alimentación, por lo que creen que es mejor promover nuevos conocimientos y prácticas para enriquecer la identidad contribuyendo al desarrollo alimentario (p. 6)

Es por eso que “los alimentos típicos son transmitidos de generación en generación además la comida debe tener su propia característica para presentar relevancia y pueda ser considerada como un platillo típico” (Pantoja, 2019, p. 12).

Los platos típicos son importantes para la sociedad ya que aparte de atraer a los turistas la comunidad contribuye al desarrollo de la comunidad.

Preparaciones ancestrales

En la opinión de Inga et al. (2021) Los saberes ancestrales se la práctica en la preparación de los alimentos, pero para realizar este tipo de preparaciones deben mantener la práctica siempre para que no exista la pérdida de la gastronomía, más que todo no solo son conocimientos que emplean en ese momento sino para toda la preparación de alimentos, la

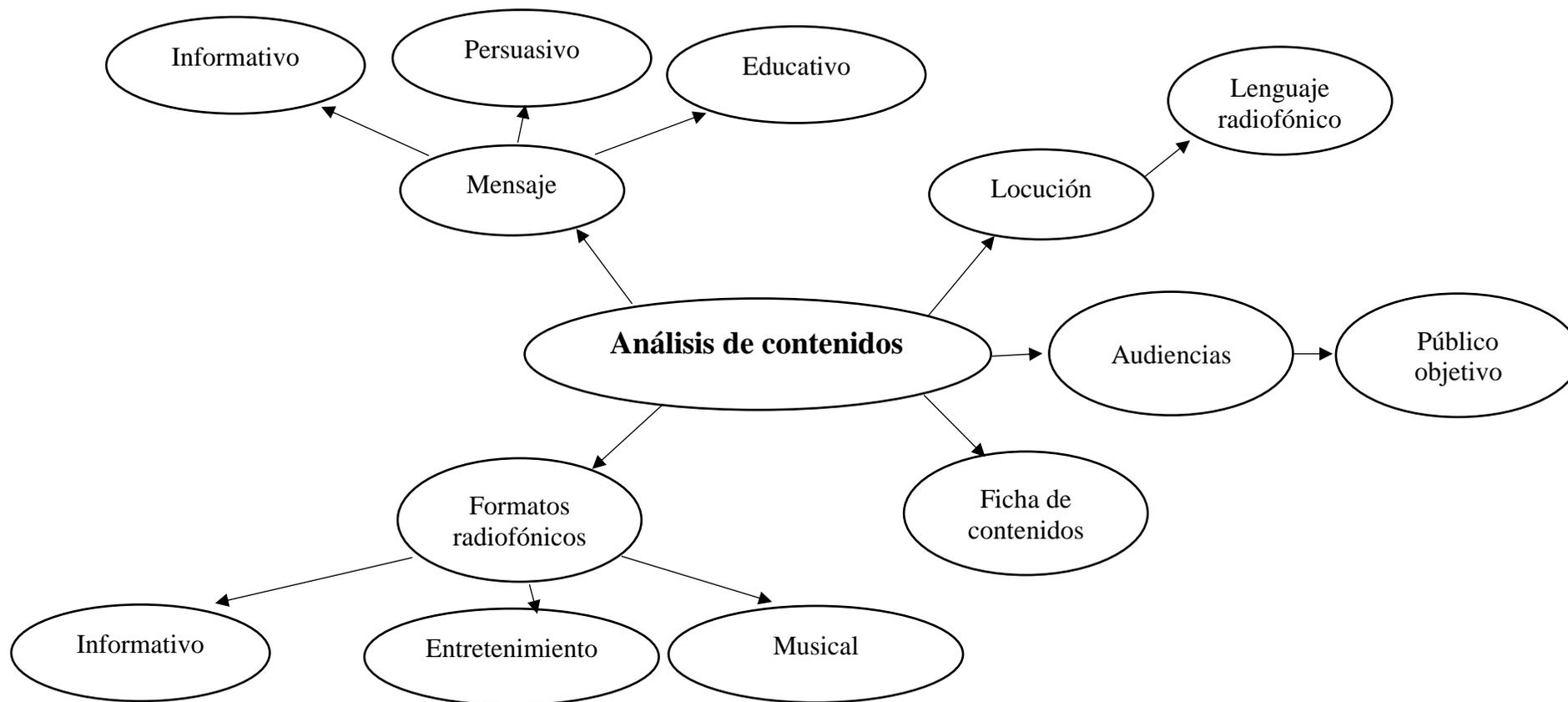
conservación y en las fechas que son las cosechas de los víveres para la conservación de los nutrientes (p. 6).

Antes esto Villalva & Inga (2020) recalcan que a lo largo del tiempo las preparaciones ancestrales son más utilizadas en las comunidades las cuales son las que preparan alimentos con las diferentes plantas y alimentos que son cosechados, es por ello que al preparar sus alimentos lo deben hacer diariamente y así poder transmitir y enseñar para que no se pierda esta gastronomía (p. 68).

Siendo dos puntos importantes de la gastronomía, por lo que se estudia todo lo que se relaciona a una comunidad, sociedad o país, por ello se analiza cada uno de estos puntos teniendo como resultado la relación entre ellos, constituyendo un factor fundamental para el desarrollo turístico de cierta población.

CONSTELACIÓN DE IDEAS VARIABLE INDEPENDIENTE

Gráfico 2



Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa
Fuente: Bibliográfica

Variable independiente

Análisis de contenidos

El análisis de contenido de forma textual se basa en la recolección de algunos datos emitidos en un medio de comunicación son los encargados de ver cuan factibles y dinámicos son para llamar la atención de los oyentes. Por ello existen algunas emisiones con las que pueden ser utilizadas otras similares a otra técnica, ya sea social o entrevistas, cuestionarios, entre otros. Sin embargo, el análisis de contenidos es lo que lo distingue en cualquier investigación por la complejidad y la producción de datos (Abela, 2018, p. 2).

Por otro lado, Tomazzoni (2017) menciona que los medios pueden utilizar los análisis ya sean cualitativos y cuantitativos para encontrar cuales son las falencias que existen en los medios de comunicación en el análisis de los contenidos, y así poder ver cuantas personas los escuchan o les interesan, es por ello que se debe tener una técnica que pueda exigir, que se cumpla cada una de las etapas o formatos que sean utilizados (p. 43).

El análisis de contenido es uno de los puntos importantes por donde se empieza la investigación, siendo utilizada para ver cuanto alcance tiene la frecuencia de la radio, teniendo en cuenta cuán factible es que se sigan emitiendo los contenidos y así poder ver la complejidad de la pérdida de audiencia. Para la emisión de los contenidos se debe tener en cuenta que el mensaje tenga una buena estructura, sea dinámico, informativo, cultural y de interés para la comunidad.

Mensaje

De acuerdo con Morales (2019) el mensaje a pesar de ser el más importante para una emisión de contenidos se basa en el contenido que es emitido y que tipo de información puede ser como opinión, idea, sentimiento e informativo. Los mensajes que son transmitidos se componen por los sonidos, símbolos, imágenes, entre otros que son claves para que sea reconocido brevemente por el receptor u oyente (p. 3).

Desde la posición de McLuhan (2017) el mensaje se lo puede considerar como una idea, emoción o sentimiento siendo más conocido como un código de la comunicación, por el cual pueden emitir varios puntos de vista y expresarse para así transmitir el contenido al receptor de un emisor (p. 3).

El mensaje se basa en la información que se quiere transmitir a la sociedad, ya sea verbal o no verbal, por ello, los medios de comunicación son los que más utilizan esta manera de comunicar, creando mensajes que sean de interés para el público objetivo.

Los mensajes pueden ser de carácter:

Mensaje Informativo

Con base en (Ramon, 2021) “es aquella creación de los contenidos que a los lectores les permiten buscar información sobre información que esté pasando o haya pasado en cualquier lugar del país.”

Mientras que Mascioli & Romero (2020) consideran que “el mensaje informativo debe ser claro, preciso y veraz para que la audiencia lo pueda entender y así poder tener más realce en el medio que se esté emitiendo los mensajes” (p. 6).

Recalcando lo antes mencionado el mensaje informativo debe ser claro y preciso, para que las personas tengan una mejor vista de cualquier mensaje emitido en este texto, y también se lo puede transmitir de forma escrita como en un periódico o en las redes sociales.

Mensaje Persuasivo

Los mensajes persuasivos dan la oportunidad de convencer a un público objetivo que no escucha los contenidos de aquel medio de comunicación y así poder tener una vista específica. Además, los mensajes persuasivos son consideradas como campañas publicitarias para convencer y llamar la atención de los clientes y oyentes (Rivero, 2019).

Dicho con otras palabras, (González, 2018) propone que la comunicación persuasiva debe estar interpretada y evaluada en diferentes puntos de interpretación, como las opiniones que son respuestas expresadas durante una situación que llame la atención y así poder ampliar las temáticas para que cause interés en los oyentes (p. 186).

Por otra parte, los mensajes persuasivos son los más importantes para la publicidad, y para poder llamar la atención de los oyentes.

Mensaje Educativo

El mensaje educativo es esencialmente una forma de acercar la experiencia de aprendizaje al destinatario. Está diseñado para que tales informes sean investigados y entre ellos poder encontrar: conceptos, perspectivas, debates, autores de referencia para elegir una idea principal para desarrollar (Salazar, 2016, p. 3).

Varona et al. (2019) enfatiza que el mensaje también es utilizado para programas culturales y así poder interactuar con los oyentes, más que todo que sea práctico en cada proceso que se realice al momento de transmitir la información asignada en el sistema y así poder brindar una educación formal e informal (p. 5).

Cada mensaje que sea transmitido en un medio de comunicación debe ser de interés, más que todo que cumpla con todos los formatos establecidos para que el producto sea de calidad y preciso, para la audiencia.

Locución

Es la acción que se realiza la capacitación para el desempeño de las acciones para un medio audiovisual, lo que permite trasladar la información básica y necesaria para que la información sea clara y que sea de interés, para poder interactuar con el público, mediante llamadas telefónicas y así también transmitir música, entre otras actividades (Quintana et al. 2021, p. 87).

La locución para Rodero (2019) es considerada como “una técnica vocal, que se puede utilizar para la interacción con los oyentes y también se puede realizar diferentes acciones como realizar entrevistas, presentación de noticias, educativo, o programas culturales de forma didáctica”, demostrando todas las habilidades que ayudan a expresar emoción, empatía y credibilidad (p. 19).

La locución también se basa en la expresión de la voz que se utiliza para trabajar en los medios de comunicación, brindando información precisa, en la que se transmite emociones hacia los oyentes.

Lenguaje radiofónico

Saiz (2021) deduce que el lenguaje radiofónico se lo utiliza siempre en la emisión de la radio, basándose en utilizar todos los signos lingüísticos para una mejor vocalización, y así poderlo convertir en un programa más dinámico y entretenido. Que se constituye con una los efectos de sonido, la música y la más importante que es la palabra, para que un programa radial pueda tener un mejor contenido (p. 8).

Desde el punto de vista de (Páez, 2017) es un proceso creativo que ayudará a los programas de radio a aumentar las interacciones con la audiencia, con el fin de que el locutor pueda emitir mensajes que sean claros, precisos y rápidos de entender. Además, el lenguaje radiofónico debe contar con mayor creatividad presentando diferentes puntos entre la música, voz y silencio, dando la facilidad de que los oyentes puedan imaginar y sentir cualquier tipo de emoción.

Finalmente, para concluir, el lenguaje radiofónico es utilizado en todos los medios de comunicación, teniendo en cuenta que cada programa se debe convertir en un programa creativo y a la vez interactivo, para llamar la atención del oyente. Además, cuenta con dos elementos importantes que constituyen al lenguaje que son la tecnología y la audiencia.

Audiencia

La audiencia según Morales (2019) son aquellos canales determinados para establecer los programas que escuchan los medios de comunicación ya sean radio, televisión o las redes sociales, para conocer los hábitos, preferencias que existan en ciertos lugares, y así ver qué radios escuchan para poder ver las prácticas que se deben realizar para que la audiencia conozca más de los temas tratados (p. 65).

Visto desde otra perspectiva la audiencia es la más importante de un medio de comunicación, porque si no existe audiencia el programa que se esté transmitiendo va a perder el por completo el interés de los oyentes, además hay que utilizar técnicas para entretener a los oyentes como las metáforas concursos y otras actividades (Orozco, 2018, p. 10).

Es por ello, que la audiencia para un medio de comunicación es importante porque son quienes ayudan a mejorar cada vez los contenidos que son emitidos, evaluando las características y dando sus opiniones de los programas de radio.

Público objetivo

Para Muentes (2018) el público objetivo es uno de los grupos de personas que consumen o necesitan un producto o marca de algún programa en especial. Es por eso que a través de varios programas se puede delimitar algunos criterios que tienen los oyentes, como la edad, sexo o económicamente, lo que pueden complementarse con algunos datos que estén de acuerdo al programa que se esté emitiendo y ver la aceptación del dial (p. 3).

De la misma forma (Schuler, 2020) indica que el público objetivo también es uno de los cuales se deben cuidar por lo que son considerados como los cambios de todas las marcas, y así llamar la atención del target para que los programas que son emitidos estén siendo emitidos de forma correcta y más que todo sea clara y precisa la información.

El público objetivo o target son personas que forman parte de un programa que escuchan o les interesa oír o ver en cualquier medio de comunicación ya sea de radio o televisión.

Ficha de contenidos

Es una herramienta que permite reunir información de temas variados ya sea de cualquier contenido puntuales y enumerados. El uso de esta herramienta es uno de los más rápidos que se puede ejecutar para evaluar contenidos y en diferentes áreas (Cob, 2021).

Sin embargo, para Valverde & Chavarría (2017) “también son utilizadas para registrar la información que ha sido obtenida por las diferentes fuentes, estas también se las puede utilizar para fortalecer la información obtenida dentro de la investigación, realizada con otros enfoques de análisis de los programas” (p. 7).

La ficha de contenido es un método que el investigador puede utilizar para extraer datos para una investigación o trabajos para mostrar ideas, también se lo puede utilizar para redactar discusiones o realizar el proyecto de investigación para la recopilación de datos.

Formatos radiofónicos

Pilatasig (2019) considera que los formatos radiofónicos permiten la realización de los medios de hoy, antes de eso se debe tener en cuenta de que se debe dialogar junto a los concesionarios para que cada radio tenga su programación, sin tener que cambiar la estructura o guion del programa (p. 60).

Así también, Loja (2019) propone que los formatos son estructuras que se generan para los programas radiofónicos son los que más se utilizan para la elaboración de un guion para organizar cada uno de los puntos generales para cada uno de los programas que son emitidos en el dial o en cualquier medio de comunicación (p. 33).

Entre estos 12 formatos tenemos los siguientes:

- Charla
- Musical
- El noticiero
- La nota o crónica
- El comentario
- El diálogo
- La entrevista informativa
- El radio periódico
- La radio-revista
- La mesa redonda
- El radio-reportaje
- La dramatización (unitaria, seriada, novelada) (Pilatasig, 2019, p. 63).

Entre estos formatos tenemos:

Informativo

Informativo o noticioso es el programa que tiene informada a la comunidad dando toda información del momento o que esté ocurriendo en cualquier lugar.

Y entre ellos tenemos:

- Reportaje radial en vivo
- Entrevista
- Reportaje
- Informe
- Crónica
- Documental

- Noticia o nota informativa
- Comentario

Entretenimiento

Presentan programas que sean divertidos y entretenidos como:

- Radiodrama
- Radioteatro
- Radionovela
- Cuento
- Leyenda

Musical

Gargatte (2019) define a los programas musicales son los que más audiencia tiene, porque cuenta con contenido variado y que sea de agrado de la audiencia que son:

- Canciones/ dramatizadas (p. 2).

2.4 Legal

En la actualidad el Ecuador ha tenido avances significativos en la democratización de la comunicación y medios privados, públicos y comunitarios. De tal forma, que en la Constitución de la República del Ecuador, Ley Orgánica de Comunicación, se encontrará el siguiente marco legal.

- **Constitución de la República del Ecuador**

Sección tercera

Comunicación e información

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa; al acceso universal a las tecnologías de información y comunicación; a la creación de medios de comunicación social; al acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad y por último a integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la Comunicación (Constitución de la República del Ecuador, 2008, p. 16).

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, también pueden acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado (Constitución de la República del Ecuador, 2008, p. 15).

Art. 19.- “La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente” (Constitución de la República del Ecuador, 2008, p. 15).

Art. 20.- El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación (Constitución de la República del Ecuador, 2008, p. 16).

Sección séptima

Comunicación social.

Art. 384. El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana. El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana (Constitución de la República del Ecuador, 2008, p. 184).

- **Ley Orgánica de Comunicación**

Esta ley establece que toda persona tiene derecho a expresar libremente sus pensamientos, opiniones, ideas, ya sea por escrito o por cualquier forma de expresión, a través de cualquier medio de comunicación, sin censura, es por ello, que para el marco legal haremos uso de la Ley Orgánica de Comunicación y de los siguientes artículos:

Art. 3.- Contenido comunicacional. – “Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social” (Ley Orgánica de Comunicación, 2019, p. 4).

Art. 5.- Medios de comunicación social. - Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet (Ley Orgánica de Comunicación, 2019, p. 5).

Art. 7.- Información de relevancia pública o de interés general. - Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general.

La información o contenidos considerados de entretenimiento, que sean difundidos a través de los medios de comunicación, adquieren la condición de información de relevancia pública, cuando en tales contenidos se viole el derecho a la honra de las personas u otros derechos constitucionalmente establecidos (Ley Orgánica de Comunicación, 2019, p. 5).

Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos. - Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos contenidos en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador y en la Constitución de la República del Ecuador (Ley Orgánica de Comunicación, 2019, p. 5).

Art. 13.- Principio de participación. – “Las autoridades y funcionarios públicos, así como los medios públicos, privados y comunitarios, facilitarán la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de la comunicación” (Ley Orgánica de Comunicación, 2019, p.7).

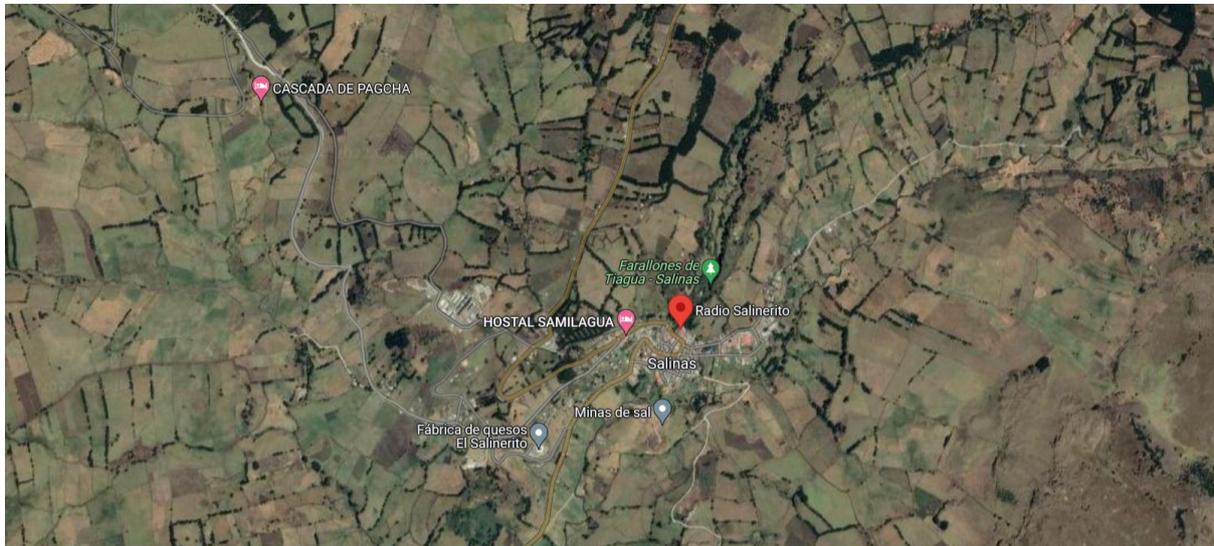
Art. 36.- Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional. - Los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes. Los medios de comunicación tienen el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, por un espacio de 5% de su contenido comunicacional, bajo los parámetros que establezca el Reglamento, sin perjuicio de que, por su propia iniciativa, los medios de comunicación amplíen este espacio (Ley Orgánica de Comunicación, 2019, p. 13).

Art. 38.- Participación ciudadana. La ciudadanía tiene el derecho a organizarse libremente a través de veedurías, asambleas ciudadanas, observatorios u otras formas organizativas, a fin de vigilar el pleno cumplimiento de los derechos a la comunicación por parte de cualquier medio de comunicación y la protección del derecho a ejercer la libertad de expresión. Estos resultados serán considerados por el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación (Ley Orgánica de Comunicación, 2019, p. 14).

2.5 Georeferencial

El presente proyecto de investigación se realizó en la Radio Salinerito 89.90 FM ubicada en el cantón Guaranda, provincia Bolívar-Ecuador, parroquia Salinas, en la calle El Calvario y Samilagua Salinas de Guaranda.

Gráfico 3



Fuente: Google Maps

Tomado de: <https://www.google.com.ec/maps/place/Radio+Salinerito/@-1.4021511,-79.0214926,2820m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x91d369e2731c03f1:0x9471544dc7c53c26!8m2!3d-1.4040984!4d-79.0187903?hl=es>

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Tipo de investigación

Investigación de campo

Este tipo de investigación permite observar y apreciar la realidad desde diferentes aristas, identificando el problema que tiene la radio revista 'Alta Voz', mediante la aplicación de técnicas de recolección de datos como: fichas de observación, encuestas, entrevistas, revisión de la grabación de los diferentes programas transmitidos en el lapso de tiempo establecido.

Investigación descriptiva

Permitirá analizar los fenómenos, hechos y circunstancias que tienen que ver con el análisis de contenidos y temas culturales, estableciendo las características, estructura, temáticas, locución empleada en el programa, entre otros; cuyos datos facilitarán el desarrollo de la propuesta para la radio revista, al determinarse cuáles serían los temas culturales de interés para la comunidad.

Investigación documental (bibliográfica)

Para el proyecto de investigación se recopiló información de diferentes autores que hagan mención o traten del tema, así como de libros, artículos científicos, tesis, documentos web y demás textos, facilitando la contextualización del tema, conceptos y definiciones que serán empleadas en la elaboración del marco teórico, conceptual a partir de la construcción y análisis de cada una de las categorías investigadas.

3.2 Enfoque de la investigación

El presente proyecto de investigación será diseñado bajo el planteamiento metodológico del enfoque cuantitativo y cualitativo, puesto que estos enfoques se adaptan a las características y necesidades de investigación.

Enfoque cuantitativo

Las características cuantitativas permitirán analizar los datos mediante porcentajes a partir de los datos que reflejen las encuestas realizadas a los radioescuchas de la parroquia Salinas; con esto se podrá establecer por qué en el programa se solicita más música y menos intervenciones con temas que les resultan aburridos, así como permitirá identificar qué temas culturales son de interés para la comunidad ya sea acerca de las costumbres, tradiciones, gastronomía, vestimenta, entre otros; para lograr captar y retener a la audiencia durante la programación.

Enfoque cualitativo

La investigación tiene un enfoque cualitativo, debido a que se realizará un análisis de contenidos mediante una ficha de observación, donde se identificará la estructura, locución, formato, entre otras características, que servirán para analizar la situación en la que se encuentra el programa, deduciendo los factores que se deberán tomar en cuenta para mejorar el programa y de esta forma sugerir temas culturales de interés para los comuneros aportando al desarrollo de la comunidad.

3.3 Métodos de investigación

En el presente proyecto de investigación se utilizarán los siguientes métodos de investigación:

Método deductivo

Será de utilidad este método para la elaboración del planteamiento del problema partiendo de lo general a lo particular, y en especial para la redacción y comprobación de la hipótesis del proyecto de investigación, así como de las conclusiones.

Método científico

Mediante este método se contextualizará las teorías que servirán de base a la investigación, como respaldo que facilitarán la interpretación de ideas, teorías, con base a investigaciones expuestas por expertos sobre las variables de estudio del proyecto de investigación.

Método analítico

Será importante la utilización del método analítico en la delimitación del tema, redacción del planteamiento del problema, preguntas de investigación, objetivos, justificación, marco teórico, elaboración del instrumento de recolección de información, es decir el método analítico por su importancia será de mucha ayuda en todo el proyecto de investigación al permitir la verificación a partir de la aplicación de instrumentos de investigación y a su vez evalúa el proceso de aplicación de técnicas y recolección de la información que permita obtener conclusiones concretas y veras.

3.4 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos

Recopilación documental

Se utilizará documentos, sitios web, materiales de consulta bibliográfica y fuentes primarias como libros, tesis, artículos e información disponible en medios digitales, referentes al tema sistematizados teóricamente para esta investigación, tales como temas culturales, análisis de contenidos, así como las leyes que constituyen el fundamento legal del tema investigado.

Observación

Esta técnica será utilizada para recolectar información referente al problema de investigación, permitiendo conocer la situación actual de la radio revista Alta Voz, como la estructura, temas, duración, interacción que tiene con los oyentes, entre otras características, es por ello que se hará uso de la ficha de observación como instrumento de investigación.

Entrevista

Es una de las técnicas que permitirá conocer la problemática y carencias que tiene el programa, contenidos, siendo utilizada para recabar datos a través de preguntas abiertas al director y locutora de la radio como fuentes oficiales de la investigación, para ello se utilizará el banco de preguntas como instrumento de investigación.

Encuestas

Las encuestas serán aplicadas a los oyentes de la Radio Salinerito, con el objetivo de analizar la opinión de los habitantes de la parroquia Salinas, sobre el programa Alta Voz, para sugerir temas culturales, es por ello, que se hará uso de un banco de preguntas como instrumento que facilite la realización de las encuestas.

3.5 Universo, población y muestra

El universo a estudiar en esta investigación fue el número de programas transmitidos en el programa Alta Voz de la Radio Salinerito 89.90 FM, que se emite de lunes a viernes en el horario de 10h00 a 12h00, durante los meses de junio y julio del 2022.

Así también, el universo de estudio es la población que está conformada por el número de habitantes de la parroquia Salinas, que reciben la señal de la Radio Salinerito, de acuerdo al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDyOT) de Salinas 2021 – 2023.

Comunidades donde llega la señal de la Radio Salinerito

Tabla 2

| Zona | Comunidades | N° de habitantes |
|------------|---------------------------|------------------|
| Zona alta | Verdepamba | 180 |
| | Rincón de los Andes | 56 |
| | San José de Natahua | 169 |
| | Pambabuela | 883 |
| | Yurak Usha | 218 |
| Zona media | La Palma | 378 |
| | Apahua | 348 |
| | Las Mercedes de Pumin | 96 |
| | San Vicente de la Plancha | 108 |
| | Yacubiana | 344 |
| Zona baja | Lanzahurco | 256 |
| | Copalpamba | 84 |
| | San Miguel de Cañitas | 26 |
| | Guarumal | 48 |
| | Tigrehurco | 209 |
| | Mulidiahuan | 262 |
| Total | | 3,665 |

Elaborado por: GAD Parroquial de Salinas

Fuente: Plan de desarrollo territorial 2021-2023

n: tamaño de la muestra

N: Población de la parroquia Salinas (3.665)

p: Probabilidad de ocurrencia 0,5

q: Probabilidad de no ocurrencia 0,5

e: Error admitido 0,05 %

Z α : Nivel de confianza asignada para la investigación: 95,5%. (1.96)

Valores de confianza

Tabla 3

| | | | | | | | |
|---------------------------|------|------|------|------|------|-------|------|
| Valor de Za | 1.15 | 1.28 | 1.44 | 1.65 | 1.96 | 2.24 | 2.58 |
| Nivel de confianza | 75% | 80% | 85% | 90% | 95% | 97.5% | 99% |

$$n = \frac{NpqZ^2}{e^2(N) pqZ^2}$$

$$n = \frac{(3665)(0.5)(0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2 (3665) + (0.5)(0.5)(1.96)^2}$$

$$n = \frac{(916.25)(3.8416)}{(0.05)^2 (3665) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{3519.866}{9.1625 + 0.9604}$$

$$n = \frac{3519.866}{10.1229}$$

$$n = 348 //$$

Recolección de información encuestas

Tabla 4

| Preguntas Básicas | Explicación |
|-----------------------------------|--|
| 1. ¿Para qué? | Sugerir temas culturales para la parroquia Salinas |
| 2. ¿A qué personas vamos aplicar? | Comunidades que reciben la señal de la Radio |
| 3. ¿Sobre qué aspecto? | Sobre la variable dependiente |
| 4. ¿Quién? | Investigadores |
| 5. ¿Cuándo? | En el año 2022 |
| 6. ¿En qué lugar? | Parroquia Salinas |
| 7. ¿Con qué técnica? | Encuestas |
| 8. ¿Con qué instrumento? | Banco de preguntas |
| 9. ¿En qué situación? | Comunidades que reciben la señal de la Radio |

Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Bibliográfica

Recolección de información de la ficha de observación

Tabla 5

| Preguntas Básicas | Explicación |
|-------------------------------------|---|
| 1. ¿Para qué? | Analizar los contenidos del programa Alta Voz |
| 2. ¿A qué contenidos vamos aplicar? | Contenidos de los meses junio y julio |
| 3. ¿Sobre qué aspecto? | Sobre la variable independiente |
| 4. ¿Quién? | Investigadores |
| 5. ¿Cuándo? | En el año 2022 |
| 6. ¿En qué lugar? | En la Radio Salinerito 89.90 FM |
| 7. ¿Con qué técnica? | Observación |
| 8. ¿Con qué instrumento? | Ficha de observación |
| 9. ¿En qué situación? | Comunidades que reciben la señal de la Radio |

Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Bibliográfica

3.6 Procesamiento de la información

Una vez determinado las técnicas e instrumentos de investigación se procedió de la siguiente manera:

Realizar un banco de preguntas: planteamiento de preguntas que permitan conocer a profundidad sobre el programa, temáticas, objetivo del programa, entre otras.

Análisis de la entrevista: determinar la información que será útil para la realización de la presente investigación.

Ficha de observación: aquí se determinan las características del programa la locución, estructura, el interés que tienen los radioescuchas por el programa, segmentación, duración, etc.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis e Interpretación

La recopilación de datos de la encuesta se realizó del 23 al 25 de noviembre y se obtuvieron 348 casos esperados de los cuales el 100% son casos válidos.

En este capítulo se demuestra el porcentaje que arrojan las 348 encuestas realizadas en la parroquia Salinas. Las herramientas que se han utilizado para la recolección de datos permitirán analizar e interpretar los resultados obtenidos en el trabajo de campo.

Tabulaciones de las encuestas realizadas en la parroquia Salinas

1. ¿Qué tipo de medio de comunicación mira o escucha?

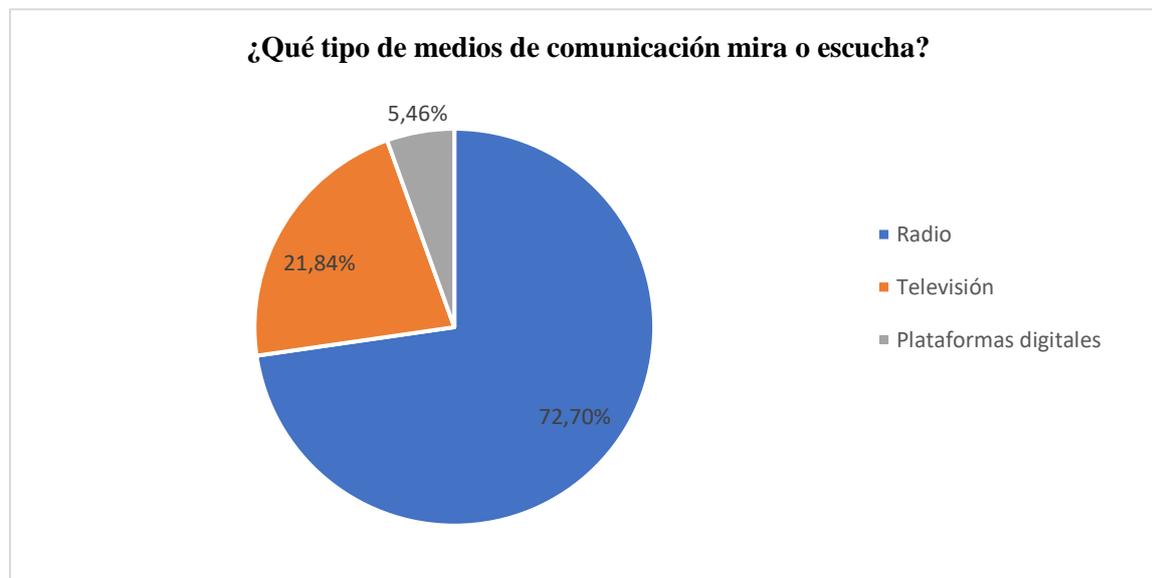
Tabla 6

| Opciones | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------|------------|------------|
| Radio | 253 | 72,70% |
| Televisión | 76 | 21,84% |
| Plataformas digitales | 19 | 5,46% |
| Total | 348 | 100% |

Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Estudio de campo

Gráfico 4



Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Estudio de campo

Análisis: Los resultados obtenidos a través de las encuestas, reflejan que el 72% de los habitantes de Salinas escuchan la radio, mientras que un 21% ve televisión y un 5% optan por las plataformas digitales.

Interpretación: Al haber realizado las encuestas se logró identificar que la mayoría de habitantes escucha la radio, porque es un medio que se escucha en la zona rural, debido a que no todas las comunidades reciben la señal de televisión e internet.

2. ¿Qué tipo de temas culturales le gustaría escuchar en la radio?

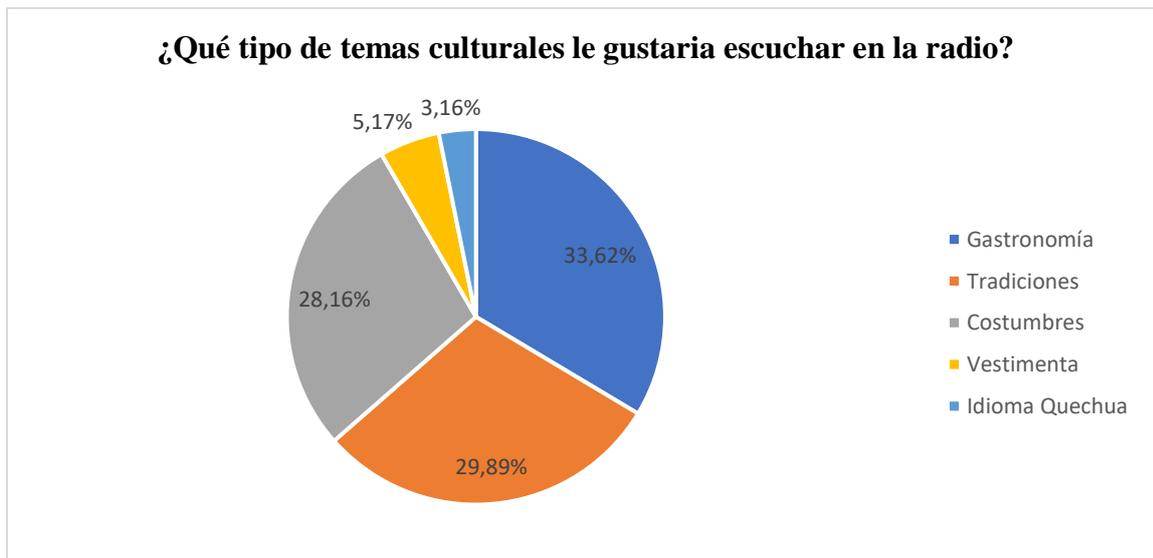
Tabla 7

| Opciones | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------|------------|------------|
| Gastronomía | 117 | 33,62% |
| Tradiciones | 104 | 29,89% |
| Costumbres | 98 | 28,16% |
| Vestimenta | 18 | 5,17% |
| Idioma Quechua | 11 | 3,16% |
| Total | 348 | 100% |

Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Estudio de campo

Gráfico 5



Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Estudio de campo

Análisis: Los datos obtenidos reflejan que el 33% de habitantes les gustaría escuchar temas culturales sobre gastronomía, 29% tradiciones, 28% costumbres, 5% sobre la vestimenta y un 3% del idioma quechua.

Interpretación: La mayor parte de personas encuestadas considera que los temas culturales que les gustaría escuchar son de gastronomía, seguido de las tradiciones, costumbres, vestimenta y sobre el idioma quechua, es decir, son temas que despiertan curiosidad e interés en la población salinera.

3. ¿Escucha Radio Salinerito?

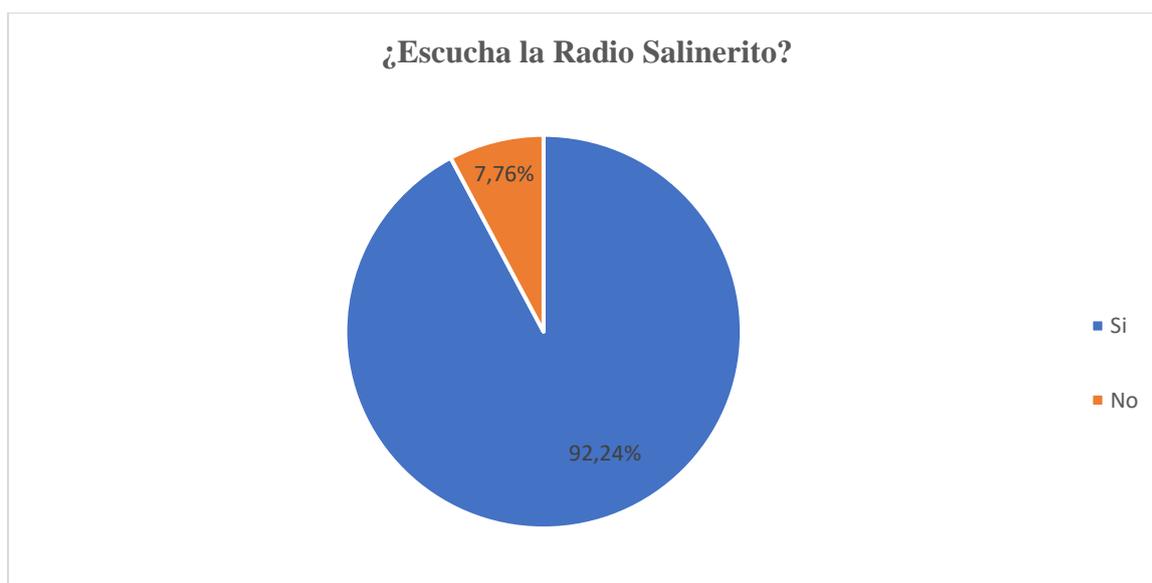
Tabla 8

| Opciones | Frecuencia | Porcentaje |
|----------|------------|------------|
| Si | 321 | 92,24% |
| No | 27 | 7,76% |
| Total | 348 | 100% |

Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Estudio de campo

Gráfico 6



Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Estudio de campo

Análisis: A través de las encuestas se pudo determinar que el 92% escucha la Radio Salinerito y un 7% no la escucha.

Interpretación: Un alto porcentaje de personas manifestaron que escuchan la Radio Salinerito, por esta razón, es necesario que en el medio de comunicación comunitario maneje de forma correcta los contenidos que se emiten a través del dial.

4. ¿Qué tipo de programa le gustaría escuchar en la Radio Salinerito?

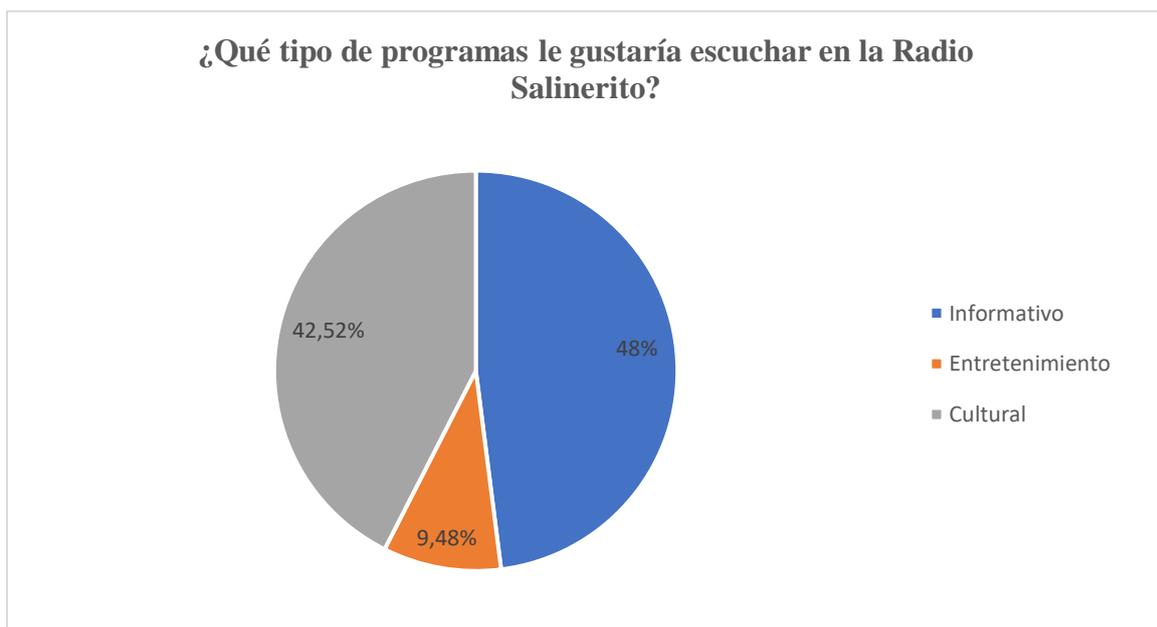
Tabla 9

| Opciones | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------|------------|------------|
| Informativo | 167 | 48% |
| Entretenimiento | 33 | 9,48% |
| Cultural | 148 | 42,52% |
| Total | 348 | 100% |

Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Estudio de campo

Gráfico 7



Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Estudio de campo

Análisis: De los encuestados, el 48% le gustaría escuchar programas informativos, 42% culturales y 9% sobre entretenimiento.

Interpretación: Para los salineros es de suma importancia escuchar programas que se centren en informar, sin embargo, existe un porcentaje similar que se inclina por escuchar programas culturales que aporten a fortalecer la cultura de la parroquia.

5. ¿Ha escuchado el programa Alta Voz?

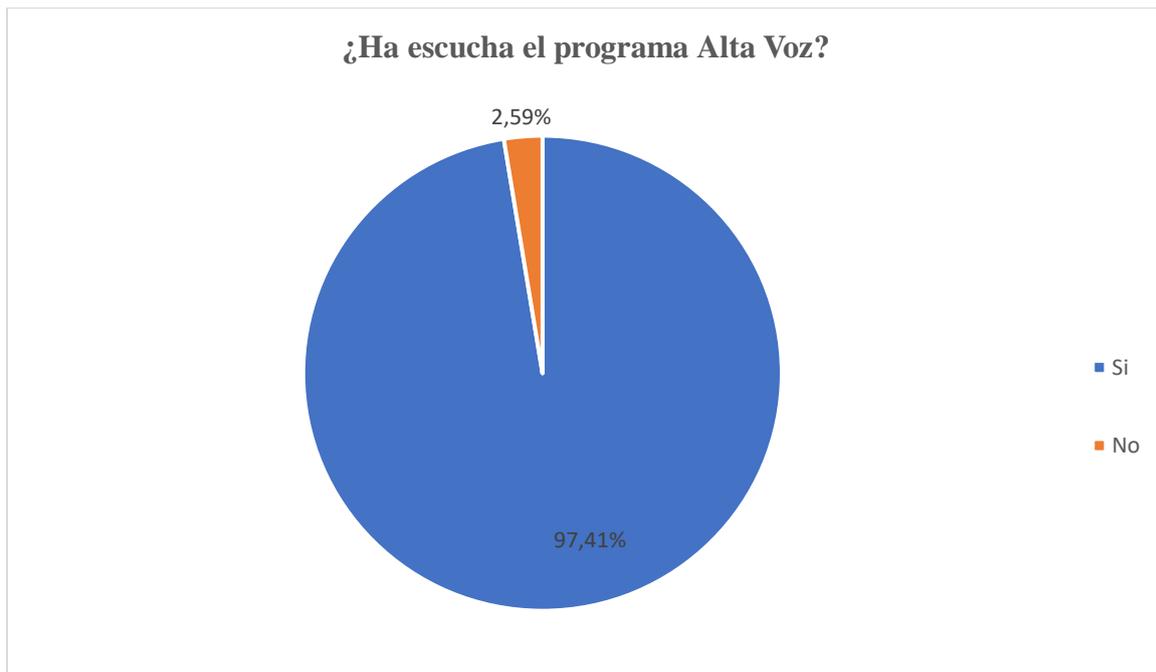
Tabla 10

| Opciones | Frecuencia | Porcentaje |
|----------|------------|------------|
| Si | 339 | 97,41% |
| No | 9 | 2,59% |
| Total | 348 | 100% |

Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Estudio de campo

Gráfico 8



Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Estudio de campo

Análisis: Del total de los encuestados, el 97% menciona que ha escuchado el programa Alta Voz, mientras que un 2% restante no lo escucha.

Interpretación: La Radio Salinerito, tiene una parrilla de programación con varios programas educativos, entretenimiento, deportivos, entre ellos está la radio revista Alta Voz, que al haber aplicado las encuestas refleja que la mayoría de habitantes escuchan el programa.

6. ¿Con qué frecuencia escucha el programa Alta Voz?

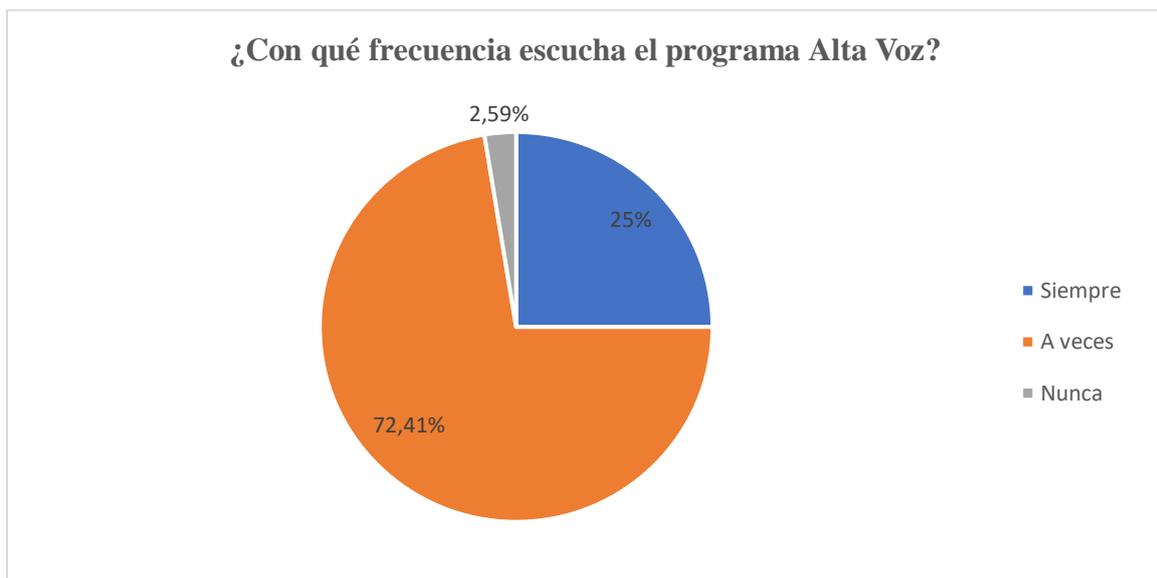
Tabla 11

| Opciones | Frecuencia | Porcentaje |
|----------|------------|------------|
| Siempre | 87 | 25% |
| A veces | 252 | 72,41% |
| Nunca | 9 | 2,59% |
| Total | 348 | 100% |

Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Estudio de campo

Gráfico 9



Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Estudio de campo

Análisis: De acuerdo con el resultado de las encuestas, el 72% de personas a veces escucha el programa Alta Voz, el 25% menciona que siempre lo escucha y un 2% no lo escucha.

Interpretación: Una vez determinado si los habitantes de Salinas escuchan el programa Alta Voz, se pudo establecer a través de los resultados de las encuestas que un gran porcentaje de personas a veces escuchan el programa.

7. ¿Cómo califica usted el programa?

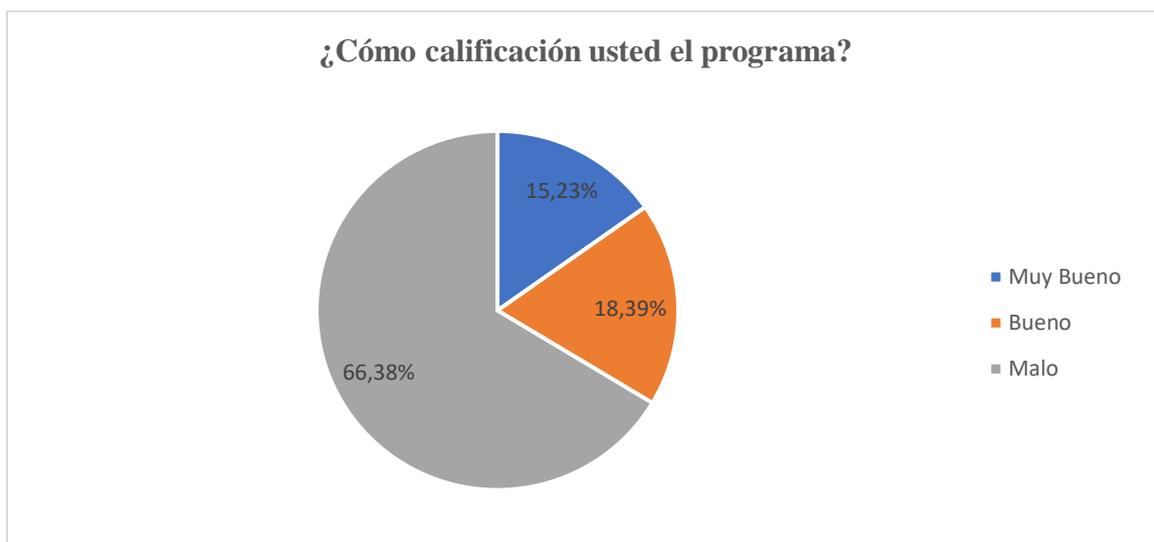
Tabla 12

| Opciones | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------|------------|------------|
| Muy bueno | 53 | 15,23% |
| Bueno | 64 | 18,39% |
| Malo | 231 | 66,38% |
| Total | 348 | 100% |

Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Estudio de campo

Gráfico 10



Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Estudio de campo

Análisis: El 66% de los encuestados consideran al programa Alta Voz como malo, mientras que el 18% como bueno y un 15% lo califica como muy bueno.

Interpretación: Las encuestas aplicadas a los oyentes de la Radio Salinerito, reflejan que más de la mitad considera que el programa Alta Voz es malo, por esta razón, es necesario que la locutora mejore la locución, música, contenidos entre otras características, para que sea considerada como un programa que despierte el interés de los parroquianos y así la calificación mejore.

8. ¿Son de su interés los temas que se abordan en el programa?

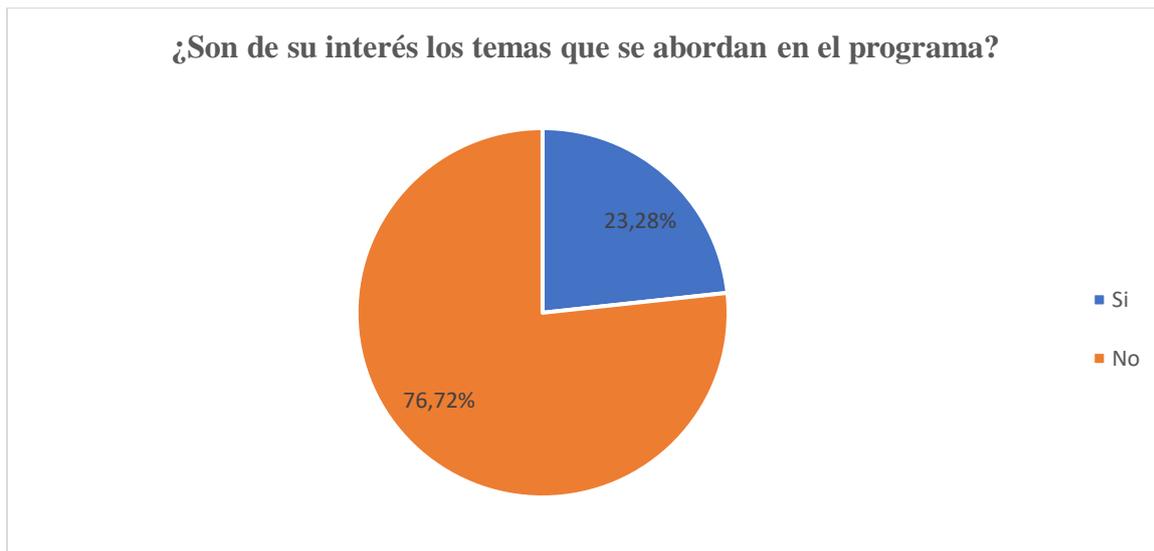
Tabla 13

| Opciones | Frecuencia | Porcentaje |
|----------|------------|------------|
| Si | 81 | 23,28% |
| No | 267 | 76,72% |
| Total | 348 | 100% |

Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Estudio de campo

Gráfico 11



Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Estudio de campo

Análisis: Entre la población encuestada se evidencia que el 76% considera que no les interesa los temas que se tratan en el programa y un 23% les parece que son interesantes los temas que se abordan en él.

Interpretación: La mayor cantidad de encuestados consideran que los temas que se abordan durante la programación no son de su interés, lo que ocasiona que los parroquianos dejen de seguir el programa, para ello, la locutora deberá centrarse en tratar temas que despierten expectativa e interés para los oyentes.

9. ¿Cree usted qué es importante que en el programa se traten temas culturales?

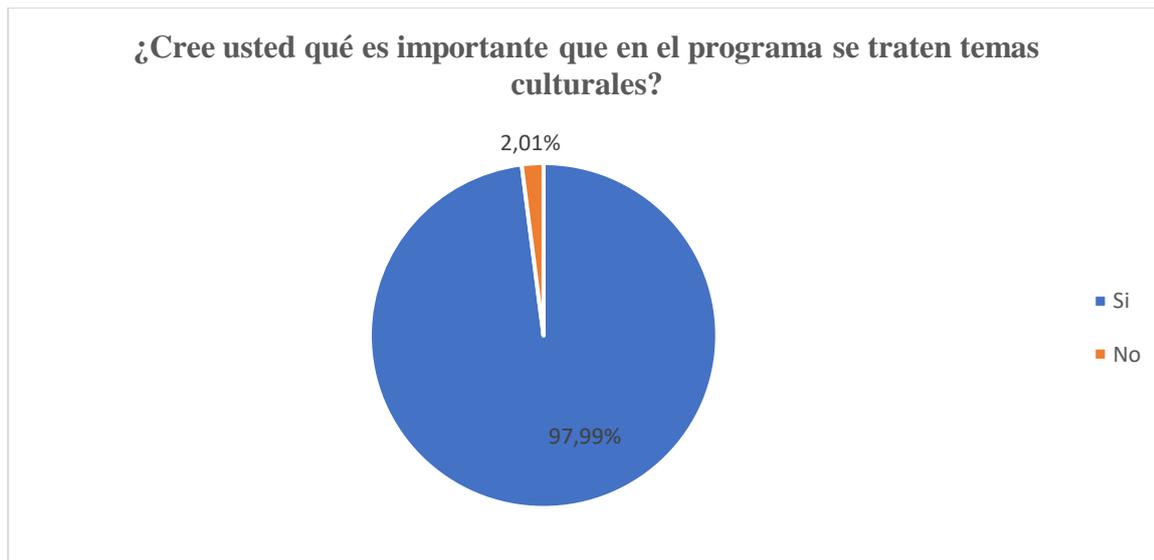
Tabla 14

| Opciones | Frecuencia | Porcentaje |
|----------|------------|------------|
| Si | 341 | 97.99 |
| No | 7 | 2,01% |
| Total | 348 | 100% |

Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Estudio de campo

Gráfico 12



Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Estudio de campo

Análisis: El 97% cree que es importante que se traten temas culturales durante la programación, sin embargo, el 2% no lo considera así.

Interpretación: Con los datos que reflejan las encuestas se logró determinar que a los oyentes les interesa que en el programa se aborden temas culturales, fortaleciendo la cultura que poco a poco se ha ido en decadencia.

10. ¿Considera usted que mientras más se hable de temas culturales, se rescataría la cultura de Salinas?

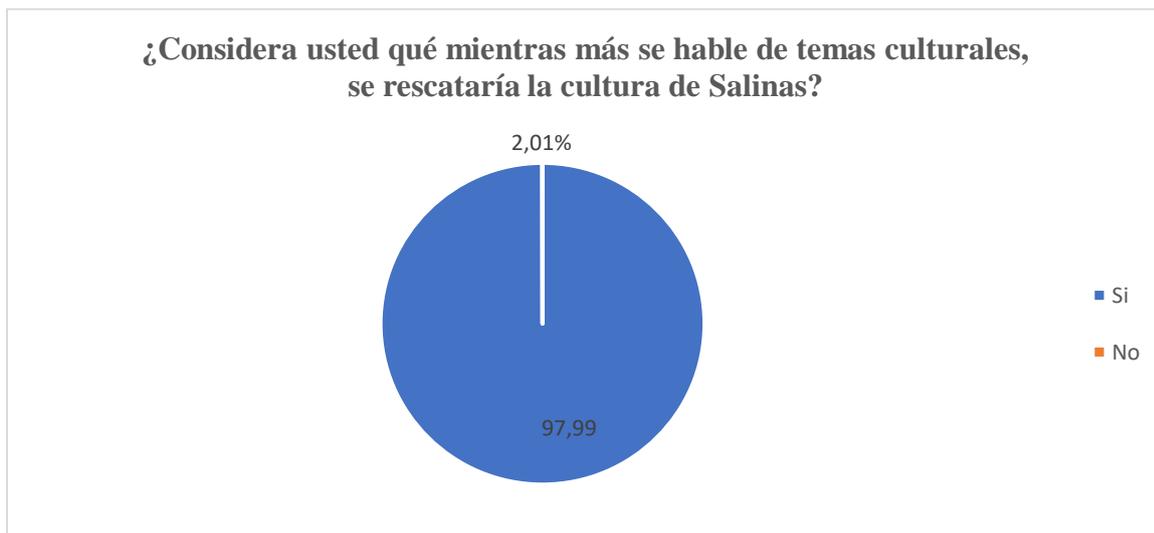
Tabla 15

| Opciones | Frecuencia | Porcentaje |
|----------|------------|------------|
| Si | 341 | 97,99 |
| No | 7 | 2,01% |
| Total | 348 | 100% |

Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Estudio de campo

Gráfico 13



Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Estudio de campo

Análisis: Los habitantes de la parroquia Salinas consideran que mientras más se traten temas culturales en el programa contribuirían a rescatar la cultura de los salineros, así lo demuestran las encuestas, con el 97% a favor y una minoría del 2% dice que no.

Interpretación: Según lo manifestado por los encuestados consideran que mientras más se hable de temas culturales, contribuirán a rescatar la cultura salinera, debido a que de apoco se va dejando en el olvido temas como las costumbres, tradiciones, incluso la lengua nativa heredada por los antepasados, una de las más notables es la pérdida de la vestimenta de las diferentes zonas de la parroquia.

11. ¿Con qué frecuencia le gustaría que se hablen sobre temas culturales?

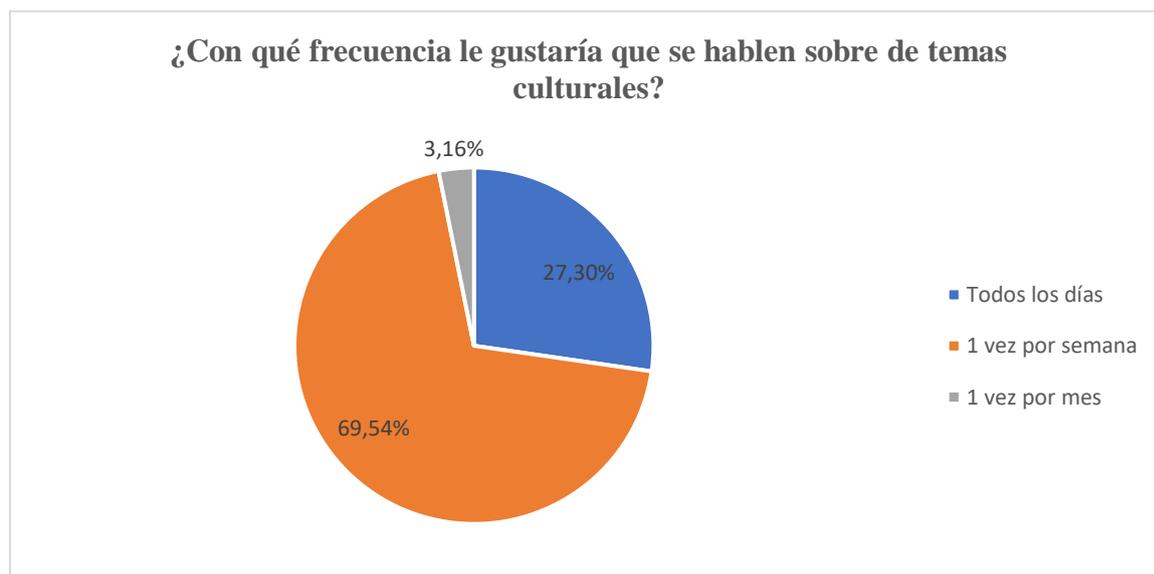
Tabla 16

| Opciones | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|------------|
| Todos los días | 95 | 27,30% |
| 1 vez por semana | 242 | 69,54% |
| 1 vez por mes | 11 | 3,16% |
| Total | 348 | 100% |

Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Estudio de campo

Gráfico 14



Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Estudio de campo

Análisis: Las encuestas realizadas a los oyentes de la Radio Salinerito, arrojan un resultado del 69% por la opción de que una vez por semana se debería hablar de temas culturales, sin embargo, el 27% opina que todos los días y un 3% una vez por mes.

Interpretación: En su mayoría creen que los temas culturales se deben tratar una vez por semana, de tal forma que no les resulte cansado, ni se torne aburrido de escuchar.

12. ¿Cómo lo considera al programa Alta Voz?

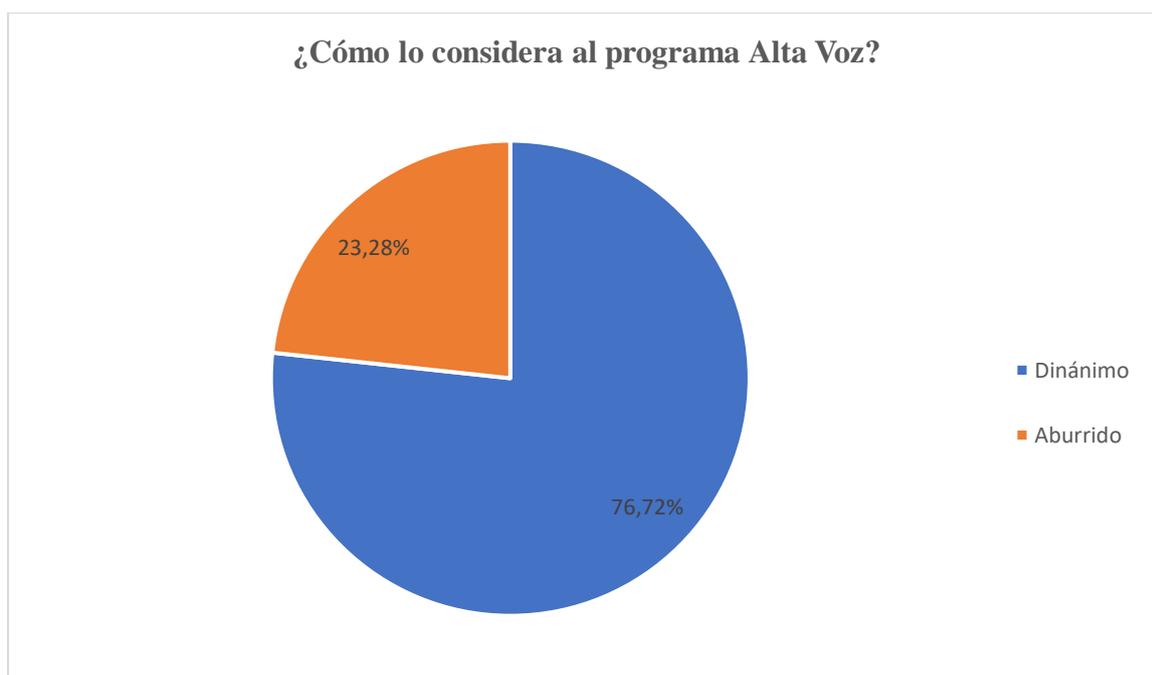
Tabla 17

| Opciones | Frecuencia | Porcentaje |
|----------|------------|------------|
| Dinámico | 81 | 23,28% |
| Aburrido | 267 | 76,72% |
| Total | 348 | 100% |

Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Estudio de campo

Gráfico 15



Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Estudio de campo

Análisis: Los datos demuestran que para el 76% el programa Alta Voz es aburrido y un 23% lo considera como dinámico.

Interpretación: Es importante señalar que para la mayoría de encuestados el programa es aburrido, lo que ha generado una pérdida de audiencia, por la falta de contenidos que despierten interés.

Análisis general de la encuesta:

Según los resultados obtenidos de la encuesta se pudo evidenciar que los habitantes de Salinas, escuchan la Radio Salinerito, así como la radio revista Alta Voz, sin embargo, para muchos es considerado como un programa malo, aburrido y serio, por no tener contenidos que despierten interés en los oyentes.

Además, se pudo determinar el tipo de programa que desean escuchar, siendo considerado como primordial el informativo, seguido del cultural y entretenimiento, por lo que, la audiencia escucha de vez en cuando el programa Alta Voz, para informarse de lo que está pasando en la sociedad, ante esto las personas encuestadas consideran que se debería tratar temas culturales como la gastronomía, tradiciones, costumbres, vestimenta y el idioma, por lo menos una vez por semana para fortalecer la cultura de los salineros, que con el tiempo va en decadencia.

Tabla 18

| FICHA DE OBSERVACIÓN | | | | |
|--|--|----------|-------------|----------|
| <p>Objetivo: Analizar los contenidos del programa Alta Voz de los meses junio y julio del 2022.</p> | | | | |
| <p>Nombre del programa: Alta Voz</p> | | | | |
| <p>Fechas de emisión del programa: 1 de junio al 29 de julio</p> | | | | |
| <p>Locutora: María Chamorro Horario: 10h00 a 12h00 Duración: 2 horas</p> | | | | |
| N° | Ítems | Nunca | Pocas veces | Siempre |
| 1 | Inicia con puntualidad los programa | | | X |
| 2 | Utiliza adecuadamente los formatos radiofónicos | | X | |
| 3 | Utiliza un guion o estructura para realizar los programas | | X | |
| 4 | Segmenta la programación | | X | |
| 5 | Improvisa el programa | | | X |
| 6 | Hace un correcto uso de las cortinas musicales, ráfaga y efectos de sonido | X | | |
| 7 | La locutora domina los temas que se tratan en el programa | | | X |
| 8 | Utiliza de forma correcta las plataformas digitales | | X | |
| 9 | La locutora habla con claridad y presencia | | X | |
| 10 | La locutora transmite entusiasmo e interés | | X | |
| 11 | Se tratan temas culturales en la programación | | X | |
| 12 | Los invitados generan expectativa | | X | |
| 13 | Los programas despiertan el interés de los oyentes | | X | |
| 14 | Existe interacción con los oyentes durante la programación | | X | |
| 15 | Finaliza el programa a la hora establecida | | | X |

Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Estudio de campo

Análisis

Según la ficha de observación aplicada a los programas de la radio revista Alta Voz, durante los meses junio y julio de 2022, se pudo evidenciar que los programas siempre inician y terminan con puntualidad, así también que la locutora pocas veces habla con claridad y presencia, por el contrario, sí domina cada uno de los temas que se tratan en el programa, pero no siempre se maneja un guion o estructura, segmentación, ni se utiliza adecuadamente los formatos radiofónicos, dejando abierta la opción de improvisar.

A pesar de que el programa sea educativo, cultural, informativo y musical, los temas culturales no se tratan comúnmente, por otra parte, existen entrevistas con invitados que pocas veces generan interés, lo que ha generado que vaya tomando un rumbo diferente del objetivo que tiene el programa al verse en la necesidad de convertirse en un espacio donde la música y las complacencias musicales prevalezcan.

Por ello, en la radio revista se debe tener en cuenta que a pesar de algunas falencias que existe en el programa, la locutora debe realzar el programa poniendo interés, entusiasmo en la locución debido a que la falta de energía y fuerza de voz hace que el programa se torne aburrido y poco agradable de escuchar, así también debe contar con el guion para evitar la improvisación, segmentando cada uno de los bloques musicales, entrevistas, tips, datos curiosos, entre otros, haciendo un correcto uso de las cortinas musicales, ráfaga y efectos de sonido para dinamizar el programa. De la misma forma, se deberá hacer uso de las plataformas digitales que posee la emisora, para incrementar la interacción con la audiencia.

Entrevista al director de la Radio Salinerito



Nombre: Lic. Marcelo Allauca

Cargo: Director de la Radio Salinerito

Tabla 19

| Pregunta | Respuesta |
|--|--|
| <p>¿Quién y cuando fue creado el programa Alta voz?</p> | <p>El programa fue creado en el año 2012, por el incentivo de la comunidad conjuntamente con los cursos realizados por Francisca Aguilar, una voluntaria chilena que ayudó a segmentar la programación de la radio, con programas; educativo, turismo y entre ellos está la radio revista en la que participó como locutora la Lic. Gabriela Vargas.</p> <p>La radio revista es un programa educativo e informativo dedicado para las personas que se encuentran en sus hogares, oficinas o viajando que quieran informarse.</p> |
| <p>¿Cuál fue el objetivo por el cual se creó el programa?</p> | <p>El programa Alta Voz, fue creado, con el objetivo de que exista interacción con la parroquia, ya sea con entrevistas o programas educativos y culturales.</p> |
| <p>¿Cuántos locutores han realizado el programa?</p> | <p>Dos locutoras: Lic. Gabriela Vargas y la Lic. María Chamorro</p> |

| | |
|--|---|
| <p>¿Existen programas culturales dentro de la parrilla de programación?</p> | <p>Sí, aparte del programa Alta voz, existe un programa educativo de los niños y el otro Ser Mujer</p> |
| <p>¿Considera usted que los contenidos que se tratan en el programa contribuyen al desarrollo de la comunidad?</p> | <p>Si, en el momento de que se busca que las personas adultas o mujeres se relacionen con las diferentes temáticas contribuyan con la Pachamama porque tiene un enfoque a la agricultura con lo que se busca que el agricultor tenga mejores condiciones de vida; con los temas tratados.</p> |
| <p>¿Cree usted que si se emplean temas culturales en el programa ayudaría a fortalecer la cultura de los salineros?</p> | <p>Si, porque el programa se creó con el fin de rescatar ciertos temas culturales de la comunidad, como la gastronomía, vestimenta, tradiciones, costumbres.</p> <p>Por lo que se podrá contar las experiencias e historias de los líderes y trasladarlas a los jóvenes de la comunidad y así fortalecer la parte cultural de la parroquia.</p> |

Elaborado por: Cindy Cajas

Fuente: Directo de la Radio Salinerito

Entrevista a la locutora del programa Alta voz



Nombre: Lic. María Chamorro

Cargo: Locutora

Tabla 20

| Pregunta | Respuesta |
|--|---|
| ¿Qué tiempo va al aire el programa? | El programa está 10 años al aire. |
| ¿En qué horario es transmitido el programa? | El programa es transmitido de lunes a viernes desde las 10h00 hasta las 12h00. |
| ¿Qué características tiene el programa? | Es un programa abierto donde las personas pueden pedir un espacio para dar a conocer alguna noticia o inquietud que exista en los radioescuchas. |
| ¿Cuáles son las temáticas que se abordan en el programa? | Las temáticas tratadas están entre música, saludos, información y complacencias. |
| ¿Cuál es la estructura que tiene el programa? | Aunque no exista una estructura establecida para el programa. Se ha establecido una breve estructura para la radio revista como: <ul style="list-style-type: none">• Introducción del programa• Presentación del programa• Saludo de la locutora• Música |

| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas • Complacencias • Saludo a los oyentes • Despedida |
| ¿Se manejan temas culturales en el programa? | No se trata de temas culturales, pero si existe una fecha especial se prepara un texto para darlo a conocer. |
| ¿Existe una interacción con el público o radioescuchas? | Si, a pesar que no siempre existe participación, siempre se les facilita en número de la radio o al número de celular o a la red social Facebook. |

Elaborado por: Hamilton Japa

Fuente: Locutora del programa Alta Voz

4.2 Discusión de resultados

Una vez culminado con la ficha de observación de los contenidos del programa Alta Voz y la tabulación, análisis e interpretación de resultados de las encuestas realizadas a los oyentes de las comunidades de la parroquia Salinas, se pudo establecer que:

A lo largo de los 10 años que lleva al aire el programa, no cuenta con un guion o estructura, ni mucho menos se segmenta la programación, lo que ha ocasionado que muchas de las veces la locutora improvise, además la falta de claridad y presencia en la locución ha generado que los oyentes pierdan el interés por el programa, sumándole a que son pocas las veces que les despierta interés los temas que se tratan.

Dejando en evidencia que el programa poco a poco se va convirtiendo en un espacio donde se solicite más música y menos intervenciones donde se hable sobre temas que para muchos es aburrido o no les interesa, por lo cual muchas de las personas han solicitado, que se aborden temas culturales, educativos e informativos, que aporten al desarrollo de la comunidad.

Por otra parte los resultados de las encuestas a los radioescuchas, arrojan que un gran porcentaje considera que se deben tratar temas culturales como la gastronomía típica de la localidad, vestimenta, costumbres, tradiciones y el idioma Quechua, al menos una vez por semana, por lo que de a poco se va perdiendo la cultura de los salineros y que mejor forma que aprovechar de la radio comunitaria para emitir contenidos que contribuyan al fortalecimiento de la cultura y que a su vez generen expectativa en la población.

De esta manera podemos afirmar que en base a la investigación y los resultados obtenidos mediante la ficha de observación y las encuestas es necesario sugerir temas culturales que permitan captar la atención de la audiencia, así también establecer un guion donde se segmente cada uno de los espacios, mejorar la locución y utilización de las plataformas digitales para acaparar la atención de la audiencia en general.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 Antecedentes

La radio revista Alta Voz, fue creada en el año 2012 por la voluntaria chilena Francisca Aguilar, quien por su experiencia y profesionalismo contribuyó a segmentar la parrilla de programación de la Radio Salinerito. En esta propuesta incluyó programas educativos, de entretenimiento e informativos, entre ellos la radio revista Alta Voz, bajo la conducción de la Lic. Gabriela Vargas. Desde su origen, el objetivo de este programa fue educar e informar a través de sus contenidos.

Sin embargo, al pasar los años ha ido perdiendo su objetividad, hasta llegar a ser un espacio que se centra en la emisión de música y en el que muy pocas veces se habla sobre temas de interés. De igual forma, se ha dejado de incluir invitados que generen expectativa en los oyentes. Además, las falencias que tiene la nueva locutora del programa han contribuido a que poco a poco vaya perdiendo audiencia.

Con la propuesta de elaborar un guion escaleta y un demo se busca establecer una estructura donde se segmente la programación, dejando un precedente de cómo deberían ser elaborados y ejecutados los programas para evitar la improvisación. Además, se pretende corregir la nula utilización de los efectos sonoros, formatos radiofónicos, cortinas musicales y falencias en la locución. Todo esto, con el objetivo de elaborar la estructura de un programa cultural que ayude a rescatar la cultura de los salineros, quienes sienten la necesidad de escuchar un programa en el cual se hable sobre la cultura salinera, contribuyendo también a que el programa deje de ser monótono.

La información recopilada anteriormente servirá de base para desarrollar la propuesta y sugerir temas culturales para la parroquia Salinas, para despertar el interés de los oyentes y recuperar el objetivo por cual fue creada la radio revista.

5.2 Justificación

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación se resolvió que se debe elaborar un guion, en el cual se segmente la programación, debido a que, la misma, no cuenta con una estructura donde se planifique y se registre todo el material sonoro que será utilizado en dicho programa. Además, esto servirá para establecer los procesos de preproducción, producción y posproducción del demo sobre un programa cultural en el que se hable sobre la cultura de los salineros.

La importancia de esta propuesta es sugerir temas culturales que despierten interés en el programa y a la vez aporten al desarrollo cultural de los oyentes, mediante la elaboración de un guion que servirá de base para la producción del demo.

La utilidad de elaborar el guion de un programa cultural, radica en la necesidad que tienen los salineros de tener un espacio donde se hable sobre temas que despierten interés y expectativa y en la ayuda que puede aportar al mejoramiento en el nivel de audiencia de la radio revista.

Esta propuesta es factible aplicar en la radio revista ya que el director de la Radio Salinerito se ha mostrado dispuesto a implementarla porque ayudará a fortalecer la cultura de Salinas y a receptar audiencia, para que el programa recupere oyentes y se convierta en un espacio que informe, eduque y dinamice la participación de los comuneros.

El impacto que se conseguirá con la propuesta será que los directivos de la radio conozcan cuán valiosos son los contenidos para mejorar el desarrollo comunitario y cultural, replanteando las temáticas que sean de interés para la audiencia y, sobre todo, contar con una estructura que permita segmentar y utilizar cada uno de los elementos que son indispensables para un programa.

5.3 OBJETIVOS

Objetivo General:

- Fortalecer el programa con nuevos temas culturales que despierten interés.

Objetivo Específico:

- Desarrollar una propuesta para la radio revista Alta Voz, basada en temas culturales.
- Elaborar un guion escaleta para segmentar los espacios de la radio revista Alta Voz.
- Realizar un demo como propuesta para el programa Alta Voz.

5. 4 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

El cumplimiento de la propuesta es factible porque permitirá establecer un guion, donde se segmente la programación, así como cada uno de los materiales sonoros. Además, será el punto de partida para la elaboración del demo de un programa donde se hable sobre temas culturales que despierten el interés de los oyentes y generen expectativa por seguir la programación.

Operativo

Para el desarrollo de la propuesta se cuenta con el apoyo del director de la Radio Salinerito, para la utilización de los equipos que permitirán la elaboración del producto comunicacional.

Organizacional

Es necesario generar un guion escaleta para mejorar la segmentación de los contenidos emitidos, para que en el medio comunitario tengan una estructura con la que se pueda realizar los programas con diferentes temáticas.

Tecnológica

El medio de comunicación cuenta con los equipos tecnológicos necesarios para el desarrollo de la propuesta, tales como: computadoras, cámara, micrófonos, teléfonos, el software Adobe Audition, consola, tarjeta de audio, impresora. Además, como herramienta fundamental para el desarrollo de la propuesta se hará uso del Internet, fuente principal para descargar los audios y efectos de sonido.

Económica

La Radio Salinerito cuenta con el presupuesto y equipos necesarios para el desarrollo de la propuesta.

5.5 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Propuesta 1

Público objetivo: La población económica activa

Los temas a desarrollarse en el programa son:

- Gastronomía (platos típicos)
- Música
- Danza
- Idioma
- Salud
- Vestimenta
- Artesanías
- Costumbres
- Tradiciones
- Pintura
- Alfarería
- Emprendimientos y otros

Los diferentes contenidos desarrollados en la radio revista serán subidos a las plataformas digitales de la radio como Facebook, Spotify, Instagram, sitio web, con el estilo de podcast para que los oyentes puedan escuchar el programa a cualquier hora, día y lugar.

Propuesta 2

Guion escaleta

Tabla 21

| N° | Responsable | Descripción | Detalle | Tiempo |
|-------------------|-------------|------------------------------------|---|--------|
| Segmento 1 | | | | |
| 1 | Control | Identificativo del programa | Clasificación del programa, intro Apoyo de producciones radiofónicas del programa | 60 seg |
| 2 | Control | Cortina musical | Canción con la que se identifique el programa (...) | 30 seg |
| 3 | Locutora | Saludos de bienvenida | Palabras de bienvenida Información acerca del tema que se hablará durante la emisión | 1 min |
| 4 | Locutora | Segmento musical | Presentación, breve descripción de las canciones a emitirse y saludos a los oyentes. | 8 min |
| 5 | Control | Cortina musical | Canción con la que se identifique el programa (...) | 30 seg |
| 6 | Locutora | Tema del programa | Desarrollo del tema que se ha considerado | 5 min |
| 7 | Control | Apoyo de producciones radiofónicas | (Cuentos, historias, audios, que fortalezcan el tema) | 4 min |
| 8 | Locutora | Espacio de opinión | Identificar un experto cultural para el espacio | 2 min |
| 9 | Locutora | Segmento musical | Presentación, breve descripción de las canciones a proyectarse y saludos a los oyentes. | 8 min |
| Segmento 2 | | | | |
| 10 | Control | Pausa publicitaria | Reproducción de las pautas publicitarias | 2 min |
| 11 | Control | Cortina musical | Canción de noticias (...) | 30 seg |

| | | | | |
|-------------------|----------|--|---|--------|
| 12 | Locutora | Noticias de actualidad | Información especialmente local, provincial, nacional e internacional | 10 min |
| 13 | Locutora | Segmento musical | Presentación, breve descripción de las canciones a proyectarse y saludos a los oyentes. | 10 min |
| 14 | Control | Pausa publicitaria | Reproducción de las pautas publicitarias | 2 min |
| 15 | Control | Cortina musical | Canción con la que se identifique el programa (...) | 30 seg |
| Segmento 3 | | | | |
| 16 | Locutora | Espacio de entrevista | Entrevista a invitado sobre el tema específico | 15 min |
| 17 | Locutora | Participación de los oyentes | (Preguntas al entrevistado) | 3 min |
| 18 | Locutora | Segmento musical | Presentación, breve descripción de las canciones a proyectarse y saludos a los oyentes. | 5 min |
| 19 | Control | Pausa publicitaria | Reproducción de las pautas publicitarias | 2 min |
| 20 | Control | Cortina musical | Canción con la que se identifique el programa (...) | 60 seg |
| 21 | Locutora | Segmento musical | Presentación, breve descripción de las canciones a proyectarse y saludos a los oyentes. | 7 min |
| 22 | Control | Pausa publicitaria | Reproducción de las pautas publicitarias | 2 min |
| Segmento 4 | | | | |
| 23 | Control | Cortina musical | Canción con la que se identifique el programa (...) | 30 seg |
| 24 | Locutora | Temas varios y concursos con los oyentes | Información de entretenimiento y orientación para el día a día | 4 min |

| | | | | |
|--------------|----------|--|---|---------|
| 25 | Control | Pausa publicitaria | Reproducción de las pautas publicitarias | 2 min |
| 26 | Locutora | Segmento musical | Presentación, breve descripción de las canciones a proyectarse y saludos a los oyentes. | 8 min |
| 27 | Control | Cortina musical | Canción con la que se identifique el programa (...) | 30 seg |
| 28 | Locutora | Tips/datos curiosos/ adivinanzas (espacio de entretenimiento) | Desarrollo de la información | 4 min |
| 29 | Locutora | Segmento musical | Presentación, breve descripción de las canciones a proyectarse y saludos a los oyentes. | 8 min |
| 30 | Control | Cortina musical | Canción con la que se identifique el programa (...) | 30 seg |
| 31 | Locutora | Despedida | Despedida del programa | 2 min |
| 32 | Control | Cortina musical | Canción con la que se identifique el programa (...) | 30 seg |
| TOTAL | | | | 120 min |

Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Bibliográfica

Propuesta 3

Guion del demo

Nombre del programa radial: Alta Voz.

Tema: Gastronomía de la parroquia Salinas

Tipo de programa: Radio revista

Locutor 1: Cindy Cajas

Locutor 2: Hamilton Japa

Tabla 22

| CONTROL | DESCRIPCIÓN | TIEMPO |
|-------------------|---|---------------|
| Segmento 1 | | |
| Control | Intro del programa | 35 seg |
| Control | Cortina musical (El cóndor pasa) | 10 seg |
| Locutora 1 | Bienvenidos amigos oyentes de Radio Salinerito, es un gusto compartir esta programación que estará recargada de información, entrevistas, datos curiosos y mucho más, así que les invito a que nos acompañen en su programa Alta Voz y así también quiero darle la bienvenida a nuestro compañero de cabina, Hamilton bienvenido. | 21 seg |
| Control | El cóndor pasa – Leo Rojas | 10 seg |
| Locutor 2 | Gracias Cindy, es un placer estar compartiendo un programa más junto a ustedes, y te cuento que hoy hablaremos acerca de la gastronomía de la parroquia Salinas. | 7 seg |
| Locutora 1 | Si, Hamilton, es un tema que a muchos les va a gustar, ya que la parroquia Salinas cuenta con gran variedad de platos típicos que de seguro te abrirán el apetito, pero antes, que te parece Hamilton si vamos con un tema musical. | 19 seg |
| Locutor 2 | Claro que si Cindy, pongámosle alegría a esta mañana con la canción titulada Tu partida, por la agrupación Yanandy, canción que cuenta con más de 53 mil reproducciones en YouTube, con ustedes Tu partida. | |
| Control | Tu partida – Yanandy | 11 seg |

| | | |
|-------------------|--|--------|
| Control | El cóndor pasa – Leo Rojas | 10 seg |
| Locutora 1 | Estamos de vuelta y como ya lo habíamos mencionado en el inicio del programa hablaremos de uno de los platos típicos de la parroquia, las papas en sal con queso, papas que son sembradas y cosechadas por los agricultores de la localidad, que pasa por el proceso de cocido en el agua que es extraída de las minas de sal, lo que les da el toque exquisito e inigualable. | 14 seg |
| Control | El cóndor pasa – Leo Rojas | 10 seg |
| Locutor 2 | Este platillo se lo suele acompañar del tradicional queso andino y otros condimentos, un dato curioso de este platillo que no puede faltar para los salineros es que las papas se las consume con todo y cáscara para sentir ese sabor distintivo, para ello les tenemos preparado una entrevista con la señora María Chamorro, oriunda de la parroquia, quien viene preparando este plato típico de generación en generación y esto fue lo que nos dijo acerca de la preparación. | 18 seg |
| Control | Audio de la señora María Chamorro | 36 seg |
| Control | El cóndor pasa – Leo Rojas | 10 seg |
| Locutora 1 | Sin duda, es un plato exquisito que nadie se puede perder y a mí ya me dio hambre solo escuchar su preparación, por eso les invito a nuestros oyentes que visiten la parroquia Salinas y degusten de este y otros platos típicos de la localidad. Y ahora que conocemos un poco de la gastronomía salinera, continuamos con la buena música en esta mañana, así que no se despeguen de nuestra programación, les dejamos con la canción titulada Mi consuelo de la agrupación Kenary. | 24 seg |
| Control | Mi consuelo – Kenary | 32 seg |
| Segmento 2 | | |
| Control | Pausas publicitarias Censo 2022 | 10 seg |
| Control | El cóndor pasa – Leo Rojas | 10 seg |
| Locutor 2 | Continuando con la programación retornamos con el segmento informativo de la localidad Cindy. | 3 seg |
| Control | Cortina musical fondo de noticias | 10 seg |

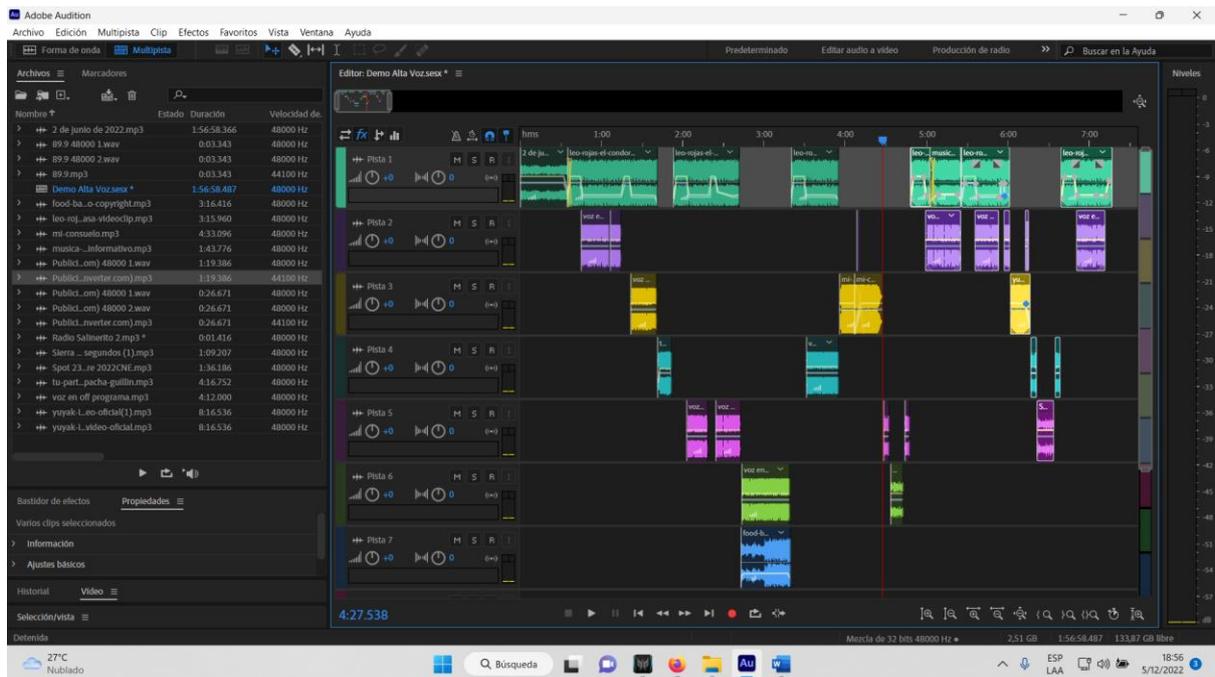
| | | |
|-------------------|---|----------------|
| Locutora 1 | El GAD de Salinas se encuentra realizando la construcción del cerramiento del CDI Mama Catalina, en la comunidad Yurak Uksha, labor que se viene realizando a través de mingas, en colaboración con la colectividad. Obra que beneficiará a la comunidad y las educadoras que realizan actividades infantiles. | 24 seg |
| Control | El cóndor pasa – Leo Rojas | 10 seg |
| Locutor 2 | En este punto de la programación queremos saludar a todos los oyentes, que nos acompañan a través del dial 89.9 FM y también a las personas que siguen la programación por las plataformas digitales de la radio, mientras tanto vamos a saludar a quienes nos sintonizan en las diferentes comunidades de la parroquia, así también a los amigos transportistas y por supuesto a las amas de casa que están en sintonía de su programa Alta Voz. | 31 seg |
| Locutora 1 | Te comenté Hamilton, que nos han solicitado la canción titulada Inti Raymi Aya Katishka de la agrupación YUYAK, vamos con este tema musical y enseguida regresamos con más. | 2 seg |
| Control | YUYAK - Inti Raymi Aya Katishka | 25 seg |
| Control | Pausa publicitaria (confitería) | 10 seg |
| Control | El cóndor pasa – Leo Rojas | 10 seg |
| Locutora 1 | Bueno, amigos oyentes, eso ha sido todo por hoy y como ya saben que todo lo bueno se va, nos vamos, no sin antes recordarles que mañana tienen una cita a partir de las 10h00, aquí en su radio revista Alta Voz, por Radio Salinerito y recuerden que yo soy Cindy Cajas | 25 seg |
| Locutor 2 | Y yo Hamilton Japa | 1 seg |
| Locutora 1 | Y esto fue y esto fue Alta Voz. | 2 seg |
| Total | | 7min 17 seg |

Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa

Fuente: Bibliográfica

Proceso de posproducción del demo

Gráfico 16



Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa
Fuente: Cindy Cajas y Hamilton Japa

CONCLUSIONES

La radio revista Alta Voz, no tiene contenidos que despierten interés en los oyentes, siendo considerados como aburridos e irrelevantes, sumándole a esto las fallas que tiene la locutora en la vocalización, presencia en el momento de locutar, así también, existen entrevistas con invitados que pocas veces generan interés, lo que ha causado que el programa vaya perdiendo audiencia.

El programa no cuenta con una estructura definida o guion, donde se segmente la programación, ni utiliza los diferentes formatos radiofónicos, lo que ha ocasionado que la locutora muchas veces improvise o se limite a locutar por la falta de temas y material para el programa, dejando de ser un espacio cultural, educativo e informativo para ser considerado como un programa musical más.

La radio revista tiene muy poco espacio destinado para que se aborden temas que contribuyan al desarrollo de la comunidad, por lo que a través de las encuestas se pudo determinar que al 42% de los oyentes les gustaría que durante la programación se aborden temas culturales para fortalecer la cultura de los salineros.

RECOMENDACIONES

Incluir contenidos e invitados que despierten interés y expectativa en los oyentes, de igual forma que la locutora realice ejercicios de respiración, dicción y utilice las plataformas digitales donde se emplee la narrativa digital como una forma distinta de abordar los temas contando historias, con el objetivo de subir el nivel de la audiencia.

Establecer un guion donde se segmente la programación, pausas publicitarias, cortinas musicales, intervenciones y música, además de la utilización de los distintos formatos radiofónicos para evitar la improvisación, además, es importante que se retome la objetividad del programa.

Incorporar temas culturales como la gastronomía, costumbres, tradiciones, mitos, leyendas, vestimenta, entre otros, una vez por semana para evitar que los temas resulten cansados de escuchar, con la finalidad de contribuir al desarrollo cultural de los salineros que consideran que la radio comunitaria no brinda espacios para el fortalecimiento de la cultura.

BIBLIOGRAFÍA

- Abela, J. (2018). *Las técnicas de Análisis de Contenido*. Granada.
- Almeida, C. (2014). *Análisis de los usos y graficaciones de facebook entre nativos digitales y migrantes digitales al seguir a una figura política y el activismo que este genera*. Universidad Casa Grande.
- Altamirano, J., & Rodríguez, M. (2021). *Análisis de contenidos del programa Sin Pelos en la Radio, emitido por la emisora La Otra*. Quito.
- Altamirano, V. J. (2021). *Análisis de contenidos del programa Sin Pelos emitido por la emisora La Otra*. Quito.
- Cajamarca, D. (11 de 10 de 2016). *Prezi*. Prezi: https://prezi.com/-tyc_wa7crhh/la-tradicional-oral/
- Asqui, C. (2019). *Análisis de contenido de la plataforma digital del diario la prensa, referente a la lucha de la CONAIE por los derechos indígenas periodo junio - noviembre 2019*. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo.
- Bahls, Á., Krause, R., & Añaña, E. d. (2019). *COMPRESIÓN DE LOS CONCEPTOS DE CULINARIA Y GASTRONOMÍA*. Brasil.
- Barbero, M. (18 de 11 de 2018). *La comunicación como proceso cultural. Pistas para el análisis*. Retrieved 11 de July de 2022, from SciELO Cuba: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322018000300013
- Brom, J. (2016). *La función del historiador no es armar el pasado, pero sí dominarlo*. Universidad Autónoma de México.
- Cabot, E. (2017). Una aproximación a la concepción de ciencia en la contemporaneidad desde la perspectiva de la educación científica. En E. A. Cabot, *Una aproximación a la concepción de ciencia en la contemporaneidad desde la perspectiva de la educación*

- científica* (págs. 549 - 560). Universidad de Ciencias Pedagógicas (UCP) “Félix Varela Morales”. <https://doi.org/516-73132014000300003>
- Cacéres, M. (2021). *La comunicación y el modelo de Lasswel, análisis de la vigencia de la Aguja Hipodérmica en tiempos actuales*. Universidad Politécnica Salesiana .
- Cajamarca, A., Pulido, M., & Lema, E. (11 de 10 de 2016). *Prezi*. Prezi: https://prezi.com/-tyc_wa7crhh/la-tradicion-oral/
- Cárdenas, Y., & García, L. (2018). *La oralidad presente en todas las épocas y en todas partes*. UPTC.
- Contreras, C. (2019). *Historia y Sociedad: diseño de una Radio Revista para la recuperación de la memoria histórica del barrio “La Ronda” desde 1940 hasta el 2017*. Quito: Quito: UCE.
- Chiriboga, E. (2017). *Análisis de contenidos en radios comunitarias para la construcción de discursos: Caso radio Latacunga AM*. Universidad de las Américas.
- Cirigliano, H., & Killian, L. (2020). *Arqueros, arcos y flechas: En los mitos y leyendas*. Tolemia: Urquiza al Oeste - Parada 52820 - Entre Ríos.
- Cob, J. (8 de 4 de 2021). *ALEPH*. ALEPH: <https://aleph.org.mx/que-son-fichas-de-contenido-y-ejemplo>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Asamblea Nacional del Ecuador. <https://issuu.com/asambleaecuador/docs/reformaconstitucion2008-an>
- Contreras, M. (2022). Las tradiciones, las costumbres y el patrimonio cultural de Guatemala. *RevistaGuatemaltecadeCultura*, 39.
- Defez, A. (2018). *¿ Qué es la creencia?* Canales del Seminario de Metafísica. <https://doi.org/1575-6866>

- Lahera, D (2021). La enseñanza de la historia en las aulas: un tema para reflexionar. *Debates por la historia*, 129-154.
- Espinosa-Mirabet, S., Gutiérrez, M., & Martí-Martí, J.-M. (2021). RAC 1: Análisis de un caso de éxito de emisora de radio. *Profesional de la información*, 30(3), 13. <https://doi.org/e300303>
- Fernández, M. (2016). *Transformaciones en el Tercer Sector*. España: Colectivo Universitarios Activos (CUAC).
- Francescutti, P. (2019). *La batalla por las ondas: Discursos radiofónicos en El Eternauta*. España: Universidad Rey Juan Carlos. https://www.researchgate.net/profile/Luis-Pablo-Francescutti/publication/340925384_La_teoría_de_la_aguja_hipodérmica_en_la_cultura_de_masas_argentina_el_papel_de_la_radiofonía_en_El_eternauta/links/5ea47f0f299bf112560e6a67/La-teoría-de-la-aguja-hipodérmica
- Galarsi, F., Medina, M., Ledezma, C., & Zanin, L. (2017). *Comportamiento, historia y evolución*. Universidad Nacional de San Luis. <https://doi.org/18426920003>
- García, M. R. (2016). *La relación entre comunicación y cultura en la trayectoria*. México.
- Gargatte, R. (15 de 08 de 2019). *¿Qué son los formatos radiofónicos?* ConcoTV: <https://www.concoTV.gob.pe/wp-content/uploads/2019/08/FORMATOS-RADIALES-resumido.pdf>
- González, S. (2018). *La comunicación persuasiva como instrumento para el cambio de opiniones*. Universidad Nacional Autónoma de México. <https://doi.org/18707300>
- Gorostegui, E. (2018). *Comportamiento humano y habilidades directivas*. España: Universitaria Ramón Areces.

- Gramsci, A., & Nuila, C. (5 de August de 2020). *Que se entiende por cultura, una aproximación al concepto en 2020*. Retrieved 11 de July de 2022, from Revista Culturel: <https://revistaculturel.com/articulos/que-se-entiende-por-cultura/>
- Gramsci, A., & Nuila, C. (5 de August de 2020). *Que se entiende por cultura, una aproximación al concepto en 2020*. *Cuturel*. Retrieved 11 de July de 2022, from Revista Culturel: <https://revistaculturel.com/articulos/que-se-entiende-por-cultura/>
- Gregorio, V., Ureña, N., & Gómez, M. C. (2020). *La danza en el ámbito de educativo*. Universidad de Murcia.
- Guiu, J., Ramos, R., & Etessam, J. (2018). *El idioma y la difusión de la investigación*. Servicio de Neurología.
- Henry, P. (2019). *Comunicación y radio: manual de producción radiofónica y guía didáctica para la elaboración y aplicación de formatos*. Quito: Quito: UCE.
- Hernández, F. (2017). Las creencias y las concepciones. *Perspectivas complementarias*. *REIFOP*, 14(1), 165 - 175. <https://doi.org/3678800>
- Hernández, J., & López, T. (2018). *La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico*. Universidad de Córdoba. <https://doi.org/19888430>
- Imaginario, A. (30 de 09 de 2019). *Significado de Cultura (Qué es, Concepto y Definición)*. Retrieved 8 de July de 2022, from Significados: <https://www.significados.com/cultura/>
- Imaginario, A. (30 de 09 de 2019). *Significado de Cultura (Qué es, Concepto y Definición)*. Retrieved 8 de July de 2022, from Significados: <https://www.significados.com/cultura/>
- Inga, C., Avilés, C., & Garrido, A. (2021). *Saberes ancestrales alimentarios y desarrollo del turismo gastronómico en el cantón Cañar*. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo.
- Jaramillo, M. (2018). *Gestión de la Comunicación para el Desarrollo Comunitario : diagnóstico de la parroquia Puenbo entre los años 2014 al 2017*. Quito.

- Lahera, D., & Pérez, F. (2021). La enseñanza de la historia en las aulas: un tema para reflexionar. *Debates por la historia*, 129-154.
- Ley Organica de Comunicación. (2019). *Ley Organica de Comunicación*. Quito, Quito, Ecuador: Asamblea Nacional del Ecuador.
https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/private/asambleanacional/file/sasambleanacionalnameuid-29/Leyes%202013-2017/562-comunicacion-lmoreno/ro-ref-comunicacion-432s_20_02_2019.pdf
- Loja, A. (2019). “ANÁLISIS DE GÉNEROS PERIODÍSTICOS Y FORMATOS RADIALES UTILIZADOS EN EL PERIODISMO DEPORTIVO DE LA RADIODIFUSIÓN DE CUENCA. UNIVERSIDAD DE CUENCA.
- MacGregor, N. (2019). *Vivir con los dioses: Pueblos, objetos y creencias*. Reino Unido: DEBATE.
- Madrazo, M. (2017). Algunas consideraciones entorno al significado de la tradición. *Contribuciones desde coatepec*(9), 115- 132. <https://doi.org/28150907>
- Malespín, G. (2016). *La Radio Comunitaria ¿Cómo resignificarla hoy?* (1 ed., Vol. 18). Gretta Paiz.
https://www.researchgate.net/publication/313685826_La_Radio_Comunitaria_Como_resignificarla_hoy/fulltext/58a7835792851cf0e3b975a3/La-Radio-Comunitaria-Como-resignificarla-hoy.pdf?origin=publication_detail
- Marambio, J. (2016). 'Ilu. *Revista de Ciencias de las Religiones* 21 2016: 31-4931. *Ediciones complutense*, 49.
- Martínez, H. (2016). *DANCE, ¿COMPREHENSION AND COMMUNICATION*. Brocar.
<https://doi.org/http://doi.org/10.18172/brocar.3251>
- Mascioli, J., & Romero, W. (2020). *Cómo se construye un texto informativo*. UPLOADS.
- McLuhan, M. (2017). El Medio es el Mensaje. *Academia*, 12.

- Mejillón, H. (2020). *Mitos y leyendas en la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad de las Artes.
- Mirabet, S. E. (2021). *Análisis de un caso de éxito de emisora de radio*. Barcelona.
- Morales, A. (2019). *¿Qué es la comunicación?* Venezuela: Todamateria.
- Morales, E. M. (2020). *ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LOS DOS PROGRAMAS MÁS ESCUCHADOS EN LA RADIO SALINERA "LA VOZ DE LOS AFROS"*. Quito.
- Morales, E. (2020). *Análisis de contenidos de los programas más escuchados en la radio Salinera "La voz de los afros"*. Quito.
- Morales, S. (2019). Estudios de audiencias y medios comunitarios: apuntes para un reencuentro necesario*. *Scielo*, 20.
- Muente, G. (03 de 10 de 2018). *rockcontent*. rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/publico-objetivo/>
- Padilla, E. (2020). *Análisis de contenido de los dos programas más escuchados en la radio salinera "La Voz de los Afros" (Provincia de Imbabura) como medio cultural, en 2018*. Quito: DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES FACULTAD:PERIODISMO.
- Páez, J. (2017). *El lenguaje radiofónico*. Universidad Autonoma de Barcelona.
- Pantoja, C. (2019). *Comidas tradicionales: un espacio para la alimentación saludable*. Orcbous. <https://doi.org/10.17533/udea.penh.v21n1a08>
- Peiró, R. (01 de 12 de 2020). *economipedia*. economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-comunicacion.html>
- Pilatasig, V. (2019). *Comunicación y radio: manual de producción radiofónica y uía didáctica para la elaboración y aplicación de formatos radiales*. Quito: Quito: UCE.
- Porporatto, M. (17 de 01 de 2022). *Importancias*. Importancias: <https://importancias.com/radio/>

- Quintana, J., Torres, A., & Delgado, Y. (2021). *La locución radial y su efecto en la expresi6n oral en estudiantes de educaci6n primaria*. Cuba: Centro Universitario de Guantánamo.
- Ramírez, P. O. (2020). *Radio comunitaria : participaci6n ciudadana sin límites* . México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, DCSH/UAM.
- Ramírez, Y. (18 de 06 de 2019). *Eumed.net*. Eumed.net: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/06/fiestas-patronales.html>
- Ramiro Ruales Parreño, A. T. (2019). *Análisis de contenido de la plataforma digital la prensa*. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo.
- Ramon, R. (23 de 12 de 2021). *elprimerpiso.net*. elprimerpiso.net: <https://organosdepalencia.com/biblioteca/articulo/read/172800-que-es-un-mensaje-informativo>
- Rivera, M., & Fernández, M. (2016). *¿Qué es la Ciencia?* Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Rivero, J. (31 de 12 de 2019). *Neetwork*. Neetwork: <https://neetwork.com/mensajes-persuasivos/>
- Rizo, M. (2016). *La relaci6n entre comunicaci6n y cultura en la trayectoria*. México.
- Rodero, E. (2019). *Estudio sobre la escucha de la voz del locutor con y sin su imagen*. Universidad Pompeu Fabra. <https://doi.org/10803/292736>
- Rodríguez, H. (03 de 11 de 2021). 7 tipos de programas de radio que te harán cancelar tu suscripci6n de Netflix. *crehana*. crehana: <https://www.crehana.com/blog/video/tipos-de-programas-radio/>
- Rodríguez, H. (03 de 11 de 2021). *crehana*. crehana: <https://www.crehana.com/blog/video/tipos-de-programas-radio/>

- Saiz, P. (2021). *El lenguaje radiofónico: Cómo generar interés y mantener la atención de la audiencia*. Universidad Politécnica de Valencia. <https://doi.org/10251/172644>
- Salazar, R. (2016). *Mensajes Educativos*.
- Sánchez, E. (13 de Diciembre de 2021). *La mente es maravillosa*. La mente es maravillosa: <https://lamenteesmaravillosa.com/la-teoria-de-usos-y-gratificaciones/>
- Sánchez, E. (13 de Diciembre de 2021). *La mente es maravillosa*. La mente es maravillosa: <https://lamenteesmaravillosa.com/la-teoria-de-usos-y-gratificaciones/>
- Sandoya, C. T., Beltrán, L. R., González, L., & López, J. I. (25 de 06 de 2020). *Radio comunitaria para el desarrollo y el cambio social*. Retrieved 11 de July de 2022, from REDIB: https://redib.org/Record/oai_articulo3020043-radio-comunitaria-para-el-desarrollo-y-el-cambio-social
- Sarrazin, J. (2018). Religión: ¿sabemos de lo que estamos hablando? En J. P. Sarrazin, *Religión: ¿sabemos de lo que estamos hablando?* (págs. 67 - 84). Universidad Libre.
- Schuler, L. (2020). *Público objetivo, cliente ideal y buyer persona: ¿cuáles son las diferencias?* CORTERS.
- Tamayo, N. (2013). *La Comunicación: el impacto de su transformación a través de los años en las empresas*. Universidad San Francisco de Quito. <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/2706/1/109123.pdf>
- Tomazzoni, L. (2017). *El análisis de contenidos en las investigaciones turísticas en Brasil*. Buenos Aires, Argentina.
- Torres, G. (2018). *Las celebraciones andinas y fiestas populares como identidad ancestral del Ecuador*. Universidad y Sociedad. <https://doi.org/10289293>
- Umaña, A. (2018). Las concepciones sobre el lenguaje y su relación con los procesos cognitivos superiores, en docentes de I Ciclo y II Ciclo de Educación General Básica de escuelas públicas urbanas de tres cantones de la provincia de San José, Costa Rica.

<https://doi.org/https://doi.org/https://dx.doi.org/10.15517/revedu.v42i1.19908>

- Valverde, A. A., & Chavarría, G. C. (2017). La ficha didáctica: una técnica Útil y necesaria, para individualizar la enseñanza. *Pensamiento actual*, 4(5), 13 - 23.
- Varona, E., Camagüey, L., & Amayuela, G. (2019). *Comunicación y su relación con la educación en el contexto*. Alternativas Psicología.
- Villalva, M., & Inga, C. (2020). Saberes ancestrales gastronómicos y turismo cultural de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. *Revista CUMBRES*, 6(2), 65 - 82.

ANEXOS

Cronograma

Tabla 23

| N° | Actividades | Junio | | | | Julio | | | | Agosto | | | | Septiembre | | | | Octubre | | | | Noviembre | | | | Diciembre | | | | Enero | | | |
|----|--|-------|---|---|---|-------|---|---|---|--------|---|---|---|------------|---|---|---|---------|---|---|---|-----------|---|---|---|-----------|---|---|---|-------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Inscripción en la Unidad de Titulación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Presentación del anteproyecto | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Revisión del anteproyecto | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Corrección del tema | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Aprobación del tema | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Recolección de información | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | Desarrollo del proyecto de investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | Entrega de documentación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | Entrega del proyecto de investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11 | Defensa del proyecto de investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa.

Fuente: Cindy Cajas y Hamilton Japa.

Presupuesto ejecutado

Tabla 24

| <i>Cantidad</i> | <i>Descripción</i> | <i>Valor por unidad</i> | <i>Valor total</i> |
|-----------------|--|-------------------------|--------------------|
| 2 | Computadoras | \$1.500,00 | \$3.000,00 |
| 1 | Cámara Canon 90D | \$1.500,00 | \$1.500,00 |
| 1 | Memoria USB | \$15,00 | \$15,00 |
| 3 | Impresiones | \$17,40 | \$34,80 |
| 3 | Anillados | \$1,50 | \$4,50 |
| 3 | Empastado | \$30,00 | \$90,00 |
| 3 | CD | \$2,00 | \$6,00 |
| <i>Global</i> | Materiales de escritorio (bolígrafos, carpetas) | \$5,00 | \$5,00 |
| 2 | Internet por 5 meses | \$60,00 | \$300,00 |
| 2 | Telefonía por 5 meses | \$7,00 | \$70,00 |
| 2 | Transporte por 5 meses | \$250,00 | \$500,00 |
| <i>Total</i> | | | \$5.525,30 |

Elaborado por: Cindy Cajas y Hamilton Japa.

Fuente: Cindy Cajas y Hamilton Japa.

Financiamiento propio

Instrumentos de recopilación de datos

Banco de preguntas a la locutora del programa Alta Voz

1. Una breve descripción del programa
2. En qué horario es transmitido el programa
3. Qué tiempo de duración tiene el programa
4. Qué características tiene el programa
5. Cuáles son las temáticas que se abordan en el programa
6. Cuál es la estructura que tiene el programa
7. Existe una interacción con el público o radioescuchas

Banco de preguntas para el director de la Radio Salinerito

1. ¿Quién creó el programa?
2. ¿Cuándo fue creado el programa?
3. ¿Cuál fue el objetivo por el cual se creó el programa?
4. El programa fue creado por iniciativa de la radio o de algún locutor
5. Cuantos locutores han realizado el programa
6. Existen programas culturales dentro de la parrilla de programación
7. ¿Considera usted que los contenidos que se tratan en el programa contribuyen al desarrollo de la comunidad?
8. ¿Cree usted que si se emplearían temas culturales en el programa ayudaría a fortalecer la cultura de los salineros?
9. Existen un monitoreo del programa

Encuesta



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN EMPRESARIA E INFORMÁTICA



Carrera: Comunicación

Estudiantes egresados

Objetivo: Analizar la opinión de los habitantes de la parroquia Salinas, sobre el programa Alta Voz, para sugerir temas culturales.

Encuesta realizada a comunidades donde llega la señal de la Radio Salinerito 89.90 FM

Señale con una X en el casillero que usted considere correcto.

1. ¿Qué tipo de medio de comunicación mira o escucha?

Radio

Televisión

Plataformas digitales

2. ¿Qué tipo de temas culturales le gustaría escuchar en la radio?

Gastronomía

Tradiciones

Costumbres

Vestimenta

Idioma Quecha

3. Escucha Radio Salinerito

Si

No

4. ¿Qué tipo de programa le gustaría escuchar en la Radio Salinerito?

Informativo

Entretenimiento

Cultural

5. ¿Ha escuchado el programa Alta Voz?

Si

No

6. ¿Con qué frecuencia escucha el programa Alta Voz?

Siempre

A veces

Nunca

7. ¿Cómo califica usted el programa?

Muy bueno

Bueno

Malo

8. ¿Son de su interés los temas que se abordan en el programa?

Si

No

9. ¿Cree usted qué es importante que en el programa se traten temas culturales?

Si

No

10. ¿Considera usted que mientras más se hable de temas culturales, se rescataría la cultura de Salinas?

Si

No

11. ¿Con qué frecuencia le gustaría que se hablen sobre temas culturales?

Todos los días

1 vez por semana

1 vez por mes

12. ¿Cómo lo considera al programa Alta Voz?

Dinámico

Muy serio

Tabla 25

| FICHA DE OBSERVACIÓN | | | | |
|---|--|-----------------|-------------|------------------|
| Objetivo: | | | | |
|  | | | | |
| Nombre del programa: | | | | |
| Fechas de emisión del programa: | | | | |
| Locutora: | | Horario: | | Duración: |
| Nº | Ítems | Nunca | Pocas veces | Siempre |
| 1 | Inicia con puntualidad el programa | | | |
| 2 | Utiliza adecuadamente los formatos radiofónicos | | | |
| 3 | Utiliza un guion o estructura para realizar el programa | | | |
| 4 | Segmenta la programación | | | |
| 5 | Improvisa el programa | | | |
| 6 | Hace un correcto uso de las cortinas musicales, ráfaga y efectos de sonido | | | |
| 7 | La locutora domina el tema | | | |
| 8 | Utiliza de forma correcta las plataformas digitales | | | |
| 9 | La locutora habla con claridad y presencia | | | |
| 10 | La locutora transmite entusiasmo e interés | | | |
| 11 | Se tratan temas culturales en la programación | | | |
| 12 | Los invitados generan expectativa | | | |
| 13 | Los programas despiertan el interés de los oyentes | | | |
| 14 | Existe interacción con los oyentes durante la programación | | | |
| 15 | Finaliza el programa a la hora establecida | | | |

Archivos de audio

Audios del programa Alta Voz, a partir del 1 al 30 de junio de 2022.

Gráfico 17

The screenshot shows a Windows File Explorer window titled 'rabaciones de junio'. The address bar indicates the path 'GATITA (D:) > rabaciones de junio'. The left sidebar shows the navigation pane with 'Este equipo' selected, and 'GATITA (D:)' expanded. The main pane displays a list of 18 audio files (OGG format) with columns for Name, Date Modified, Type, and Size. The files are sorted by date and time.

| Nombre | Fecha de modificación | Tipo | Tamaño |
|-------------------------|-----------------------|-------------|-----------|
| rec_20220601-050130_0-5 | 1/6/2022 10:00 | Archivo OGG | 30.093 KB |
| rec_20220601-050130_0-6 | 1/6/2022 11:00 | Archivo OGG | 30.106 KB |
| rec_20220601-050130_0-7 | 1/6/2022 12:00 | Archivo OGG | 30.107 KB |
| rec_20220601-050130_0-8 | 1/6/2022 13:00 | Archivo OGG | 30.130 KB |
| rec_20220602-045747_0-6 | 2/6/2022 10:00 | Archivo OGG | 30.090 KB |
| rec_20220602-045747_0-7 | 2/6/2022 11:00 | Archivo OGG | 30.135 KB |
| rec_20220602-045747_0-8 | 2/6/2022 12:00 | Archivo OGG | 30.127 KB |
| rec_20220602-045747_0-9 | 2/6/2022 13:00 | Archivo OGG | 30.119 KB |
| rec_20220603-051905_0-5 | 3/6/2022 10:00 | Archivo OGG | 30.164 KB |
| rec_20220603-051905_0-6 | 3/6/2022 11:00 | Archivo OGG | 30.185 KB |
| rec_20220603-051905_0-7 | 3/6/2022 12:00 | Archivo OGG | 30.171 KB |
| rec_20220603-051905_0-8 | 3/6/2022 13:00 | Archivo OGG | 30.185 KB |
| rec_20220606-045738_0-6 | 6/6/2022 10:00 | Archivo OGG | 30.101 KB |
| rec_20220606-045738_0-7 | 6/6/2022 11:00 | Archivo OGG | 30.101 KB |
| rec_20220606-045738_0-8 | 6/6/2022 12:00 | Archivo OGG | 30.103 KB |
| rec_20220606-045738_0-9 | 6/6/2022 13:00 | Archivo OGG | 30.102 KB |
| rec_20220607-045924_0-6 | 7/6/2022 10:00 | Archivo OGG | 30.077 KB |
| rec_20220607-045924_0-7 | 7/6/2022 11:00 | Archivo OGG | 30.100 KB |
| rec_20220607-045924_0-8 | 7/6/2022 12:00 | Archivo OGG | 30.111 KB |

Audios del programa Alta Voz, a partir del 1 al 29 de julio de 2022.

Gráfico 18

The screenshot shows a Windows File Explorer window titled 'julio'. The address bar indicates the path 'GATITA (D:) > julio'. The left sidebar shows the navigation pane with 'Este equipo' selected, and 'GATITA (D:)' expanded. The main pane displays a list of 23 audio files (OGG format) with columns for Name, Date Modified, Type, and Size. The files are sorted by date and time.

| Nombre | Fecha de modificación | Tipo | Tamaño |
|-------------------------|-----------------------|-------------|-----------|
| rec_20220701-045800_0-6 | 1/7/2022 10:00 | Archivo OGG | 30.106 KB |
| rec_20220701-045800_0-7 | 1/7/2022 11:00 | Archivo OGG | 30.163 KB |
| rec_20220701-045800_0-8 | 1/7/2022 12:00 | Archivo OGG | 30.145 KB |
| rec_20220701-045800_0-9 | 1/7/2022 13:00 | Archivo OGG | 30.112 KB |
| rec_20220704-045551_0-6 | 4/7/2022 10:00 | Archivo OGG | 30.097 KB |
| rec_20220704-045551_0-7 | 4/7/2022 11:00 | Archivo OGG | 30.121 KB |
| rec_20220704-045551_0-8 | 4/7/2022 12:00 | Archivo OGG | 30.130 KB |
| rec_20220704-045551_0-9 | 4/7/2022 13:00 | Archivo OGG | 30.123 KB |
| rec_20220705-045402_0-6 | 5/7/2022 10:00 | Archivo OGG | 30.103 KB |
| rec_20220705-045402_0-7 | 5/7/2022 11:00 | Archivo OGG | 30.145 KB |
| rec_20220705-045402_0-8 | 5/7/2022 12:00 | Archivo OGG | 30.124 KB |
| rec_20220705-045402_0-9 | 5/7/2022 13:00 | Archivo OGG | 30.135 KB |
| rec_20220706-045928_0-6 | 6/7/2022 10:00 | Archivo OGG | 30.115 KB |
| rec_20220706-045928_0-7 | 6/7/2022 11:00 | Archivo OGG | 30.102 KB |
| rec_20220706-045928_0-8 | 6/7/2022 12:00 | Archivo OGG | 30.101 KB |
| rec_20220706-045928_0-9 | 6/7/2022 13:00 | Archivo OGG | 30.146 KB |
| rec_20220707-045526_0-6 | 7/7/2022 10:00 | Archivo OGG | 30.094 KB |
| rec_20220707-045526_0-7 | 7/7/2022 11:00 | Archivo OGG | 30.117 KB |
| rec_20220707-045526_0-8 | 7/7/2022 12:00 | Archivo OGG | 30.127 KB |

Otros

Solicitud a la Radio Salinerito para la realización del proyecto de investigación.

Gráfico 19



Guaranda, 22 de noviembre de 2022

Lic.
Marcelo Allauca
Director
De Radio Salinerito

Presente. -

Reciba un cordial saludo de la Unidad de Titulación de la Carrera de Comunicación, de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, de la Universidad Estatal de Bolívar, la presente tiene como finalidad solicitar las facilidades a las estudiantes Cajas Arévalo Cindy Lisbeth con C.I. 020233370-4 y Japa Sucunuta Hamilton Stalin con C.I. 1900777986, para el desarrollo de su proyecto de investigación "Análisis de contenidos del programa 'Alta voz' emitido por Radio Salinerito 89.90 FM, para sugerir temas culturales para la comunidad, durante los meses de junio y julio del 2022", previo a la obtención del título de licenciadas en Comunicación.

Agradezco de antemano la atención a la presente.

Atentamente,


Mgs. Marcelo Barriga
Director de Proyecto de Investigación
Carrera de Comunicación,




22 - Nov - 2022

Carta de aceptación de la Radio Salinerito donde se aplicará el proyecto de investigación.

Gráfico 20



Gráfico 21



Tutorías con el Mgs. Marcelo Barriga tutor del proyecto de investigación.

Gráfico 22



Tutorías por: Mgs. Marcelo Barriga.

Gráfico 23



Tutorías, par académico: Mgs. Sandra Paredes.

Gráfico 24



Tutorías, par académico: Mgs. María Ulloa.

Gráfico 25



Cindy Cajas, entrevista al Director de la Radio Salinerito.

Gráfico 26



Hamilton Japa, entrevista a la Locutora del programa Alta Voz.

Gráfico 27



Cindy Cajas, encuesta realizada a los habitantes de la parroquia Salinas.

Gráfico 28



Cindy Cajas, encuesta realizada a los habitantes de la parroquia Salinas.

Gráfico 29



Cindy Cajas, encuesta realizada a los habitantes de la parroquia Salinas.

Gráfico 30



Cindy Cajas, encuesta realizada a los habitantes de la parroquia Salinas.

Gráfico 31



Hamilton Japa, encuesta realizada a los habitantes de la parroquia Salinas.

Gráfico 32



Hamilton Japa, encuesta realizada a los habitantes de la parroquia Salinas.

Gráfico 33



Hamilton Japa, encuesta realizada a los habitantes de la parroquia Salinas.

Gráfico 34



Hamilton Japa, encuesta realizada a los habitantes de la parroquia Salinas.