



# **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:**

**IMPACTO DE LA RADIO RS 97.5 EN LA CULTURA  
INFORMATIVA PARA EL DESARROLLO DE LA  
COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA EN LA CIUDAD DE  
GUARANDA, PERIODO ENERO - AGOSTO 2022**

**AUTORES:**

**JONH JAVIER PUCHA LÓPEZ**

**CRISTOFFER JOSÚE SASHQUI GUAYPACHA**

**GUARANDA – ECUADOR**

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**



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

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, PREVIO A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
COMUNICADOR**

**IMPACTO DE LA RADIO RS 97.5 EN LA CULTURA INFORMATIVA  
PARA EL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA  
EN LA CIUDAD DE GUARANDA, PERIODO ENERO - AGOSTO 2022**

**AUTORES:**

**JONH JAVIER PUCHA LÓPEZ**

**CRISTOFFER JOSÚE SASHQUI GUAYPACHA**

**DIRECTOR**

**LIC. KLÉBER ROMERO, MCs.**

**PAR**

**LIC. PILAR CHÁVEZ, MCs.**

**LIC. ROCÍO NÚÑEZ, MCs.**

**GUARANDA-BOLÍVAR- ECUADOR**

## **AGRADECIMIENTO**

“Si quieres cambiar tu vida, intenta dar las gracias. Cambiará tu vida poderosamente”. Gerald Good

El resultado de una investigación es siempre el fruto de la ardua dedicación, que nace desde una ideas, proyectos y esfuerzos previos de otros. En este contexto, mi más sincero agradecimiento a mis docentes y cuasi colegas que compartieron sus saberes, conocimientos y experticia en la relación a la hoy se convierte en mi profesión, y mi segundo hogar mi carrera de Comunicación, además, donde viví la más frutífera experticia de vida, a la Universidad de Estatal de Bolívar, centro de sapiencia en el no solo me forme académicamente, sino también en valores, carácter y disciplina.

Agradecimiento total a mis padres auspiciantes para el alcance de este sueño hoy por hoy realidad, a mi hermano el cómplice y compañero de esta gran etapa, esa segunda familia mis amigos con los que he compartido momentos imborrables entre pasillos y aulas.

Jonh Javier Pucha López

## AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de investigación lo dedicamos a Dios, por ser el ente religioso que nos ha inspirado y darnos fuerza para continuar en el proceso de obtener uno de los sueños anhelados de un niño que de a poco se va cristalizando

A mis padres, por el amor, dedicación, paciencia trabajo y sacrificio durante toda mi vida escolar, gracias a ustedes estamos logrando victorias en este mundo competitivo con el fin de plasmar el molde que una vez ustedes se imaginaron. Es un orgullo, privilegio y honor ser su hijo teniendo en cuenta que son los mejores padres que un niño, joven, adulto, podría tener.

A mis hermanos por estar presentes, acompañándome agradecido por el apoyo moral, que me han brindado a lo largo de esta etapa de mi vida, pese a dificultades, adversidades siempre han mantenido su confianza para conseguir un logro como este.

Sin olvidar me gustaría agradecer a varias personas y colegas con las que hemos podido compartir momentos importantes en el trascurso de la vida universitaria, a mis docentes que me orientaron durante el proceso de investigación y redacción de este trabajo.

Cristoffer Josué Sashqui Guaypacha

## DEDICATORIA

Se termina una etapa inundada de grandes experiencias, nuevos conocimientos, todo un proceso de formación profesional y personal, donde no faltaron la felicidad, los desvelos, las carcajadas con amigos, en ocasiones una que otra frustración.

Y hoy que veo reflejado el fruto de mi esfuerzo, quiero dedicárselo primero a Dios que ha hecho que me mantenga en mi objetivo, quien me ha puesto a prueba un varias de ocasiones, y me ha guiado a la superación de ella, siendo mi fuerza durante estos años en el mundo académico, a mis abuelitos que fueron y son parte de este triunfo los que me han brindado su apoyo incondicional desde lo sentimental hasta lo económico, a mi hermano que sin saberlo es mi ancla, mi cable a tierra y mi mayor fortaleza.

Jonh Javier Pucha López

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación lo dedicamos a Dios, por ser el ente religioso que nos ha inspirado y darnos fuerza para continuar en el proceso de obtener uno de los sueños anhelados de un niño que de a poco se va cristalizando

A mis padres, por el amor, dedicación, paciencia trabajo y sacrificio durante toda mi vida escolar, gracias a ustedes estamos logrando victorias en este mundo competitivo con el fin de plasmar el molde que una vez ustedes se imaginaron. Es un orgullo, privilegio y honor ser su hijo teniendo en cuenta que son los mejores padres que un niño, joven, adulto, podría tener.

A mis hermanos por estar presentes, acompañándome agradecido por el apoyo moral, que me han brindado a lo largo de esta etapa de mi vida, pese a dificultades, adversidades siempre han mantenido su confianza para conseguir un logro como este.

Sin olvidar me gustaría agradecer a varias personas y colegas con las que hemos podido compartir momentos importantes en el transcurso de la vida universitaria, a mis docentes que me orientaron durante el proceso de investigación y redacción de este trabajo.

Cristoffer Josué Sashqui Guaypacha

**MGS. ROMERO QUIROGA KLÉBER RENATO, MGS. CHÁVEZ CHACAN PILAR Y MGS. NUÑEZ AGUIAR FATIMA DEL ROCÍO EN CALIDAD DE DIRECTOR Y PARES ACADÉMICOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN, A PETICIÓN DE LA PARTE INTERESADA,**

## **CERTIFICA**

Que los señores **JONH JAVIER PUCHA LOPEZ Y CRISTOFFER JOSUE SASHQUI GUAYPACHA** estudiantes de la Carrera de **Comunicación**, Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, han cumplido con las sugerencias y recomendaciones emitidas por el suscrito a su anteproyecto denominado **“IMPACTO DE LA RADIO RS 97.5 EN LA CULTURA INFORMATIVA PARA EL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA EN LA CIUDAD DE GUARANDA, PERIODO ENERO - AGOSTO 2022”**, en tal virtud facultamos a las interesadas continuar con el desarrollo de su proyecto.

Es todo cuanto podemos certificar en honor a la verdad.

Guaranda, 08 de febrero de 2023

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:  
**KLEBER RENATO  
ROMERO QUIROGA**

MCs. Kléber Romero  
**Director**



Firmado electrónicamente por:  
**PILAR JANETH CHAVEZ  
CHACAN**

MCs. Pilar Chávez  
**Par Académico**



Firmado electrónicamente por:  
**FATIMA DEL  
ROCIO NUNEZ  
AGUIAR**

MCs. Rocío Núñez  
**Par Académico**

## DERECHOS DE AUTOR

Nosotros, **JONH JAVIER PUCHA LÓPEZ** y **CRISTOFFER JOSÚE SASHQUI GUAYPACHA**, portadores de la Cédula de Identidad No. 0202410387 y 1600557670, en calidad de autores y titulares de los derechos morales y patrimoniales de Trabajo de Titulación: **“IMPACTO DE LA RADIO RS 97.5 EN LA CULTURA INFORMATIVA PARA EL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA EN LA CIUDAD DE GUARANDA, PERIODO ENERO - AGOSTO 2022”**, modalidad **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.

JONH JAVIER PUCHA LÓPEZ

CRISTOFFER JOSÚE SASHQUI GUAYPACHA



Firmado electrónicamente por:  
JONH JAVIER PUCHA  
LOPEZ



Firmado electrónicamente por:  
CRISTOFFER JOSUE  
SASHQUI GUAYPACHA



## ÍNDICE DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTO.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
CERTIFICADO DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO.....	v
INTRODUCCIÓN.....	1
RESUMEN.....	3
ABSTRAC.....	4
TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	5
CAPÍTULO I.....	5
FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO.....	5
DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	5
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	6
JUSTIFICACIÓN.....	7
1.5. OBJETIVOS.....	8
1.5.1. OBJETIVO GENERAL.....	8
1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	8
1.6. HIPÓTESIS .....	8
1.7. VARIABLES.....	8
1.7.1. VARIABLE INDEPENDIENTE.....	8
1.7.2. VARIABLE DEPENDIENTE.....	8
1.8. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	9
CAPÍTULO II.....	11
MARCO TEÓRICO.....	11
2.1. ANTECEDENTES.....	11
2.1.1. CIENTÍFICO.....	13
2.1.2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	13
2.1.3. PRENSA, FOTOGRAFÍA Y CINE .....	13

2.1.4. LA RADIO EN LATINOAMÉRICA.....	18
2.1.5. HISTORIA DE LA RADIO EN EL ECUADOR.....	19
2.1.6. COMUNICACIÓN.....	20
2.1.7. PROGRAMAS INFORMATIVOS.....	22
2.1.8. CULTURA INFORMATIVA.....	22
2.1.9. ESTRUCTURA RADIAL.....	23
2.1.10. LA ESTRUCTURA FORMAL.....	24
2.1.11. EMISORA Y FRECUENCIA.....	25
2.2.1. CONCEPTUAL.....	26
2.2.2. TEORÍA DE LA INFORMACIÓN.....	26
2.2.3. COMPONENTES DE LA TEORÍA DE LA INFORMACIÓN.....	27
2.2.4. LA RADIO.....	28
2.2.5. PROGRAMAS RADIALES.....	29
2.2.6. ESTRATEGIAS RADIALES.....	30
2.2.7. TIPOS DE PROGRAMAS DE RADIO.....	30
2.2.8. PROGRAMAS MUSICALES O DE ENTRETENIMIENTO.....	31
2.2.9. PROGRAMAS INFORMATIVOS.....	31
2.2.10. PROGRAMAS DEPORTIVOS.....	31
2.2.11. PROGRAMAS CULTURALES.....	32
2.2.12. PROGRAMAS CRISTIANO O RELIGIOSO.....	32
2.2.13. PROGRAMAS DE VARIEDADES.....	32
2.2.14. CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO.....	33
2.2.15. INNOVACIONES DE LAS PROGRAMACIONES.....	34
2.2.16. ANÁLISIS PARRILLAS RADIALES.....	36
2.3.1. LEGAL.....	37
2.4.1. GEORREFERENCIAL.....	40
CAPÍTULO III.....	41
METODOLOGÍA.....	41
3.1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	41
3.1.2. LA INVESTIGACIÓN HISTÓRICA: .....	41

3.1.3.	INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA.....	41
3.1.4.	INVESTIGACIÓN CUALITATIVA.....	42
3.1.5.	INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	42
3.2.1.	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	42
3.2.2.	MÉTODO CIENTÍFICO.....	42
3.2.3.	MÉTODO INDUCTIVO.....	43
3.2.4.	MÉTODO DEDUCTIVO.....	43
3.2.5.	MÉTODO ESTADÍSTICO.....	43
3.3.1.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE DATOS...	43
3.3.2.	LA ENTREVISTA.....	43
3.3.3.	ENCUESTAS.....	43
3.3.4.	LA OBSERVACIÓN.....	44
3.3.5.	ACOPIO BIBLIOGRÁFICO.....	44
3.4.1	FÓRMULA PARA SACAR LA MUESTRA.....	44
3.4.2	DESARROLLO.....	45
	CAPÍTULO IV.....	46
4.1	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	46
4.1.2.	ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS...	46
4.1.3.	ENCUESTA.....	47
4.1.4.	ENTREVISTA.....	54
4.1.5.	ANÁLISIS DESCRIPTIVO Y CRÍTICO DE LA ENTREVISTA.....	56
	CAPÍTULO IV.....	57
5.1.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	57
5.1.1.	CONCLUSIONES.....	57
5.1.2.	RECOMENDACIONES.....	58
6.	BIBLIOGRAFÍA.....	59
7.	ANEXOS.....	62
	PRESUPUESTO EJECUTADO.....	65
	RECURSOS MATERIALES.....	65
	FINANCIAMIENTO.....	65

HIMNO A RADIO SURCOS.....	66
PARRILLA RADIAL.....	67

### **INDICE DE TABLAS**

TABLA 1	MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE.....	9
TABLA 2	RESULTADOS PREGUNTA 1.....	47
TABLA 3	RESULTADOS PREGUNTA 2.....	48
TABLA 4	RESULTADOS PREGUNTA 3.....	49
TABLA 5	RESULTADOS PREGUNTA 4.....	50
TABLA 6	RESULTADOS PREGUNTA 5.....	51
TABLA 7	RESULTADOS PREGUNTA 6.....	52
TABLA 8	RESULTADOS PREGUNTA 7.....	53
TABLA 11	PARRILLA RADIAL RS.....	65
TABLA 12	PARRILLA RADIAL SURCOS.....	66

### **INDICE DE GRAFICOS**

GRÁFICO 1	MODELO DE SHANNON Y WEAVER.....	27
GRÁFICO 2	GRÁFICO PREGUNTA 1.....	47
GRÁFICO 3	GRÁFICO PREGUNTA 2.....	48
GRÁFICO 4	GRÁFICO PREGUNTA 3.....	49
GRÁFICO 5	GRÁFICO PREGUNTA 4.....	50
GRÁFICO 6	GRÁFICO PREGUNTA 5.....	51
GRÁFICO 7	GRÁFICO PREGUNTA 6.....	52
GRÁFICO 8	GRÁFICO PREGUNTA 7.....	53

## INTRODUCCIÓN

La Radio RS 97.5 FM se encuentra actualmente funcionando en la ciudad de Guaranda, el cambio drástico que sufrió para mantenerse dentro de la provincia de Bolívar como medio de comunicación, cuyo objetivo principal es brindar información y entretenimiento a los bolivarenses. Ser un medio que se llegue a quedar en el corazón de sus radioescuchas es el principal objetivo como lo hizo en su momento Surcos, tratando de plasmar su marca, su lema como una radio joven con una gran propuesta comunicacional.

Personal totalmente capacitado para desarrollar sus funciones en los distintos programas, que se encuentran en horarios que la mayoría de las personas encienden su radio nutrirse de los nuevos acontecimientos de su entorno. Las características de las programaciones son totalmente claras, informativos que ayudan al desarrollo ciudadano con temas amplios e incluyentes a los consumidores.

Con tres programas de contenido netamente informativo que abarca distintas disciplinas que son de interés social para su desarrollo, considerando que el ser humano por naturaleza necesita constantemente estar informado, es por eso que el medio como tal capacitó a sus colaboradores en puntos muy específicos como producción, controles para la ejecución de sus programas y sumado el interés de capacitar para que sus mensajes sean claros y objetivos al momento de ser emitidos.

Una vez aclarado el contexto del medio de comunicación se destina a conocer cuál es impacto de la radio RS 97.5 en la cultura informativa para el desarrollo de la comunicación radiofónica en la ciudad de Guaranda, periodo enero - agosto 2022.

Por consiguiente, la hipótesis planteada para el trabajo de investigación es: Determinar el impacto de la radio RS 97.5 en la cultura informativa para el desarrollo de la comunicación radiofónica en la ciudad de Guaranda, periodo enero - agosto 2022 que se divide en cuatro capítulos.

El primer capítulo de la investigación consta de la formulación del tema, planteamiento, objetivos, hipótesis y las variables que se sustentan la investigación para poder direccionarse a buscar conceptos de autores padres de la comunicación, como lo son Mario Kaplún, Nikola Tesla y uno de los autores más cercanos a la actualidad Ignacio López Vigil, con importantes aportaciones conceptuales de gran valía en un capítulo dos con conceptos y definiciones científicas. En un tercer capítulo se detalla la metodología usada y aplicada para la recolección y análisis de datos, que será una clara evidencia de la investigación y un cuarto capítulo que contiene el análisis e interpretación de las encuestas aplicadas.

## **RESUMEN**

Los cambios que sufren los medios de comunicación se han evidenciado a lo largo de los años, evolucionar o desaparecer es uno de los problemas más claros que deben tener en cuenta, una nueva estructura y forma de hacer radio también está dentro de las probabilidades para no perder su vigencia, en el caso de la ex - radio Surcos estos criterios se tomaron a consideración. La nueva propuesta en nombre y programación que se direcciona a informar y entretener con nuevas formas de hacer radio aplicando nuevas herramientas y estrategias.

Para el desarrollo de la investigación se aplicó la revisión bibliográfica para determinar cuáles son los modelos de estudio óptimos y se genere las variables para llegar al punto de enfoque de carácter cualitativo y en base a esto conocer cuanta aceptación tiene los programas informativos que genera la RS 97.5 FM. Como medio de comunicación el entorno es favorable con un espectro de radio escuchas positivo, el informativo y RS en la comunidad son las emisiones informativas con números favorables. Autores como López Vigil, Tesla en sus obras diseñan y explican cómo nace y aporta a la sociedad la manera de comunicarse mediante ondas electromagnéticas. La nueva forma de hacer radio fue cambiando y mostrando su adaptación a los diferentes públicos objetivos, migrando a nuevas plataformas, creando contenido de calidad con estructuras radiales adaptadas a los públicos objetivos.

Palabras clave: Informativo, Comunicación, Impacto, Radio, Radiofónica

## ABSTRAC

The changes suffered by the media have been evident over the years, evolving or disappearing is one of the clearest problems that must be taken into account, a new structure and way of doing radio is also within the probabilities so as not to lose their validity, in the case of the ex-radio Surcos these criteria were taken into consideration. The new proposal in name and programming that is directed to inform and entertain with new ways of doing radio applying new tools and strategies.

For the development of the research, the bibliographic review was applied to determine which are the optimal study models and the variables are generated to reach the point of focus of a qualitative nature and based on this, to know how much acceptance the informative programs generated by the RS 97.5 FM. As a means of communication, the environment is favorable with a positive spectrum of radio listeners, the informative and RS in the community are the informative broadcasts with favorable numbers. Authors such as López Vigil, Tesla in their works design and explain how the way of communicating through electromagnetic waves was born and contributed to society. The new way of doing radio was changing and showing its adaptation to the different target audiences, migrating to new platforms, creating quality content with radio structures adapted to the target audiences.



# **TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

IMPACTO DE LA RADIO RS 97.5 EN LA CULTURA INFORMATIVA PARA EL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA EN LA CIUDAD DE GUARANDA, PERIODO ENERO - AGOSTO 2022

## **CAPÍTULO I**

### **FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO**

#### **DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

En la provincia Bolívar y específicamente en Guaranda uno de los medios de comunicación con más aceptación es la radio, pese a esto con el avance tecnológico ha perdido impacto en las nuevas generaciones, obligando a los medios radiales de Guaranda a fusionarse con el mundo de la red (Internet), este fue el caso de Radio Surcos quien no evoluciono conforme los públicos y años pedían, consumiendo su idea inicial y haciéndola inerte al punto que desaparece de las ondas radiales de la provincia Bolívar.

No obstante, a partir de 2022 nace la idea de recuperar el dial, con una nueva esencia dentro del ámbito radial, pasando a ser una radio con una nueva estructura radiofónica, enfocado a otro público con una nueva imagen y una parrilla adecuada y adaptada a la solicitud que pide el entorno actual, con programas informativos y entrenamiento. Además, la problemática de esta es el desconocimiento del impacto de la Radio RS 97.5 en la cultura informativa para el

desarrollo de la comunicación radiofónica en la ciudad de Guaranda, periodo enero - agosto 2022

Es por ello, que el propósito de la investigación es mostrar el impacto de la Radio RS 97.5 FM en el ámbito comunicacional de la ciudad de Guaranda concentrándose directamente en el punto informativo. Las nuevas formas de hacer radio no solo de manera tradicional sino también de manera digital y los distintos objetivos de cada medio como lo son informativo, entretenimiento, educativo y sobre todo comercial, es de esta manera como se ha visto que las radios han cambiado no solo su idea inicial sumado a ello la producción de sus contenidos con nuevos formatos no solo direccionado a un público objetivo, al contrario se transforma en un abanico el cual los radioescuchas consumieran sabiendo que es lo mejor.

### **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuál es el impacto de la radio RS 97.5 en la cultura informativa para el desarrollo de la comunicación radiofónica en la ciudad de Guaranda, periodo enero - agosto 2022?

### **PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

¿Cuál es el aporte de la radio RS a la cultura informativa en el centro de la ciudad de Guaranda?

¿Qué tipo de programas informativos maneja la radio RS 97.5 FM?

¿Qué aceptación tiene el contenido informativo de la radio RS 97.5 FM en el centro de la ciudad de Guaranda?

## **JUSTIFICACIÓN**

La presente investigación busca mostrar impacto de la radio RS 97.5 en la cultura informativa para el desarrollo de la comunicación radiofónica en la ciudad de Guaranda. Considerando que el avance de la tecnología permite que este medio de comunicación se digitalice, buscando la aceptación de una audiencia más exigente, es por ello por lo que para mantener el nivel de sintonía se debe conocer cuáles son los elementos de interés de este público sin perder la audiencia de la radio tradicional de la que evoluciono, llevando a la par su programación habitual, sea netamente entretenimiento, informativo o educativo.

Cabe mencionar que es pertinente que se realice esta investigación, ya que, los cambios constantes de la sociedad han hecho que los consumidores de radio migren a las nuevas plataformas digitales en las cuales ya se asentaron muchos medios radiofónicos, para sacar algo de provecho y no perder sus audiencias. La aparición y popularización de las redes sociales, en los que las audiencias tienen muchas más disposiciones de uso, adaptación, participación e interacción, ha cambiado totalmente el ambiente mediático.

Como estudiantes de comunicación, es conocer el impacto de la radio RS 97.5 en la cultura informativa para el desarrollo de la comunicación radiofónica en la ciudad de Guaranda, considerando la nueva propuesta generacional en todos sus aspectos, musical, profesional e imagen como empresa dedicada a comunicar.

### **1.5. OBJETIVOS**

#### **1.5.1. Objetivo General**

Conocer el impacto informativo de la radio RS 97.5 en la cultura informativa para el desarrollo de la comunicación radiofónica en la ciudad de Guaranda.

### **1.5.2. Objetivos Específicos**

1. Analizar la parrilla de programación de la Radio RS 97.5
2. Identificar el tipo de programación informativa de la RS 97.5 FM
3. Verificar el nivel de aceptación de la programación informativa de la radio RS 97.5 en el centro de Guaranda.

### **1.6. Hipótesis**

Determinación el impacto de la radio RS 97.5 en la cultura informativa para el desarrollo de la comunicación radiofónica en la ciudad de Guaranda, periodo enero - agosto 2022.

### **1.7. VARIABLES**

#### **1.7.1. Variable Independiente**

Cultura informativa

#### **1.7.2. Variable Dependiente**

Comunicación radiofónica

## 1.8. Operacionalización de Variables

Tabla 1 Matriz de Operacionalización de Variables

Variable	Concepto	Dimensión	Indicadores	Instrumento	Ítems
<b>Cultura informativa</b>	Elemento esencial en el desarrollo de la sociedad de la información y el conocimiento.	Habilidades para comunicar  Tipo de información	Calidad del producto  Público consumidor	Observación  Entrevistas	¿Cuáles son las habilidades para comunicar?  ¿Qué tipo de información se maneja?
<b>Comunicación radiofónica</b>	Comunicación basada en el envío de señales de audio a través	Conductores de programas radiales	Impacto en audiencias	Ficha de observación	¿Cuáles son las cualidades de un locutor?

	de ondas de radio	Tiempo de Programas informativos			¿Cómo saber la aceptación del público en los programas informativos?
--	-------------------	----------------------------------	--	--	--

*Elaborado por: Jonh Pucha y Cristoffer Sashqui*

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. ANTECEDENTES**

El presente proyecto de investigación revisa los diferentes trabajos académicos, artículos e informes acercados al impacto de los medios de comunicación dentro de una cultura informativa y como ayuda al desarrollo de la comunicación radiofónica. Además, repasaremos de manera breve la historia que ha marcado una de las primeras radios a nivel provincial en Bolívar, haciendo eco con su noción de evangelizar al radio escuchas.

El libro Radio Surcos 30 años en sus páginas hace referencia el nacimiento y fundación de la pionera en la provincia Bolívar, un libro escrito con puño y letra de los diferentes protagonistas para el nacimiento del medio de comunicación, por el aniversario número 30, en el cual se encuentran líneas muy relevantes un himno, metas, objetivos etc.

... Cándido Rada quien nació en Puntas Arenas, Chile el 23 de mayo de 1905, en una familia profundamente cristiana de origen española, decimotercero de catorce hermanos, a los 16 años entra en la familia Salesiana, haciendo el Noviciado en La Serena.

El 5 de julio de 1931, recibe la Ordenación Sacerdotal en Turín- Italia después de 5 años de estudios teológicos en el Ateneo Salesiano, que termina con su Doctorado en Teología. Ya en los años siguientes, en Chile desempeñaba diferentes cargos en las obras Salesianas: fue Profesor, Párroco y director.

El 12 de agosto de 1945, es considerado Obispo de Ancud (Chile). A partir de 1951 se radica en Ecuador, donde impulsa la construcción del Colegio Cardenal Spellman de varones, del instituto Superior Salesiano y de otras obras.

El desempeño de su tarea pastoral en la provincia Bolívar, se caracterizó por la estructuración de un equipo de clero diocesano, por la distribución de las tierras de la diócesis a los indígenas y a los campesinos, por el establecimiento de normas y estilos de trabajo pastoral, por la construcción de centros de capacitación campesina en San Simón y La Liria etc.

El 19 de marzo de 1963 ordena la instalación de una radioemisora con el nombre de "SURCOS" para llegar con el mensaje del Evangelio y la cultura a los lugares más alejados de la provincia. En 1970 Monseñor Rada, funda el Fondo Ecuatoriano Popular Progresivo (FEPP) cuenta con 140 mil familias de campesinos en 17 provincias del Ecuador

Monseñor Rada Primer Obispo de la Diócesis de Guaranda incomparable espiritual, trasformador efectivo de la ciudad de Guaranda propulsor del desarrollo espiritual y material de la provincia, insigne, Benefactor en cuyo desarrollo ha sido el pionero, hasta el punto de que ha marcado un hito en la historia en la Provincia Bolívar (Radio Surcos, 1993, P. 9,10,11).

Una de las características de Monseñor Cándido Rada fue el amor a la literatura y poesía, junto a Marco Chávez Caiza crean un identificativo para Radio Surcos, una melodía que represente a la emisora eclesiástica, un tono solemne con el fin de ensalzar y mantener una buena organización en la misma. (Radio Surcos, 1993 P. 14).

En el apogeo de Radio Surcos la planificación era muy importante, teniendo en cuenta que se necesitaba un objetivo ya sea a mediano o largo plazo cuyo resultado se vería reflejado en varios años de esfuerzo, dedicación y perseverancia, planteando así un horizonte con objetivos generales y específicos con el fin de evangelizar a la comunidad bolivareense.



### **2.1.1. Científico**

### **2.1.2. Medios de comunicación**

La historia de los medios de comunicación se remonta a los inicios de la humanidad, debido a la necesidad de comunicarse entre sus semejantes el objetivo poder expresar los sentimientos e ideas. Los gestos, sonidos fueron las primeras muestras de comunicación, posteriormente se fueron desarrollando más las habilidades de comunicación, empezando a transmitir mediante imágenes.

### **2.1.3. Prensa, fotografía y cine**

Johannes Gutenberg cambió radicalmente la historia de la comunicación al inventar en 1440 la imprenta, comenzando así la producción de libros, forjando la conciencia democrática del conocimiento, cabe recordar que los libros eran escritos a mano y solo tenían acceso los religiosos y ricos, con la llegada de la imprenta la sociedad pudo tener un criterio único.

Con el desarrollo de la imprenta a partir del siglo XV se crea un factor determinante y la curiosidad de un sin número de personas, se sabe con exactitud que no estaban capacitadas para leer textos, comenzando así la alfabetización, es decir, iniciaron un proceso de aprendizaje en lo que respecta leer y escribir el objetivo de tal hazaña era registrar todos los acontecimientos que posteriormente dieron origen a cuatro bloques de documentos denominados Crónicas, Cartas, Diarios, Almanques, narrando con las aventuras de los monarcas y los acontecimientos ciudadanos de la época romana claro con el protagonista de por medio.

Las cartas mientras tanto comenzaban a ser más informativas de cortes políticas o militares denominadas correspondencia mercantil, por otra parte, los almanaques se consideraban como el vehículo de la alfabetización de los grupos más desfavorecidos, incluyendo así predicciones del tiempo o invenciones del mismo futuro.

Finalmente, los avissi (avisos) no eran más que folios plegados en los que se detallaban noticias útiles vinculadas al desarrollo de mercancías y noticias de interés públicos, este último tipo de publicación tiene una relación con el concepto de periodismo y una semejanza a la prensa que conocemos hoy en día, con el pasar de los siglos comenzaron a aparecer nuevas publicaciones un ejemplo claro el descubrimiento de América en 1492.

Considerado como el primer periódico, en el año de 1529 se crea una hoja de noticias impresa llamada mercurio, donde se solicitaba a los ciudadanos ayuda para defender y derrotar a los turcos que peligrosamente se encontraban en las puertas de la ciudad imperial.

En junio de 1605 se publica el primer periódico denominado “Colección de todas las noticias distinguidas” por un joven llamado Johann Carolus que escribía boletines de noticia a mano, ya en los años 1622 en Londres se publica el primer periódico impreso llamado Weekley News of London. En América el primer especie de periódico se forjó con tirajes en Estados Unidos en el año de 1704 nombrándolo, así como el Boston News Letter. Cabe destacar que el descubrimiento del periódico no se puede adjudicar a una sola persona ya porque no se tiene datos de quien fue el propulsor de este invento de comunicación, más bien nació, apareció de forma natural o de la evolución lógica de la comunicación.

La primera agencia de noticias del mundo aparece en el año de 1811 gracias a la idea de Samuel Topliff dueño de una cafetería, al darse cuenta del interés de sus clientes por las noticias cambiando así la naturaleza del local convirtiéndolo en una sala de lectura para los comerciantes.

Actualmente el periódico si bien es cierto ha perdido el protagonismo que mantenía en épocas pasadas ha sabido evolucionar y adaptarse a esta era digital creando así periódicos digitales y suscripciones para tener el telediario con un clic,

Posteriormente el cine comenzaría a finales del siglo XIX con la invención de los hermanos Lumière dando como inicio el primer film llamado La llegada del tren comenzando la era de los medios audiovisuales, el cual daría paso a una comunicación más completa y realista. La idea de capturar producir y crear movimientos a base de medios mecánicos era muy antigua un ejemplo claro es la cámara oscura, taumatropo y la linterna mágica, la idea de crear a base de captar la realidad por medio de la luz ya había sido desarrollada por los propulsores del daguerrotipo y la fotografía.

Mencionado a Thomas Alva Edison que logro crear la lámpara incandescente y el fonógrafo de tal hazaña los hermanos Lumière hijos del fotógrafo Antoine Lumière crearon el cinematógrafo, dispositivo que permitía tomar proyecciones y copiarlas en una imagen con movimiento, el 28 de diciembre de 1895 en París se realizó la primera presentación de tal invento que consistía en una serie de imágenes documentales en las cuales salían varios trabajadores de una fábrica propiedad de los mismos Lumière.

Considerado un simple medio de atracción o número de feria, el cine no tenía la relevancia del esfuerzo y dedicación puesto en el invento, pero la llegada de George Méliés provoco la idea de los efectos especiales, dando paso al surgimiento de múltiples estudios fílmicos en el siglo XX los filmes eran pocos minutos tramas cortas y la técnica de sonido no acompañaba a las escenas, se utilizaban pianos y un relator para narrar los sucesos a esto se le conocía como el cine mudo.

Pero el género del cine mudo trajo consigo varios géneros como el de ciencia ficción, historia o de épocas, posteriormente el género o comedia musicales apareció poco después

con el cine sonoro dando paso a los primeros juicios por derechos de autor. El cine fue el arte más popular, atrajo a niños y adultos ya sea en ferias y salas de proyección, cada vez más personas se dedicaban a grabar eventos de la vida cotidiana en forma de documental.

Sin embargo, un evento trágico cambiaría radicalmente la popularidad que había ganado en todos estos años, el 4 de mayo de 1897 se produjo un incendio enorme producto del sobrecarga de la película. Los hermanos Lumière se vieron obligados a mejorar su obra maestra creando un sistema de enfriamiento para evitar que la película se caliente. El éxito del cine fue en aumento, ya en París en 1900 se realizaron las proyecciones delante de casi 80.000 personas.

Una de las herramientas más longevas hasta la actualidad es la radio, juntar electricidad y magnetismo es la combinación perfecta para lograr el invento que trascendería a lo largo de los años, todo comienza en los años 1887 con el físico alemán Heinrich Hertz detectando la radiación electromagnética logrando ser uno de los propulsores del invento revolucionario en tiempos antaño, el desarrollo de la radio se dio gracias a Oliver Lodger quien en 1894 logro transmitir y recibir ondas para representar los puntos del código morse, poder transmitir mensajes a una cantidad de personas era inimaginable en aquellos tiempos.

Uno de los primeros inventos de radio tomaba el nombre de telegrafía inalámbrica de forma paralela en 1895 el científico ruso Alexander Popov crea un sistema menos complejo para la recepción de información por medio de ondas magnéticas y sentando bases de antenas modernas, pese a todos los esfuerzos el desarrollo de la radio estaba en constante cambios y Nikolas Tesla creador de la bobina de Tesla, un circuito que generaba electricidad de baja corriente y alto voltaje se imaginaba un mejor desempeño al momento de la transmisión sin cables utilizándolo de forma habitual en radio y otros aparatos eléctricos el italiano Guillermo Marconi, sabiendo las bases de todos los propulsores, investigadores,

desarrolladores de dicho invento construyó el primer sistema completo de telegrafía inalámbrica basándose en ondas hertzianas transportadas por el aire.

Sin mencionar los conflictos por derecho del invento radial entre Guillermo Marconi y Nikola Tesla, pero lo cierto es que fueron necesarias las aportaciones de muchas personas más para conseguir el medio de comunicación, un ejemplo claro es de Heinrich Hertz que demostró que se podía transmitir ondas eléctricas sin cables por eso se denominan ondas hertzianas según la Comisión de Comunicación Federal de Estados Unidos.

El invento desarrollado por Marconi no quedaría ahí debido al desarrollo constante que ciertos investigadores, científicos, físicos realizaban para crear mejoras del producto comunicativo, tal es el caso de Reginald Fessenden que en 1906 patentó el Audion una mejora que ayudaba a la transmisión y modulación del sonido de una manera más eficaz nítida

Posteriormente, la radio se extendió a otros países como es el caso de España en 1924 empezando sus transmisiones en Barcelona, el invento de Marconi, Tesla y Fessenden no tardó mucho para convertirse en un fenómeno mundial, demostrando que las capacidades de lograr grandes cosas estaban por llegar tal es el caso de la Torre Eiffel.

El famoso monumento fue construido como motivo de feria universal el cual tenía un contrato de 20 años de vigencia posterior se desprendería del centro parisino Gustave Eiffel trabajó para evitar tal despojo de París, realizando un sin número de experimentos para la construcción de la telegrafía sin cables al final se optó como una antena de radio gigante en ensayos militares.

#### **2.1.4. La radio en Latinoamérica**

Después de la gran acogida de la radio en continentes europeos, la llegada de la radio a Latinoamérica era cuestión de tiempo, las primeras regiones en beneficiarse con esta innovación fueron las más cercanas al mar por el contacto inmediato con otros continentes.

En sus inicios los manejos técnicos eran proporcionados por personas del exterior, posteriormente la creación de emisoras de bajo presupuesto por personas que tenían como pasatiempo la radiodifusión, lastimosamente el número de receptores era limitado debido a la difícil adquisición de artículos tan lujosos que se manejaban en aquellos tiempos. La diferencia de la acogida de la radio en continentes europeos era diferente a la de latinoamericana porque no se consideraba a la radio como una competencia para la prensa debido a falta de preparación para transmitir noticias por este nuevo medio.

Con el pasar de los años la información radial empezaba a cobrar vida, descubriendo en la radio una fuente potencial de difusión y un mejor tratamiento de las noticias por el dinamismo, rapidez y el contacto con el radioyente teniendo así una fuente de trabajo, dando paso a la instalación de redacción de noticias, una emisora informativa de carácter nacional.

No obstante, en Latinoamérica la radio tuvo participación activa en la vida social política de los pueblos, no solo de forma informativa, sino que generando actos de perturbación creando un caos en la sociedad el ejemplo más destacado es del año 1948 en Bogotá, Colombia producto de la muerte del líder político Jorge Eliécer Gaitán, las emisoras fueron tomadas por grupos generando un desorden incitando a cometer actos ilícitos, desmanes, atropellos estos actos vandálicos fueron frenados gracias a las enseñanzas y la experiencia del gobierno para los pueblos. El crecimiento de la radio en Latinoamérica fue un factor importante para el desarrollo de periodismo cabe mencionar que el estancamiento

de la radio se ha visto reflejada por el analfabetismo y opacada por la televisión, pero de una u otra forma la radio a podido contribuir a la cultura latinoamericana directa o indirectamente.

### **2.1.5. Historia de la radio en el Ecuador**

La llegada de la radio fue un momento trascendental para la historia del país, el problema fue que pocas fueron las familias que poseían este importante artefacto debido al alto costo del producto en aquellas épocas, el impacto de las radiodifusoras no tenía el protagonismo deseado porque adquirir un objeto de tal magnitud no era fácil debido a que los productos venían de los continentes europeos, se espera meses para comprarlos cabe recalcar que aun así la radio a inicios no tuvo la gran acogida que se deseaba.

Ya en los años venideros 1929 la radio Prado de la ciudad de Riobamba fue la pionera en de una emisión radiofónica, el encargado de tal hazaña era el ingeniero Carlos Cordobés Borja, posterior al acto en el año de 1939 los dueños de radio Prado deciden radicarse en los Estados Unidos como tal la radio fue desapareciendo, dejando como precedente ser la primera radio en el Ecuador.

El 25 de diciembre de 1931 la ciudad de Quito tiene el privilegio de obtener la primera señal de radio HCJB, la voz de los Andes, los propietarios fueron los pastores evangélicos logrando un permiso de operación aproximadamente de 25 años otorgado por el presidente de la república Dr. Isidro Ayora. Con el boom de la radio aparece radio Quito perteneciente a los propietarios del comercio.

Uno de los actos más intrigantes fue la tan aclamada obra de Orson Welles el 12 de febrero de 1949 se pone al aire una versión radiofónica de la novela Orson Welles provocando disturbios, pánico entre los quiteños sin imaginarse que se trataba de una radio novela de tal forma que se sintieron engañados, indignados en contra de la emisora. A

posterior aparece en el año de 1996 CONARTEL (Consejo Nacional De Radio y Televisión) encargado de regular las operaciones de las frecuencias de radio y televisión del Ecuador.

La programación que exponían las radios ecuatorianas eran música nacional e internacional ejecutada por bandas militares o por artistas, los instrumentos que más utilizaban eran el piano, clarinete, la guitarra dependiendo los artistas se presentaban entre bandas, dúos, o solistas.

### **2.1.6. Comunicación**

La comunicación para uno de los autores del siglo XXI, “Es la acción de dar y recibir los regalos de colaboración y afecto. En la comunicación lo que intercambiamos son palabras. Y esas palabras van formando, poco a poco, una comunidad de ideas y valores”. (López Vigil 2015, p. 87)

Cuya definición de comunicación ayuda a su entendimiento, aclarando que se debe ser una mente dispuesta a recibir el afecto y regalos, para en secuencia compartir las mismas experiencias y se pueda formar una comunidad con valores con tan solo mencionar lo ocurrido, nazca un universo de ideas y pensamientos apegado a la idea principal.

... la importancia de la radio como medio de difusión, se concentra principalmente en la naturaleza de lo que ésta representa como medio en sí, ya que posee, una calidad íntima de tú a tú, que la mayoría de los otros medios no tienen. Uno de los factores más importantes de la radio es que su costo de producción es menos elevado que el de los otros medios. (Romo Gil, 1987, p. 89)

En términos generales, la comunicación es el medio de interacción que tenemos las personas para poder expresar o intercambiar mensajes, no obstante, mientras nos



comunicamos ya sea con familiares, amigos, etc. Logramos crear una conexión con el fin de dar y recibir ideas.

Teniendo en cuenta la breve introducción de la comunicación veremos los términos más específicos definiciones de algunos filósofos. Según la historia los primeros especialistas dedicados a la comunicación eran los psicólogos, sociólogos, matemáticos y filósofos entre los principales exponentes se encuentra Aristóteles quien definió a la comunicación como la búsqueda de todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance mencionado así la posibilidad de expresión de los demás y el objetivo que debe mantener un orador.

Un orador es aquel que puede expresarse públicamente por lo general en discurso o disertaciones, para lograr el efecto que desea en los oyentes debe dominar el arte de la oratoria. Mientras tanto, Wilbur Scramm, afirma que la comunicación no es una ciencia, sino una encrucijada de varias disciplinas como la matemática filosofía y sociología.

Mientras que los investigadores de la escuela de Chicago mencionan que la comunicación no tiene límites no es una simple transición de mensajes al contrario es un proceso de simbólico mediante el cual una cultura se mantiene.

Como lo dice Charles Cooley “La opinión pública no es un simple conglomerado de conclusiones del individuo, sino que es una organización, un productor cooperativo y una influencia recíproca”

James Clerk Maxwell, a modo de afirmación, mencionó que es posible generar ondas electromagnéticas que se propaguen a la velocidad de la luz, así realizó la primera transmisión en 1886.

### **2.1.7. Programas Informativos**

En radio los programas informativos se originan en 1923 con una duración aproximada de 15 minutos, cambiando el paso de los periodistas de prensa a locutores, con el extenso grupo de emisoras y el poco protagonismo de la prensa, la publicidad comenzaba a acudir en cantidades cada vez mayores a las emisoras, producto de aquellos acontecimientos la prensa buscaría bloquear los programas radiales. comenzando una lucha entre radio y prensa terminando con la creación de (NBC) National Broadcasting Company a partir de ahí la información se refuerza creando un ente regulador de información a cargo de periodistas profesionales.

Comenzando la década de 1930 conocida como los años dorados, la radio se posicionaba como una de las mejores en la dramatización y la literatura radiofónica, para esta época la programación se dividía en dos grupos según su naturaleza con emisoras comerciales y las estatales o privadas.

### **2.1.8. Cultura informativa**

Es un elemento esencial en el desarrollo de la sociedad de la información y el conocimiento. Es, a partir de la cultura informacional, que el hombre adquiere habilidades que faciliten el uso, acceso, manejo, distribución y procesamiento de la información mediante los ambientes intensivos en los cuales se desarrolla hoy el recurso de información. La adquisición de cultura informacional es una de las misiones más importantes de las instituciones de información científico-técnica. (A. Sifontes, 2019, p. 2)

Por lo tanto, podemos decir que una de las piezas fundamentales para el desarrollo de una sociedad con sed de información y conocimiento, es tener una buena cultura informacional, cuyo acceso les permita a las personas un fácil acceso, y procesamiento de la

información, usando distintas formas y técnicas para tener una mejor calidad de percepción y entendimiento.

### **2.1.9. Estructura radial**

Pero que tan importante resulta ser la radio si no se cuenta con una estructura que permita conocer cuál es el fin del medio, saber su fuerte, identidad, variedad y sobre todo distribución además afirma que “El estructuralismo dice que las palabras y la estructura gramatical no son simples reproducciones del mundo real, sino que son construcciones seleccionadas y arbitrarias”. (Martínez, 2006, p. 68)

Mario Kaplún en su texto Producción de Programas de Radio, habla de dos puntos muy fundamentales al momento de generar programas radiales

... en una primera instancia se puede decir que los programas de radio tienen una (Gil, s.f.)clasificación que nos lleva a conocer dos grandes géneros que son: los hablados y los musicales donde, obviamente, habrá un predominio o bien de la música, o bien de la palabra. (Kaplún, 1999, p. 159)

El género hablado es el más utilizado, con él se transmiten ideas y se puede generar un mensaje, convirtiéndose en una herramienta esencial en la radio; en cambio, la música, por lo general, cumple la función de complementar o acompañar los segmentos, dar sentido y animación al programa, así como avivar emociones y sentimientos. Los programas hablados tienen generalmente una clasificación elemental, basada en el número de voces que intervienen. Así, se dirá que hay tres maneras de escribir un programa de radio:

1. En forma de monólogo: Su forma más habitual es la charla radiofónica individual
2. En forma de diálogo: Implican la intervención de dos o más voces.

3. En forma de drama: Podrían en cierto modo homologarse al género dialogado y ser considerados como una variante o subdivisión de sí mismo (Kaplún, 1999, p. 156).

Cada emisora debe sustentarse en preguntas que debemos resolver antes de lanzar la programación radial, tales como, ¿Qué vamos a ofrecer al oyente? ¿Qué novedades, qué géneros y formatos desarrollaremos, tomando en cuenta lo que brinda la competencia y lo que demanda el público? ¿Cuáles son los ejes temáticos?, etc. Todo esto se direcciona a dar coherencia a la misma además revela la clave para poder afianzarse con los públicos con una programación establecida.

... una programación claramente diseñada es recomendable mantenerla por un buen tiempo, porque una vez que la audiencia ha convertido en un hábito la escucha de un programa específico, que tiene un horario, una estructura, contenido y una conducción que lo caracteriza, es difícil cambiarlo de la noche a la mañana. De ser así, esto rompería con las relaciones de certidumbre, las rutinas, los hábitos, la cercanía, confianza y referencialidad que entran en juego en la relación audiencia y medio- desde el mismo momento en que se enciende un receptor de radio y que se prolongan más allá del simple encendido. (P. Álvarez, 2016, p. 61).

#### **2.1.10. La estructura formal**

Al momento de lanzar contenido un programa (objetivo), hay que definir de que hablar (contenido) y a quién queremos dirigirnos (destinatario). Es imprescindible encontrar una idea, una forma, una estructura, una personalidad propia para el programa. Saber los gustos de público, el nombre es una de las cosas más esenciales, porque es considerado el paso principal de un proyecto, como fue el caso del programa llamado, “Jurado N ° 13” que trataba de los problemas en Latinoamérica, cuyo proyecto llevaba guiones de prueba, simulación de los problemas y jurados para ser calificado.

Para Kaplún un proyecto con esas características además debe contar con una conciencia, es decir, que se pueda autoevaluar preliminarmente, sus contenidos, sus actores y sus temas. Con la capacidad de saber si los temas serán o no un limitante, porque no sería lo mismo hacer un programa de variedades con cambios constantes a realizar un programa que se enfrasca en problemas de corrupción, que en pocas veces son evidenciados y necesitan un trabajo de investigación constante y exhaustiva.

#### **2.1.11. Emisora y frecuencia**

La emisora debe contar con el mismo perfil o parecido al programa que se vaya a emitir como dice Kaplún “Un programa que suponga una audiencia de alto nivel de instrucción no tendrá éxito en una emisora de tipo popular; un programa destinado a sectores populares no logrará su objetivo si se lo ubica en una emisora de programación elitista” en la actualidad las emisoras que manejan un estilo propio están muy bien asentadas en un entorno comunicacional, con los oyentes suficientes para poder vender voces, ideas y productos que son la base para darle continuidad a su idea de trabajo.

La frecuencia con que se vaya a transmitir se fija en cuatro espacios que son:

- Diario (todos los días de lunes a sábado o de lunes a viernes).
- Día por medio (lunes, miércoles y viernes o martes, jueves y sábados).
- Bisemanal (lunes y jueves o martes y viernes. Pero no lunes y viernes, porque entonces una emisión quedará demasiado distanciada de las otras).
- Semanal. Programas de con mayor tramo de espacio (quincenales o mensuales) no son aconsejables: no se los recuerda, a menos que se vuelva a preceder cada emisión de una intensa promoción.

Dentro de esas cuatro opciones, se puede lanzar cualquier tipo de proyecto, la mayor frecuencia que le sea razonablemente posible. Se considera que cuanto más prolongado sea el lapso entre una emisión y la siguiente, menor será la posibilidad de nuclear una audiencia permanente. Como son los casos de los programas cada 15 días que poca de las oportunidades logra llegar a enanchar a un público que valore y lo reconozca.

### **2.2.1. Conceptual**

El contexto en el que se desarrolla nuestra investigación es entender el impacto informativo que causa un medio de comunicación al tener un cambio de formato, nombre y programación.

Si bien es de conocimiento la nueva forma de trabajo que se plantea el medio de comunicación, hay que partir de una idea principal para poder llegar a los de medio, de cómo llegar a los públicos objetivos y con la claridad que necesita el mensaje incluso para ser medido a posterior.

### **2.2.2. Teoría de la información**

El libro, Teoría de la Comunicación, direcciona sus investigaciones y cita al modelo de Shannon y Weaver, considerado como un modelo lineal y es ahí en donde los dos grandes autores se plantean tres problemas comunicacionales que deben considerar los medios de comunicación para que su producto final pueda entrar en etapa de evaluación, sumado a ello el modelo planteado durante la segunda guerra mundial. (Fiske J., 1989, p. 2)

Esta teoría se centra especialmente en investigar y medir la información, además de valorar los sistemas de comunicación que existen para transmitir de forma óptima esos datos informativos.

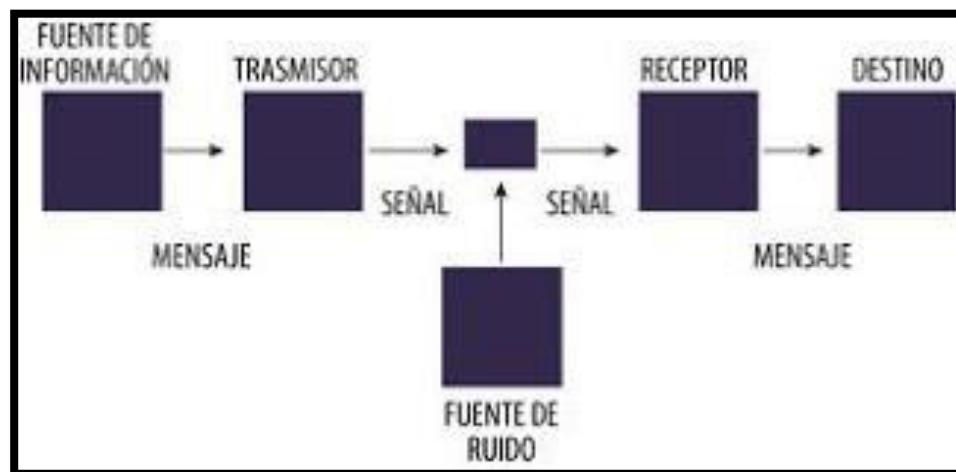
Problemas técnicos: Con qué nivel de exactitud pueden ser transmitidos todos los símbolos comunicacionales, sumado al trabajo de los de los creadores y directores para poder mejorar la exposición de la simbología.

Problemas semánticos: Llegan a cumplir con los objetivos deseados los símbolos.

Problemas de efectividad: Con qué nivel de efectividad llega a influir al destinatario la simbología.

La base de un buen medio de comunicación es cubrir las problemáticas que propone el inmenso mundo del flujo informativo, trabajando con el modelo de Shannon y Weaver que inicia con la fuente de la información que fue preseleccionada cuidadosamente y tomando en cuenta el público objetivo.

**Gráfico 1** Modelo de Shannon y Weaver



*Modelos de comunicación (2019)*

De esta manera la información se mueve constantemente, la fuente no es el origen de las decisiones, la fuente es la encargada de direccionar que tipo de noticias se va a direccionar

### **2.2.3. Componentes de la Teoría de la Información**

Estos son los principales elementos que la componen:

**Fuente de información:** Con este elemento nos referimos al emisor, todo que pueda emitir un mensaje. Destacando dos fuentes importantes las aleatorias y las estructuradas.

**Mensaje:** Se refiere a un paquete de datos que es llevado mediante un canal.

**Código:** Elementos que siguen una serie de normas con el fin de poder ser interpretadas a largo corto plazo.

**Información:** Es aquella que se debe generar con una cantidad y velocidad adecuadas para identificar el mensaje.

**Ruido:** Aquellos problemas que interfieren que el mensaje no se desarrolle con normalidad causando el efecto de poca comprensión del mensaje.

**Receptor:** Es el encargado de recibir e interpretar el mensaje.

**Canal:** Se trata del medio por el que se transmite el mensaje para que llegue de manera eficaz al receptor.

### **2.2.4. La radio**

La radio fue una de las herramientas más populares en la década de los 70, incluso salvando vidas gracias a los códigos Morse debido a estas acciones se pensaba transmitir la voz tal cual, como un código, varios años pasaron y se crea la válvula de radio (recepción de transmisión) junto a los osciladores (provoca perturbación) Ambrose Fleming y Lee de Forest en épocas navideñas específicamente en el año 1906 transmiten el primer programa con música y locución. Varios intentos se realizaron creyendo en el remplazo idóneo del telégrafo o el teléfono para ese entonces el problema de la época era la poca privacidad que



se tenía al momento de transmitir ya que cualquier persona con un receptor podía intervenir o escuchar los mensajes

Gracias a los receptores de la compañía Westinghouse el 2 de noviembre de 1920 la estación KDKA lleva a cabo la primera transmisión pública debido a la gran acogida y la demanda de producto la compañía buscaba modificar y desarrollar nuevos receptores desplegando la frecuencia AM (amplitud modulada) obteniendo una nitidez y una mejor calidad de sonido al momento de la transmisión en la radio.

Posteriormente, la aparición de la frecuencia modulada (FM) dando paso a las radios portátiles creando una fusión de AM Y FM provocando la tan gloriosa edad de oro, el apogeo de las transmisiones y la radio tuvo tanto exitosa que hasta el momento sigue siendo tan relevante como el internet.

### **2.2.5. Programas Radiales**

Quienes alguna vez hemos hecho radio, tuvimos que aprender por experiencia a no olvidar nunca esta sencilla verdad: todo aparato receptor tiene dos perillas, una que sirve para apagarlo y la otra para cambiar de estación. Así, si nuestro programa no logra suscitar su interés, nada más fácil para el oyente que silenciarnos. O reemplazarnos por una cumbia. (Kaplún, 1985, p. 110)

Los programas radiales están conformados por distintas emisiones, poseen varias características como la música, efectos, sonidos y la pisca esencial, un buen locutor que dirija la programación manteniendo activo a los radioescuchas, hay que tener en cuenta el contenido que se va a transmitir con temas que agraden al público y sobre todo que enganche al radioyente

Kaplún afirma. “Para proyectar un programa de radio se puede partir de los contenidos concretos que nos proponemos comunicar, de la temática definida que deseamos abordar” (Kaplún, 2008, p.153).

Una vez enfocado el desarrollo del contenido, temáticas, música, locutor podemos establecer un programa radial sin mencionar la aprobación que debe tener dicho programa por los directivos de la radio y la aceptación del público importante, la similitud del contenido en diferentes medios de comunicación provoca la aceptación de uno u otros programas como tal uno de los tips a utilizar sería la reinención de los programas desechados, ideas caducas o la reestructuración de este.

#### **2.2.6. Estrategias Radiales**

La clave fundamental desde los inicios de la radio ha sido plantearse diferentes estrategias para un posicionamiento positivo, ya sea con una idea clara de locución o una línea musical direccionada a sectores interesados, no obstante el trabajo de una parrilla radial detenidamente elaborada ayuda a identificar la personalidad con la que se va a manejar constantemente, el libro La radio en la convergencia multimedia dice que “La empresa actual busca la competitividad mediante la calidad y excelencia. Tiene sus ofertas inconfundibles y suficientemente diferenciadas de las demás. La radio local requiere un planteamiento empresarial moderno bien definido e identificado”. (Cebrián Herreros, M. 2001, p. 158)

El constante cambio de las herramientas tecnológicas y nuevas formas de conectarse al mundo obliga que los medios vayan enfocándose a establecerse en todas las modalidades que van existiendo, con la excelencia y calidad que se planteó en su nacimiento dependiendo del tipo de programa que se haya planteado, tomando en cuenta los diferentes tipos que existen y que además debemos entender cuál es la función de todos ellos.

### **2.2.7. Tipos de programas de radio**

Luego de hablar sobre estrategias que debe plantearse un medio radial es significativo mencionar los tipos de programas que se manejan en la radio para llegar a su público. Los medios radiales están en la capacidad de escoger tipos de programa de radio pueden escoger para emitirlo al aire con su respectiva planificación tales como:

### **2.2.8. Programas Musicales o de entretenimiento**

Estos programas juegan un papel muy significativo en la radio, ya que en él se intercalan locución y temas musicales.

La mayoría de los programas musicales van acompañados de locutores, se menciona que "la música es la reina de la radio" y aunque se trate de una afirmación que tiende a la exageración, es innegable que, además de su aportación como complemento de la palabra en la mayoría de los programas, la música, por si sola, considerada como "protagonista", ha merecido la creación y emisión de programas individualizados con personalidad propia. (Ulloa, 2004, p. 4).

La interacción con el locutor es otro de los puntos relevantes, cuyo fin es mantener a los radios escuchas enganchados, considerando que se torna un programa más atractivo, incitando incluso a la participación del público.

### **2.2.9. Programas informativos**

Los programas informativos en mayor parte de una persona a dicho presente, considerando unos de los programas para informarse, para lograr cometer el objeto, los periodistas para realizar la transmisión toman como referencia y se valen de periódicos, entrevistas, reportajes, comentarios, análisis y agregan más técnicas de información radiofónica.

### **2.2.10. Programas deportivos**

De igual manera, los deportivos se direccionan en diferentes ramas y separan la información local, nacional e internacional, extrayéndola de revistas, periódicos, comentarios y análisis más técnicos. El periodismo deportivo se ha posicionado en la sociedad llegando al punto de formar personajes importantes que conocen de la materia y son valorizados a nivel internacional. Se constituyó un quehacer cotidiano de mucho valor, pasando a un plano de peso informativo para un cierto porcentaje de consumidores de radio.

### **2.2.11. Programas culturales**

Estos programas están encaminados a transmitir informaciones sobre la identidad, costumbres, tradiciones de ciertos grupos sociales, que permiten conocer sus diferentes aspectos que forman parte de su convivir.

Brindan la oportunidad de revivir lo pasado o valorar lo nuestro, como la música propia que en muchos medios radiales están tratando de conseguir que el público aprecie primero lo nuestro y no lo extranjero.

### **2.2.12. Programas cristiano o religioso**

Predicar y enseñar con la lectura bíblica, el testimonio, la música, y la oración, entre otros aspectos, son la definición de estas programaciones, encaminadas a mejorar la fe o la religión de los oyentes. La conducción de los programas religiosos lo hacen las personas adentradas en la religión y que tengan conocimientos con este tema.

### **2.2.13. Programas de variedades**

Su principal característica es emitir diferentes temas, segmentos con variedades, la mente creativa de locutores, productores y cuerpo de trabajo en general deciden si funcionase y la efectividad en el cual consta de:

Concursos, Llamadas, Humor, temas Juveniles e Infantiles, Entrevistas a famosos, etc. Abrir el abanico y generar la oportunidad de poder escuchar diferentes temas en un mismo espacio, siendo más de su agrado.

#### **2.2.14. Características de la Radio**

Las principales características que debe contemplar los medios radiales son siete en total que sirven como las principales consideraciones para iniciar uno de los primeros medios de comunicación.

- a) Necesidad de una organización compleja.
- b) Dirigida a públicos amplios.
- c) Contenidos públicos, abiertos para todos.
- d) Públicos heterogéneos.
- e) Almacén simultáneo a una gran cantidad de personas que están distantes de la fuente y que, a la vez, se hallan lejos una de otras.
- f) La relación entre emisor y público impersonal.
- g) El público es un conglomerado de individuos a los que une un foco común de interés, pero no se conocen entre sí.

Cómo elaborar un programa de radio. Antes de elaborar un programa de radio es importante establecer el objetivo de principal y el tipo de programa. Ciertamente, el primer objetivo de todo programa de radio es que tenga una gran aceptación por la audiencia y que ésta sea la más amplia posible.

La idea es lo primero y lo segundo, el público. ¿A quién me dirijo? ¿Con quiénes me quiero comunicar a través de este programa? Como vimos y veremos, la edad, el género, el

sector social, la cultura, el lenguaje, toda la manera de ser y el contexto de mis oyentes son decisivos para el tratamiento de esa idea que quiero desarrollar. (López, 2005, p. 93)

Pues como dice el autor antes mencionado, que lo primero es la idea del programa y luego mirar a qué público va dirigido, debemos tener en cuenta la audiencia a la que va dirigido. Entendemos por audiencia aquellas personas que pueden escuchar nuestro programa. De esta forma, los contenidos de nuestro programa deberán ser acordes con la audiencia a la que deseamos dirigirnos.

#### **2.2.15. Innovaciones de las programaciones**

Las radios en general tienden a autocalificarse o autocomplacerse sobre su éxito, teniendo en mente que están por encima de la competencia y a un mediano plazo eso termina siendo su fracaso, en especial si no analizan previamente como se estructuró las grandes cadenas radiales en FM, señalando programas parecidos en un mismo horario, existen franjas horarias que permite tener una idea como debe colocarse la distribución de su parrilla radial.

Desde las 6 o 7 de la madrugada hasta las 9 aparece la programación de noticias con diversos tratamientos y repeticiones cada cierto tiempo.

- Desde las 9 hasta las 13 se presenta la radio de magazine conducida por los profesionales estrellas.
- Desde las 13 hasta las 15 se vuelve a la radio de noticias. En este caso en lugar de la repetición cada uno, quince minutos se concibe más como noticiarios de media hora o de una hora con reiteración de los titulares e incorporación de algunas variantes mediante entrevistas y reportajes.

- Desde las 15 hasta las 20 aparece otra vez la radio de los magazines de larga duración dirigidos de nuevo por la estrella de cada cadena con unos enfoques muy similares en todas ellas.
- Desde las 20 hasta las 21 se ofrecen las noticias y el balance informativo del día.
- Desde las 21 hasta las 24 se difunden los comentarios, tertulias y, en algunos casos, entrevistas de seguimiento de la actualidad.
- Desde las 24 hasta la 1 las cadenas se dividen entre la programación deportiva y la programación de tertulia.
- Desde la 1 hasta las 6 se desarrolla la radio nocturna con planteamientos similares de voces íntimas, contenidos de acompañamiento y desahogo de la soledad de los oyentes (Cebrián Herreros, M. 2001p. 162, 163)

La especialización de los programas, según Cebrián es ir más allá de saber a qué se destina, es el caso específico de algunos medios que se enfocan a dar netamente contenido informativo. Los cambios que se ven cotidianamente en los medios son abismales, ya no existen tales que solo se direccionen a dar información y tengan un margen de público enorme, es por eso por lo que nace la especialización incluso en los medios que tienen esta ideología, ya no solo de tomar un periódico y dar a conocer las noticias ocurridas, es contemplar la actualidad en todas sus dimensiones, como la moda, tecnología, medicina, etc. Pero no existe un medio a nivel mundial que pueda satisfacer a las distintas masas adaptadas a los distintos medios comunicacionales, Cebrián dice que, “La especialización se desarrolla también por la vía de grupos afines por edad: radio juvenil e infantil, de tercera edad; por sexos: radio para mujeres; por profesiones, aficiones y afinidades de todo tipo”.

La separación de programas considerando sus públicos objetivos son cada vez más, brindando un abanico de opciones a las empresas que desean vender sus productos a los

jóvenes, adultos, y adultos mayores. Pero para el autor de libro es de mucha importancia especializarse y enfocarse en generar un solo producto de calidad y que avance al igual que la tecnología, en términos generales para no perder su vigencia y su calidad es trabajar en una sola línea que identifique al medio sobre los demás, utilizada marca, imagen y calidad.

#### **2.2.16. Análisis parrillas radiales**

**Radio RS 97.5 FM:** El cambio en la programación es uno de los puntos más evidentes que presenta la nueva propuesta de la 97.5 Fm direccionado a un público más joven y segmentado de una manera muy clara, tomando en cuenta el principal fin de la que antes fue conocida como radio surcos, era evangelizar al pueblo bolivarenses y brindando música nacional los siete días de la semana, hoy en la actualidad el fin es diferente apegado a un selecto grupo de oyentes que oscilan entre los 16 a 40 años de edad.

La estructura radial va más allá de solo generar información o música, cuenta con programas informativos y entretenimiento de lunes a viernes, siendo el programa El Informativo quien hace apertura con datos locales, nacionales e internacionales y al medio día RS en la comunidad, este último más a los problemas locales y más participativo con los oyentes, sin dejar de costado al programa deportivo Peloteando y Peloteados con mira a las diferentes disciplinas y torneos a nivel mundial deportivamente, siendo uno de los fuertes el fútbol. El entretenimiento se enfoca en géneros urbanos, salsa y rock latino, cada uno de los géneros se adaptan a los horarios asignados, tomando protagonismo lo urbano, un giro de 180°, de evangelizar y ser netamente

**Radio Surcos 97.5 FM:** Con programación desde las 5 am para mantener informado a los guarandinos, con un espectro radial de un par de kilómetros nada más, en su parrilla radial constaba de tres informativos durante todo el día, a las siete de la mañana arrancaba con Panorama Informativo que se realizaba en tres horarios, a las 7 am, 12 pm y a las 17pm



con programas intermitentes de entretenimiento, como música nacional, músicas del recuerdo etc. Ayudaron a posicionarse en los corazones de los oyentes, con intervenciones de los proclamadores del evangelio, en horarios de la mañana y la noche con el santo rosario, la estructura de la antigua Surcos tenía un objetivo muy bien direccionado.

### **2.3.1. Legal**

El proyecto de investigación planteado se sustenta bajo las diferentes normas jurídicas que engloban al objeto de estudio del tema propuesto, como son la

Constitución de la República del Ecuador, Ley Orgánica de Comunicación.

Dentro de la constitución de la república del ecuador (2008) en el Título I de la Ley Orgánica de Comunicación, menciona:

**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 (Pág. 1)

**Art. 4.-** Contenidos personales en internet. Esta Ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet

**Art. 6.-** Medios de comunicación social de carácter nacional. Los medios audiovisuales adquieren carácter nacional cuando su cobertura llegue al 30% o más de la población del país, de acuerdo con el último censo nacional; o, si el sistema está conformado por una matriz y seis o más repetidoras cuya cobertura alcance poblaciones de dos o más regiones naturales del país. Adquieren la misma condición los medios impresos nacionales siempre que la publicación circule en una o más provincias del territorio de la República del Ecuador.

**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.

**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.

**Art. 16.-** Principio de transparencia. Los medios de comunicación social difundirán sus políticas editoriales e informativas y su código deontológico en portales web o en un instrumento a disposición del público.

**Art. 17.-** Derecho a la libertad de pensamiento y expresión. Para el desarrollo y aplicación de la presente Ley, toda persona tiene el derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección, e incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones.

No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel, de periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres.

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

- 1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

**Art. 19.-** Responsabilidad ulterior. - Para efectos de esta ley, responsabilidad ulterior es la obligación que tiene toda persona de asumir las consecuencias legales posteriores a difundir, a través de los medios de comunicación, contenidos que lesionen los derechos establecidos, en los instrumentos

**Art. 20.-** Responsabilidad ulterior de los medios de comunicación. Habrá lugar a responsabilidad ulterior de los medios de comunicación, cuando los contenidos difundidos sean asumidos expresamente por el medio o no se hallen atribuidos explícitamente a una persona. (Pág. 8)

**Art. 22.-** Derecho a recibir información de calidad. Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa y contextualizada.

La verificación implica constatar que los hechos difundidos efectivamente hayan sucedido. La contrastación implica recoger y publicar, de forma equilibrada, las versiones de las personas.

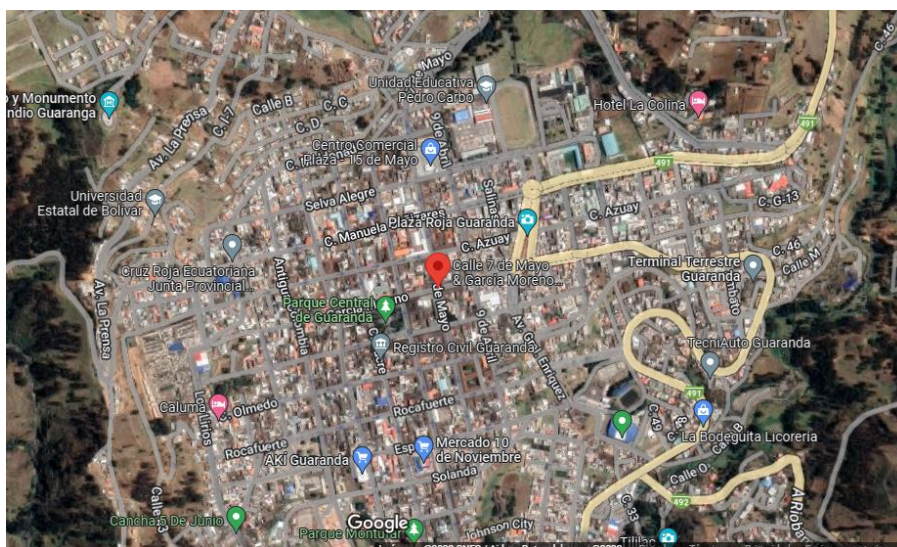
involucradas en los hechos narrados, salvo que cualquiera de ellas se haya negado a proporcionar su versión, de lo cual se dejará constancia expresa en la nota periodística.

La precisión implica recoger y publicar con exactitud los datos cuantitativos y cualitativos que se integran a la narración periodística de los hechos. Son datos cualitativos los nombres, parentesco, función, cargo, actividad o cualquier otro que establezca conexidad de las personas con los hechos narrados. Si no fuese posible verificar los datos cuantitativos o cualitativos, los primeros serán presentados como estimaciones y los segundos serán presentados como suposiciones.

La contextualización implica poner en conocimiento de la audiencia los antecedentes sobre los hechos y las personas que forman parte de la narración periodística. Si las personas que son citadas como fuentes de información u opinión tienen un interés específico o vinculación de orden electoral, política, económica o de parentesco con relación a las personas o a los hechos que forman parte de la narración periodística, esto deberá mencionarse como dato de identificación de la fuente. (Pág. 9)

#### 2.4.1 Georeferencial

Gráfico N° 1



Captura de Pantalla de la ubicación de radio RS97.5

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

Durante este capítulo se va a desarrollar los tipos de investigación, métodos y enfoques para lograr resultados verídicos que aporten al proyecto. Permitiendo el estudio propio para la población, selección de muestra y recolección de datos estadísticos.

#### **3.1.1 Tipo de Investigación**

Es importante determinar los tipos de investigación que se van a utilizar para llegar al objeto de estudio, métodos, procesos y técnicas permitiendo un diseño metodológico detallando a continuación.

#### **3.1.2. La investigación histórica:**

La investigación histórica se remonta a la cronología el antes y el inmediato o presente permitiendo conocer y razonar sobre el problema que se va a estudiar, enfocado en los conceptos e hipotaxis creando una historia de tiempo.

#### **3.1.3. Investigación cuantitativa**

Se utilizará este tipo de investigación por los datos que genera la investigación, que son reflejados por la encuesta social que se va a aplicar para conocimiento del impacto del medio, con tal y sin obviar que tendremos los análisis de los estudios cuantitativos con las respuestas obtenidas, cuyos resultados pueden ser presentados en figuras porcentuales.

#### **3.1.4. Investigación cualitativa**

Se utilizará la investigación cualitativa para recolectar los discursos existentes en torno al tema y realiza luego una interpretación rigurosa.

### **3.1.5. Investigación Bibliográfica**

El material bibliográfico se genera con forme avanza la investigación del objeto de estudio planteado, por lo cual el proceso de recolección de información se obtuvo de: proyectos de investigación, libros, artículos, revistas, es decir todo material que tenga una relación con la cuestión planteada, consiguiente se tendrá categorizado todas las líneas que aportaron para la investigación y posteriormente se utilizara los datos obtenidos mediante la observación, indagación, interpretación, reflexión y análisis separando y catalogando una base de información preparada para el aporte de la investigación.

### **3.2.1. Métodos de investigación**

Los métodos que se utilizaron fueron los siguientes cabe recalcar que durante la investigación los métodos de estudio fueron importantes para el desempeño de una solución a la interrogante planteada.

### **3.2.2. Método Científico**

Mediante el procedimiento lógico y la estructura de la investigación se produjo un análisis de la programación de la radio RS 97.5 Fm así conociendo las estrategias de difusión de los diferentes programas, esto se realizó como primer paso junto a la observación directa de la situación en tiempo real.

### **3.2.3. Método Inductivo**

Conociendo las causas del problema, el método inductivo ayuda a conocer los efectos del problema para la sociedad porque la emisora no es la única involucrada sino también los receptores o radioescucha. Este método ayuda a obtener conclusiones, recomendaciones y se pudo plantear propuestas con el fin de llegar a la solución.

#### **3.2.4. Método deductivo**

El método ayuda a priorizar las diferentes causas por las cual el medio de comunicación establece una buena relación con los radioyentes. En si nos permitió concretar el problema de la investigación, con el fin de pasar a las conclusiones y recomendaciones.

#### **3.2.5. Método Estadístico**

Este método ayuda a organizar y obtener un análisis de todos los datos recopilados durante la investigación, permitiendo interpretar los resultados obtenidos en las encuestas que se aplicaron a los sectores comerciales, trasportes públicos y privados.

### **3.3.1. Técnicas e instrumentos de recopilación de datos**

#### **3.3.2. La entrevista**

Para obtener más efectividad y validez de la información del proyecto escogimos varias técnicas de investigación, tales como la entrevista al director de programas y al personal de la radio RS 97.5 FM, sin olvidarnos el sector de comerciantes que son fieles oyentes a la misma

#### **3.3.3. Encuestas**

Por falta de información con respecto a los radioescuchas del sector centro de Guaranda, no se obtiene un número exacto de habitantes, comerciantes, transporte público y privado, consideramos aplicar a 378 personas denominadas informantes entre hombres y mujeres del sector centro, por tal motivo se desarrolla una encuesta con siete preguntas que se enfocan a conocer cuál es el verdadero acogimiento de las personas por los programas informativos.

### 3.3.4. La observación

Permitió obtener los primeros datos de la investigación, presentando así el problema de la radio y los formatos de esta, enfocándonos en las fuentes precisas para la investigación y el problema.

### 3.3.5. Acopio Bibliográfico

Esta técnica sirve para la recopilación de la información respecto al tema de la investigación, la revisión de documentos, textos, monografías, entre otros.

### 3.4.1 Fórmula para sacar la muestra

El cálculo de la muestra será obtenido, con base a la fórmula proporcionada por (Murray y Larry, 2005)

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{z^2 * p * q + N * e^2}$$

N = 25.000 (tamaño de la población)

z = 1.96 (nivel de confianza)

p = 0.5 (probabilidad de éxito, o proporción esperada)

q = 0.5 (probabilidad de fracaso)

e = 0.05 (error)

n =? (tamaño de la muestra)



### 3.4.2 Desarrollo

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 25.000}{1.96^2 * 0.5 * 0.5 + 25.000 * 0.05^2}$$

$$n = \frac{3.84 * 0.25 * 25.000}{3.84 * 0.25 + 25.000 * 0.0025}$$

$$n = \frac{0.96 * 25.000}{0.96 + 62.5}$$

$$n = \frac{24.000}{63.46}$$

$$n = 378$$

Personas a encuestar

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

#### **4.1.2. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados**

Una vez aplicada las encuestas a las 378 personas denominadas informantes entre hombres y mujeres en el sector centro de la ciudad de Guaranda, consideradas radioyentes de la emisora RS 97.5, conociendo los resultados los mismos que se especifican a continuación con su análisis tanto cualitativo como cuantitativo.

### 4.1.3. Encuesta

#### Prefiere usted a Radio Surcos o Radio Rs 97.5

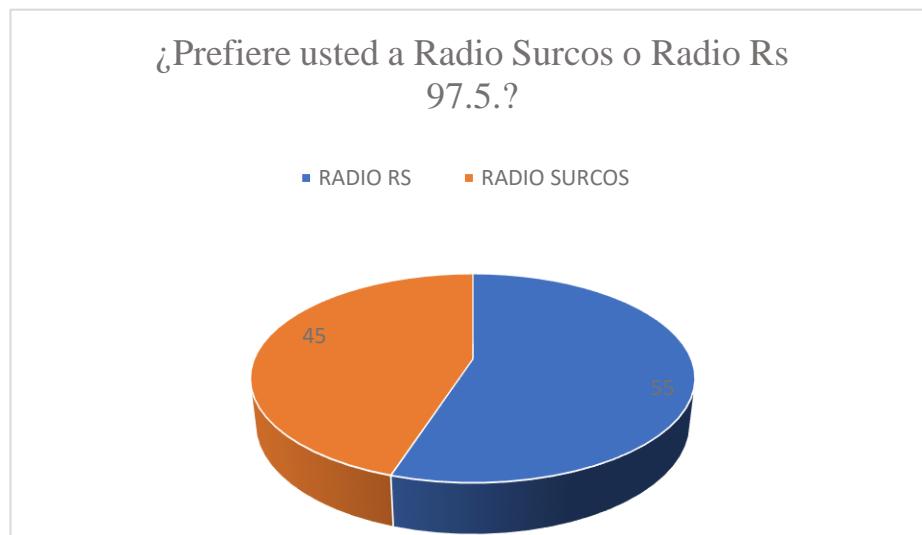
Tabla 2

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Radio RS	200	55%
Radio Surcos	178	45 %
Total	378	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los ciudadanos de Guaranda

Elaborado por: Cristófer Sashqui y Jonh Pucha

Gráfico 2



**Análisis e interpretación:** el resultado obtenido fue que gran parte de encuestados prefiere el nombre de radio RS97.5 no obstante había gran acogida con el nombre de radio Surcos debido a la trascendencia que tuvo a lo largo de los años.

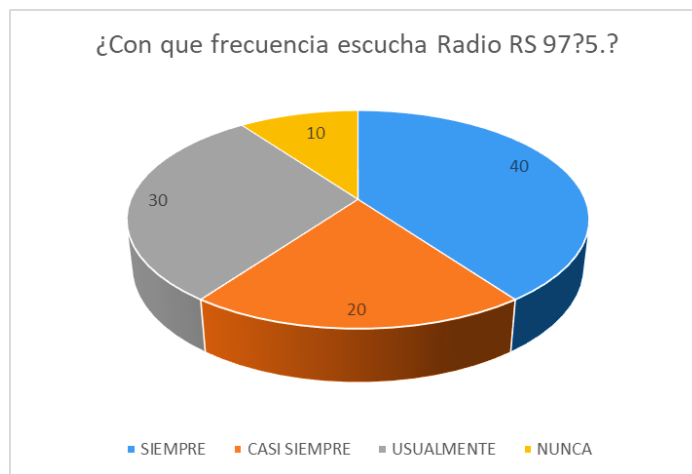
## Frecuencia con la que escuchan Radio RS 97.5.

Tabla 3

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
<b>Siempre</b>	162	40%
<b>Casi siempre</b>	75	20%
<b>Usualmente</b>	89	30%
<b>Nunca</b>	52	10%
<b>Total</b>	378	100%

**Fuente:** Encuestas realizadas a los ciudadanos de Guaranda  
**Elaborado por:** Cristófer Sashqui y Jonh Pucha

Gráfico 3



**Análisis e interpretación:** el resultado obtenido del público encuestado refleja que en el sector urbano (Plaza Roja) escuchan radio RS 97.5 en un 40% entre conductores de taxis y buses urbanos debido a la información y la música que se escuchaba manifestaban los entrevistados, casi siempre 20 % se reflejaba en los comerciantes ya que sintonizaban El informativo de la radio pero no el programa deportivo, usualmente mantuvo 30% por la sintonía de los programas de la tarde dinámicos y divertidos, nunca 10% el porcentaje se obtuvo más por los transeúntes que no conocían el nombre de la radio pero mencionaban haber escuchado.

## Calificación de la programación emitida por Radio RS 97.5

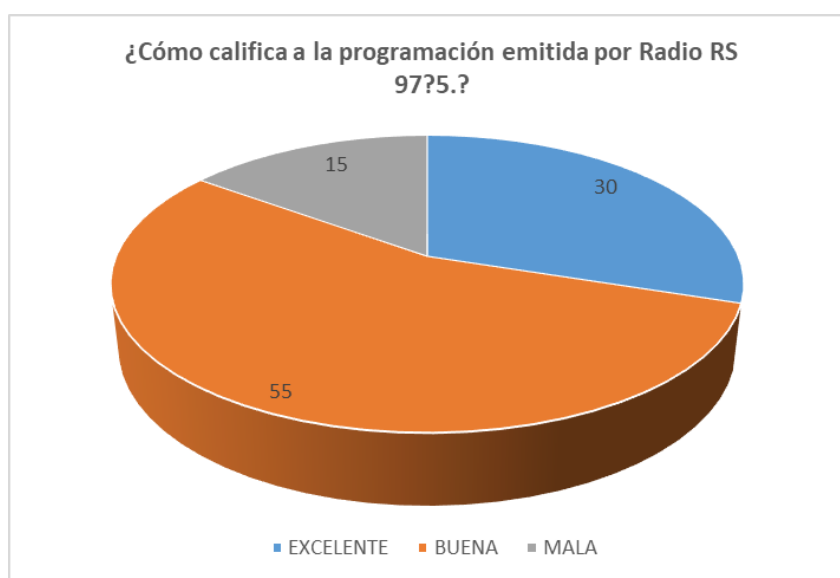
Tabla 4

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	89	30%
Buena	245	55%
Mala	40	15%
Total	378	100%

**Fuente:** Encuestas realizadas a los ciudadanos de Guaranda

**Elaborado por:** Cristófer Sashqui y Jonh Pucha

Gráfico 4



**Análisis e interpretación:** el resultado de las encuestas arrojó que el 55% de personas calificaron como buena la programación de la radio Rs97.5 los encuestados afirman que los programas son muy dinámicos, el 30% mencionó que la programación es muy incluyente y da oportunidad al diálogo, pero hay un 15% que prefiere sintonizar radioemisoras más serias.

## Programa que más sintonizan en radio RS 97.5

Tabla 5

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
El informativo	68	15%
Tendencia juvenil	90	25%
RS en la comunidad	21	5%
Peloteando y peloteados	68	15%
Sin límites	32	12%
La vieja escuela	25	10%
Latidos al corazón	74	18%
Total	378	100%

**Fuente:** Encuestas realizadas a los ciudadanos de Guaranda.

**Elaborado por:** Cristófer Sashqui y Jonh Pucha

Gráfico 5



**Análisis e Interpretación:** el resultado arrojó las siguientes respuestas con un 15% el Informativo de la mañana y al medio día, RS en la comunidad obtuvo un 5% manifestando que ahí solo hablan los políticos y preferían no escuchar, con 12% Sin

Límites el programa de variedad musical de las tardes, con un 18% Latidos al Corazón el programa de las noches con más sintonía y romanticismo, uno de los programas más escuchados en la tarde, mientras que con un 25% tendencia juvenil la mayor parte de encuestados se inclinaron por el programa de los jóvenes para los jóvenes, no olvidemos el programa deportivo Peloteando y Peloteados con un 15% netamente deportivo y para terminar la Vieja Escuela con un 10% con los clásicos que gustan a los comerciantes y choferes.

### Horario idóneo para el programa informativo

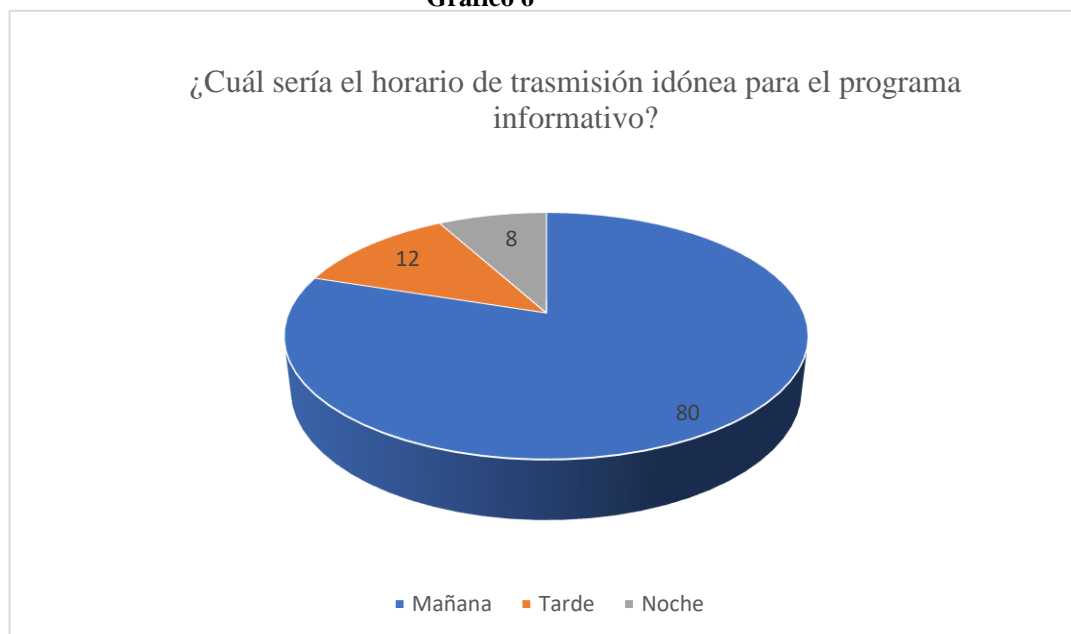
Tabla 6

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
<b>Mañana</b>	295	80%
<b>Tarde</b>	45	12%
<b>Noche</b>	38	8%
<b>Total</b>	378	100%

**Fuente:** Encuestas realizadas a los ciudadanos de Guaranda

**Elaborado por:** Cristófer Sashqui y Jonh Pucha

Gráfico 6



**Análisis e interpretación:** conforme el resultado indica que el 80% de encuestados prefieren escuchar el informativo por las mañanas, pero el 12% también mantiene la posibilidad de escucharla en la tarde tanto que el 8% de personas prefiere las noticias en la noche.

### Cumplimiento de las expectativas por parte de programa el Informativo

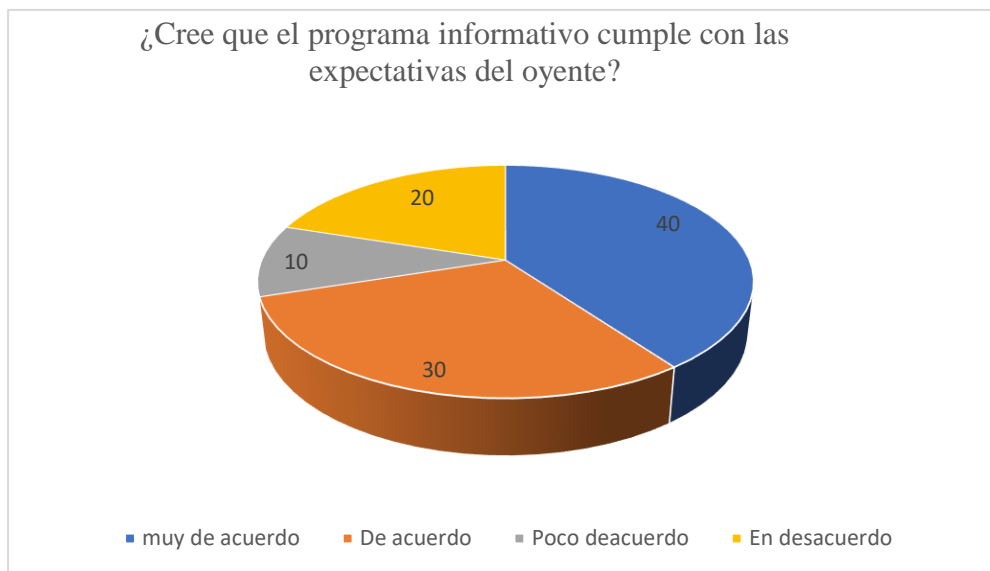
**Tabla 7**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
<b>Muy de acuerdo</b>	162	40%
<b>De acuerdo</b>	140	30%
<b>Poco de acuerdo</b>	18	10%
<b>En desacuerdo</b>	40	20%
<b>Total</b>	378	100%

**Fuente:** Encuestas realizadas a los ciudadanos de Guaranda

**Elaborado por:** Cristofer Sashqui y Jonh Pucha

**Gráfico 7**



**Análisis e interpretación:** la expectativa del oyente es muy importante como tal los resultados son 40% muy de acuerdo con la programación informativa un 30% se encuentra



en de acuerdo con el programa durante las encuestas el 10% estuvo poco de acuerdo con el informativo ya que no tenía conocimiento de este para terminar el 20% prefería otra emisora.

### Recomendaciones para mejorar el programa informativo

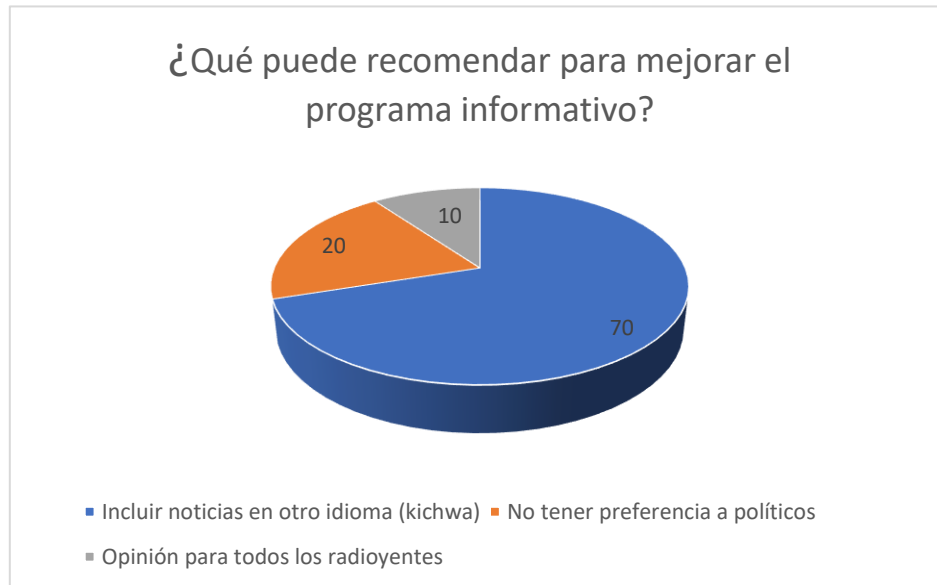
Tabla 8

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Incluir noticias en otro idioma (kichwa)	265	70%
No tener preferencia a políticos	68	20%
Opinión Para Todos Los Radioyentes	45	10%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas realizadas a los ciudadanos de Guaranda

Elaborado por: Cristofer Sashqui y Jonh Pucha

Gráfico 8



**Análisis e interpretación:** Uno de los factores importantes para llegar al público es la expresión como tal el kichwa, mencionando las encuestas el 70% indica que el idioma que debería primar en el informativo con segmentos o programas, la interrogante de preferencia a lo político es una idea que mantienen los encuestados por eso obtuvieron 20% para finalizar el 10% quiero tener una opinión en los segmentos de información.

#### **4.1.4. Entrevista al Director General de Radio RS 97.5 FM**

Con el fin de contribuir con el proyecto de investigación solicitamos al licenciado David Andrade Director General de radio RS97.5 se digne respetuosamente en contestar las siguientes interrogantes.

##### **1. ¿Con que propósito se modificó a radio Surcos?**

Se modifico con la mira a recuperar la frecuencia cuyo dial estaba a punto de desaparecer por falta de manejo constante y ya no existía los actores necesarios que se direccionen aun con el tema de evangelizar a todo un pueblo. por eso el cambio de nombre, estructura, imagen y objetivos que pasan a ser, servir y mantenerse vigente desde hace 50 años.

##### **2. ¿Cuál es la dirección que tomará la nueva radio Rs97.5 después de su modificación?**

Buscar a posicionarse dentro del mercado como medio de comunicación, trabajar para que la nueva marca la radio se grabe no solo en la mente sino más bien en los corazones de los bolivarenses como lo hizo Surcos, como la primera en la provincia, existe grandes medios de comunicación que ya están posicionados con un nombre y un dial.

El trabajo a corto plazo es crear un vínculo con los oyentes que identifiquen el logo, colores y el lema.

##### **3. ¿Cuál es el enfoque que tiene la programación de la radio?**

Informar y entretener a los radioescuchas, con un nuevo enfoque radial con programas juveniles y entretenidos, con voces de la nueva era para la nueva era, y con la

seriedad de comunicadores que pueden dirigir el programa informativo con categoría y conocimiento, colocados en los horarios más adecuados.

#### **4. ¿A qué público va dirigido la radio Rs 97.5?**

Jóvenes y adultos por las características de los programas, a partir de las siete de la mañana con noticias locales y nacionales. Tratando de resolver las problemáticas que sucede a nivel cantonal, generando la oportunidad de apertura para la participación ciudadana para exponer sus malestares.

#### **5. ¿Cuántos Programas tiene actualmente la Radio?**

Cuenta con ocho programas que están en constante trabajo, de lunes a viernes con tres programas informativos, dos de ellos de carácter multidisciplinario, economía, política y social. Añadido el programa deportivo direccionado a las diferentes disciplinas deportivas.

#### **6. ¿Qué se requiere para formar parte del informativo de la radio?**

Conocimiento y capacidad para informar, con trayectoria en el ámbito comunicacional.

#### **7. ¿El personal de la radio recibe alguna capacitación para mejorar la programación?**

En el lapso que la radio lleva al aire todo el personal recibió dos capacitaciones, enfocadas en programación y controles con expertos que se contrató de otras provincias que tienen un amplio currículo y experiencia en el tema. La segunda capacitación fue para mejorar la vocalización y presentación de los programas radiales.

#### **4.1.5. Análisis descriptivo y crítico de la entrevista**

##### **David Andrade (Director General de la Radio RS)**

La Radio RS 97.5 FM se encuentra actualmente funcionando en la ciudad de Guaranda, el cambio drástico que sufrió para mantenerse dentro de la provincia de Bolívar como medio de comunicación, cuyo objetivo principal es brindar información y entretenimiento a los bolivarenses. Ser un medio que se llegue a quedar en el corazón de sus radioescuchas es el principal objetivo como lo hizo en su momento Surcos, tratando de plasmar su marca, su lema como una radio joven con una gran propuesta comunicacional.

Personal totalmente capacitado para desarrollar sus funciones en los distintos programas, que se encuentran en horarios que la mayoría de las personas encienden su radio nutrirse de los nuevos acontecimientos de su entorno. Las características de las programaciones son totalmente claras, informativos que ayudan al desarrollo ciudadano con temas amplios e incluyentes a los consumidores.

Con tres programas con contenido netamente informativo que abarca distintas disciplinas que son de interés social para su desarrollo, considerando que el ser humano por naturaleza necesita constantemente seguir aprendiendo, es por eso que el medio como tal capacitó a sus colaboradores en puntos muy específicos como producción, controles para la ejecución de sus programas y sumado el interés de capacitar para que sus mensajes sean claros y objetos al momento de ser emitidos.

## **CAPÍTULO IV**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1.1. CONCLUSIONES**

Podemos concluir mencionado que, gracias a las encuestas, entrevista, fichas de observación y análisis de las parrillas de programación se conoció de interés de la audiencia el cual tuvo un resultado medianamente positivo, de esta forma se podrá implementar estrategias que incrementen el nivel aceptación, para causar un mayor impacto en la sociedad guarandeña.

Se determinó que el contenido que maneja la radio si es de interés para los radioescuchas, pero hace falta incrementar el protagonismo del contenido informativo a nivel local, generando una cultura informativa que mejoré el desarrollo de la comunicación radiofónica en la ciudad de Guaranda.

Es por ello, que se logró verificar nivel de aceptación de la programación informativa de la radio RS 97.5 en el centro de Guaranda, mostrándonos el impacto que logró el cambio de imagen y evolución del medio ante los avances tecnológicos.

### **5.1.2. RECOMENDACIONES**

Se recomienda potenciar la aceptación en la audiencia mediante, estrategias que permita una interacción y el aporte del público radioescucha, mejorando y refrescando la parrilla de programación, haciendo un uso más dinámico de la tecnología, usando de manera más estratégica sus recursos técnicos y humanos.

Coordinar con las instituciones públicas y privadas para que se incentive a la realización de nuevos productos comunicacionales con tema de interés social, es indispensable mantener convenios con estas instituciones pues de allí saldrán nuestras fuentes de información.

Se debe mantener el control y evaluación del nivel de aceptación de la programación informativa de la radio RS 97.5 en el centro de Guaranda. Lo cual permitirá conocer el interés en el público objetivo de cada programa que se difunde por el medio de comunicación antes mencionado.

## 4. BIBLIOGRAFÍA

1. Álvarez, P. (2016). Vocación de Radio: Procesos de Producción. En P. Álvarez, *Vocación de Radio: Procesos de Producción* (pág. 96).
2. Camargo, J. G. (1980). *La Radio por dentro y por fuera*. Quito: Andalucía 119 y Madrid.
3. Kaplún, M. (1999). *Producción de Programas de Radio*. Quipus.
4. Martínez, J. (2006). *Tería de la Comunicación*.
5. Camargo, J. G. (s.f.). <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/53840.pdf>. Obtenido de biblio.flacsoandes.edu.ec
6. Fiske, J. (1985). Teoría de la comunicación. En J. Fiske, *Teoría de la comunicación* (pág. 17). España: Herder, p. 1-17.
7. Gil, M. C. (s.f.). *catarina.udlap.mx*. Obtenido de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/pacheco\\_p\\_fl/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/pacheco_p_fl/capitulo2.pdf)
8. Herreros, M. C. (2001). La radio en la convergencia multimedia. En M. C. Herreros, *La radio en la convergencia multimedia* (págs. 158-161). Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.
9. Pereyra, D. C.-M. (2010). *Lenguajes de la radio*. Argentina: Brujas.
10. Rada, C. (1993). *Radio Surcos 30 años*. Guaranda.
11. Sifontes, A. (2019). <https://es.scribd.com/document/432932644/Cultura-Informativa#>. Obtenido de [www.es.scribd.com](http://www.es.scribd.com)
12. UTEC. (10 de 7 de 2018). *UTEC*. Obtenido de <https://utec.edu.pe/noticias/nikola-tesla-conoce-sus-aportes-mas-destacados-la-ingenieria-y-la-ciencia>: <https://www.utec.edu.pe/>
13. UTEL. (3 de 12 de 2019). *UTEL BLOG*. Obtenido de <https://utel.mx/blog/10-consejos-para/historia-de-los-medios-de-comunicacion/>

14. Vigil, I. L. (s.f.).  
*[https://radioteca.net/media/uploads/manuales/2013\\_10/ManualUrgenteRadialistas.pdf](https://radioteca.net/media/uploads/manuales/2013_10/ManualUrgenteRadialistas.pdf)*. Obtenido de [www.radioteca.net](http://www.radioteca.net)
15. Vigil, J. I. (2000). *MANUAL URGENTE PARA RADIALISTAS APASIONADOS*. Quito.
16. Fernandez, J. L. (1998). *Los lenguajes de la radio*. Atuel.
17. Utel, I. (2013, mayo 7). *La radio; adaptación tecnológica y su reinención*. BLOG | UTEL. <https://utel.mx/blog/dia-a-dia/la-radio-adaptacion-tecnologica-y-su-reinvencion/>
18. Utel, I. (2019, diciembre 3). *Historia de los medios de comunicación*. BLOG | UTEL. <https://utel.mx/blog/10-consejos-para/historia-de-los-medios-de-comunicacion/>
19. Arbelaez, J. D. (2011). *El Arte De Inspirar Audiencias*. Lulu.com.
20. Balle, F. (1990). *Los Nuevos Medios de Comunicacion Masiva*. Fondo de Cultura Economica.
21. Hausman, C. (2012). *Produccion Moderna de Radio. Produccion, Programacion y Ejecucion*. Cengage Learning Editores.
22. Greve, M. (2014). *Los Medios de Comunicación Social En Internet: Social Media and the Internet*. Rourke Educational Media.
23. Utel, I. (2013, agosto 9). *Medios alternativos: un nuevo periodismo*. BLOG | UTEL. <https://utel.mx/blog/10-consejos-para/medios-alternativos-un-nuevo-periodismo/>
24. *Cultura Informativa*. (s/f). Scribd. Recuperado el 04 de enero de 2023, de <https://es.scribd.com/document/432932644/Cultura-Informativa>
25. Galeano, E. (1997). *Modelos de comunicacion*. Macchi Grupo Editorial.



26. *Ejemplos de Modelos de Comunicación*. (s/f). Scribd. Recuperado el 04 de enero de 2023, de <https://es.scribd.com/doc/38967735/EJEMPLOS-DE-MODELOS-DE-COMUNICACION>

27. *Significado de Medios de Comunicación (Qué Son, Concepto y Definición) - Significados*. (s/f). Scribd. Recuperado el 28 de enero de 2022, de <https://es.scribd.com/document/527329600/Significado-de-Medios-de-comunicacion-Que-son-Concepto-y-Definicion-Significados>

28. Sanguinetti, S. (2011). *Lenguajes de la radio*. Brujas.

29. Querol Jordi Buira, R. R. (juliol 2007). *La sociedad de la información*.

## 5. ANEXOS



### Document Information

---

<b>Analyzed document</b>	TESIS Jonh Pucha - Cristoffer Sashqui.docx (D156249040)
<b>Submitted</b>	2023-01-18 15:49:00
<b>Submitted by</b>	
<b>Submitter email</b>	jonpucha@mailes.ueb.edu.ec
<b>Similarity</b>	6%
<b>Analysis address</b>	rromero.ueb@analysis.arkund.com

### Sources included in the report

---

### Entire Document

---

### Hit and source - focused comparison, Side by Side

---

<b>Submitted text</b>	As student entered the text in the submitted document.
<b>Matching text</b>	As the text appears in the source.

## PRESUPUESTO EJECUTADO

### Recursos materiales

Tabla 9

Físicos	Portátil	Computador	3
		Pentium, Intel inside core i7	
	Impresora	Epson l4150	1
	USB	Dispositivo de almacenamiento	10
	Cámara Fotográfica	Cámara fotográfica CANON Rebel	2
Programas	Windows 8 Profesional	Sistema operativo	3
	Microsoft Office	Herramienta para aplicación de	1

Elaborado por: Jonh Pucha y Cristoffer Sashqui

### Financiamiento

Tabla 10

Rubro	Total
Materiales/insumos	\$ 10
Equipos	\$ 5
Herramientas	\$15

Elaborado por: Jonh Pucha y Cristoffer Sashqui

## **HIMNO A RADIO SURCOS**

Queremos cantarle a la vida.  
canciones que hablen de amor;  
Radio Surcos en tu gran día  
te cantamos con el corazón.  
La Provincia gritamos un viva,  
Radio Surcos por tu gran realidad,  
eres cuna de grandes artistas,  
que contigo queremos triunfar.  
en Cantemos un himno a la vida,  
de amor, justicia y hermandad;  
hoy Guaranda y las siete colinas  
son testigos de tu gran labor;  
con amor, religión y esperanza  
para el mundo y pueblo de Dios

## Parrilla radial

**Tabla 11 Parrilla radial Rs**

HORARIO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
07:00 - 09:00	El Informativo de la mañana	El Informativo de la mañana	El Informativo de la mañana	El Informativo de la mañana	El Informativo de la mañana	Música mezclas (juvenil)	Música mezclas (juvenil)
10: 00 - 12:00 pm	Tendencia Juvenil Magazine	Tendencia Juvenil Magazine	Tendencia Juvenil Magazine	Tendencia Juvenil Magazine	Tendencia Juvenil Magazine	Música mezclas (juvenil)	Música mezclas (juvenil)
12:00 – 13:00	RS en la comunidad	RS en la comunidad	RS en la comunidad	RS en la comunidad	RS en la comunidad	Música mezclas	Música mezclas
13:00 - 14:00	Peloteando y peloteados.	Peloteando y peloteados.	Peloteando y peloteados.	Peloteando y peloteados.	Peloteando y peloteados.	Música juvenil	Música juvenil
14:00 pm- 16:00	Sin Limites	Sin Limites	Sin Limites	Sin Limites	Sin Limites	Música juvenil	Música juvenil
16:00 - 18:00	La vieja escuela	La vieja escuela	La vieja escuela	La vieja escuela	La vieja escuela	Música mezclas	Música mezclas
18:00 - 20:00	Latidos al Corazón		Latidos al Corazón		Latidos al Corazón	Yo te cuento	Yo te cuento
20:00 – 22:00	Música variada	Música variada	Música variada	Música variada	Música variada	Música variada	Música variada
10:00- 12:00 pm	Música variada	Música variada	Música variada	Música variada	Música variada	Música variada	Música variada
12:00- 05:00 am	Música variada	Música variada	Música variada	Música variada	Música variada	Música variada	Música variada

## Parrilla Radio Surcos

Tabla 12

LUNES A VIERNES

5:00:	Inicio De Programación
5:05:	Buenos Días Ecuador (Programada De Música Nacional)
6:00	Ángelus (Oración Del Día)
6:05	El Pastor Ora Con El Pueblo
6:30	Buenos Días Ecuador
7:00	Panorama Informativo (Noticias, Entrevistas, Comentarios)
9:00	Reflexiones Cristianas
9:30	Ritmos Juveniles (Programación Variada De Música)
12:00	Ángelus
12:05	Panorama Informativo
13:00	Clarinadas Deportivas
14:00	Ritmos Tropicales
17:00	Panorama Informativo (Tercera Emisión)
18:00	Ángelus
18:05	Ecuador Su Historia Y Música (Datos Importantes Del Ecuador)
19:00	El Santo Rosario
19:30	Música De La Vieja Guardia



## Guía de encuestas

Con el fin de obtener información acerca de los radioescuchas, y su preferencia al momento de encender su radio se han planteado siete preguntas que permitirá aclarar si los programas informativos de la RS 97.5 FM son aceptados e influyen en la cultura informativa de la ciudad de Guaranda.

### 1. ¿Prefiere usted a Radio Surcos o Radio Rs 97.5.?

Radio RS	
Radio Surcos	

### 2. ¿Con qué frecuencia escucha Radio RS 97.5.?

Siempre	
Casi siempre	
Usualmente	
Nunca	

### 3. ¿Cómo califica a la programación emitida por Radio RS 97.5.?

Excelente	
Buena	
Mala	

**4. ¿Cuál es el programa que más sintoniza en radio RS 97.5.?**

El informativo	
Tendencia juvenil	
RS en la comunidad	
Peloteando y peloteados	
Sin límites	
La vieja escuela	
Latidos al corazón	

**5. ¿Cuál sería el horario de trasmisión idónea para el programa informativo?**

Mañana	
Tarde	
Noche	

**6. ¿Cree que el programa informativo cumple con las expectativas del oyente?**

Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Poco de acuerdo	
En desacuerdo	



**7. ¿Qué puede recomendar para mejorar el programa informativo?**

Incluir noticias en otro idioma (kichwa)	
No tener preferencia a políticos	
Opinión Para Todos Los Radioyentes	

## Guía de entrevista



Entrevista al director general de la radio RS 97.5 FM el Licenciado David Andrade con el fin de conocer cómo se encuentra la estructura de las programaciones y el tipo de personal con el que cuenta en sus instalaciones.

1. **¿Con que propósito se modificó a radio Surcos?**
2. **¿Cuál es la dirección que tomará la nueva radio Rs97.5 después de su modificación?**
3. **¿Cuál es el enfoque que tiene la programación de la radio?**
4. **¿A qué público va dirigido la radio Rs 97.5?**
5. **¿Cuántos Programas tiene actualmente la Radio?**
6. **¿Qué se requiere para formar parte del informativo de la radio?**
7. **¿El personal de la radio recibe alguna capacitación para mejorar la programación?**

## ENTREVISTAS Y ENCUESTAS



5/01/2023



4/01/2023



4/01/2023



4/01/2023