



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

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

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

TEMA:

DIGITALIZACIÓN DE LA RADIO MUNDO Y SU IMPACTO EN LAS
PERSONAS ADULTAS MAYORES, MIEMBROS DE LA ASOCIACIÓN DE
JUBILADOS DE SAN JOSÉ DE CHIMBO, PERÍODO MAYO - SEPTIEMBRE
2023.

AUTORA:

GABRIELA DOMÉNICA HIDALGO PINOS

DIRECTORA:

Lic. Lissette Zambrano

PAR ACADÉMICO:

Lic. Renato Valle
Lic. Bladimir Guarnizo

GUARANDA-ECUADOR

2024

DEDICATORIA

Quiero dedicar este proyecto y los éxitos alcanzados a aquellos que son mi fuente de fortaleza y que ocupan un lugar especial en mi corazón. Ellos han sido fundamentales en mi vida, constituyendo mi base y brindándome un apoyo inquebrantable a lo largo de los años.

Quiero expresar mi gratitud hacia mi madre, quien ha sido mi compañera en los momentos más cruciales de mi vida, siendo un modelo a seguir para mí y la razón por la que me esfuerzo cada día por mejorar con trabajo y dedicación. A mi abuelita Fanny, quién desde mi infancia me ha enseñado el valor de la honestidad con su ejemplo. A mi hermana Ariana, por ser mi apoyo y motivación en los momentos difíciles. A mi abuelito Enrique, quién ya no está presente físicamente, pero cuya influencia ha contribuido significativamente a mi desarrollo como persona. A mi tía Fanny, mis primos Jesús Enrique y Luis Manuel, así como a mi gran amigo y hermano Andrés Freire, les agradezco por respaldarme en cada paso que he dado en este viaje llamado vida.

Agradezco a todos mis amigos por su constante apoyo en cada etapa de mi vida, y quiero destacar especialmente a mis amigas Edisa, Thalía, Odalys y Mikaela quienes han estado a mi lado en todo momento, ofreciéndome consejos y palabras de ánimo cuando más los he necesitado.

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a Alexandra Oleas y Bryan Lombeida por su amistad genuina, así como por cada consejo y asistencia que me han ofrecido durante este desafiante proceso. Su apoyo ha sido fundamental en este trabajo arduo y complejo, y sin ellos, no habría sido posible alcanzar mis metas.

A todos ellos,

Con mucho cariño y amor

Gabriela...

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento a todas las personas que me han apoyado y han contribuido para que este trabajo se complete con éxito.

Agradezco a la Universidad Estatal de Bolívar por haber sido el lugar que me permitió finalizar mis estudios y donde, gracias a sus instalaciones, pude desarrollarme como profesional año tras año.

Quiero agradecer a mi tutora, Lic. Lisette Zambrano, así como a mis pares académicos, Lic. Renato Valle y Lic. Bladimir Guarnizo, junto con otros profesores, ya que, sin su orientación y sabiduría, no habría sido posible alcanzar esta meta. Sus conocimientos y experiencia han sido fundamentales en el logro de estos resultados.

Agradezco a mis compañeros por su dedicación y constancia mientras practicábamos juntos, y quiero destacar especialmente a mis amigas Candy y Mayra por mostrarme la verdadera importancia de la amistad y la solidaridad.

Quiero agradecer a mi familia por estar siempre presente, ofreciéndome el apoyo necesario a lo largo de estos años, y guiándome con sus consejos y palabras oportunas. Ellos son mi principal fuente de motivación y orientación en mi camino.

A todas las personas que, de una forma u otra, contribuyeron a mi éxito profesional, les estaré eternamente agradecida y siempre los llevaré en mi corazón.

A todos,

Gracias.

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR



UNIDAD DE TITULACIÓN/UNIDAD DE
INTEGRACIÓN CURRICULAR
CARRERA DE COMUNICACIÓN Y CARRERA
COMUNICACIÓN MODALIDAD HÍBRIDA

FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS,
GESTIÓN EMPRESARIAL
E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Lic. Martha Lissette Zambrano Moreira, Mgs. José Bladimir Guarnizo Delgado, Mgs. Renato Danilo Valle Arellano Moreira en su orden: de Directora y Pares Académicos del Trabajo de Titulación "DIGITALIZACIÓN DE LA RADIO MUNDO Y SU IMPACTO EN LAS PERSONAS ADULTAS MAYORES, MIEMBROS DE LA ASOCIACION DE JUBILADOS DE SAN JOSÉ DE CHIMBO, PERIODO MAYO - SEPTIEMBRE 2023" desarrollado por la estudiante HIDALGO PINOS GABRIELA DOMÉNICA.

CERTIFICAN

Que, luego de revisado Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la Carrera de Comunicación.

Guaranda, 16 abril del 2024

Lic. Lissette Zambrano

Directora

Lic. Renato Valle
Par Académico

Lic. Bladimir Guarnizo
Par Académico

CERTIFICACIÓN DEL PAR ACADÉMICO 1



UNIDAD DE TITULACIÓN/UNIDAD DE
INTEGRACIÓN CURRICULAR
CARRERA DE COMUNICACIÓN Y CARRERA
COMUNICACIÓN MODALIDAD HÍBRIDA

FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS,
GESTIÓN EMPRESARIAL
E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Lic. Martha Lissette Zambrano Moreira, Mgs. José Bladimir Guarnizo Delgado, Mgs. Renato Danilo Valle Arellano Moreira en su orden: de Directora y Pares Académicos del Trabajo de Titulación **“DIGITALIZACION DE LA RADIO MUNDO Y SU IMPACTO EN LAS PERSONAS ADULTAS MAYORES, MIEMBROS DE LA ASOCIACION DE JUBILADOS DE SAN JOSÉ DE CHIMBO, PERIODO MAYO - SEPTIEMBRE 2023”** desarrollado por la estudiante **HIDALGO PINOS GABRIELA DOMÉNICA**.

CERTIFICAN

Que, luego de revisado Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la **Carrera de Comunicación**.

Guaranda, 16 abril del 2024

Lic. Lissette Zambrano

Directora

Lic. Renato Valle
Par Académico

Lic. Bladimir Guarnizo
Par Académico

CERTIFICACIÓN DEL PAR ACADÉMICO 2



UNIDAD DE TITULACIÓN/UNIDAD DE
INTEGRACIÓN CURRICULAR
CARRERA DE COMUNICACIÓN Y CARRERA
COMUNICACIÓN MODALIDAD HÍBRIDA

FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS,
GESTIÓN EMPRESARIAL
E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Lic. Martha Lissette Zambrano Moreira, Mgs. José Bladimir Guarnizo Delgado, Mgs. Renato Danilo Valle Arellano Moreira en su orden: de Directora y Pares Académicos del Trabajo de Titulación “DIGITALIZACION DE LA RADIO MUNDO Y SU IMPACTO EN LAS PERSONAS ADULTAS MAYORES, MIEMBROS DE LA ASOCIACION DE JUBILADOS DE SAN JOSÉ DE CHIMBO, PERIODO MAYO - SEPTIEMBRE 2023” desarrollado por la estudiante HIDALGO PINOS GABRIELA DOMÉNICA.

CERTIFICAN

Que, luego de revisado Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la **Carrera de Comunicación**.

Guaranda, 16 abril del 2024

Lic. Lissette Zambrano

Directora

Lic. Renato Valle
Par Académico

Lic. Bladimir Guarnizo
Par Académico

DERECHOS DE AUTOR

DERECHOS DE AUTOR

Yo HIDALGO PINOS GABRIELA DOMENICA portador de la Cédula de Identidad No. 0202053799 en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación:

DIGITALIZACION DE LA RADIO MUNDO Y SU IMPACTO EN LAS PERSONAS ADULTAS MAYORES, MIEMBROS DE LA ASOCIACION DE JUBILADOS E SAN JOSE DE CHIMBO, PERIODO MAYO – SEPTIEMBRE 2023 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 mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo/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.

El autor declara 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.

GABRIELA DOMENICA HIDALGO PINOS



Gabriela Doménica Hidalgo Pinos

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR	iii
CERTIFICACIÓN DEL PAR ACADÉMICO 1	iv
CERTIFICACIÓN DEL PAR ACADÉMICO 2	v
DERECHOS DE AUTOR	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xiii
INTRODUCCIÓN	1
RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	3
CAPÍTULO I.....	4
FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO.....	4
1.1. Descripción del problema	4
1.2. Formulación del problema.....	5
1.3. Preguntas de Investigación.....	5
1.4. Justificación.....	7
1.5. Objetivos	8
1.5.1. Objetivo General	8
1.5.2. Objetivos Específicos.....	8
1.6. Hipótesis.....	9
1.7. Variables.....	9
1.7.1. Variable Independiente	9
1.7.2. Variable Dependiente	9
1.8. Operacionalización de las variables	10
CAPÍTULO II	12
MARCO TEÓRICO.....	12
2.1. Antecedentes	12
2.2. Marco científico	17
2.2.1. Teoría de la Comunicación de Masas:	17

2.2.2.	Teoría de la Agenda-Setting	17
2.2.3.	Teoría del Uso y Gratificación	18
2.2.4.	Teoría del Cultivo	19
2.2.5.	Teoría de la Persuasión	19
2.2.6.	Teoría de la Difusión de la Innovación	20
2.2.7.	Relaciones Sociales	20
2.2.8.	La brecha de la era digital	21
2.2.9.	Internet y su aporte en las personas adultas mayores	24
2.2.10.	Herramientas tecnológicas como distracción en adultos mayores	26
2.2.11.	¿Qué herramientas de internet son más interesantes para las personas adultas mayores?	26
2.2.12.	Búsquedas de información	26
2.2.13.	Escribir, es pura comunicación	27
2.2.14.	El fenómeno de la brecha digital y sus componentes	27
2.2.15.	Modalidades de uso de las TIC por parte de las personas mayores en América Latina.	29
2.2.16.	Impacto psicosocial de la digitalización en los adultos mayores	30
2.3.	Marco Conceptual.....	32
2.3.1.	La digitalización de la radio y los medios de comunicación.....	32
2.3.2.	La digitalización del medio radiofónico periodístico	32
2.3.3.	El sector de los medios de comunicación y la revolución digital.	34
2.3.4.	Tendencias de la radio online	36
2.3.5.	Ejemplos de radio digitalizada	40
2.3.6.	Radio digital terrestre (RDT)	40
2.3.7.	Emisoras de radio virtual	40
2.3.8.	Podcast.....	41
2.3.9.	Digitalización de la radio en el Ecuador.	41
2.3.10.	Características	42
2.3.11.	Correo electrónico y chats	43
2.3.12.	El correo electrónico	43
2.3.13.	La videoconferencia	44
2.3.14.	La radio en el Ecuador.....	44
2.3.15.	Locución Redacción radiofónica.	46
2.3.16.	¿Cuál fue la primera Radio en el Ecuador?	48
2.3.17.	Fomentando la transformación digital para personas mayores.....	48

2.4. Marco Legal.....	49
2.5. Georreferencial.....	65
CAPÍTULO III.....	67
METODOLOGÍA.....	67
3.1. Enfoque de Investigación.....	67
3.1.1. Cualitativo:.....	67
3.1.2. Cuantitativo:.....	67
3.2. Tipo de investigación.....	67
3.2.1. Investigación Descriptiva:.....	67
3.2.2. Investigación Exploratoria:.....	68
3.2.3. Investigación Bibliográfica:.....	68
3.2.4. Investigación de Campo:.....	68
3.3. Métodos de Investigación.....	68
3.3.1. Método deductivo.....	68
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	69
3.4.1. Entrevista Semiestructurada:.....	69
3.4.2. Observación Participante:.....	69
3.4.3. Encuesta:.....	69
3.5. Criterio de Inclusión y Exclusión.....	70
3.5.1. Criterio de Inclusión.....	70
3.5.2. Criterio de Exclusión:.....	70
3.6. Población y Muestra.....	71
3.6.1. Población:.....	71
3.6.2. Muestra:.....	71
3.7. Análisis de Datos:.....	71
3.8. Consideraciones Éticas:.....	71
CAPÍTULO IV.....	73
RESULTADOS.....	73
4.1. Análisis e interpretación de resultados.....	73
4.2. Análisis de la Encuesta.....	95
4.3. Entrevista (Radio Mundo).....	96
CAPÍTULO V.....	98
PROPUESTA.....	98
5.1. Tema:.....	98

5.2.	Institución Responsable	98
5.3.	Antecedentes	99
5.4.	Justificación.....	100
5.5.	Objetivos	101
5.5.1.	Objetivo General	101
5.5.2.	Objetivos Específicos.....	101
5.6.	Filosofía empresarial.....	102
5.6.1.	Misión.....	102
5.6.2.	Visión.....	102
5.7.	Valores institucionales:.....	102
5.8.	Análisis FODA	103
5.9.	Análisis de factibilidad	104
5.9.1.	Factibilidad	104
5.9.2.	Operativa.....	104
5.9.3.	Organizacional.....	104
5.9.4.	Tecnológico	104
5.9.5.	Económica	104
5.10.	Matriz de Propuesta.....	104
	CONCLUSIONES	106
	RECOMENDACIONES	107
	BIBLIOGRAFÍA	108
	ANEXOS	117

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Operacionalización de la variable independiente</i>	10
<i>Tabla 2 Operacionalización de la variable dependiente</i>	11
<i>Tabla 3 Aporte del internet a las personas mayores</i>	24
<i>Tabla 4 Índice de acceso digital</i>	28
<i>Tabla 5 Características del periodismo Radiofónico</i>	47
<i>Tabla 6 Frecuencia con la que escucha la radio</i>	73
<i>Tabla 7 Dispositivos que utiliza</i>	75
<i>Tabla 8 Digitalización de Radio Mundo</i>	77
<i>Tabla 9 Herramienta o un medio</i>	79
<i>Tabla 10 Programación que prefiere</i>	81
<i>Tabla 11 Cambio de sus hábitos</i>	83
<i>Tabla 12 Problemas técnicos de acceso</i>	85
<i>Tabla 13 Dificultades para adaptarse</i>	87
<i>Tabla 14 Recomendaría la Radio</i>	89
<i>Tabla 15 Impacto positivo</i>	91
<i>Tabla 16 Talleres o actividades</i>	93
<i>Tabla 17 Análisis FODA</i>	103
<i>Tabla 18 Propuesta</i>	105

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1 Frecuencia con la que escucha la radio</i>	73
<i>Gráfico 2 Dispositivos que utiliza</i>	75
<i>Gráfico 3 Digitalización de Radio Mundo</i>	77
<i>Gráfico 4 Herramienta o un medio</i>	79
<i>Gráfico 5 Programación que prefiere</i>	81
<i>Gráfico 6 Cambio de sus hábitos</i>	83
<i>Gráfico 7 Problemas técnicos de acceso</i>	85
<i>Gráfico 8 Dificultades para adaptarse</i>	87
<i>Gráfico 9 Recomendaría la Radio</i>	89
<i>Gráfico 10 Impacto positivo</i>	91
<i>Gráfico 11 Talleres o actividades</i>	93

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1 Ubicación Geográfica de Radio Mundo en San José de Chimbo ...</i>	<i>65</i>
<i>Ilustración 2 Ubicación.....</i>	<i>66</i>

INTRODUCCIÓN

En el contexto contemporáneo de la sociedad digital, la transformación de los medios de comunicación, impulsada por la digitalización, ha marcado un cambio fundamental en la forma en que interactuamos con la información y nos comunicamos. Uno de los medios tradicionales que ha experimentado esta transición es la radio, que ha evolucionado de transmisiones analógicas a formatos digitales para adaptarse a las nuevas demandas de una audiencia cada vez más conectada. Sin embargo, este cambio no afecta a todos por igual, y ciertos grupos, como las personas adultas mayores, enfrentan desafíos únicos que pueden obstaculizar su participación plena en este nuevo entorno digital.

Este estudio se propone investigar cómo la digitalización de Radio Mundo impacta a las personas adultas mayores que forman parte de la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo durante el período 2023. Para lograr este objetivo, nos planteamos una serie de preguntas clave que guiarán nuestra investigación. Nos interesa comprender el impacto social, emocional y comunicativo de esta digitalización en los miembros de la asociación, así como identificar los desafíos y oportunidades que enfrentan durante esta transición a la radio digital. Además, nos proponemos explorar las estrategias y acciones que podrían implementarse para maximizar los beneficios de esta digitalización y mitigar posibles barreras para las personas adultas mayores.

A través de una serie de objetivos, buscamos identificar cómo la digitalización de Radio Mundo influye en los hábitos de las personas adultas mayores, incluyendo la frecuencia, duración y preferencias de programación. También evaluaremos el nivel de familiaridad y competencia tecnológica de los miembros de la Asociación de Jubilados en relación con el uso de dispositivos digitales y aplicaciones de radio en línea. Finalmente, examinaremos los efectos de la falta de acceso a la radio digital en la vida social de los miembros de la asociación, centrándonos en el aislamiento social, la limitación en el acceso a información relevante y las posibles dificultades en la toma de decisiones informadas.

RESUMEN

El estudio exploró el impacto de la digitalización de Radio Mundo en los adultos mayores de la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo, buscando facilitar su adaptación a nuevas tecnologías mediante un enfoque metodológico mixto que incluyó investigación descriptiva, exploratoria, bibliográfica y de campo, utilizando entrevistas semiestructuradas, observación participante y encuestas. Empleando el método deductivo, se analizaron los datos recopilados para realizar un análisis integral del cambio mediático y su influencia en la comunidad. Los resultados revelaron una transición progresiva hacia la radio digital que coexiste con la modalidad tradicional, observándose mejoras en la calidad y accesibilidad de la información. Sin embargo, se identificaron desafíos significativos relacionados con la adaptación tecnológica y el manejo de dispositivos digitales. Aunque la mayoría de los participantes mostraron disposición para aprender nuevas tecnologías, la conectividad limitada y los problemas técnicos emergieron como barreras considerables. La estrategia de Radio Mundo de mantener presencia en ambas plataformas y utilizar redes sociales para atraer a una audiencia más joven ha sido efectiva, contribuyendo a un impacto positivo en la vida de los adultos mayores. A pesar de esto, se recomienda mejorar la infraestructura de conectividad, ofrecer capacitación específica para adultos mayores, diversificar la oferta de contenido y promover la participación activa en redes sociales para superar los desafíos técnicos y de adaptación existentes.

Palabras Clave: Radio Mundo, Adultos mayores, Asociación de Jubilados, San José de Chimbo, Nuevas tecnologías.

ABSTRACT

The study explored the impact of the digitalization of Radio Mundo on older adults of the Association of Retirees of San José de Chimbo, seeking to facilitate their adaptation to new technologies through a mixed methodological approach that included descriptive, exploratory, bibliographic and field research, using semi-structured interviews, participant observation and surveys. Using the deductive method, the data collected were analyzed to perform a comprehensive analysis of media change and its influence on the community. The results revealed a progressive transition towards digital radio coexisting with the traditional modality, with improvements in the quality and accessibility of information. However, significant challenges related to technological adaptation and handling of digital devices were identified. Although most of the participants showed willingness to learn new technologies, limited connectivity and technical problems emerged as considerable barriers. Radio Mundo's strategy of maintaining a presence on both platforms and using social networks to attract a younger audience has been effective, contributing to a positive impact on the lives of older adults. Despite this, it is recommended to improve the connectivity infrastructure, offer specific training for older adults, diversify the content offer and promote active participation in social networks to overcome the existing technical and adaptation challenges.

Key words: Radio Mundo, Older adults, Retirees Association, San José de Chimbo, New technologies.

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1.Descripción del problema

La falta de conocimientos tecnológicos se riges como un factor primordial que afecta a las personas de tercera edad, ya que la conexión limitada con dispositivos digitales y aplicaciones de radio en línea impide la plena utilización de los beneficios y recursos disponibles en la era digital. Esta carencia tecnológica se ve exacerbada por la brecha digital generacional, que revela una disparidad en la adopción de tecnología digital entre generaciones, generando sentimientos de exclusión y desmotivación para adaptarse a las nuevas herramientas tecnológicas.

Estas causas, la falta de conocimientos y la brecha digital generacional, desencadenan efectos notorios en la vida de las personas adultas mayores. El aislamiento social se destaca como una consecuencia significativa, derivado de la falta de acceso a la radio digital, lo cual puede conducir a una desconexión con el entorno y a una disminución de las oportunidades de interacción social. Además, la limitación en el acceso a información relevante dificulta que los adultos mayores se mantengan informados sobre temas de interés, eventos comunitarios y servicios sociales disponibles.

La exclusión digital se presenta como un efecto preocupante, manifestando una sensación de marginación y falta de inclusión en la sociedad moderna. La incapacidad para participar plenamente en la era digital afecta negativamente la calidad de vida de los miembros de la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo.

Es por ello que nace la necesidad de realizar la presente investigación, ya que este estudio se enfoca en comprender los desafíos y dificultades que esta transición digital ha introducido en la vida cotidiana de este grupo demográfico, destacando el acceso limitado a la información y servicios como el problema central a investigar. Además de como la digitalización de Radio Mundo ha generado una

serie de problemas para las personas adultas mayores como: la restricción al acceso de información y servicios, la falta de conocimientos tecnológicos y la brecha digital generacional contribuyen a efectos perjudiciales, como el aislamiento social, la limitación en el acceso a información relevante y la exclusión digital. Estos aspectos deben ser abordados de manera integral para garantizar una transición efectiva a la era digital y preservar la calidad de vida de este grupo demográfico específico.

1.2. Formulación del problema

¿Cómo afecta la digitalización de Radio Mundo en las personas adultas mayores, miembros de la asociación de jubilados de San José de Chimbo en el periodo 2023?

1.3. Preguntas de Investigación

Dentro de las preguntas directrices se establecen las siguientes:

1. ¿Cuál es el impacto social, emocional y comunicativo de la digitalización de Radio Mundo en los miembros de la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo?
2. ¿Cuáles son los desafíos y oportunidades que enfrentan las personas adultas mayores miembros de la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo en la transición a la radio digital?
3. ¿Qué estrategias o acciones podrían implementarse para optimizar los beneficios de la digitalización de Radio Mundo y mitigar posibles barreras para las personas adultas mayores?
4. ¿Cuáles son los niveles de familiaridad y competencia tecnológica entre los miembros de la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo en relación con el uso de dispositivos digitales y aplicaciones de radio en línea?
5. ¿Cómo influye la falta de conocimientos tecnológicos en la capacidad de los adultos mayores para aprovechar los beneficios y la información disponible a través de la digitalización de Radio Mundo?
6. ¿Cuál es la magnitud de la brecha digital generacional entre los adultos mayores y las generaciones más jóvenes, y de qué manera afecta la adopción

de la tecnología digital en la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo?

7. ¿Cómo perciben los adultos mayores la transición de la radio tradicional a la radio digital, y cuáles son sus actitudes hacia la adopción de nuevas tecnologías en el contexto de la comunicación digital?
8. ¿En qué medida la falta de acceso a la radio digital contribuye al aislamiento social de los miembros de la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo, y cómo se refleja esto en sus interacciones sociales y calidad de vida?
9. ¿Cuáles son los obstáculos específicos que enfrentan los adultos mayores al intentar participar en la era digital, y cómo estos obstáculos afectan su capacidad para estar al tanto de eventos comunitarios, temas de interés y servicios sociales disponibles?
10. ¿De qué manera la exclusión digital percibida impacta la autoestima, la participación comunitaria y la sensación de pertenencia de los adultos mayores en la sociedad moderna?

1.4.Justificación

La presente investigación surge en respuesta a la dinámica de la actualización generacional, que está transformando de manera fundamental los medios de comunicación. En este contexto, la radio digital se posiciona como una plataforma que ofrece ventajas significativas sobre la radio analógica, tales como calidad de sonido, mayor flexibilidad y mayor interactividad. Estas características suscitan un interés sustancial en analizar el impacto de la digitalización de la radio, especialmente considerando su influencia masiva en la sociedad.

La radio, como medio de comunicación de masas, desempeña un papel crucial en la forma en que la sociedad consume información y entretenimiento. En este sentido, la digitalización de la radio podría tener un impacto trascendental en la manera en que los oyentes, en particular el grupo de adultos mayores, experimentan este medio. Este segmento demográfico se ha destacado como objeto de estudio en la presente investigación debido a los desafíos específicos que enfrenta en la adaptación a las tecnologías digitales, vinculados a la falta de conocimientos tecnológicos y la brecha digital generacional.

La comunicación, esencial para la interacción en la sociedad actual, se convierte en el eje central de esta investigación. La finalidad radica en determinar la incidencia de la digitalización de la información en el diario vivir de las personas adultas mayores, quienes deben familiarizarse con los equipos tecnológicos utilizados en la actualidad. Asimismo, se busca sostener alguna teoría existente de la comunicación, considerando los elementos esenciales de emisor, receptor y mensaje, tomando en cuenta la capacidad de la radio para llegar a la audiencia por diversos canales y conectar a la humanidad.

Esta investigación aplica estrategias investigativas específicas que permiten representar las características y preferencias de este grupo vulnerable, brindando una comprensión más profunda de su interacción con el mundo externo y real. En este contexto, la investigación no solo busca resolver una problemática concreta, sino también contribuir al entendimiento del poder real del audio y mantener un porcentaje significativo de radioyentes, revelando así el apasionante momento que vive la radio en la sociedad actual.

1.5.Objetivos

1.5.1. Objetivo General

- Analizar el impacto de la digitalización de Radio Mundo en las personas adultas mayores, miembros de la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo, para adaptarlas a nuevas tecnologías.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Identificar el impacto de la digitalización de Radio Mundo en los hábitos de las personas adultas mayores incluyendo la frecuencia, duración y preferencias de programación de los miembros de la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo.
- Evaluar el nivel de familiaridad y competencia tecnológica de los miembros de la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo en relación con el uso de dispositivos digitales y aplicaciones de radio en línea.
- Examinar los efectos de la falta de acceso a la radio digital en la vida social de los miembros de la Asociación, centrándose en el aislamiento social, la limitación en el acceso a información relevante y las posibles dificultades en la toma de decisiones informadas.

1.6.Hipótesis

La implementación de tecnologías accesibles y programas de capacitación en el contexto de la digitalización de Radio Mundo se postula como un medio para mejorar la experiencia radiofónica de las personas adultas mayores. Este enfoque busca fomentar su participación activa en la radio, fortaleciendo la conexión con la Asociación de Jubilados y superando las barreras tecnológicas que puedan surgir.

1.7.Variables

1.7.1. Variable Independiente

Nivel de digitalización de la radio mundo.

1.7.2. Variable Dependiente

Impacto en las personas adultas mayores.

1.8.Operacionalización de las variables

Tabla 1

Operacionalización de la variable independiente

Variable	Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems para los indicadores	Técnicas e instrumentos
Nivel de Digitalización de Radio Mundo	Este se refiere al grado de implementación y adopción de la digitalización en la transmisión de Radio Mundo, abarcando aspectos como la disponibilidad de plataformas en línea, aplicaciones, podcasts y otros servicios digitales.	Calidad Técnica	Calidad del sonido y producción	Evaluación de la calidad del sonido en una escala de 1 a 10	<ul style="list-style-type: none"> ● Encuestas ● Análisis de Plataformas Digitales ● Registro de Interacciones en Redes Sociales ● Entrevistas con Personal Técnico
		Accesibilidad Digital	Disponibilidad de aplicaciones de radio digital.	Registro de la presencia en plataformas de streaming	
		Interactividad	Oferta de contenido en formato digital	Registro de comentarios y mensajes de los oyentes	

Elaborado por: Hidalgo, Gabriela

Tabla 2

Operacionalización de la variable dependiente

Variable	Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems para los indicadores	Técnicas e instrumentos
Impacto en las personas adultas mayores.	Se refiere a las consecuencias y efectos, tanto positivos como negativos, que experimenta este grupo demográfico como resultado de diversos factores, eventos o cambios en su entorno	Conocimientos Tecnológicos	Habilidad para utilizar aplicaciones de radio en línea	Observación de la capacidad para navegar y utilizar aplicaciones de radio en línea	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas Personales • Encuestas • Observación Participante • Análisis de Contenido • Grupos Focales
		Brecha Digital Generacional	Diferencia en la adopción de tecnología digital entre generaciones	Entrevistas para explorar la actitud y percepción	
		Efectos en la Vida Cotidiana	Aislamiento social	Evaluación de la disponibilidad de información	
		Exclusión Digital	Falta de participación plena en la era digital	Análisis de la participación en actividades digitales	

Elaborado por: Hidalgo, Gabriela

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Equipo editorial Etecé (2024) mencionan que antes de que la radio se inventara, surgieron dos importantes inventos a inicios y mediados del siglo XIX, como son la pila voltaica capaz de producir campos eléctricos y el telégrafo, que era un artefacto capaz de enviar y recibir señales eléctricas transmitidas a lo largo de un cable conductor, se enviaba mensajes a través de códigos numéricos. La historia de la radio, así, comprende al menos un siglo de innovación científica y tecnológica, a cargo de algunas de las más privilegiadas mentes de la física, la ingeniería y las ciencias aplicadas.

Comienza a finales del siglo XIX y culmina con la radio digital de finales del siglo XX. El primer aparato de radio de la historia fue la radio galena, inventada en 1910 por los estadounidenses Henry Dunwoody y Greenleaf Whittier Picard, era un aparato “portátil” de unos diez kilogramos de peso, fabricado a partir del cristal de sulfuro de plomo conocido como galena. Era imposible cambiar de dial, aunque las emisoras continuaban siendo muy escasas. El texto destaca la evolución de la tecnología de la radio desde sus antecedentes en el siglo XIX, como la pila voltaica y el telégrafo, hasta el desarrollo de la radio digital en el siglo XX.

A lo largo de más de un siglo, mentes privilegiadas en campos como la física y la ingeniería contribuyeron a esta innovación continua. Se señala el hito de la invención de la radio galena en 1910, aunque limitada en funciones, marcó el inicio de la comunicación a larga distancia accesible al público. Finalmente, se destaca la llegada de la radio digital a finales del siglo XX como el punto culminante de esta evolución, permitiendo una mayor calidad de sonido y una flexibilidad sin precedentes en la programación.

Para Vera Reyes (2021) La transmisión por radio del código Morse era ciertamente útil, incluso salvaba vidas, pero otros comenzaron a preguntarse si podría ser utilizada para transmitir otros sonidos, tales como la voz. Para esto último hubo que esperar la introducción de la válvula de radio y el desarrollo de los osciladores, fruto de los trabajos de Ambrose Fleming y Lee de Forest. Finalmente, en la víspera de Navidad de 1906, Reginald Fessenden transmitió el primer programa con música y locución. Rudolf (2019) Afirmaría que al sistema de radio conocido como A.M. (amplitud modulada), se le agregó más tarde el de F.M. (frecuencia modulada), con mayor calidad de sonido y sin perturbaciones por descargas atmosféricas. La invención del transistor, en 1947, permitió la construcción de radios portátiles que combinaban AM y FM. La radio vivía por entonces su edad de oro y aún hoy, a pesar de la TV, el Internet, sigue siendo la mayor fuente de información y entretenimiento.

En estos términos, Castro (2004) hoy los medios de comunicación constituyen una herramienta persuasiva que nos permiten mantenernos en continua comunicación con los distintos sucesos sociales, políticos y económicos tanto a escala nacional como internacional.

Según López (2011), el caso específico del adulto mayor en los medios de comunicación social ya sean físicos o digitales, señala que el Plan de Acción Internacional sobre el envejecimiento, se reconoce la importancia del trabajo de los medios de comunicación para promover imágenes positivas de la vejez; de hecho, la promoción permanente de imágenes positivas sobre el envejecimiento, la visibilidad del adulto mayor activo, participativo y el fomento de estas actitudes, son necesarias para equilibrar en alguna medida la indiscriminada promoción en todos los medios de comunicación de “lo joven, lo bello y lo económicamente productivo” como los valores predominantes, que implícitamente ubican a los viejos en el concepto de lo inútil, lo caduco, lo prescindible.

De la misma manera Quintero Romero (2023) menciona que el desafío de muchos jóvenes que han realizado diferentes investigaciones y han realizado trabajos de relevancia sobre información, que un adulto mayor recibe hoy es de origen mediático

y popular entre ellos la radio es fuente de interés para el adulto mayor entrevistado, como una oportunidad para el intercambio de experiencias, fortalecimiento de la salud física y mental positiva, así como, la transformación de una imagen de decadencia por otra de mayor aceptación social y personal donde se haya implícita la productividad y la expectativa de vida activa y productiva gracias al aprovechamiento de los espacios comunicacionales y reconocimiento de las potencialidades y capacidades psicológicas, sociales y funcionales del adulto mayor.

En Ecuador, la industria de la radiodifusión ha experimentado un notable auge, con un marcado énfasis en las frecuencias moduladas que brindan una experiencia auditiva exclusiva. Este crecimiento ha generado un entorno vibrante para las emisoras que ofrecen una calidad de sonido excepcional, una selección musical diversa y una programación que destaca por su contenido informativo y conciso.

Garzón (2015) en su investigación subraya que las emisoras se destacan por mantener una presencia constante en el aire, ofreciendo mensajes hablados que son tanto breves como enriquecedores, lo que contribuye al enriquecimiento de la experiencia auditiva de su audiencia. La radio como se ha podido observar todo proceso ha evolucionado. Su forma de comunicar viene a ser más compleja, ya que no solo, es decir, sino llamar la atención, hacer reaccionar al oyente e incidir en un cambio.

Es poder transmitir los mensajes del emisor que estén en correspondencia con el receptor, al que dirigimos el mensaje. En Calero & Vásquez (2013) se afirma que es diseñar programas con creatividad, productos radiales que sean de interés del oyente y, aunque se trabaje todos los días son temas o programas similares en cada emisión, se logre encontrar aspectos nuevos, y se pueda tener una mayor expectativa.

La radio en Ecuador tuvo sus comienzos en la década de 1920. El 29 de diciembre de 1925, se realizó la primera transmisión radial en el país, cuando César y Carlos Guerrero, con apoyo de la Casa Edison. Según Del Valle (2019), en 1930, Radio El Telégrafo se convirtió en una de las primeras estaciones de radio establecidas en Ecuador, operada por el periódico El Telégrafo. A lo largo de la década de 1930, varias

otras estaciones comenzaron a operar en Quito y Guayaquil, estos hitos históricos no solo marcan el progreso tecnológico, sino también la evolución cultural y social de Ecuador a través de la difusión de información, entretenimiento y cultura a través del aire. Los Años 40 y 50 la década de 1940 y 1950 está considerada como la Época de Oro de la radio en Ecuador. Durante este período, la radio se convirtió en el principal medio de entretenimiento y comunicación.

Las familias se reunían alrededor del aparato de radio para escuchar música, programas de entretenimiento, y noticias, desde los cuentos radiofónicos hasta los programas de variedades, la radio desempeñó un papel fundamental en la vida cotidiana de las personas, convirtiéndose en el puente que conectaba a las comunidades con la cultura, la información y la diversión. Para Radio la Kariñosa (2023) Este período no solo marcó el apogeo de la radio en nuestro país, sino que también dejó una huella imborrable en la memoria colectiva, recordándonos la poderosa influencia que los medios de comunicación pueden tener en la sociedad.

En la publicación de Radio la Kariñosa (2023) las décadas siguientes, la radio en Ecuador también desempeñó un papel importante en la educación y la cultura. Estaciones educativas y culturales como Radio Quito y Radio Nacional del Ecuador ofrecían programación que incluía debates, educación, y promoción de la cultura ecuatoriana, contribuyendo así a fortalecer el tejido cultural del país y a enriquecer la experiencia radiofónica de la audiencia. La digitalización de la radio y la radio online, debido a la gratuidad de las plataformas y su fácil acceso es más económico tener un periódico o una radio, distribuir desde la red producciones de audio o video, o difundir una señal de televisión en vivo.

Este cambio según García Gago (2011) ha democratizado el acceso a la información y el entretenimiento auditivo, permitiendo que cualquier persona, en cualquier parte del mundo, pueda sintonizar emisoras de radio o programas específicos con facilidad. Según Susana Sanguinetti (2014) En este contexto, es importante destacar el papel significativo que juegan los adultos mayores en la audiencia radiofónica. A pesar de los avances tecnológicos, este sector de la sociedad ha conservado la arraigada

costumbre de escuchar la radio, lo que demuestra la relevancia continua de este medio incluso en la era digital. La fidelidad de los adultos mayores a la radio no solo resalta la importancia de preservar este medio tradicional, sino que también subraya la capacidad de la radio para mantenerse relevante y adaptarse a las cambiantes dinámicas de la comunicación moderna.

Suav (2001, p.15) destaca que “Aproximadamente el 19% de la población que consumió contenido radiofónico en España tenía alrededor de los 64 años.”. Este dato no solo es relevante para entender el panorama en España, sino que también ofrece una perspectiva global sobre la importancia de la radio, especialmente para las personas mayores, en diversas etapas de sus vidas. La radio ha sido un compañero constante para muchos, desde su infancia hasta llegar a la etapa de adultos mayores, convirtiéndose en una fuente de compañía y conexión con el mundo exterior, especialmente en momentos de soledad. Esta realidad no solo refleja la longevidad del medio radiofónico, sino también su capacidad para adaptarse y seguir siendo relevante en la vida de las personas a lo largo del tiempo.

Molina Gómez (2015). En nuestro Cantón, la radio ha perdurado como el principal medio de comunicación, siendo ampliamente reconocida y escuchada por la población. A lo largo de los años, hemos sido testigos de su evolución, y a pesar de los avances tecnológicos y los cambios generacionales, sigue siendo la preferencia de una gran parte de la audiencia, especialmente entre los adultos mayores. A menudo, estos últimos pueden encontrarse desfasados en cuanto a la tecnología y los cambios culturales, pero continúan sintonizando sus programas favoritos a lo largo del día. Por tanto, es fundamental no perder de vista la importancia de adaptar la radio a las necesidades y preferencias de este segmento de la población, asegurando que sigan siendo partícipes de esta transformación mediática.

2.2.Marco científico

2.2.1. *Teoría de la Comunicación de Masas:*

Se refiere a los canales a través de los cuales se transmiten mensajes a una gran audiencia, como la televisión, la radio, la prensa escrita y los medios digitales. Según McQuail, "Los medios de comunicación de masas son sistemas tecnológicos que transmiten mensajes rápidamente y en gran número a una audiencia dispersa y anónima" (McQuail, 2010).

Esta teoría sostiene que los medios de comunicación pueden influir en las actitudes, creencias y comportamientos de las personas. Según Lasswell, "Los medios de comunicación de masas pueden ejercer influencia sobre la audiencia a través de la agenda setting, la persuasión y la difusión de información" (Lasswell, 1948).

Esta teoría también explora los efectos que los medios de comunicación pueden tener en las audiencias, como la formación de opiniones públicas, la socialización, la construcción de identidades y la influencia en el comportamiento. Según McLeod y Hertog, "Los medios de comunicación de masas pueden tener efectos significativos en las actitudes y comportamientos de las personas, tanto a corto como a largo plazo" (McLeod & Hertog, 2002).

2.2.2. *Teoría de la Agenda-Setting*

Este concepto se refiere al proceso mediante el cual los medios de comunicación seleccionan y destacan ciertos temas, lo que lleva a que el público perciba esos temas como los más relevantes o importantes en un momento dado. Según McCombs y Shaw, "Los medios de comunicación no solo nos dicen qué pensar, sino también sobre qué pensar" (McCombs & Shaw, 1972).

Este concepto hace referencia a la lista de temas que la audiencia considera importantes o relevantes en un momento dado. La teoría sugiere que la agenda de los medios de comunicación influye en la agenda pública, es decir, los temas que los medios destacan

tienden a ser percibidos como más relevantes por la audiencia (McCombs & Shaw, 1972).

Primer Nivel de Agenda-Setting: Se refiere al proceso mediante el cual los medios de comunicación determinan qué temas son importantes al destacarlos de manera repetida y prominente en su cobertura. Este nivel influye en la agenda pública al dirigir la atención del público hacia ciertos temas (McCombs & Shaw, 1972).

Segundo Nivel de Agenda-Setting: Este nivel se refiere al impacto más profundo que tienen los medios de comunicación al influir en la forma en que la audiencia piensa sobre los temas destacados. No se trata solo de qué se piensa, sino también de cómo se piensa sobre esos temas (McCombs & Shaw, 1993).

2.2.3. Teoría del Uso y Gratificación

Esta teoría parte del supuesto de que los individuos eligen medios de comunicación específicos en función de sus necesidades, deseos y motivaciones. En palabras de Katz, Blumler y Gurevitch, "Los consumidores de medios son vistos como agentes activos que seleccionan y utilizan los medios para satisfacer sus necesidades e intereses" (Katz, Blumler & Gurevitch, 1973).

La teoría identifica diversas necesidades que los individuos buscan satisfacer a través del consumo de medios, como la necesidad de entretenimiento, la necesidad de información, la necesidad de identificación social, la necesidad de integración y la necesidad de expresión personal (Katz, Blumler & Gurevitch, 1973).

La Teoría del Uso y Gratificación también implica una evaluación crítica de los medios de comunicación, ya que considera que los individuos son conscientes y reflexivos en su elección y consumo de medios. Esto implica que los usuarios pueden seleccionar y filtrar la información de acuerdo con sus propias perspectivas y valores (Katz, Blumler & Gurevitch, 1973).

2.2.4. Teoría del Cultivo

La Teoría del Cultivo sugiere que la exposición constante a la televisión puede influir en la forma en que las personas perciben la realidad social, especialmente en lo que respecta a cuestiones como la violencia, el crimen, el género, las relaciones interpersonales y la política. Esta teoría postula que la televisión, como medio dominante, ejerce un efecto acumulativo en la construcción de la percepción social (Gerbner, 1969).

La Teoría del Cultivo sostiene que la televisión cultiva una "realidad" mediada que puede ser percibida como más peligrosa, violenta o distorsionada que la realidad social objetiva. Este proceso de cultivo puede llevar a una percepción exagerada del riesgo y la inseguridad en la sociedad, así como a una sensación de desconfianza y alienación (Gerbner, 1998).

2.2.5. Teoría de la Persuasión

La persuasión se refiere al proceso mediante el cual un comunicador intenta cambiar las actitudes o comportamientos de un receptor mediante el uso de mensajes diseñados para influir en su pensamiento o acción. En palabras de McGuire (1969), la persuasión implica "un intento deliberado de cambiar las creencias o actitudes a través de la transmisión de un mensaje".

Según la Teoría de la Persuasión, la credibilidad del mensajero juega un papel crucial en la efectividad persuasiva. Un mensajero percibido como confiable, experto y digno de respeto es más probable que sea persuasivo que alguien percibido como poco confiable o sin autoridad sobre el tema.

Además, aborda el concepto de disonancia cognitiva, que surge cuando una persona experimenta conflicto entre sus creencias o actitudes existentes y la información nueva o mensajes persuasivos que contradicen esas creencias. La disonancia cognitiva puede motivar a las personas a cambiar sus actitudes o comportamientos para reducir el malestar psicológico asociado con la inconsistencia.

2.2.6. Teoría de la Difusión de la Innovación

Se refiere a una idea, práctica, objeto o servicio nuevo que es percibido como novedoso por los miembros de una comunidad o sociedad. Las innovaciones pueden ser tangibles, como un nuevo dispositivo tecnológico, o intangibles, como una nueva forma de pensar o actuar.

Rogers identificó cinco categorías de adoptantes de innovaciones, que van desde los innovadores, quienes son los primeros en adoptar una nueva idea, hasta los rezagados, quienes son los últimos en hacerlo. Entre estos extremos se encuentran los adoptantes tempranos, la mayoría temprana y la mayoría tardía.

2.2.7. Relaciones Sociales

Según Weber las relaciones sociales cerradas al exterior son aquellas en las cuales la participación resulte

“excluida, limitada o sometida a condiciones por el sentido de la acción o por los ordenamientos que la rigen”.

Mientras que las relaciones abiertas son aquellas en las que se permite la entrada o participación de nuevos actores sin restricciones (Reyes, 2018; Ballesteros, 2021).

Esta clasificación de relaciones abiertas o cerradas se utiliza en la teoría de redes que sigue una lógica similar a la propuesta por Weber, pero sin distinción alguna basada en la razón.

Para Juan Miguel Aguado (2004) el término “comunicación” se utiliza en una gran variedad de contextos y con una amplia diversidad de sentidos que, en ocasiones, contribuyen a hacerlo confuso.

Se le llama comunicación, por ejemplo, a la estrategia de una multinacional, un gesto, una campaña política, el servicio de correos, el movimiento de las alas de una abeja en la colmena, el texto impreso en una página o una secuencia cinematográfica (Equipo Consultor de InfoSol, 2021).

En 1948, Shannon y Weaver lanzaron una teoría matemática de la comunicación. Su primera versión apareció en el Bell System Technical Journal de octubre de 1948, la cual, trata de un modelo de comunicación o, más exactamente, de una teoría de la información pensada en función de la cibernética, la cual es el estudio del funcionamiento de las máquinas, especialmente, las máquinas electrónicas.

Cuando Shannon habla de información, se trata de un término con un sentido completamente diferente del que nosotros le atribuimos en general (noticias que nos traen a diario la prensa, la radio y la TV). Se trata para él de una unidad cuantificable que no tiene en cuenta el contenido del mensaje (Ortega, 2019; Bhandari, 2024)

A partir de esta teoría, es posible formular una ecuación matemática para cuantificar el valor informativo de los mensajes, considerando los elementos de la comunicación, tales como el mensaje, los canales de comunicación y la codificación. Esta mejora radica en la interacción entre el emisor y el receptor, manteniendo así la esencia comunicativa actual, donde la calidad comunicativa se ve condicionada por la participación de estos elementos (Ferroviario, 2020). (revisar el parafraseado)

2.2.8. La brecha de la era digital

La CEPAL (2019) Históricamente ha mencionado que las personas mayores han sido consideradas personas con una capacidad disminuida para llevar a cabo actividades productivas relacionadas con el proceso económico. La tendencia a subestimar la experiencia y los conocimientos de las personas de edad ha llevado a que se las considere sujetos pasivos en el proceso de desarrollo de las sociedades y, por lo tanto, al margen del progreso social.

En la actualidad, las políticas públicas procuran modificar esta idea de las personas de edad mediante campañas que promueven la cultura del “envejecimiento activo”, definido como el proceso de optimización de las oportunidades de salud, participación y seguridad, con el fin de mejorar la calidad de vida a medida que las personas envejecen.

Esto se aplica tanto a las personas como a los grupos de población, y permite a los individuos desarrollar su potencial de bienestar físico, social y mental durante toda la vida y participar en la sociedad, al tiempo que les proporciona un nivel adecuado de protección, seguridad y atención cuando precisan asistencia, según la OMS, (2002).

No hay duda de que la promoción del acceso y uso de medios digitales entre las personas mayores es esencial para alentar la cultura del envejecimiento activo. Sin embargo, uno de los efectos sociales de las tecnologías digitales en el mundo moderno es que se han convertido en un factor “nuevo”, que distingue a las personas mayores de los grupos de población más jóvenes.

De hecho, las estadísticas de TIC disponibles para América Latina muestran que el grupo etario de personas mayores es el más aislado de las tecnologías digitales, lo que da cuenta de una profunda brecha de la era digital.

Según la CEPAL (2019) El de brecha digital es un concepto dicotómico que se utilizó por primera vez en los años noventa para hacer referencia a la brecha que se estaba creando entre los países, los grupos sociales y las personas que tenían acceso a las tecnologías digitales y los que no lo tenían.

El concepto es particularmente pertinente cuando se refiere a la realidad de los países en desarrollo con una población en proceso de envejecimiento y donde las tecnologías digitales pueden tener un profundo impacto en la vida de las personas mayores.

Para Selwyn (2003) Los datos indican que las personas mayores no son participantes activos en las sociedades digitales en las que viven y que existe un enorme espacio para ampliar el uso de Internet entre estas personas en la región. sostiene que el acceso a los medios digitales y su utilización dependen de las características particulares de cada persona.

Selwyn (2003) examina diversos factores que pueden influir en la decisión de quienes no son usuarios (o “no están en línea”) de no utilizar medios digitales. Estos factores incluyen: discursos de deficiencia material y cognitiva, tecnofobia, rechazo ideológico

y teoría de la difusión. Con respecto al primer factor, plantea que los discursos de restricciones materiales se relacionan con recursos económicos y materiales.

Para algunas personas sobre todo las que se encuentran en condiciones menos favorables, el costo de un dispositivo digital podría determinar la calidad del dispositivo adquirido, o incluso si se adquiere un dispositivo. Sin embargo, el acceso a medios digitales es irrelevante si hay limitaciones en cuanto a su uso. Selwin (2003) afirma que los discursos de deficiencia cognitiva están relacionados con la capacidad intelectual y los conocimientos tecnológicos, y que las actitudes hacia las nuevas tecnologías se tornan más positivas a medida que las personas van adquiriendo más experiencia en su utilización.

Respecto del segundo factor —la tecnofobia, entendida como el miedo (y la aprehensión) de una persona a la tecnología, en particular a las consecuencias de su uso—, Selwyn observa una correlación significativa con ciertas características individuales, tales como el género y la edad. El sentimiento de ansiedad que habitualmente produce la tecnofobia, no obstante, puede desaparecer en la medida en que aumente la interacción con la tecnología.

A este respecto, Van Deursen y Van Dijk (2014) señalan que las características personales pueden incidir en la motivación, el acceso, los conocimientos y el uso de los medios digitales. Es por ello que quienes se dedican al desarrollo de tecnología tratan de crear tecnologías fáciles de usar, es decir, equipos y programas informáticos especialmente diseñados para facilitar su uso.

El tercer factor el rechazo ideológico refleja una opción individual de las personas que, aun cuando estén en condiciones de hacerlo, no desean relacionarse con la tecnología. Por último, Selwyn (2003) sostiene que la teoría de la difusión puede explicar la reticencia de quienes no la utilizan a comprar y adoptar una tecnología que pronto será reemplazada por otra más nueva en el mercado.

Siguiendo esta línea de pensamiento, Castaño (2008) afirma que, si bien la brecha digital puede parecer de carácter tecnológico, es más bien de tipo social. Esto se debe

a que la brecha digital —entendida como la desigualdad en el acceso y uso de Internet entre las generaciones (Boonaert y Vettenburg (2011) citado en Elwick y otros, 2013)— se interrelaciona con otros factores que inciden en la exclusión social (como los recursos económicos, la disponibilidad de tiempo, los conocimientos, las aptitudes y el bagaje cultural y lingüístico).

La brecha digital puede explicarse por los distintos intereses, necesidades, experiencias, actitudes y valores de cada grupo de edad. La percepción respecto de la utilidad de una tecnología para determinada actividad condicionará el grado de interacción de una persona con dicha tecnología e incluso su reticencia a utilizarla. En este sentido, el grado de uso de Internet dependerá de cómo, por quién y por qué se utiliza.

2.2.9. Internet y su aporte en las personas adultas mayores

Como ya se ha comentado, nos centraremos en Internet como herramienta o medio tecnológico y sus potencialidades de cara a las personas mayores, para ello, la primera pregunta a la que debemos contestar es la de ¿qué posibilidades reales aporta este medio de cara a cubrir necesidades del colectivo de las personas mayores? De esta forma, siguiendo a Pavón (1998), podemos distinguir cinco grandes bloques de posibilidades como se muestra en la tabla 2:

Tabla 3

Aporte del internet a las personas mayores

Facilitar la integración, comunicación e información entre los mayores	La lucha contra el aislamiento y la soledad es un seguro de ralentización de la vejez. Mediante la interacción se puede conseguir una mejor realización personal y la mayor participación social. La interactividad es la característica fundamental del ordenador e Internet
Mejorar la relación intergeneracional	en la actualidad, el mayor, al dejar su actividad laboral, deja también gran parte de su valiosa aportación a la sociedad

Mejora de la autoestima y la aportación creativa	el mayor ha de realizar actividades que le conduzcan al aumento de su autoestima, así el provocar ésta es la primera tarea de la formación y el aprendizaje hasta la muerte.
Fomentar la participación en la sociedad	La sociedad política por su parte es también propensa a olvidarse del segmento anciano, en el ejercicio del poder los mayores quedan relegados a ministerios y organismos casi de beneficencia

Fuente: *Marquéz (2002)*

Para Ruiz (2015) Afortunadamente comienza a emerger una nueva filosofía de educación de los mayores en la que se intenta que en una sociedad de objetivos productivos, cuando el anciano sale del ámbito laboral, no salga también de la consideración social, puesto que se desaprovecharían un cúmulo de conocimientos y sabiduría.

Creemos que con las nuevas tecnologías se puede promover el principio de solidaridad entre generaciones fomentar el voluntariado de las personas mayores hacia los jóvenes a la hora de transmitirles sus conocimientos y experiencias profesionales y de otro tipo. Internet sería entonces un punto de encuentro entre los mayores y las demás generaciones.

Aprender algo nuevo sin límite de edad: la actividad nos da la vida ya que toda actividad encierra vida, mientras que la pasividad nos conduce a la muerte, estar ocupados 60 minutos a la hora, pero no preocupados. La capacidad de mantenerse activo mediante un proceso educativo de amplia cobertura social incrementa la felicidad y la autorrealización. Para ello debemos acabar con el supuesto de que a las personas mayores les corresponde la inactividad, puesto que la vida es inseparable de la naturaleza de la que formamos parte desde que nacemos hasta que morimos y que el hombre ha de relacionarse con ella a través de la actividad y la transformación. Sin ello, nunca habrá desarrollo pleno. (Márquez, 2002,p.45).

Con Internet tendremos una puerta abierta para propiciar un mayor grado de participación social, por ejemplo, podríamos no estar en condiciones de acudir a una

reunión, pero si queremos mandamos nuestras ideas por e-mail, existen cafeterías virtuales, encuentros en el ciberespacio o viajes hiperespaciales; todo ello sería factible si por circunstancias determinadas nos sentimos incapacitados para hacerlo de una manera real.

2.2.10. Herramientas tecnológicas como distracción en adultos mayores

La aportación de las nuevas tecnologías a la calidad de vida de las personas mayores parece obvia para todos, pero mención aparte merece internet, ya que este medio está cambiando la forma de entender, no sólo ya la comunicación, sino que está cambiando todos los ámbitos de nuestras vidas. Castells (2019) afirma:

“Lo que está ocurriendo en Internet tiene importancia no sólo en la tecnología sino en todo... es una nueva forma de organización, de existencia y de acción económica, social y política”.

Para la educación y para las personas adultas la interactividad es muy importante.

Por otro lado, García Mínguez y Sánchez, (1998). Dirá que, en este sentido, potenciar y abrir canales de interacción y de intercomunicación –como, de hecho, aporta Internet– posibilita un universo de opciones mediáticas para la formación, el ocio, etc. que hay que explorar. De esta forma, parece lógico comentar algunos aspectos de Internet, que específicamente, puedan aportar algo a la vida de las personas mayores.

2.2.11. ¿Qué herramientas de internet son más interesantes para las personas adultas mayores?

2.2.12. Búsquedas de información

Cuando alguien llega a una determinada edad, hay temas de los que le gustaría hablar, pero ya no encuentra a personas con quien hacerlo, la muerte de familiares y amigos próximos, la dificultad para hacer nuevos amigos... todo interviene a favor del aislamiento y la soledad. En la Red, hay multitud de webs que ofrecen un abanico de

posibilidades casi ilimitados: ejercicios, juegos, crucigramas, poesías, canciones y un largo etcétera de un interesante modo de utilizar el tiempo.

2.2.13. Escribir, es pura comunicación

Nuevamente Marquéz (2002) Dirá que es una forma de defenderse de la soledad en que a veces se está; es una acción que sólo brota desde un aislamiento previo. El lenguaje escrito nos permite sacar de nuestro interior todo lo que tiene que salir y en la forma más idónea, es la forma de expresión más pura que nunca será remplazada por ningún otro medio. Mientras que Delgado (2014) El correo electrónico, dentro del vasto abanico de servicios que ofrece internet, se destaca como una herramienta "mágica" que nos permite conectar con personas en cualquier rincón del mundo en cuestión de segundos. Sin embargo, a pesar de sus innegables ventajas, también plantea un contraste interesante con el teléfono.

Si bien este último permite una comunicación simultánea que puede resultar ventajosa en ciertos momentos, también puede convertirse en un obstáculo para la fluidez de las ideas.

2.2.14. El fenómeno de la brecha digital y sus componentes

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son un elemento fundamental en el envejecimiento saludable y activo. Estas tecnologías posibilitan el acceso a la información, la salud, la atención médica y la participación socioeconómica, así como otros factores que promueven el compromiso y la participación en el entorno a medida que se envejece.

La desigualdad en el acceso a internet y las TIC se conoce como brecha digital. A medida que se incorporan más actividades y servicios en el espacio digital, algunas personas mayores tienen dificultades de acceso a estas actividades y servicios, y, por lo tanto, ven reducido su derecho a participar plenamente en la sociedad.

La Unión Internacional de Telecomunicaciones, organismo dependiente de la ONU, estableció hace unos años el Índice de Acceso Digital (IAD) a partir de 5 categorías de variables, véase la tabla 3:

Tabla 4

Índice de acceso digital

Índice de acceso Digital

Calidad

Infraestructura

Conocimiento

Utilización

Accesibilidad

Fuente: (ACIR, 2018)

Para Center (2022) Desde una perspectiva más amplia, la situación de las personas mayores durante la pandemia de COVID-19 ha destacado la brecha digital que existe en comparación con el resto de la población. A medida que la digitalización se ha acelerado y generalizado en todos los ámbitos durante los confinamientos iniciales, se ha vuelto evidente que las personas mayores, cuyos conocimientos tecnológicos suelen ser más limitados al no haber crecido en la era digital, enfrentan mayores dificultades para adaptarse a este nuevo paradigma.

Aunque muchos han comenzado a aprender a usar estas tecnologías, todavía queda mucho por hacer para cerrar esta brecha. Recientes estudios han destacado las características específicas de esta brecha digital entre las personas mayores en el Estado. La Encuesta sobre Equipamiento y Uso de TIC en los Hogares, realizada por el Instituto Nacional de Estadística, ha arrojado luz sobre este tema crucial, mostrando la necesidad de abordar estas disparidades y brindar apoyo adecuado a las personas mayores en su camino hacia la inclusión digital. (INE) y el Barómetro sobre la Brecha digital y las personas mayores elaborado por la Unión Democrática de Pensionistas y

Jubilados de España, permiten hacer una radiografía de la brecha digital entre mayores en el Estado.

2.2.15. Modalidades de uso de las TIC por parte de las personas mayores en América Latina.

Para González García (2017) Se consideran las modalidades de uso de estas tecnologías entre las personas mayores y si estas modalidades han ido cambiando con el tiempo, así como las características individuales relacionadas con el uso de las TIC entre la población adulta mayor. El objetivo es proporcionar un amplio panorama estadístico de la utilización de las tecnologías por parte de las personas de edad y, de ese modo, ofrecer pruebas y recomendaciones que puedan ayudar a formular políticas que mejor incorporen a las personas mayores a la sociedad digital.

Mientras que Ulmann (2019) dirá que las personas mayores de América Latina en la era digital: superación de la brecha digital Los datos sobre el acceso de las personas mayores a una computadora muestran variaciones sustanciales entre los países estudiados. Mientras que el 45,7% de las personas mayores del Uruguay tienen una computadora en su hogar, este número se reduce al 16,6% en Honduras. Esta diversidad no es sorprendente, habida cuenta de las considerables brechas en materia de desarrollo económico y social en la región.

Lo es que el acceso del hogar a una computadora no equivale a la utilización de dicha herramienta por parte de las personas mayores. En cinco de los siete países para los que se dispone de ambos indicadores (Ecuador, El Salvador, México, Paraguay y Perú), el porcentaje de esta población que usa computadoras es inferior a la proporción que tiene una computadora en su hogar.

Ulmann (2019) Destaca los patrones son más uniformes cuando se examina el uso de Internet por parte de las personas mayores, a medida que aumenta la edad, la probabilidad de usar Internet disminuye en los cinco países examinados. En tres de los cinco países (Chile, Ecuador y Perú), los hombres tienen más probabilidades que las mujeres de utilizar Internet.

Las personas mayores pertenecientes a minorías étnicas tienen menos probabilidad de usar Internet que las personas mayores que no pertenecen a esos grupos en Chile, el Perú y el Uruguay. Como ocurre con la posesión de una computadora, existe una asociación estadísticamente significativa entre la residencia urbana y el uso de Internet entre las personas mayores en la región. Cada año adicional de educación aumenta la probabilidad de uso de Internet. Por último, el hecho de tener hijos en el hogar se asocia a mayores posibilidades de utilizar Internet en uno de los cinco países (Chile), en tanto que esto se asocia a menores probabilidades en el Ecuador y el Uruguay.

En suma Ulmann (2019) , propone que a pesar de los aumentos registrados en los últimos años, la posesión de una computadora y el uso de Internet siguen siendo bajos entre las personas mayores en la región. Sin embargo, la mayoría de esas personas mayores que utilizan Internet la han incorporado a su rutina diaria y acuden a ella principalmente para buscar información y comunicarse. Los factores que más sistemáticamente se asocian con la posesión de una computadora y el uso de Internet son la residencia urbana y el nivel educativo alcanzado. Por otra parte, las personas mayores pertenecientes a minorías étnicas, en particular las poblaciones indígenas, tienen menos probabilidades de tener acceso a una computadora en el hogar y de usar Internet.

2.2.16. Impacto psicosocial de la digitalización en los adultos mayores

Para Paz, García, Fernández y Maestre (2016) Frente a las condiciones de soledad y aislamiento social, que a menudo sufren las personas adultas mayores, las tecnologías pueden contribuir a disminuirlas, como lo señalan los autores quienes, mediante una encuesta a 44 adultos, con edades entre 50 y los 85 años, encontraron que las TIC, en sus labores diarias, les propician independencia, autonomía y comunicación familiar, además de permitirles mejorar su memoria y obtener información importante. Martínez, (2020).

Coherente con lo anterior, Moreno Cuervo y Parra Coutin (2016) señalan que: La tecnología permite al adulto mayor superar el miedo a la soledad y al aislamiento de

sus familiares. En el ciberespacio aumenta su posibilidad de interactuar y su autonomía personal y social. También fomenta las relaciones intergeneracionales, pues descubren intereses comunes con sus familiares más jóvenes, permitiéndole pasar con ellos más tiempo.

Coutin (2016) Propondrá que el uso de nuevas herramientas ofrece infinidad de nuevas posibilidades para este grupo de personas en la sociedad, como adquirir nuevos conocimientos y elevar la autoestima; otras responden a necesidades más concretas, como prepararse para ayudar a sus hijos o nietos en sus estudios, conseguir un nuevo empleo o mantenerse en el actual.

Las tecnologías de la información han experimentado una transformación significativa en la vida de los adultos mayores. Center (2002) admite que para muchos de ellos, estas herramientas representan un desafío, ya que su capacidad para adaptarse a las nuevas tecnologías varía según cada individuo. Esta tendencia no distingue entre edades, pero se manifiesta de manera única en este sector de la sociedad. A menudo, los adultos mayores requieren asistencia de sus familiares para llevar a cabo actividades cotidianas utilizando la tecnología, lo que ha generado una dinámica de dependencia en algunos casos.

Para Ces (2020) Sin embargo, no todo es negativo. Para muchos mayores, las tecnologías de la información se han convertido en una valiosa fuente de información y entretenimiento. Incluso han descubierto nuevas formas de conexión social a través de plataformas digitales. No obstante, también existe el riesgo de que algunos desarrollen adicciones o dependencia tecnológica, lo que subraya la importancia de un uso equilibrado y consciente de estas herramientas en todas las etapas de la vida.

2.3.Marco Conceptual

2.3.1. La digitalización de la radio y los medios de comunicación

La digitalización ha permeado en todos los medios de comunicación. Según García (2022) En la Radio se empezó a manifestar desde hace algunos años, algunos programas radiofónicos ya cuentan con su podcast, y apenas esto es un inicio de lo que se verá en la radio digital. En la perspectiva de Gabriel Mercader C., director de Operaciones de INRA, los principales grupos y estaciones de Radio iniciaron desde hace ya varios años la retransmisión de sus contenidos vía digital e incluso, han creado programación y contenidos especializados para plataformas on-line.

En una industria tan competitiva internamente – por el gran número de emisoras – y la competencia con otros medios, es natural y obligatorio que exista una evolución y adaptabilidad continua hacia nuevas vías de distribución para mantenerse vigentes y rentables. Los medios digitales son un potenciador de la Radio, no tanto una competencia. (García, 2022, p.2)

Mientras que López (2022) dirá que la digitalización de la radio se lleva a cabo mediante softwares, los nuevos espacios que o bien sustituyen a las ondas electromagnéticas de los aparatos radiofónicos, o conviven con ellas. Las fuentes, el registro y la manipulación del sonido han cambiado, situándose ahora en el soporte digital, donde dispositivos como móviles y ordenadores son las nuevas radios. La digitalización de la radio y a su vez de los medios de comunicación como las revistas, televisión y otros han revolucionado en gran parte el consumo de la información debido a su adaptación a las diferentes plataformas digitales como podemos ver si hacemos un análisis lo que se busca en la actualidad es mantener la vigencia de los medios manteniendo la idea de negocio para la que fueron creadas.

2.3.2. La digitalización del medio radiofónico periodístico

En el entorno productivo de la radio, la relación con la computadora, ahora introducida, plantea una ambigüedad evidente. Como sucede con otras tecnologías de la información, las actitudes hacia la adopción de esta tecnología por parte de los

individuos pueden manifestarse en tendencias que se perciben como 'positivas', 'negativas' y 'críticas'. Sin embargo, para Petit Torres (2003) desde nuestra perspectiva, es crucial considerar una dimensión personal adicional que denominamos de manera genérica como 'capacidad adaptativa'. Esta capacidad no solo refleja la habilidad para utilizar la tecnología de manera eficiente, sino también la flexibilidad para adaptarse a sus cambios y desafíos, lo que puede influir significativamente en la dinámica y el éxito del entorno radiofónico en la era digital.

Para Sarmiento Santana (2007), además de estas dos tendencias, es importante considerar un punto de vista que destaque la evolución dinámica de la relación entre el sujeto y el nuevo medio. Esta perspectiva aborda cómo el individuo, a medida que interactúa con el medio, experimenta cambios tanto en su comprensión como en su capacidad de adaptación. Por ejemplo, el sujeto puede desarrollar nuevas habilidades técnicas para utilizar el medio de manera más efectiva, así como también puede experimentar cambios en sus percepciones y actitudes hacia el mismo a medida que se familiariza con sus funciones y posibilidades. Esta evolución continua refleja la capacidad del ser humano para adaptarse y aprovechar al máximo las herramientas tecnológicas disponibles, lo que contribuye a una mayor integración y eficacia en el uso del medio.

En la línea de Pestano Rodríguez (2001). La actitud denominada “tendencias positivas” reflejan elementos de conducta y opinión claramente orientadas a encontrar propiedades ventajosas en el nuevo medio; las tendencias “negativas” sólo encuentran desventajas en el nuevo medio. La actitud crítica mantiene una postura de análisis distantes respecto al nuevo medio; en su versión más elaborada, ésta intenta construir una malla de relaciones que le permita comprender la situación en su conjunto: considera distintas ventajas e inconvenientes, busca relacionar esta situación con otras anteriores, compara lo ocurrido en otras empresas similares, etc. Tampoco existen estas categorías en estado puro; lo habitual es presentar aparentemente una mezcla de todas con una dominante en un sentido o en otro.

Nuevamente con Pestano Rodríguez (2001), en cuanto a la capacidad de adaptación revela la disponibilidad del sujeto para interactuar de manera efectiva con un sistema, equipo o instrumento concreto. La capacidad de adaptación es una función intelectual compleja en la que intervienen factores internos como la inteligencia, en sus diferentes tipos, la coordinación visual y motora, los conocimientos adquiridos, las expectativas o los preconcepciones; también intervienen factores externos, inherentes al sistema, equipo o máquina que facilitan o impiden la interacción como la ergonomía, el diseño de la interface o la facilidad real de operación.

2.3.3. El sector de los medios de comunicación y la revolución digital.

Para Maldonado, Bonn & Martins (2013), durante la última década, el sector de los medios ha experimentado cambios profundos. De hecho, esos cambios todavía se están produciendo y permean muchas actividades relacionadas con los medios de comunicación. Por tanto, para esclarecer el objeto de investigación de este trabajo, es necesario considerar en primer lugar qué entendemos por medio de comunicación y por tanto a qué limitaremos nuestro análisis.

Tradicionalmente para Pérez García (2023), el estudio de los medios de comunicación se ha dirigido a analizar el sector de los medios de comunicación de masas: si la comunicación consiste en transmitir un determinado mensaje a través de un canal entre un emisor y un receptor, la comunicación de masas añade a esta definición, además, que dicho proceso llega a un gran número de receptores a la vez (audiencia de masas), merced a un canal de difusión tecnológicamente capacitado para lograr dicho efecto. Así, se ha diferenciado clásicamente entre los medios de comunicación de masas y los medios de comunicación interpersonal, como el teléfono o la conversación cara a cara.

Siguiendo a Pérez García (2023). Merece la pena señalar, al hilo de esta distinción, que la importancia de la tecnología en la comunicación de masas ha sido siempre crucial; de hecho, el progreso tecnológico ha sido el motor que ha hecho posible la aparición de la mayoría de ellos —la prensa, el cine, la radio, la televisión, Internet— y también los cambios en las condiciones de la competencia entre los mismos. El proceso de

digitalización y la proliferación de diversos medios y formas de comunicación han marcado una nueva era en la interacción humana, delineando claramente las distinciones entre la comunicación interpersonal y la comunicación de masas. Según Molina Gómez (2015) Por ejemplo, los mensajes transmitidos a través de Internet tienen un alcance potencialmente masivo, pero su impacto principal a menudo se encuentra en el ámbito interpersonal, donde las interacciones individuales cobran mayor relevancia y significado.

Para Barros Bastida & Barros Morales (2015). Es crucial reconocer la importancia social de los medios de comunicación, lo cual se refleja en la existencia de un sector público, principalmente en los medios audiovisuales. Este sector tiene la responsabilidad de garantizar el pluralismo informativo, promover la difusión cultural y aprovechar su potencial educativo. Sin embargo, la intervención en este ámbito público puede conllevar riesgos de instrumentalización partidista, lo que plantea desafíos para mantener la imparcialidad y la integridad informativa. Según Mazo (2018), en el caso específico del cine, su viabilidad económica está estrechamente ligada, en muchas naciones como España, a una red de ayudas y subvenciones públicas. Sin estos recursos, gran parte de las producciones cinematográficas no podrían llevarse a cabo, lo que resalta la importancia del apoyo gubernamental para el desarrollo cultural y artístico en este campo.

Los criterios para la definición operativa de lo que entendemos por medios de comunicación social, a los efectos de acotar el objeto de estudio del informe. Los medios de comunicación son organizaciones públicas o privadas cuyo propósito es transmitir contenidos al público, a través de algún tipo de mediación tecnológica. Para Pérez García (2023). Dichos contenidos combinan tres objetivos: informar, formar y entretener al público, siguiendo para ello criterios profesionales específicos orientados a garantizar la calidad de los contenidos, que les permiten constituirse en intérpretes privilegiados de la realidad social, y en mediadores sistemáticos entre los diversos actores sociales y el público. Bajo este contexto, sin duda, de una definición restrictiva, que permite diferenciar entre los medios de comunicación y las industrias culturales en

su conjunto, que incluyen sectores casi exclusivamente volcados hacia el entretenimiento, como podrían ser los videojuegos o las artes escénicas. En este contexto los medios adquieren una fisonomía característica con independencia del soporte en el que operen, incluyendo a: medios impresos: periódicos y revistas; medios audiovisuales: emisoras de radio y cadenas de televisión, productoras y distribuidoras audiovisuales de televisión y cine; medios digitales: cyber medios o diarios digitales.

Para Ramos (1995) se puede observar en la variedad de medios de comunicación en esta industria, la amplitud y diversidad de enfoques reflejan una multiplicidad de contextos y objetivos. Cada medio busca diferenciarse según su estilo de comunicación, con la aspiración de ser protagonista en la representación de la realidad social. Además, es crucial destacar que no descuidan la generación de recursos económicos, lo que evidencia su firme compromiso con su visión empresarial y su sostenibilidad a largo plazo.

2.3.4. Tendencias de la radio online

Cardona Bedoya & Vaca González, (2018) , destacan que la radio online es un medio para crear, desde sus inicios este medio ingreso a los hogares como un medio de cercanía este ha contado con la capacidad en cuanto a la comunicación de permitir la interactividad entendida como conversación, el uso del lenguaje oral constituye una comunicación precisa e invita a la reflexión generando una relación directa con los usuarios, hace años atrás su principal función era transmitir mensajes a sus oyentes al pasar los años genera contenidos según su público objetivo. De esta forma poco a poco se masificó, dando validez a la información brindada:

Con la radio uno está construyendo continuamente imágenes mentales. Defiendo la fantasía como un elemento clave para acercarme a la realidad. Lo que hemos mamado de la radio, la música y de los libros tenemos más capacidad de acercarnos a la realidad que los que están hipnotizados por la evidencia visual (Garcia Gago, 2011, pág. 35).

Teniendo en cuenta los cambios entre la tecnología análoga y la digital a mediados de la década de los noventa, las emisoras generaron un proceso de cambio y se

expandieron a través de nuevas plataformas de difusión que ampliaban su cobertura buscando de esta forma nuevas alternativas en su oferta:

Los cibermedios alteran los modelos comunicativos al incorporar plenamente los procesos de interactividad de los emisores con los usuarios. La interactividad se instala como un proceso multidimensional que va desde los aspectos de las mediaciones tecnológicas hasta la expresión multimedia. Con la interactividad, los cibermedios y los usuarios modifican sus relaciones (Cebrián Herrerros, 2009, pág. 17).

De esta manera Cardona Bedoya & Vaca González, (2018). Es así como se han generado nuevas técnicas de interactividad, nuevas relaciones entre el programa y sus oyentes, el cambio en la forma de brindar la información y el manejo en los modelos narrativos. La radio se ha caracterizado por su dinamismo, crecimiento y versatilidad. En los últimos años se han adoptado nuevas tecnologías y estas se han aprovechado a favor del medio. Sin embargo, la radio debe estar en constante cambio teniendo en cuenta el público objetivo al que va direccionada, un público que busca formarse, informarse y entretenerse dando una mirada cada vez más crítica frente a lo que se le presenta. De igual forma: Las nuevas tecnologías suponen, pues, un cambio fundamental en el concepto, uso y tratamiento de la radio, que se transforma, con la ciber-radio, en un nuevo ser, distinto del que era, ya que adquiere imagen y texto, pero no por ello debería perder su identidad de comunicación sonora en aras de una aparente virtualidad de su dimensión como expresividad visual.

Según García (2022) Entre las ventajas de la radio online se encuentra: ampliación de la cobertura ya que no existen límites geográficos; especialización en el consumo de los mensajes teniendo en cuenta el contexto; plataformas universales relacionadas con el alojamiento de la información; convergencia en la relación de las terminales y dispositivos utilizados según el consumo; los reenvíos compartidos y modificados y, finalmente, el enfoque multimedia en el consumo de los mensajes, como lo menciona Orihuela: Los medios cambian cuando cambia la cultura de la audiencia, y aunque el cambio esté inducido por la tecnología, su naturaleza es más profunda: tiene que ver con los nuevos modos en los se produce, se distribuye y se consume la información.

Martínez-Costa & Nair, (2017) Proponen que es por esto que la radio ha buscado estar a la vanguardia de las nuevas tendencias y generar un vínculo cada vez más estrecho con su audiencia. generaron un comparativo entre los modelos de la radio tradicional versus la radio digital a continuación, se presenta en lo siguiente. Las tendencias se permite identificar el crecimiento de la radio online y su adaptación a los cambios tecnológicos, políticos, económicos, sociales y culturales y cómo la formulación de estrategias de comunicación digital parte de las necesidades de las audiencias.

Se valora la generación y el tipo de contenidos logrando ser más relevante que las plataformas en que se presentan, todo esto da a lugar al branded content como punto de partida en la formulación de estrategias de comunicación mediante la producción de contenidos de valor para lograr una conexión y vínculo significativo desde la radio online, esto significa que los contenidos deben ser más que relevantes para mejorar la experiencia con el medio y lograr establecer una credibilidad del mismo.

Para Cardona Bedoya & Vaca González (2018) presentan una oportunidad para las marcas y organizaciones para utilizar contenidos de valor significativos en la radio online como plataforma clave para extender los valores de la marca y los beneficios de los productos o servicios, todo ello centrado en las preferencias y comportamiento de los oyentes a partir de los estilos de vida.

En la misma línea Cardona Bedoya & Vaca González, (2018). La radio online se destaca como uno de los medios de mayor capacidad de adaptación frente a los distintos retos que presenta el mercado, desde lo tecnológico, cultural, político, social y económico para lograr estar al aire, generar y transmitir información de valor a los oyentes sin importar el lugar, momento o plataforma. Lo que significa que la radio se ha transformado en un medio esencial para los usuarios ya que hace parte de su estilo de vida y facilita la generación de contenidos desde el oyente a través de comentarios, likes, recomendaciones, publicaciones entre otros.

Nuevamente Cardona Bedoya & Vaca González, (2018). Al compararlas con la emisora digital 306 Radio se puede concluir que están conscientes de la necesidad de

conocer al oyente como el principal instrumento para la consolidación y posicionamiento de cada uno de los programas de la emisora. El desarrollo de las nuevas tendencias permitirá que las cadenas de radio online puedan crear nuevas ventajas competitivas que permitan posicionar los programas desde la generación de contenidos de valor, logrando diversidad para impactar a la mayor cantidad de oyentes.

Para Pérez García (2023). Una de las grandes transformaciones que ha sufrido el medio, está en la manera en que los oyentes acceden a él, no solo se debe hablar sobre las frecuencias u ondas de radio, sino de nuevas herramientas y plataformas de difusión como streaming y podcast, lo cual amplía el rango de impacto a nuevas audiencias y nuevos contenidos para lograr un mayor interés hacia el medio a nivel digital.

Cuando se habla de streaming, llama mucho la atención por la facilidad en realizarlo en línea en vivo mediante una plataforma digital y en tiempo real no lleva un orden, pero interesa a la audiencia actual, así mismo el podcast son diálogos de temas interesantes, actuales y personajes del medio esas rondas de discusión hacen una revolución en el sistema comunicativo que evita la rutina.

La diversificación de contenidos ha generado que una variedad en relación con el canal de comunicación a utilizar desde las redes sociales, páginas web, blogs y e-mail marketing, lo cual permite que el medio pueda reinventarse desde los contenidos para llegar de una manera diferente pero efectiva a la audiencia, al punto que se puede lograr la personalización de estos para lograr un relacionamiento o engagement con las emisoras.

A su vez, la convergencia de los medios de comunicación, entre ellos la radio, presenta un reto constante para las emisoras digitales, desde el lenguaje y comportamientos en donde las audiencias tradicionales se adaptan a las transformaciones digitales generando un nuevo oyente, que propone nuevos usos y hábitos de consumo de los playlist desde las temáticas planteadas por las emisoras digitales, lo que con lleva una relación directa de cada uno de los contenidos generados desde el medio, en donde no solo está el programa radial, sino la selección musical relacionada con la temática, revisión

audiovisual de bandas, videos y letras, permiten nuevas maneras de interacción con la audiencia lo cual incrementa su participación en redes sociales.

2.3.5. Ejemplos de radio digitalizada

Existen, principalmente, tres ejemplos de digitalización de la radio.

2.3.6. Radio digital terrestre (RDT)

Según López (2022) La Radio Digital Terrestre es la digitalización del espectro radioeléctrico de las frecuencias. Es, por así decirlo, situar la radio dentro de internet. Se coloca la señal de la emisora dentro de un portal web al que se accede como a cualquier otra dirección.

Como parte de la red, se trata de un formato mucho más interactivo que ofrece otras ventajas como mejor calidad de audio, resistencia a interferencias o capacidades adicionales como vídeo y multimedia. No obstante, es una tecnología poco extendida pues es necesario un receptor específico. Si se compara, por ejemplo, con su equivalente televisivo, la Televisión Digital Terrestre, se observan las diferencias de difusión entre ambos medios de comunicación. Al igual que se produjo el apagón analógico de la televisión, este paso nunca se ha llegado a dar con la radio.

López (2022) Aclara los dos ejemplos más notorios de RDT son IBOC (In-Band On-Channel) y DAB (Digital Audio Broadcasting). Uno estadounidense y otro europeo, estos RDT fueron los primeros casos exitosos de esta nueva modalidad digital.

2.3.7. Emisoras de radio virtual

Nuevamente es López (2022) Quien también menciona las llamadas radios en línea son emisoras que utilizan la tecnología streaming para transmitir en tiempo real. Sería, por así decirlo, situar la radio dentro de internet, no utilizar la web como enlace a la transmisión analógica. Es un modelo de emisión más rápido en cuanto a su creación, así como más barato y un público mucho más amplio, tan amplio como global.

Las radios virtuales pueden incluir blogs, foros, chats, llamadas, secciones y textos, entre otros ejemplos. Son ligeramente diferentes a otros tipos de radio pues ya nacieron pensadas para este formato digital. No obstante, no han alcanzado tampoco un gran lugar ni dentro de la web ni en lo que se refiere a la radio.

2.3.8. Podcast

López (2022) afirma que precisamente el éxito de los podcasts es de las evidencias más recientes. Este es el formato digital radiofónico de más éxito hasta el momento y todavía podría considerarse que se encuentra en fase de desarrollo. La idea básica de los podcasts es la permanencia. Son, salvo excepciones, programas de radio en diferido que se dejan en la plataforma donde se ubiquen por todo el tiempo deseado. El formato de podcast también es diferente al de la radio analógica. Rompe, por ejemplo, con las ataduras de una programación lineal, y ofrece altas dosis de interactividad.

Para López (2022) la variación de estos programas, así como su temática, son muy variados: información, cultura, humor. Cualquier cosa puede convertirse hoy en día en un podcast. Un audio, estilo radiofónico, que nos acompaña mientras hacemos cualquier otra cosa. Con diferentes registros, mucho diseño, efectos sonoros y alta calidad, estos nuevos formatos están no solo revolucionando la concepción de la radio, sino que están conquistando otras esferas.

Son muchas las empresas o marcas que, sin ser medios de comunicación especializados en radio, se suman a hacer estos programas más accesibles para incrementar sus auditorías. Por ejemplo, la revista Historia del National Geographic, originariamente prensa, en papel y digital, ofrece parte de sus contenidos en estos formatos.

2.3.9. Digitalización de la radio en el Ecuador.

Según la Corporación Telves (2023). En septiembre de 2021, el proceso de digitalización de la radio en Ecuador aún estaba en sus etapas iniciales. La Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL) de Ecuador había anunciado planes para llevar a cabo la transición de la radio analógica a la digital, pero no se habían establecido plazos específicos. (República del Ecuador, 2022). La

digitalización de la radio implica la adopción de tecnologías digitales para la transmisión y recepción de señales de radio. Estas tecnologías, como el Digital Audio Broadcasting (DAB) o el HD Radio, ofrecen ventajas en términos de calidad de audio, mayor capacidad de transmisión y la posibilidad de proporcionar servicios adicionales, como información sobre la canción que se está reproduciendo o imágenes relacionadas.

La digitalización de la radio puede requerir inversiones significativas en infraestructura por parte de las estaciones de radio y también implica la adquisición de receptores de radio digital por parte de los oyentes. Los países han adoptado enfoques diferentes en cuanto a los estándares de digitalización y los plazos para su implementación. (Digitalización de la radio, 1997).

Por lo tanto; la digitalización más que tomarla como una transformación arriesgada hay que verla como una posibilidad de enriquecimiento, no olvidemos que los sectores actuales de transmisión casi están saturados, de ahí que demanden una reordenación de frecuencias que, con la digitalización se podría lograr (Yaguana, 2019, pág. 19).

2.3.10. Características

Para Yaguana (2019) La tendencia mundial de la radiodifusión nos sitúa ante audiencias cada vez más homogéneas y con mayores demandas, situación originada por Internet y las redes sociales. La radio de antena, que en su mayoría ha sido generalista, pierde terreno rápidamente. Los jóvenes la ven como el “baúl de la abuela”, reservada sólo para momentos de añoranza, y no cómo el medio que en los años 80 ó 90 era el acompañante perfecto. La velocidad con la cual se mueve la sociedad actual evidencia de forma clara la fugacidad de la radio de antena, pues ellas y ellos ahora son muy activos, demandan productos asincrónicos, interactivos, novedosos y con alto grado de cercanía, lo cual la radio tradicional no puede ofrecerles. Ante tal situación, aparecen dos plataformas para la radiodifusión: por un lado, la radio digital terrestre surgida en Europa en la década de los años 90 y, por otro, la radio en Internet.

2.3.11. Correo electrónico y chats

Para Marquéz (2002), El aislamiento, la carencia de afecto producen sensación de angustia y tristeza. Para paliar tal estado a las personas mayores se les ofrece un sin fin de recetas, todas ellas de menú muy parecido (excursiones, voluntariado, apuntarse a asociaciones de cualquier tipo etc., etc.), todas ellas válidas para muchos mayores, pero no para otros que siguen sintiéndose solos. Esencial es en la soledad el ansia de comunicación. Porque con los años, se intensifica la vida personal y a mayor intensidad más anhelo de abrirse y dar algo de todo lo acumulado. Pero no podemos olvidar que, en la madurez, la soledad también es sinónimo de libertad que busca una comunicación más auténtica, incluso más consagrada a los demás puesto que ello conlleva un enriquecimiento personal. Aceptar esta experiencia es sinónimo de madurez.

2.3.12. El correo electrónico

Según Garrido (2003). Cuando optamos por escribir correos electrónicos en lugar de sostener conversaciones telefónicas, nos sumergimos en un espacio donde las ideas pueden desarrollarse sin interrupciones. Este formato nos brinda la libertad de expresarnos de manera más reflexiva y detallada, sin la presión de tener que responder instantáneamente o argumentar en el momento. En contraste, en las conversaciones telefónicas, el flujo de ideas puede interrumpirse y perderse entre respuestas rápidas y argumentaciones improvisadas. Por lo tanto, aunque el teléfono sigue siendo una herramienta valiosa para la comunicación instantánea, el correo electrónico ofrece un espacio único para el intercambio de ideas más profundo y sin las limitaciones temporales de una conversación en tiempo real.

Para Marquéz (2002) Con el e-mail, no sólo se pueden escribir cartas, sino que éstas pueden ir acompañadas de archivos de texto con documentos más o menos largos que hagan referencia a aquello que contamos en el escrito. Igualmente, podremos enviar canciones, fotografías, e incluso imágenes en vídeo, aunque para última opción necesitamos contar con un buzón de correo bastante grande ya que suelen ocupar mucho espacio de memoria y además se realizaría con una transmisión lenta.

2.3.13. La videoconferencia

Marqu ez (2002) destaca que mientras que el servicio IRC (Chat) permite interactividad escrita entre los participantes y los servicios de telefonía lo hacen oralmente, la videoconferencia aumenta las posibilidades añadiendo el campo visual además del escrito y verbal. Con esta nueva tecnología se simula mucho mejor la experiencia del diálogo directo, "cara a cara", entre dos puntos que pueden estar en cualquier lugar del mundo.

2.3.14. La radio en el Ecuador

La Radio en Ecuador tiene una historia bastante larga, desde fines de la segunda guerra mundial ha tenido un crecimiento constante y sistematizado con los acontecimientos sociales del país. Según Valencia (2013) En el año 1929 El ingeniero Carlos Cordovez Borja, formado en la universidad norteamericana de YALE fue el encargado de construir, los equipos necesarios con los que el 13 de junio de 1929 empieza a funcionar desde una antigua bodega de una fábrica textil la primera emisora ecuatoriana:

Radio El Prado en la ciudad de Riobamba. En el año 1939 Radio El Prado realizó sus últimas transmisiones cuando sus propietarios deciden radicarse en los Estados Unidos. Año 1931 El 25 de diciembre de 1931 Quito tiene la primera señal de radio, HCJB la Voz de los Andes. Los pastores evangélicos propietarios de la emisora logran un permiso de operación por 25 años otorgado por el presidente de la República Dr. Isidro Ayora. Año 1935 Pocos años después, en la ciudad de Guayaquil, el profesional alemán Juan Behr promueve que Diario El Telégrafo ponga al aire una emisora que llevaría el mismo nombre de la versión impresa Radio El Telégrafo en 1935.

Año 1938 Las primeras emisiones de radio en Cuenca fueron emitidas desde un transmisor de 50 vatios de potencia instalado en la casona la señora Hortensia Mata. Año 1940 Aparece en la capital de los ecuatorianos Radio Quito radioemisora perteneciente a los propietarios de Diario El Comercio. Año 1949 El 12 de febrero se pone al aire la versión radiofónica de "La guerra de los mundos" de Orson Wells a través de la señal de Radio Quito.

Esto provocó el pánico entre los quiteños, quienes una vez anunciado el mensaje, que se trataba de una obra de ficción, reaccionaron indignados contra la radioemisora. Año 1996 Empieza a funcionar el Consejo Nacional de Radio y Televisión (CONARTEL). Ente encargado mediante disposición contemplada en la Ley de Radiodifusión y Televisión de autorizar las concesiones y regular la operación de las frecuencias de radio y televisión en Ecuador.

Para Arellano (2019) Su capacidad de recepción en regiones tan alejadas del Ecuador con enorme diferencia sobre otras emisoras de la época (incluyendo las de Guayaquil y Quito) se explica en una carta por "la mayor potencia de nuestra estación; pues, las dos juntas - Quito y Guayaquil - no llegan a la mitad de la nuestra". La programación incluía música nacional e internacional, ejecutada por bandas militares, o por artistas del piano, el clarinete, la guitarra, el bandolín, el arpa, violín, dulzainas, marimba; o interpretada por solistas, dúos o conjuntos.

También comprendía recitación de poemas de diversos autores, de acuerdo con las características del programa. Se emitió un programa especial (junio 24), destinado a la colonia de ecuatorianos residentes en Francia (Doña Leticia Borja de Cordovez se hallaba entonces en París, en donde su hijo Jorge era Adjunto Civil de la Legación del Ecuador).

Es una técnica que permite transmitir información a través de una honda portadora, variando su frecuencia como tal fue patentada en 1933 por el inventor estadounidense Edwin Howard Armstrong. Permite un sonido limpio y nítido. Según Chulde (2009) El canal de la FM esta por lo general en 200KHz, es decir tiene una ancha banda por lo cual permite transmitir mayor cantidad de información. La frecuencia AM, con sus longitudes más largas, ofrece una experiencia única que resuena especialmente en áreas montañosas y valles.

Su capacidad para alcanzar una amplia cobertura, especialmente durante la noche gracias a las fluctuaciones de la ionosfera, la convierte en una opción preferida para aquellos que buscan una conexión más profunda con la radio. Además, su naturaleza

de bajo costo en producción la hace accesible para una variedad de emisores, fomentando así la diversidad de voces y perspectivas en el éter radiofónico.

Para la ACIR (2018) Esta forma de comunicación poderosa estimula la imaginación del oyente, invitándolo a reflexionar y sumergirse en mundos sonoros diversos. A diferencia de la televisión, la radio es más fácilmente accesible y puede ser un compañero constante en el hogar, el automóvil o incluso a través de la internet, lo que la convierte en una herramienta invaluable para mantenerse informado y entretenido en cualquier momento y lugar. Sin embargo, a pesar de sus numerosas ventajas, la radio también enfrenta desafíos significativos.

Mientras que para Galarza (2003) La falta de apoyo económico y la competencia con la televisión pueden dificultar su supervivencia, especialmente en un entorno mediático cada vez más saturado. Además, la escasez de programas culturales y la necesidad de mayor creatividad para destacar entre la multitud de emisoras hacen que la radio sea un campo exigente pero gratificante para aquellos que buscan dejar una marca duradera en el paisaje radiofónico. A pesar de estos desafíos, la radio sigue siendo un medio invaluable para la difusión de ideas, la expresión creativa y la conexión humana en todo el mundo.

2.3.15. Locución Redacción radiofónica.

Requiere una forma de transmisión concreta, es fundamental para el periodista controlar su voz que es su herramienta de trabajo. La redacción radiofónica consiste en suministrar la primera noticia de un acontecimiento, este es un de las principales características del periodismo Radiofónico.

Tabla 5

Características del periodismo Radiofónico

<ul style="list-style-type: none">• La voz• La música• Los efectos sonoros• El silencio• La inmediatez• La personalización	<ul style="list-style-type: none">• el lenguaje de las sensaciones• el lenguaje de las sensaciones• el lenguaje de las cosas• indica pausa, también sirve para subrayar una idea crear expectativas y aumenta la calidad del programa.• Nos permite escuchar los hechos que suceden justo en el momento en el que ocurre un problema determinado• Se refiere a que la Radio crea sentido de pertenecía
---	---

Fuente: *Kaplún (1999)*

La radio es un medio auditivo basado en la comunicación oral. Por ello hay una relación entre emisor y público. Incentiva la imaginación del oyente, se da un público heterogéneo y está dirigido a un público amplio. Para Romero (2016) Emisoras Ecuador.com es un sitio web que proporciona las emisoras más populares del Ecuador, ofreciéndole a sus seguidores la opción de elegir de forma fácil cada una de las estaciones y con solo seleccionar la localidad es posible escuchar su emisora favorita. En cada una de estas encontraras sus datos más generales y todas las informaciones necesarias para conocer sus informaciones, géneros, ubicación, teléfono y página web.

Por otro lado, Zapatero (2024), propone que entre las emisoras más populares del Ecuador están: HCJB, Radio Rumba, Canela Radio, Los 40 Principales, JC Radio La Bruja, Radio América Ecuador, Radio K1, Radio La Metro, Radio Sonoriza Ecuador, Tropicalita Fm, Tropicana y Radio Tricolor, así como otras estaciones del Ecuador que se enfocan día a día en ofrecer a sus radioescuchas la mejor programación y contar con destacados locutores. Romero (2016) Dirá que constantemente estamos actualizando nuestro portal para que ustedes puedan disfrutar de las emisoras a través de computadoras, tabletas o celulares. Para mejor rendimiento le recomendamos que utilice el navegador de Google Chrome, disponible para Windows, Mac, Androide y

iOS. Hace unos meses lanzamos la versión móvil y esperamos seguir innovando y trabajando con ustedes.

2.3.16. ¿Cuál fue la primera Radio en el Ecuador?

Según Larrea (2020) En el año 1929 El ingeniero Carlos Cordovez Borja, formado en la universidad norteamericana de YALE fue el encargado de construir, los equipos necesarios con los que el 13 de junio de 1929 empieza a funcionar desde una antigua bodega de una fábrica textil la primera emisora ecuatoriana: Radio El Prado en la ciudad, de acuerdo con una investigación del autor Raúl Borja, la radiodifusión en el país nace en Riobamba, el 13 de junio de 1929. La primera estación llevó el nombre de Radio Estadio El Prado y fue creada por el ingeniero Carlos Cordobés Borja.

2.3.17. Fomentando la transformación digital para personas mayores

Zemsanía (2023) dirá que antes de hablar de medidas específicas, debemos normalizar el uso del smartphone en los adultos mayores. Para conseguirlo es necesario mantener la pantalla lo más despejada posible de estímulos y apps innecesarias. Además, se recomienda establecer un fondo de pantalla simple y neutro para que puedan divisar fácilmente los elementos que buscan.

Otro de los requisitos para acercar la digitalización a los mayores es fomentar su interés por ella. Hay que mantener una actitud pedagógica y mostrarles las utilidades y potenciales beneficios que esta tecnología presenta. Hay aplicaciones dedicadas para todo tipo de sectores, por lo que solo debes pensar en los intereses de esta persona y explicarle cómo puede obtener recetas de cocina, ver vídeos o hacer fotografías a través de su teléfono, por ejemplo. Sobre todo, lo más importante es no saturar a estas personas de información. Lo más recomendable es presentarles únicamente aquellas herramientas que les serán útiles.

2.4.Marco Legal

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

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

Art. 12.- Principio de democratización de la comunicación e información.- Las actuaciones y decisiones de los funcionarios y autoridades públicas con competencias en materia de derechos a la comunicación, propenderán permanente y progresivamente a crear las condiciones materiales, jurídicas y políticas para alcanzar y profundizar la comunicación democrática, mediante el ejercicio de los derechos de comunicación y libertad de expresión, el acceso equitativo a la propiedad de los medios de comunicación, creación de medios de comunicación, generación de espacios de participación y al acceso a las frecuencias del espectro radioeléctrico asignadas para los medios de radio y televisión abierta y por suscripción.

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 y aparatos usados en la difusión de información o por

cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.

Art. 34.- Derecho al acceso a frecuencias. - Todas las personas en forma individual y colectiva tienen derecho a acceder, en igualdad de condiciones, al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico, asignadas para los servicios de radio y televisión abierta y por suscripción en los términos que señala la ley.

CAPÍTULO I

Alcance

Art. 44.1.- Sistema de comunicación social. Es el conjunto articulado de personas naturales o jurídicas que voluntaria y sistemáticamente intercambian información, a través de los medios impresos o servicios de radio, televisión, audio y vídeo por suscripción, aptos para transmitir, divulgar, difundir o propagar, en forma estable y periódica, textos, sonidos o imágenes destinados a la población.

TÍTULO IV

Regulación de contenidos

Art. 60.- Identificación y clasificación de los tipos de contenidos. - Para efectos de esta Ley, los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en:

- a. Informativos -I;
- b. De opinión -O;
- c. Formativos/educativos/culturales -F;
- d. Entretenimiento -E;
- e. Deportivos -D; y,
- f. Publicitarios -P.

Art. 65.- Clasificación de audiencias y franjas horarias. - Se establece tres tipos de audiencias con sus correspondientes franjas horarias, tanto para la programación de los medios de comunicación de radio y televisión, incluidos los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, como para la publicidad comercial y los mensajes del Estado: a. Familiar: Incluye a todos los miembros de la familia. La franja horaria familiar comprende desde las 06h00 a las 18h00.

En esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación "A": Apta para todo público; b. Responsabilidad compartida: La componen personas de 12 a 18 años, con supervisión de personas adultas. La franja horaria de responsabilidad compartida transcurrirá en el horario de las 18h00 a las 22h00. En esta franja se podrá difundir programación de clasificación "A" y "B": Apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta; y, c. Adultos: Compuesta por personas mayores a 18 años. La franja horaria de personas adultas transcurrirá en el horario de las 22h00 a las 06h00. En esta franja se podrá difundir programación clasificada con "A", "B" y "C": Apta solo para personas adultas.

ACTA CONSTITUTIVA DE LA ASOCIACIÓN DE JUBILADOS Y PENSIONISTAS DE SAN JOSÉ DE CHIMBO.

En San José de Chimbo, Provincia de Bolívar, a los 30 días del mes de noviembre de 1998, en el salón del Muy Ilustre Municipio de esta localidad, siendo las 14 Horas 30 minutos, previa convocatoria realizada por la secretaria general de la Federación de Jubilados y Pensionistas de la Provincia Bolívar, con la presencia de 52 jubilados, se procede a la organización de la Asociación de Jubilados y Pensionistas de Monte Pio del Cantón San José de Chimbo.

Con los siguientes puntos a tratarse:

1. Presentación de Representantes de la Federación Provincial de Jubilados, por el Señor Jorge López.

2. Reseña Histórica de la Federación de Jubilados y Pensionistas de Montepío del Ecuador y de la provincia, a cargo de la Sra. Martha Tapia de Lara, secretaria General de la Federación provincial.
3. Exposición del aspecto jurídico por el Sr. Augusto Chávez.
4. Elecciones por el Sr. Gastón Silva.

Con la presencia y participación de los miembros de la Federación Provincial se procede a la elección de las diferentes dignidades que conformarán la Directiva Cantonal.

Acto seguido se mocionan a tres candidatos para elegir al presidente, recayendo por mayoría de votos en la persona del Sr. Jorge López Villamarin.

En la misma forma se procede a elegir al vicepresidente, siendo electo por mayoría de votos el Sr. Manuel Espinoza Benites

Para la dignidad de secretaria, por unanimidad de voto es electa la Sra. Profesora Nohemí Cruz de Goyes.

Como Tesorera y por unanimidad de votos, la Srta. Anita Pinos Espinoza.

De la misma forma fue elegido sindico el Sr. Augusto Zavala Vargas.

A continuación, se procede a elegir las vocalías principales:

Primer Vocal: Sra. Gloria Saltos Altamirano.

Segundo Vocal: Sra. Margarita Saltos.

Como vocales Suplentes:

Primer Vocal: Sr. Luis Rojas Espinoza.

Segundo Vocal: Sr. Gerardo Armijos Núñez.

Seguidamente la Sra. secretaria provincial hace la toma del juramento a los socios electos para estas dignidades, los mismos que quedan automáticamente posesionados, quienes juran y prometen defender los intereses de la Asociación.

El Sr. Profesor. Jorge López Villamarín, presidente electo hace uso de la palabra para agradecer la presencia de los asistentes a este llamado y a la vez por la confianza depositada en su persona para desempeñar dichas funciones, quien se compromete a trabajar a favor de la asociación y realizar todo lo que estuviere a su alcance en beneficio de ésta.

En lo referente a la cuota inicial se acata lo que dispone los estatutos, siendo la cantidad de diez mil sucres.

Inmediatamente la Srta. Tesorera procede a la recaudación de estos dineros, alcanzando la suma de 245.000, doscientos cuarenta y cinco mil sucres, lo cual es aceptado por todos los socios.

A continuación, se acuerda que las sesiones ordinarias se realicen previa convocatoria, al mismo tiempo se resuelve nombrar una comisión provisional para encararse de los asuntos Sociales quedando integrada de la siguiente forma:

Sra. Mercedes Benavides, Srta., Laura Yáñez, Srta., Olga del Pozo, Srta., Elva Rojas, Sr. Jorge Benítez, Sra. Teresa Jaramillo, Sra. Rita de Lara, Sr. Gonzalo Remache, y Sra. Teresa Cruz.

En lo relacionada a la cuota mensual, que según estatutos es de dos mil sucres, el Sr. presidente propone que la misma sea de cinco mil sucres, lo cual es aceptado por los socios presentes.

Seguidamente se nombra la comisión para solicitar al Sr. Alcalde del Cantón, se facilite un local para funcionamiento de la Asociación de jubilados.

Siendo las 17 horas 15 minutos, se da por terminada

ESTATUTOS DE LA ASOCIACIÓN DE JUBILADOS DE PENSIONISTAS DE SAN JOSÉ DE CHIMBO

CAPÍTULO 1

CONSTITUCIÓN Y DOMICILIO

Art. 1.- Constituyese la Asociación de Pensionistas de San José de domicilio en la Ciudad de Chimbo.

Art. 2.- La Asociación de Jubilados y Pensionistas de San José de Chimbo, es una corporación de derecho privado de las reguladas por las disposiciones del Título XXXIX del libro primero del Código Civil, capaz de adquirir derechos, contra obligaciones y celebrar toda clase de actos y contratos.

Art. 3. La Asociación de Jubilados de Pensionista de Chimbo es filial de la Federación Provincial de Jubilados y Pensionistas del Montepío de Bolívar

Art. 4. La asociación como tal no intervendrá en asuntos de carácter político o religioso

Art. 5. La organización, por su naturaleza y objeto, tiene prohibido intervenir e iniciar casos relacionados con: administración inmobiliaria, compartición y distribución de viviendas, propiedades recreativas o recreativas, unidades de producción agrícola o ganadera, sin limitar el desempeño de estas tareas. A la derecha. Establecer la propiedad de los derechos civiles.

CAPÍTULO II

DE LOS FINES Y MEDIOS

Art. 6. La Asociación de Jubilados y Pensionistas de Chimbo tiene como fines los siguientes.

- a) Levantar nivel intelectual, moral, social y económico de sus miembros.
- b) Defender los derechos de los Jubilados y Pensionistas encaminados a la consecución de sus aspiraciones;
- c) Propiciar y fomentar el ingreso de nuevos socios;
- d) Establecer lazos de unión entre organismos similares dentro y fuera del país;
- e) Luchar porque los valores que los socios reciben por concepto de pensiones jubilares y de montepío estén acorde con el costo de vida;
- f) Practicar la solidaridad humana entre miembros de la Asociación y de ésta con sus similares

- g) Velar por el cumplimiento estatutos y reglamentos, así como también por la conservación e incremento de sus patrimonios económicos y social;
- h) Procurar el establecimiento de centros de trabajo recreativo y que sirva de esparcimiento para los socios;
- i) Fomentar y fortalecer la conservación de la Asociación, Federación Provincial y Confederación Nacional Jubilados del Ecuador, con el objeto de aunar esfuerzos hacia la consecución de fines comunes;
- j) Patrocinar deportes y juegos lícitos y recreativos;
- k) Mantener buenas y constantes relaciones con la Comunidad Provincial y Nacional, para la búsqueda de soluciones de casos especiales;
- l) Auspiciar la constitución de cooperativas: De Ahorro y Crédito, de consumo, etc. Mediante la subscripción de certificados de aportación; reglamentaciones especiales que se dictarán para cada caso conforme a la Ley de Cooperativas y otras sobre la materia.

Art. 7. La Asociación de Jubilados y Pensionistas de San José de Chimbo, para la consecución de sus fines contará con los siguientes medios:

- a) Los recursos propios de la Institución: humanos, materiales, económicos, etc.
- b) Los recursos humanos, materiales y económicos de entidades públicas y privadas, Provinciales, Nacionales e Internacionales.
- c) Los recursos del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS.

CAPÍTULO III

DE LOS SOCIOS

Art. 8. Son miembros de la Asociación

- a) Todos los Jubilados y Pensionistas suscribieron el Acta Constitutiva de la Asociación; y
- b) Los Jubilados y Pensionistas que manifestaren por escrito pertenecer a la Asociación sean aceptados por el Directorio, deberán Antes de que se cumplan

los requisitos en estos casos, la lista de afiliados que deben registrarse se envía al departamento de consulta jurídica del Ministerio de Asuntos Sociales.

Art. 9. Las personas que hayan prestado servicios relevantes o efectuando donaciones en favor de la Asociación, podrán ser nombrados SOCIOS BENEFACTORES U HONORARIOS por la Asamblea General.

Art. 10. Los socios benefactores u honorarios no tendrán derechos a elegir ni ser elegidos, pero sí podrán emitir sugerencias en las sesiones tanto de Asamblea General como del Directorio.

Art. 11.- Para ser admitido como socio activo se requiere:

- a) Ser Jubilado o Pensionista;
- b) Tener su domicilio en la Ciudad de San José de Chimbo.
- c) Presentar una solicitud por escrito dirigida al Presidente de la Asociación, pidiendo ser admitido como socio activo, adjuntando copia de la cédula ciudadanía y de la credencial de jubilación o pensionista: y
- d) Ser aceptado como socio en sesión de Directorio o de Asamblea General de la Asociación.

Art. 12.- Son obligaciones de los socios:

- a) Al momento de ser aceptado como socio pagará la respectiva cuota de ingreso:
- b) Pagar con puntualidad las cuotas ordinarias y extraordinarias que figuren la Asamblea General o el Directorio;
- c) Cumplir con los actos reglamentarios, así como con las decisiones de la junta general y del directorio.;
- d) Asistir cumplidamente a las sesiones;
- e) Desempeñar con honorabilidad y eficiencia los cargos o comisiones para los que se designare la Asamblea General y el Directorio; y
- f) Prestar con diligencia su concurso moral, intelectual y material para que se cumplan las finalidades de la Institución.

Art. 13.- De los Derechos de los Socios:

- a) Derecho a la voz y voto en Asambleas ordinarias y extraordinarias;
- b) Elegir y ser elegido para cualquier cargo o dignidad de la Asociación;
- c) Recibir y hacer uso legítimo de todos los beneficios que otorga la Asociación en favor de sus miembros.
- d) Todos los demás derechos que le concede las leyes, estatutos y reglamentos.

Art.14.- Dejan de ser socios:

- a) Por fallecimiento:
- b) Por renuncia irrevocable presentada por escrito y dirigida al presidente de la Asociación; y
- c) Por separación o expulsión resuelta por el Directorio y ratificada por la Asamblea General de Socios.

CAPÍTULO IV

DE LOS ORGANISMOS DIRECTIVOS

Art. 15.- Los organismos directivos de la Asociación son:

- a) La Asamblea General de socios,
- b) El Directorio.

DE LA ASAMBLEA GENERAL:

Art. 16.- La Asamblea General es la máxima autoridad de la Asociación, la misma que estará integrada por todos los socios activos que estén al día en sus obligaciones para con la entidad.

Art. 17.- Las sesiones de Asamblea General de socios de manera ordinaria tendrá lugar el último día de los de Meses: marzo, junio, septiembre, y diciembre de todos los años a partir de las 14:00; y las extraordinarias cuando sean convocadas por el Presidente y/o a petición de por lo menos de la tercera parte de los socios activos.

Art. 18. El quorum para sesión de Asamblea General será el de la mitad más uno de los miembros activos de la Asociación. La convocatoria se realizará mediante de los periódicos de mayor circulación en la Ciudad y/o una de las radios de mayor sintonía con ocho días de anticipación salvo el caso de tratarse de asuntos de suma urgencia.

Art. 19.- Caso de no existir el quorum reglamentario podrá constituirse en sesión de Asamblea General después de media hora de la fijada en la convocatoria y siempre que conste así en ésta.

Art. 20.- Son atribuciones de la Asamblea General:

- a. Elegir a los miembros del directorio;
- b. Estudiar, aprobar, o rechazar los informes que obligatoriamente presentarán presidente y tesorero de la Asociación;
- c. Reformar estos estatutos después de por lo menos dos años de aprobados por el Ministerio de Bienestar Social.
- b) Aprobar, modificar o rechazar en una sola discusión el Plan de Trabajo y Presupuestos de la Asociación:
- c) Fijar los montos de las cuotas de ingreso, mensuales, ordinarias y extraordinarias, que deberán ser pagadas por los socios, y
- d) Los demás que le confieran estos estatutos los reglamentos y demás leyes sobre la materia.

DEL DIRECTORIO:

Art. 21. El Directorio de la Asociación será elegido en Asamblea General de Socios y, está compuesto de la siguiente forma:

- a) Presidente;
- b) Vicepresidente;
- c) Tesorero;
- d) Secretario; y Prosecretario;
- e) Cuatro vocales principales con sus respectivos suplentes;

- f) Elegir siete representantes a la Junta General de la Federación de Jubilados y Pensionistas, que durarán dos años en sus funciones;

Art. 22.- El Directorio de la Asociación durará dos años en sus funciones;

Art. 23.- Para ser electo miembro del Directorio se requiere ser socio activo de la Asociación y estar al día en el pago de la cuotas ordinarias y extraordinarias.

Art. 24.- Son deberes y atribuciones del Directorio:

- a) Nombrar tres miembros para cada una de las diferentes comisiones;
- b) Asuntos Jurídicos y administrativos.
- c) Asuntos financieros;
- d) Relaciones públicas, prensa, y propaganda;
- e) Asuntos culturales y deportivos; y,
- f) Las demás que estimare conveniente para la mejor marcha de la entidad.

Las comisiones deberán estar presididas por un miembro del Directorio.

- e) Ejecutar las resoluciones de Asamblea General y las del Directorio.
- f) Formular el Plan de trabajo y presupuesto de la entidad y poner en conocimiento de la Asamblea General para que esta estudie y apruebe:
- g) Elaborar los reglamentos que fueren necesarios para la buena marcha de la Asociación;
- h) Velar por la correcta inversión y administración de los recursos económicos de la entidad;
- i) Conocer y aceptar o negar por justas las peticiones de ingreso de nuevos socios:
- j) Poner a consideración de la Asamblea General de socios proyectos de reformas a los estatutos y reglamentos, después de por lo menos de que estén vigentes y siempre que se considere necesario.

Art. 25.- El quorum para las sesiones de Directorio será de las dos terceras partes de sus miembros.

Art. 26. Las sesiones ordinarias del Directorio tendrán lugar una vez al mes, en los días señalados por los miembros de este organismo, y las extraordinarias cuando la importancia de los asuntos a tratarse así lo ameriten.

Art. 27. Las vacantes que se produjeran de los miembros del Directorio podrán ser llenadas por decisión mayoritaria de éste, el particular deberá ser puesto en conocimiento en inmediata sesión de Asamblea General.

Art. 28.- Nombrar sus representantes ante la Federación Provincial de Jubilados y Pensionistas de Montepío de Bolívar.

DEL PRESIDENTE:

Art.29. Son atribuciones y obligaciones del Presidente:

- a) Formular el plan de trabajo y presupuesto anual de la Asociación, juntamente con los miembros de las comisiones de asuntos jurídicos y administrativos y la de asuntos financieros, para poner a consideración y estudio del Directorio y la aprobación General de socios;
- b) Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la Asociación en todo acto público y privado;
- c) Disponer que por secretaria se convoque a sesión de Asamblea General de Socios y de Directorio, y, suscribir las actas de sesiones juntamente con el secretario;
- d) Presidir las sesiones de Asamblea General y las de Directorio;
- e) Supervigilar la buena marcha de todas las actividades especialmente las económicas teniendo responsabilidad compartida con el tesorero sobre el manejo de los fondos de la Entidad.
- f) Abrir con su firma y la del tesorero cuentas corrientes, de ahorro u otro tipo en el banco que disponga el directorio y previa autorización de éste.
- g) Autorizar con su firma y la del Tesorero el egreso de fondos de cualquiera de las cuentas indicadas en el literal anterior.

- h) Informar trimestralmente, anualmente y por escrito a la Asamblea General de socios sobre la marcha de la Entidad y más asuntos a su cargo y,
- i) Los demás derechos y obligaciones establecidas, reglamentos y más leyes pertinentes.

DEL VICEPRESIDENTE:

Art. 30. Son deberes y atribuciones del vicepresidente

- a) Asumir las funciones del presidente en caso de impedimento físico o legal ausencia temporal o definitiva del titular.
- b) El vicepresidente será presidente nato de la comisión de asuntos jurídicos y administrativos.
- c) Defender conjuntamente el presidente de los deberes de la asociación y de sus miembros; y
- d) Los que por leyes corresponde o que la asamblea del directorio lo recomendaré
- e) Llevar un listado de socios debidamente actualizado con nombres y apellidos, número de credencial de jubilado o de pensionista, número de la cédula de ciudadanía y la última mensualidad pagada
- f) Otorgar el correspondiente recibo por cuotas del ingreso mensualidades, etc.
- g) Será el presidente nato de la comisión de asuntos financieros.

DEL SECRETARIO:

Art.32. Son deberes y atribuciones del secretario:

- a) Llevar los libros de acta de las sesiones tanto de Asamblea General como Directorio, legalizados con su firma y la del presidente:
- b) Convocar por orden del presidente a sesiones de Asamblea General o del Directorio;
- c) Redactor las comunicaciones de la Asociación y firmar juntamente con el presidente
- d) Organizar y llevar de una manera prolija y cuidadosa el archivo de comunicaciones enviadas y resumidas y más documentos de la Entidad

- e) Será el presidente nato de la comisión de relaciones Públicas, Prensa y Propaganda

DE LOS VOCALES:

- a) El primer vocal será el presidente nato de la Comisión de asuntos Culturales y Deportivo;
- b) El segundo y tercer vocales serán presidentes en su orden de las demás comisiones que se formaren.

Art. 35.- Los Vocales Suplentes, se principalizarán en ausencia en orden a sus nombramientos y por ausencia temporal o definitiva de los titulares.

Art. 36.- Todos los vocales tiene la obligación de concurrir puntualmente a las sesiones tanto de Asamblea General como de Directorio.

Art. 37.- Los vocales colaborarán activamente en todos los asuntos de carácter administrativo, financiero, etc. Que estimaré conveniente o que la Asamblea o el Directorio les encomendare.

CAPÍTULO V

DE LOS BIENES Y FONDOS

Art. 38. Son bienes de la Asociación:

- a) Los inmuebles, muebles y accesorios adquiridos o que se adquieren mediante compra: y
- b) Los inmuebles, muebles, accesorios, etc. que la Asociación adquiere por legados, donaciones, serán recibidos con beneficio de inventario.
- c) Art. 39. Son fondos de la Asociación:
- d) Las cuotas ordinarias de los socios;
- e) Las cuotas de ingreso de los socios:
- f) Las cuotas extraordinarias de los socios;
- g) Las donaciones o subvenciones; y

h) En los fondos enviados y que enviaré el IESS.

Art. 40. Los fondos de la Asociación serán depositados en el banco que designe la Directiva; y no podrá mantenerse en la caja más de cien mil sucres.

Art. 41.- Los Socios pagarán en Tesorería las cuotas mensuales, de ingreso, las ordinarias y extraordinarias que fijen la Asamblea General y el Directorio, las mismas que podrán ser modificadas a criterio de la mayoría de los socios y la Asamblea General.

Art. 42.- Los fondos de la Asociación se emplearán única y exclusivamente en el cumplimiento de los fines de la entidad y que consten en presupuesto de la misma.

Art. 43.- En caso de que los fondos de la Asociación fueren malversados o empleados en finalidades distintas a las indicadas en el Art. 41 de este Estatuto, quienes autoricen con su firma, a igual que quien o quienes efectúen el gasto serán civil y penalmente corresponsables.

Art. 44.- Los fondos con los que se constituye cooperativas de Ahorro y Crédito, de consumo, etc. serán financiadas mediante la suscripción de Certificados de aportación suscritos por las personas naturales y/o jurídicas que la asociación.

La Asociación de así resolver la asamblea General, podrá adquirir un determinado número de Certificados de Aportación entrando por lo mismo a ser socio de la Cooperativa a formarse.

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 45.- La Asociación de Jubilados y Pensionistas de la Provincia de Bolívar, es una Entidad netamente clasista.

Art. 46.- La Asociación de Jubilados y Pensionistas de Bolívar, tendrá una duración indefinida, pudiendo mantener su personería Jurídica hasta con un número mínimo de once personas.

Art. 47. En caso de extinción de la Asociación de Jubilados y Pensionistas de Bolívar, por no cumplir con sus finalidades o desviarlas, por disminución de sus miembros a menos de quince, o por cualquiera de los demás establecidos en la Ley sus bienes y fondos pasarán en custodia la Federación Provincial de Jubilados y Pensionistas de Montepío de Bolívar, hasta que reorganice y/o a otro organismo que determine la última asamblea o a la falta de designación dispondrá el Ministerio de Bienestar Social.

Art. 48. El lema de la Asociación de Jubilados y Pensionistas de Bolívar es “JUSTICIA SOCIAL CON LIBERTAD”.

Art. 49.- El Ministerio de Bienestar Social, al amparo de la legislación vigente en armonía con las disposiciones de los distintos cuerpos legales, de acuerdo con la situación y de tener conocimiento y comprobarse el incumplimiento de los fines, y objetivos, impartirá normas y establecerá procedimientos que permitan regular todo proceso de disolución y liquidación, considerando que la Constitución Política del Estado categoriza lo social y precaucional.

2.5. Georreferencial

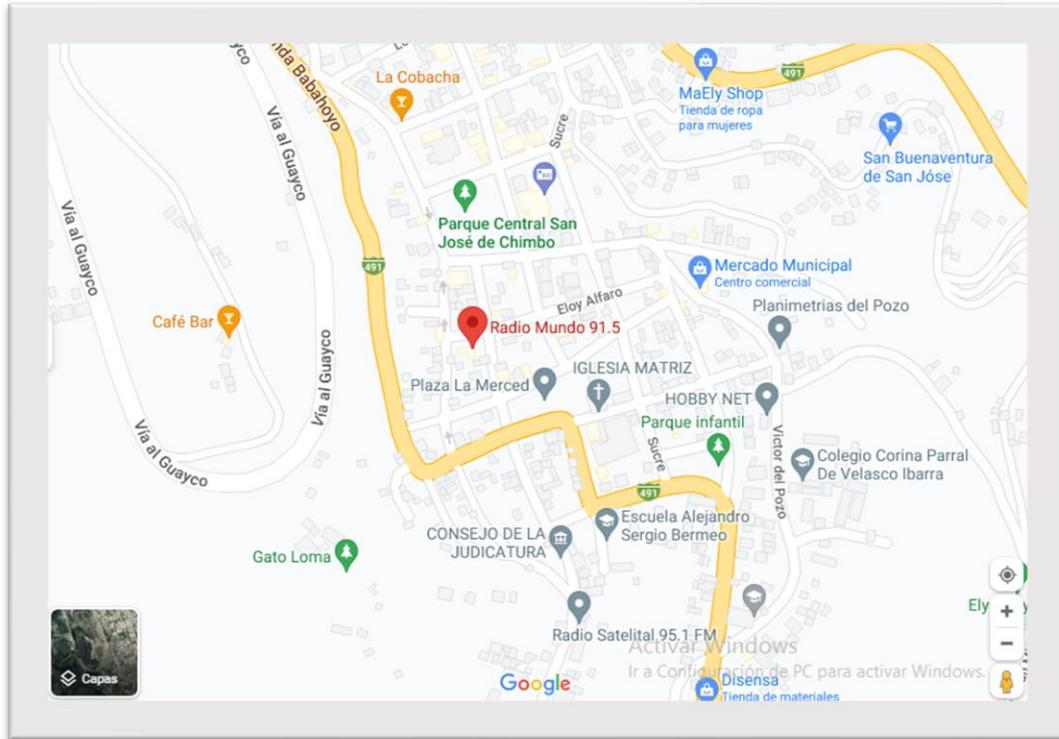


Ilustración 1

Ubicación Geográfica de Radio Mundo en San José de Chimbo

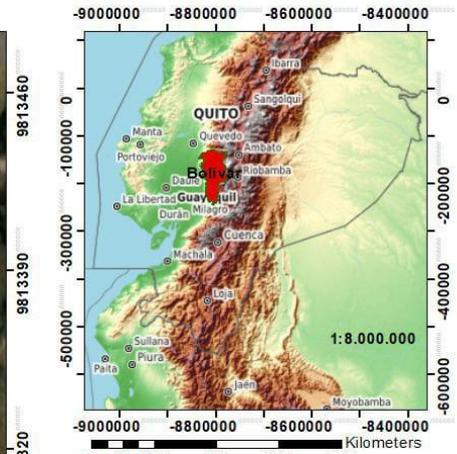
Elaborado: Gabriela Hidalgo (2023)

La Radio Mundo del Cantón San José de Chimbo, se encuentra ubicada en la calle Eloy Alfaro frente a la Cooperativa de Ahorro y Crédito San José Ltda

Asociación de Jubilados y Pensionistas de San José de Chimbo



Ecuador Continental



Cantón Chimbo

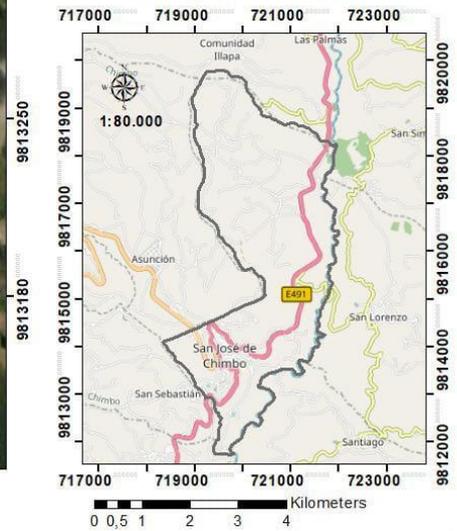


Ilustración 2

Ubicación

La asociación de jubilados de San José de Chimbo se encuentra ubicado en el Cantón Chimbo, provincia Bolívar, calle Guayas vía al cementerio.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Enfoque de Investigación

Dentro del enfoque de la investigación, se emplearán tanto métodos cualitativos como cuantitativos, siguiendo las recomendaciones (Sampieri, et al, 2018).

3.1.1. Cualitativo:

El enfoque cualitativo, de acuerdo con Sampieri, et al, (2018), se fundamenta en la evidencia de métodos y técnicas que se derivan de sus fundamentos conceptuales y cognitivos, con el propósito de comprender y explicar fenómenos complejos. En este contexto, el enfoque cualitativo servirá como base para la recopilación de información pertinente sobre la institución objeto de estudio, incluyendo aspectos como su misión, visión, valores, políticas y objetivos, que resultan relevantes para la comprensión del tema de investigación.

3.1.2. Cuantitativo:

Por otro lado, según Sampieri, et al, (2018), la investigación con métodos cuantitativos se caracteriza por abordar fenómenos que pueden ser medidos mediante el análisis de datos recopilados y el empleo de métodos estadísticos. En este sentido, el enfoque cuantitativo proporcionará herramientas para cuantificar y analizar datos relacionados con la digitalización de Radio Mundo y su impacto en las personas adultas mayores, permitiendo así una aproximación rigurosa y objetiva a la problemática planteada.

3.2. Tipo de investigación

3.2.1. Investigación Descriptiva:

Para comprender en detalle las características y efectos de la digitalización de Radio Mundo en las personas adultas mayores miembros de la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo. Esto permitirá identificar las barreras y desafíos que enfrentan al utilizar dispositivos y plataformas digitales para acceder a Radio Mundo.

3.2.2. Investigación Exploratoria:

Para profundizar en el análisis del impacto de la digitalización de Radio Mundo en los hábitos de las personas adultas mayores. Se explorarán aspectos como la frecuencia, duración y preferencias de programación de los miembros de la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo, brindando una comprensión más completa de cómo esta digitalización afecta sus prácticas radiofónicas.

3.2.3. Investigación Bibliográfica:

Para analizar estudios previos y teorías relacionadas con la adaptación de personas adultas mayores a nuevas tecnologías, así como experiencias similares de digitalización en otros contextos. Esto proporcionará un marco teórico sólido para fundamentar el estudio y comprender mejor el fenómeno en cuestión.

3.2.4. Investigación de Campo:

Se llevará a cabo mediante encuestas, entrevistas y observaciones directas con personas adultas mayores miembros de la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo. Se obtendrán datos primarios para identificar sus experiencias, necesidades y preferencias con respecto a la digitalización de Radio Mundo. Además, se recopilarán datos sobre la efectividad de las estrategias actuales y se propondrán mejoras para una transición exitosa a las nuevas tecnologías.

3.3. Métodos de Investigación

3.3.1. Método deductivo

En nuestro análisis, se examinan los datos recopilados sobre el impacto de la digitalización de la radio en la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo, destacando la relevancia del estudio integral de este cambio mediático. A través de un razonamiento lógico, comenzamos por evaluar el contexto general de la digitalización y su recepción por parte de los adultos mayores, para posteriormente desglosar cada uno de los componentes de esta transición — como la accesibilidad, la usabilidad y la relevancia del contenido — y estudiar su interacción con este grupo demográfico específico. Finalmente, buscamos determinar resultados específicos relacionados con el grado de adaptación e integración de los adultos

mayores en este nuevo entorno digital, identificando factores de éxito y barreras, lo cual puede revelar tanto beneficios como desafíos significativos en términos de inclusión social y acceso a la información.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de datos en nuestro estudio se emplearán las siguientes técnicas:

3.4.1. Entrevista Semiestructurada:

Instrumento: Guía de entrevista.

Objetivo: Explorar en profundidad las experiencias, actitudes y percepciones de los participantes respecto a la digitalización de Radio Mundo y su influencia en la vida de las personas adultas mayores.

Se utilizará como una herramienta fundamental para obtener información directa y detallada sobre las experiencias, percepciones y necesidades de los adultos mayores en relación con la digitalización de Radio Mundo. Se llevará a cabo entrevistas semiestructuradas, centrándose en aspectos como el acceso a la tecnología, el uso de dispositivos digitales y las preferencias de escucha de radio.

3.4.2. Observación Participante:

Instrumento: Lista de verificación.

Objetivo: Observar el comportamiento y la interacción de los participantes con dispositivos y la radio digital en situaciones cotidianas.

Se diseñará una lista de verificación que incluya los comportamientos específicos y las interacciones relevantes que se desean observar durante el estudio. Por ejemplo, la frecuencia de uso de dispositivos digitales, la facilidad para navegar por aplicaciones de radio en línea, la participación en actividades relacionadas con la radio digital, etc.

3.4.3. Encuesta:

Instrumento: Cuestionario estructurado.

Objetivo: Recopilar datos cuantitativos sobre el nivel de conocimientos tecnológicos, acceso a la radio digital y percepción de impacto en la vida cotidiana.

Se aplicará para recopilar datos cuantitativos sobre el uso y la percepción de la radio digital entre los adultos mayores. Se diseñará un cuestionario con preguntas cerradas que aborden aspectos como la frecuencia de uso, la facilidad de acceso, la satisfacción con los contenidos y las dificultades encontradas. Las encuestas se administrarán a través de entrevistas personalizadas con los miembros de la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo, garantizando así una alta tasa de participación y la calidad de los datos recopilados.

3.5. Criterio de Inclusión y Exclusión

3.5.1. Criterio de Inclusión

Debe ser miembro activo de la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo, lo cual asegura que formen parte del grupo demográfico objetivo; ser adulto mayor, definido por tener 60 años de edad o más.

3.5.2. Criterio de Exclusión:

Miembros de la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo, que no pertenecen al rango de edad de adultos mayores definido para este estudio.

3.6.Población y Muestra

3.6.1. Población:

La población objeto de estudio se compone específicamente de los miembros de la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo que son adultos mayores y que están familiarizados con la digitalización de Radio Mundo. Se considera que esta población está conformada por 60 miembros activos que cumplen con los criterios de inclusión en el estudio.

3.6.2. Muestra:

Dada la naturaleza específica y la población de estudio, no se realizará un proceso de muestreo, ya que se pretende incluir a todos los miembros de la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo que cumplan con los criterios de inclusión en la investigación. Por lo tanto, se procederá a recopilar información de todos los miembros de la asociación que sean adultos mayores y estén familiarizados con la digitalización de Radio Mundo, garantizando así la representatividad y validez de los resultados obtenidos.

3.7.Análisis de Datos:

El análisis de datos se llevará a cabo mediante el uso de técnicas estadísticas en Excel para examinar los datos cuantitativos recopilados, tales como análisis descriptivos e inferenciales para explorar relaciones entre variables. Simultáneamente, se empleará el análisis de contenido para interpretar los datos cualitativos obtenidos de entrevistas y otras fuentes, identificando temas y patrones significativos. Esta combinación de enfoques permitirá una comprensión integral del impacto de la digitalización de la radio en las personas adultas mayores, integrando tanto aspectos cuantitativos como cualitativos para ofrecer una visión completa del fenómeno estudiado.

3.8.Consideraciones Éticas:

Se asegurará el anonimato y la confidencialidad de la información recopilada, protegiendo la privacidad de los participantes. Se solicitará el consentimiento informado de cada uno de ellos, explicando claramente los objetivos y

procedimientos del estudio, así como sus derechos como sujetos de investigación. Además, se seguirán rigurosamente las pautas éticas descritas a continuación:

- **Integridad:** Velar por el bienestar y asegurar que los beneficios potenciales del estudio superen cualquier riesgo o incomodidad asociada.
- **Justicia:** Garantizar la equidad en la selección y participación de los sujetos de investigación, evitando la discriminación y asegurando que todos los participantes sean tratados de manera justa y respetuosa.
- **Respeto:** Reconocer y respetar la capacidad de los participantes para tomar decisiones informadas sobre su participación en el estudio, permitiéndoles retirarse en cualquier momento sin consecuencias adversas.
- **Transparencia:** Mantener la honestidad y la objetividad en todas las etapas del proceso de investigación, desde la recopilación de datos hasta la presentación de resultados.

CAPÍTULO IV.

RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación de resultados

1. ¿Con qué frecuencia escucha la radio?

Tabla 6

Frecuencia con la que escucha la radio

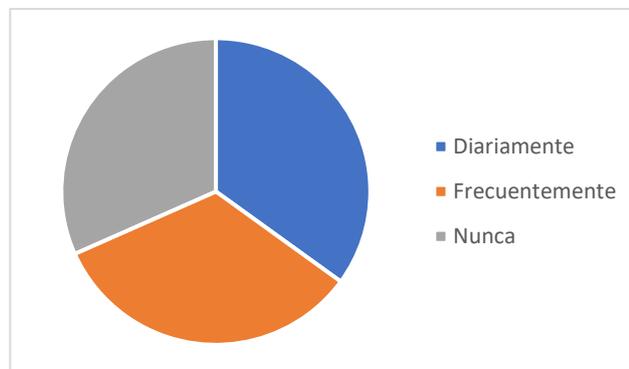
Respuesta	Frecuencia	%
Diariamente	21	35%
Frecuentemente	20	33%
Nunca	19	32%
Total	60	100%

Note: Encuesta Aplicada

Realizado por: Gabriela Hidalgo

Gráfico 1

Frecuencia con la que escucha la radio



Note: Encuesta Aplicada

Realizado por: Gabriela Hidalgo

Análisis

La tabla muestra que el 35% indicó que escucha la radio diariamente, mientras que el 33% lo hace con frecuencia. Por otro lado, el 32% afirmó que nunca escucha la radio.

Interpretación:

Estos resultados sugieren una variedad en los hábitos de escucha de la radio entre los participantes. Si bien una parte significativa de la muestra escucha la radio diariamente o con frecuencia, un porcentaje considerable también reporta no escucharla en absoluto. Esto puede deberse a diferencias en las preferencias personales, el acceso a la radio, o la disponibilidad de tiempo para escucharla.

2. ¿Qué dispositivos utiliza para escuchar la radio?

Tabla 7

Dispositivos que utiliza

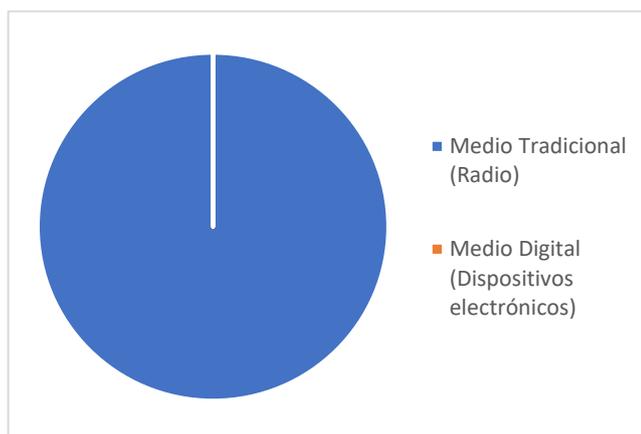
Respuesta	Frecuencia	%
Medio Digital (Dispositivos electrónicos)	0	0%
Medio Tradicional (Radio)	60	100%
Total	60	100%

Note: Encuesta Aplicada

Realizado por: Gabriela Hidalgo

Gráfico 2

Dispositivos que utiliza



Note: Encuesta Aplicada

Realizado por: Gabriela Hidalgo

Análisis:

El 100% utiliza el medio tradicional (radio convencional), mientras que ninguno utiliza dispositivos electrónicos como medio digital para escuchar la radio.

Interpretación:

Estos resultados reflejan una clara preferencia uso de la radio tradicional como medio para acceder a la radio entre los participantes. La ausencia de los dispositivos electrónicos puede indicar una transición hacia la digitalización en la forma en que las personas no acceden al contenido radiofónico. Este cambio puede estar

influenciado por factores de desconocimiento, la variedad de opciones de contenido y la accesibilidad que ofrecen los dispositivos electrónicos en comparación con la radio convencional.

3. ¿Cree que la digitalización de Radio Mundo ha influido en la calidad de la información que recibe?

Tabla 8

Digitalización de Radio Mundo

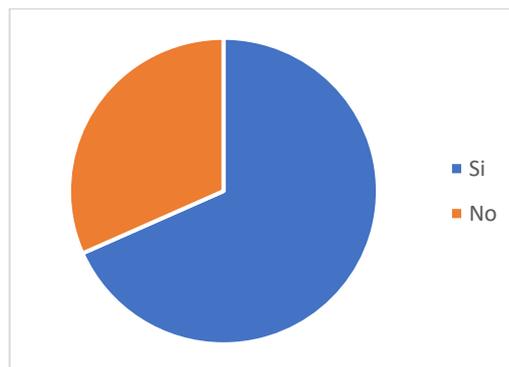
Respuesta	Frecuencia	%
Si	41	68%
No	19	32%
Total	60	100%

Note: Encuesta Aplicada

Realizado por: Gabriela Hidalgo

Gráfico 3

Digitalización de Radio Mundo



Note: Encuesta Aplicada

Realizado por: Gabriela Hidalgo

Análisis:

El 68% respondió afirmativamente, mientras que el 32% respondió negativamente.

Interpretación:

Los resultados indican que la mayoría de los participantes perciben que la digitalización de Radio Mundo ha tenido un impacto positivo en la calidad de la información que reciben. Esta percepción puede estar relacionada con una mayor accesibilidad a una variedad de programas y contenido, así como con mejoras en la calidad de sonido y transmisión que ofrece la radio digital en comparación con la

radio tradicional. Sin embargo, es importante considerar las opiniones de aquellos que no perciben este impacto positivo, ya que pueden tener preocupaciones sobre la fiabilidad de la información digitalizada o la falta de acceso a ciertos programas o servicios a través de la radio digital.

4. ¿Considera que la radio digital es una herramienta o un medio de comunicación que permite mayor interacción con los usuarios?

Tabla 9

Herramienta o un medio

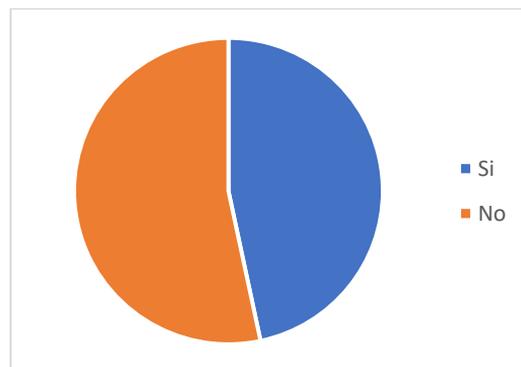
Respuesta	Frecuencia	%
Si	28	47%
No	32	53%
Total	60	100%

Note: Encuesta Aplicada

Realizado por: Gabriela Hidalgo

Gráfico 4

Herramienta o un medio



Note: Encuesta Aplicada

Realizado por: Gabriela Hidalgo

Análisis:

El 47% respondió afirmativamente, mientras que el 53% respondió negativamente.

Interpretación:

Los resultados muestran una división entre los participantes en cuanto a si consideran que la radio digital es una herramienta o un medio de comunicación. Aunque una parte significativa de los encuestados percibe que la radio digital facilita la comunicación y la interacción con los usuarios, otro grupo considera que no ofrece mayores oportunidades en este sentido. Esta discrepancia puede deberse

a diversas razones, como la experiencia personal de los participantes con la radio digital, su familiaridad con las tecnologías digitales o las características específicas de la programación de Radio Mundo.

5. ¿Cuál es la programación que usted prefiere escuchar en radio mundo?

Tabla 10

Programación que prefiere

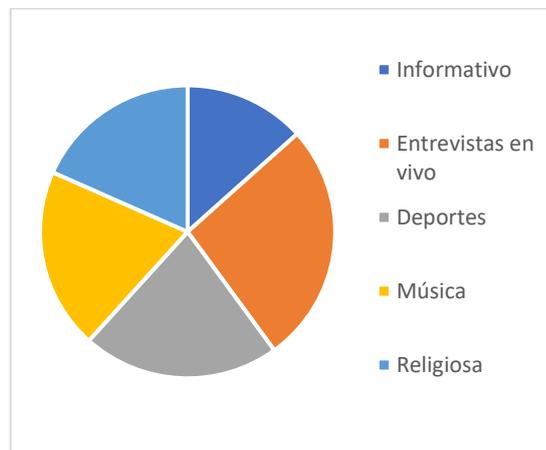
Respuesta	Frecuencia	%
Informativo	8	13%
Entrevistas en vivo	16	27%
Deportes	13	22%
Música	12	20%
Religiosa	11	18%
Total	60	100%

Note: Encuesta Aplicada

Realizado por: Gabriela Hidalgo

Gráfico 5

Programación que prefiere



Note: Encuesta Aplicada

Realizado por: Gabriela Hidalgo

Análisis:

Se observa que las opciones más populares son las "Entrevistas en vivo", seleccionadas por el 27% de los encuestados, seguidas de cerca por los "Deportes", con el 22%. La categoría "Música" también recibió un porcentaje considerable, con el 20% de las respuestas. En menor medida, las opciones "Religiosa" y

"Informativo" fueron seleccionadas por el 18% y el 13% de los participantes, respectivamente.

Interpretación:

La popularidad de las "Entrevistas en vivo" sugiere un interés en contenido interactivo y en tiempo real, mientras que la programación deportiva y musical también son opciones populares. La menor preferencia por programas religiosos e informativos puede indicar una audiencia más interesada en contenido de entretenimiento y participativo. Estas preferencias pueden influir en la forma en que se diseñan y se ofrecen programas en la radio digital, y es importante tenerlas en cuenta al planificar la programación y el contenido de Radio Mundo.

6. ¿Ha notado algún cambio en sus hábitos de escucha de la radio desde la digitalización?

Tabla 11

Cambio de sus hábitos

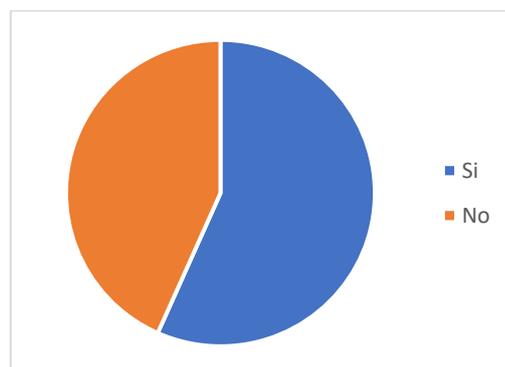
Respuesta	Frecuencia	%
Si	34	57%
No	26	43%
Total	60	100%

Note: Encuesta Aplicada

Realizado por: Gabriela Hidalgo

Gráfico 6

Cambio de sus hábitos



Note: Encuesta Aplicada

Realizado por: Gabriela Hidalgo

Análisis de los Resultados:

El 57% indicó que sí ha notado un cambio en sus hábitos de escucha, mientras que el 43% respondió que no.

Interpretación:

El hecho de que la mayoría de los participantes (57%) hayan notado un cambio en sus hábitos de escucha sugiere que la digitalización de la radio ha tenido un impacto significativo en la forma en que consumen contenido radiofónico. Este cambio puede atribuirse a una mayor accesibilidad a través de dispositivos digitales, así

como a la disponibilidad de una variedad de emisoras y programas en línea. Los participantes que no han notado cambios pueden estar menos influenciados por la transición a la radio digital o pueden tener preferencias arraigadas por el medio tradicional. Por ello se destaca la importancia de considerar cómo la digitalización de la radio está afectando los comportamientos y las preferencias de los oyentes, lo que puede tener implicaciones significativas para la industria de la radiodifusión.

7. ¿Ha tenido problemas técnicos al intentar acceder a la radio digital?

Tabla 12

Problemas técnicos de acceso

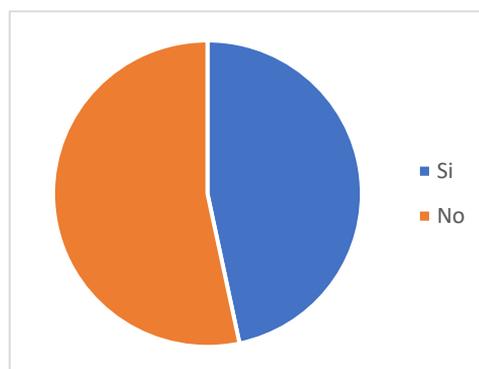
Respuesta	Frecuencia	%
Si	28	47%
No	32	53%
Total	60	100%

Note: Encuesta Aplicada

Realizado por: Gabriela Hidalgo

Gráfico 7

Problemas técnicos de acceso



Note: Encuesta Aplicada

Realizado por: Gabriela Hidalgo

Análisis:

El 47% indicó que sí ha tenido problemas técnicos, mientras que el 53% respondió que no.

Interpretación:

El hecho de que casi la mitad de los participantes (47%) hayan experimentado problemas técnicos al intentar acceder a la radio digital sugiere que pueden existir dificultades técnicas asociadas con la transición a este medio. Estos problemas pueden incluir dificultades para conectarse a la señal de radio en línea, problemas de buffering, problemas de compatibilidad con dispositivos o aplicaciones, entre

otros. Por otro lado, la mayoría de los participantes (53%) no han experimentado tales problemas, lo que sugiere que la digitalización de la radio ha sido relativamente fluida para ellos.

8. ¿Ha tenido dificultades para adaptarse a las nuevas formas de interacción con los programas digitales de radio?

Tabla 13

Dificultades para adaptarse

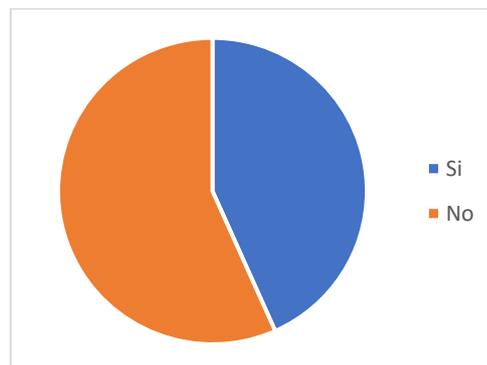
Respuesta	Frecuencia	%
Si	26	43%
No	34	57%
Total	60	100%

Note: Encuesta Aplicada

Realizado por: Gabriela Hidalgo

Gráfico 8

Dificultades para adaptarse



Note: Encuesta Aplicada

Realizado por: Gabriela Hidalgo

Análisis:

El 43% indicó que sí ha tenido dificultades, mientras que el 57% respondió que no.

Interpretación:

El hecho de que el 43% de los participantes haya experimentado dificultades para adaptarse a las nuevas formas de interacción con los programas digitales de radio sugiere que puede haber cierta resistencia o falta de familiaridad con la tecnología digital en este grupo demográfico. Estas dificultades pueden incluir la navegación de aplicaciones, la búsqueda de programas específicos, el uso de funciones

interactivas, entre otros aspectos. Por otro lado, la mayoría de los participantes (57%) no han experimentado tales dificultades, lo que sugiere que la adaptación a las nuevas formas de interacción con la radio digital ha sido relativamente fácil para ellos. Sin embargo, es importante abordar las dificultades identificadas para garantizar una experiencia óptima para todos los usuarios, especialmente para aquellos que pueden estar menos familiarizados con la tecnología digital.

9. ¿Recomendaría la radio digital a otros miembros de la asociación de jubilados?

Tabla 14

Recomendaría la Radio

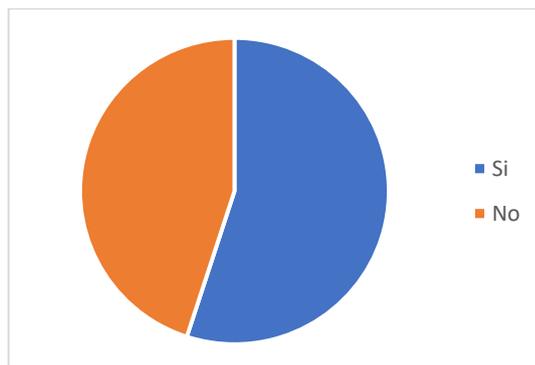
Respuesta	Frecuencia	%
Si	33	55%
No	27	45%
Total	60	100%

Note: Encuesta Aplicada

Realizado por: Gabriela Hidalgo

Gráfico 9

Recomendaría la Radio



Note: Encuesta Aplicada

Realizado por: Gabriela Hidalgo

Análisis:

El 55% indicó que sí recomendaría la radio digital, mientras que el 45% respondió que no.

Interpretación:

El hecho de que el 55% de los participantes esté dispuesto a recomendar la radio digital a otros miembros de la asociación de jubilados sugiere una percepción generalmente positiva hacia este medio entre este grupo demográfico. Esto puede indicar que los participantes ven beneficios significativos en la radio digital, como

una mayor accesibilidad, una variedad de contenido y una facilidad de uso. Sin embargo, también es notable que un porcentaje significativo de participantes (45%) no recomendaría la radio digital, lo que puede reflejar preocupaciones o experiencias negativas que han tenido con este medio.

10. En general, ¿considera que la digitalización de la radio ha tenido un impacto positivo en su calidad de vida?

Tabla 15

Impacto positivo

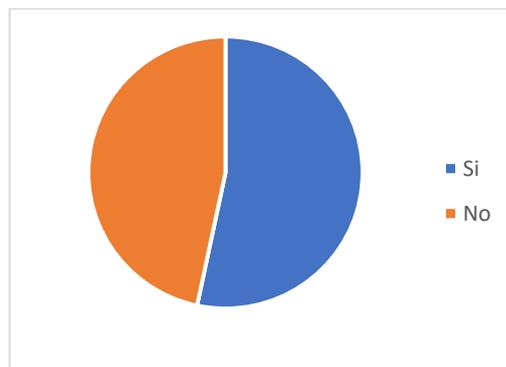
Respuesta	Frecuencia	%
Si	32	53%
No	28	47%
Total	60	100%

Note: Encuesta Aplicada

Realizado por: Gabriela Hidalgo

Gráfico 10

Impacto positivo



Note: Encuesta Aplicada

Realizado por: Gabriela Hidalgo

Análisis:

El 53% indicó que sí considera que la digitalización de la radio ha tenido un impacto positivo, mientras que el 47% respondió que no.

Interpretación:

El hecho de que el 53% de los participantes considere que la digitalización de la radio ha tenido un impacto positivo en su calidad de vida sugiere que este grupo demográfico percibe beneficios significativos asociados con la radio digital. Estos beneficios pueden incluir una mayor accesibilidad a la información y al

entretenimiento, así como una experiencia auditiva mejorada. Sin embargo, es notable que casi la mitad de los participantes (47%) no perciba este impacto positivo, lo que puede reflejar experiencias negativas o preocupaciones asociadas con la digitalización de la radio.

11. ¿Le interesaría participar en talleres o actividades para aprender a utilizar dispositivos digitales para escuchar la radio?

Tabla 16

Talleres o actividades

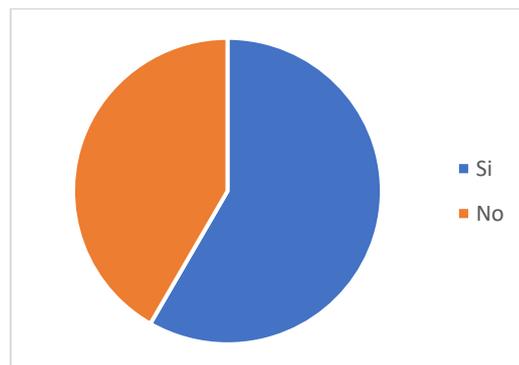
Respuesta	Frecuencia	%
Si	35	58%
No	25	42%
Total	60	100%

Note: Encuesta Aplicada

Realizado por: Gabriela Hidalgo

Gráfico 11

Talleres o actividades



Note: Encuesta Aplicada

Realizado por: Gabriela Hidalgo

Análisis:

El 58% indicó que sí estaría interesado en participar en tales talleres o actividades, mientras que el 42% respondió que no.

Interpretación:

El hecho de que el 58% de los participantes esté interesado en participar en talleres o actividades para aprender a utilizar dispositivos digitales para escuchar la radio sugiere una disposición positiva hacia el aprendizaje y la adaptación a nuevas tecnologías. Esta disposición puede ser fundamental para una transición exitosa a

la radio digital, ya que demuestra un interés activo en aprender y aprovechar las nuevas oportunidades que ofrece la tecnología digital. Sin embargo, es importante tener en cuenta que el 42% de los participantes no estaría interesado en tales actividades, lo que puede reflejar diferentes preferencias individuales o niveles de comodidad con la tecnología digital.

4.2. Análisis de la Encuesta

La interpretación de los resultados revela una serie de tendencias y percepciones importantes sobre la digitalización de la radio entre los adultos mayores miembros de la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo. En primer lugar, aunque hay una proporción significativa de participantes que utilizan la radio digital en su vida diaria, existe una considerable preferencia por el medio tradicional (radio convencional), lo que sugiere una coexistencia de ambos medios en el consumo de contenido radiofónico.

El hecho de que la mayoría de los participantes consideren que la digitalización de Radio Mundo ha mejorado la calidad de la información recibida refleja una percepción positiva sobre las ventajas de la radio digital en términos de accesibilidad y diversidad de contenido. Sin embargo, la división de opiniones sobre si la radio digital permite mayor interacción con los usuarios indica que algunos participantes pueden no haber experimentado aún todas las funcionalidades interactivas que ofrece esta plataforma.

Las preferencias de programación muestran un interés generalizado en contenido interactivo y en tiempo real, como las "Entrevistas en vivo", así como en entretenimiento y deportes. Esto sugiere que la radio digital puede ser más atractiva para este grupo demográfico si ofrece programas que se alineen con sus intereses y preferencias.

La disposición a participar en talleres o actividades para aprender a utilizar dispositivos digitales para escuchar la radio refleja un interés en aprender y adaptarse a las nuevas tecnologías, lo que es fundamental para una transición exitosa a la radio digital. Sin embargo, también es importante tener en cuenta el porcentaje significativo de participantes que no están interesados, lo que destaca la necesidad de ofrecer opciones y enfoques diversos para abordar las necesidades individuales de los adultos mayores en relación con la digitalización de la radio.

4.3. Entrevista (Radio Mundo)

1. ¿Qué lo motivó a dar el salto de la radio tradicional a la digital?

El motivo que nos impulsó a transitar de la radio tradicional al ámbito digital fue mantenernos al día con la tecnología y reconocer que una gran parte de nuestra audiencia en Radio Mundo son jóvenes, pertenecientes a la nueva generación. Ellos están altamente conectados con la tecnología, consumiendo radio a través de sus teléfonos y dispositivos digitales. Por consiguiente, esta constatación nos motivó a realizar esa transición, ese cambio.

2. ¿Cuáles fueron los principales desafíos que enfrentaron al hacer la transición a la radio digital?

Uno de los principales desafíos que enfrentamos fue el tema de la conectividad aquí en la provincia de Bolívar. Lamentablemente, hasta el día de hoy, podemos afirmar que la disponibilidad de internet es muy limitada y en ciertos aspectos incluso obsoleta. En comparación con otras provincias donde hemos realizado coberturas o transmisiones, la conectividad es notablemente superior. En Bolívar, nos enfrentamos a la carencia de este servicio, con una conectividad de internet que es muy baja y que incluso sufre interrupciones varias veces al día.

3. ¿Considera que esta transición de lo tradicional a lo digital ha generado una baja en su audiencia con respecto a los adultos mayores?

Puedo decir que la audiencia de Radio Mundo entre este grupo demográfico se ha mantenido estable. Por esta razón, Radio Mundo ha optado por mantener su presencia en la radio tradicional mientras también incursiona en la radio digital. Actualmente, estamos en sintonía con las tendencias tecnológicas, transmitiendo noticieros a través de redes sociales con video. De esta manera, buscamos ocupar un espacio importante en la audiencia, tanto en la radio tradicional en frecuencia modulada (FM) para el público adulto, como en la radio digital y las redes sociales para el público más joven. Creemos que esta estrategia nos permite complementar y llegar a toda nuestra audiencia de manera efectiva.

4. ¿Cómo han utilizado las redes sociales y otras plataformas en línea para promover su contenido y atraer a nuevos oyentes?

En los últimos tiempos, hemos dedicado esfuerzos significativos a expandir nuestra presencia en las redes sociales y la radio digital. Nuestra estrategia se centra en implementar nuestra programación en plataformas como Facebook, Instagram y TikTok. Esto incluye la creación de banners promocionales y la transmisión de una amplia gama de contenidos en estos espacios. En particular, hemos incorporado los noticieros en formato de video, así como también hemos llevado a cabo transmisiones en vivo en video. Además, programas musicales son adaptados para su distribución en redes sociales, combinando música y video para ofrecer una experiencia más completa. De esta manera, buscamos satisfacer las necesidades de una audiencia joven que busca un acercamiento a la radio a través de plataformas digitales. Estamos comprometidos en brindar contenido atractivo y relevante que se ajuste a las preferencias y hábitos de consumo de este público.

5. ¿Qué estrategias han implementado para mantener el compromiso y la lealtad de su audiencia durante esta transición?

Desde el inicio, nuestro compromiso ha sido ofrecer una radio de calidad, tanto en términos de sonido como de programación. Nos esforzamos por mantener una parrilla atractiva y una programación de alto nivel. Como mencioné anteriormente, hemos implementado la producción de entrevistas en video para acercarnos más a nuestra audiencia joven y despertar su interés en nuestras emisiones. Dado que la juventud está cada vez más involucrada en el uso de dispositivos digitales, hemos realizado estudios que respaldan esta tendencia. Por lo tanto, nuestro objetivo es fusionar la radio tradicional con lo digital para no solo mantener, sino también aumentar nuestra audiencia, especialmente entre los jóvenes. Mientras ya contamos con una audiencia establecida de adultos mayores, estamos enfocados en atraer y cautivar a la audiencia joven. Para lograrlo, utilizamos las redes sociales como una herramienta fundamental en nuestra estrategia. Aprovechamos estas plataformas para difundir toda nuestra programación, incluyendo noticieros y programas dirigidos específicamente a la juventud. Consideramos que las redes sociales no son un obstáculo, sino más bien una herramienta poderosa que nos permite expandir nuestro alcance y conectar con una audiencia más amplia y diversa.

CAPÍTULO V.

PROPUESTA

5.1.Tema:

Creación de programas educativos y de capacitación sobre la utilización de medios digitales a los miembros de la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo.

5.2.Institución Responsable

Universidad Estatal de Bolívar, Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, Carrera de Comunicación.

Ubicación

Provincia de Bolívar, ciudad de Guaranda.

Dirección

Av. Ernesto Che Guevara s/n y Av. Gabriel Secaira, Guaranda, Ecuador.

Autora del Proyecto

Gabriela Doménica Hidalgo Pinos

Tutor académico

Lic. Lissette Zambrano

Beneficiarios

Asociación de Jubilados de San José de Chimbo

Tiempo estimado de realización

4 meses

5.3. Antecedentes

La rápida evolución de la tecnología digital ha cambiado drásticamente cómo las personas se comunican, acceden a la información y participan en la sociedad. Sin embargo, este progreso tecnológico ha creado una brecha digital, particularmente entre grupos demográficos específicos, como las personas mayores. En el trabajo de tesis que he creado, propongo capacitar a este grupo de personas para que puedan acceder de una manera más fácil a los medios digitales y continuar siendo una población activa dentro de sus limitaciones. Los adultos mayores a menudo enfrentan dificultades significativas para comprender y utilizar eficazmente los medios digitales debido a la falta de acceso, conocimientos y habilidades adecuadas.

La digitalización de los medios de comunicación y la tecnología en general es un desafío importante en San José de Chimbo, una comunidad donde la mayoría de los residentes son jubilados y personas de la tercera edad. Muchos adultos mayores en esta comunidad pueden sentirse excluidos o marginados debido a su falta de familiaridad con la tecnología digital, a pesar de que la tecnología ofrece numerosos beneficios, incluido el acceso a la información, mantener el contacto con amigos y familiares, y acceder a servicios y entretenimiento. Como una organización dedicada al bienestar y la participación activa de los adultos mayores, la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo reconoce la importancia de abordar esta brecha digital y ofrece oportunidades de aprendizaje y capacitación en el uso de medios digitales. Es esencial desarrollar e implementar programas educativos y de capacitación adaptados a las necesidades y características de este grupo demográfico para promover la inclusión digital y mejorar su calidad de vida en la era digital.

Por lo tanto, se sugiere que los miembros de la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo reciban cursos y capacitaciones sobre el uso de medios digitales. Estos programas están destinados a brindar a los adultos mayores las habilidades y el conocimiento necesarios para aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece la tecnología digital, al mismo tiempo que abordan las barreras y desafíos específicos que enfrentan en este contexto.

5.4. Justificación

La necesidad fundamental y urgente en el contexto actual es la creación de programas educativos y de capacitación sobre la utilización de medios digitales para los miembros de la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo. Esta propuesta es importante y relevante por varias razones:

La brecha digital es una realidad en muchas comunidades, especialmente entre las personas mayores. Muchos miembros de la asociación pueden no tener acceso a la tecnología digital o sentirse intimidados por su complejidad, lo que limita su participación en la sociedad digital actual.

Inclusión Social y Participación Activa: la exclusión social y la marginalización de los adultos mayores pueden ocurrir debido a la falta de habilidades digitales. Se les enseña a usar los medios para que puedan participar activamente en la vida moderna, mantenerse conectados con sus seres queridos, acceder a información relevante y participar en actividades en línea.

Mejora de la Calidad de Vida: La tecnología digital puede mejorar la calidad de vida de los adultos mayores, como acceso a servicios de salud en línea, oportunidades de aprendizaje continuo, entretenimiento personalizado y la capacidad de permanecer independientes durante más tiempo. Visitar páginas de interés y ayude a contrarrestar la soledad. Los adultos mayores pueden aprovechar las oportunidades de los medios digitales si reciben capacitación en su uso.

Promoción del Aprendizaje Permanente: La capacitación en tecnología digital no solo da a los adultos mayores habilidades prácticas, sino que también fomenta una mentalidad de aprendizaje permanente. A medida que envejecen, les brinda la confianza y las herramientas necesarias para adaptarse a los rápidos cambios tecnológicos y seguir participando activamente en la sociedad.

Fortalecimiento de la Asociación de Jubilados: La asociación demuestra su compromiso con el bienestar y la mejora de la calidad de vida de sus miembros al ofrecer programas educativos y de capacitación relevantes y útiles. Esto fomenta el apoyo mutuo y el intercambio de conocimientos y experiencias, lo que fortalece el sentido de comunidad y solidaridad en la asociación.

5.5.Objetivos

5.5.1. *Objetivo General*

- Implementar programas educativos y de capacitación para los miembros de la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo para promover la inclusión digital y mejorar sus habilidades en el uso de medios digitales, contribuyendo así a su participación activa en la sociedad actual.

5.5.2. *Objetivos Específicos*

- Crear un plan de estudios que satisfaga las necesidades identificadas, que incluya conceptos básicos de informática, navegación en Internet, uso de dispositivos móviles y aplicaciones útiles para la vida diaria.
- Elegir a instructores con experiencia en enseñar tecnología a adultos mayores para garantizar que el programa funcione.
- Promover la integración de los conocimientos adquiridos en la vida diaria de los miembros, facilitando su participación en actividades digitales y facilitando su acceso a recursos en línea.

5.6.Filosofía empresarial

5.6.1. Misión

La Universidad Estatal de Bolívar forma profesionales competentes a través de sus funciones de docencia, investigación y vinculación mediante un sistema de aseguramiento de la calidad que contribuyen al desarrollo local y nacional. (Universidad Estatal de Bolívar, 2023)

5.6.2. Visión

Al año 2025 la Universidad Estatal de Bolívar será una Institución de Educación Superior, con altos estándares de calidad, articulada a la sociedad, contribuyendo al desarrollo local y nacional. (Universidad Estatal de Bolívar, 2023)

5.7.Valores institucionales:

- **Honestidad.** - Cualidad que consiste en comportarse y expresarse con coherencia y sinceridad, de acuerdo con los valores de verdad y justicia.
- **Justicia.** – Virtud del individuo para obrar con equidad y juzgar, respetando la verdad y dando a cada uno lo que le corresponde.
- **Respeto.** - Consideración de que alguien o algo tienen un valor por sí mismo, estableciendo relaciones de reciprocidad y reconocimiento mutuo, teniendo en cuenta las libertades y derechos de los demás, cumpliendo con las normas que rigen al país. Implica una relación cordial y tolerante.
- **Responsabilidad.** – Cumplimiento de las obligaciones o el cuidado al tomar las decisiones o realizar algo.
- **Servicio.** – Realizar el trabajo teniendo en cuenta los requerimientos y demandas de los usuarios con eficiencia y eficacia. Mantener una relación permanente con el usuario para conocer y entender sus expectativas, intereses, necesidades, buscando su satisfacción y mejora del servicio prestado.
- **Transparencia.** - Conjunto de disposiciones y actos mediante los cuales los sujetos tienen el deber de poner a disposición de los demás la información pública que poseen, dando a conocer, en su caso, el proceso y la toma de

decisiones de acuerdo a su competencia, así como las acciones en el ejercicio de sus funciones. (Universidad Estatal de Bolívar, 2023).

5.8. Análisis FODA

Tabla 17

Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Respaldado por la Universidad Estatal de Bolívar.</p> <p>Personal con conocimientos en educación y tecnología.</p> <p>Identificación clara de la brecha digital en la comunidad de adultos mayores.</p> <p>Aceptación y disposición de los participantes para aprender sobre tecnología digital.</p>	<p>Aumento en la aceptación de la tecnología digital, especialmente con la transición hacia la radio digital.</p> <p>Potencial para ampliar el alcance y atraer a nuevos oyentes a través de plataformas en línea.</p> <p>Alineado con la misión de la universidad de contribuir al desarrollo local y nacional.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Obstáculo debido a la falta de acceso confiable a Internet en la provincia.</p> <p>Algunos participantes muestran oposición hacia la tecnología digital y nuevas formas de interacción.</p> <p>Fuerte apego a la radio tradicional puede dificultar la adopción de la tecnología digital.</p>	<p>Preferencia arraigada por la radio tradicional puede limitar la aceptación de la radio digital.</p> <p>Dificultades técnicas y resistencia a nuevas tecnologías pueden afectar la efectividad del proyecto.</p> <p>Limitaciones financieras y técnicas podrían impactar la implementación y mantenimiento de programas educativos digitales.</p>

Realizado por: Gabriela Hidalgo

5.9. Análisis de factibilidad

5.9.1. Factibilidad

La presente propuesta es posible aplicar porque plantea objetivos y acciones claras sobre como contribuir de manera inmediata a educar, capacitar y ayudar a este sector de personas vulnerables ante la puerta tecnológica atribuyéndose responsabilidades personales e institucionales con la Universidad Estatal de Bolívar.

5.9.2. Operativa

Para la elaboración del Plan Estratégico se cuenta con el apoyo del Área de Comunicación de la Uniformando un equipo de gestión para coordinar las actividades con los miembros de la Universidad Estatal de Bolívar y la Asociación de Jubilados de San José de Chimbo, que son un punto clave su participación para elaborar una propuesta sólida y efectiva.

5.9.3. Organizacional

Es posible diseñar un Plan Estratégico de Comunicación en la Universidad Estatal de Bolívar, ya que como institución educativa es fundamental gestionar de manera efectiva los canales de comunicación tanto internos como externos, con el fin de apoyar en el posicionamiento de su imagen institucional en el Cantón Chimbo.

5.9.4. Tecnológico

Para el desarrollo de la propuesta se requiere de un computador, internet, proyector, otros dispositivos para realizar las capacitaciones en la asociación.

5.9.5. Económica

Los recursos económicos se obtendrán de autogestión con los miembros de la asociación y gestiones externas como la Alcaldía u otros organizamos seccionales para poder difundir las actividades relacionadas con el plan de capacitación. Sumando los costos asociados a la implementación de programas educativos

5.10. Matriz de Propuesta

Tabla 18

Propuesta

1. DATOS INFORMATIVOS:					
LUGAR:	Asociación de Jubilados y pensionistas de San José de Chimbo		TIEMPO DE APLICACIÓN:	6 Meses / 3 meses aplicabilidad	
PLAN DE ACCIÓN					
OBJETIVOS	ACCIONES	FECHA	RESPONSABLES	RECURSOS	RESULTADO ESPERADO
<p>Crear un plan de estudios que satisfaga las necesidades identificadas, que incluya conceptos básicos de informática, navegación en Internet, uso de dispositivos móviles y aplicaciones útiles para la vida diaria. Seleccionar a instructores con experiencia en enseñar tecnología a adultos mayores para garantizar que el programa funcione.</p> <p>Promover la integración de los conocimientos adquiridos en la vida diaria de los miembros, facilitando su participación en actividades digitales y facilitando su acceso a recursos en línea.</p>	<p>Realizar un análisis de necesidades para identificar las áreas prioritarias de aprendizaje.</p> <p>Diseñar un plan de estudios personalizado que abarque los temas identificados y se adapte a los adultos mayores.</p> <p>Identificar y contactar a posibles instructores con experiencia en enseñanza para adultos mayores.</p> <p>Organizar sesiones prácticas que vinculen los conceptos aprendidos con situaciones de la vida diaria.</p> <p>Establecer vínculos con instituciones y recursos comunitarios que puedan apoyar a los adultos mayores en su integración digital.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Gabriela Hidalgo • Equipo de gestión de la UEB. • Miembros de la Asociación de Jubilados y Pensionistas de San José de Chimbo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas, entrevistas, evaluaciones previas • Material educativo, recursos tecnológicos • Base de datos de instructores, criterios de selección • Escenarios de la vida real, material de apoyo • Contactos, acuerdos de colaboración 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de estudios adaptado a las necesidades identificadas • Plan de estudios completo y listo para su implementación • Instructores capacitados y listos para impartir las clases • Instructores capacitados y listos para impartir las clases • Participación y aplicación práctica de los conocimientos • Acceso a recursos en línea y apoyo para la integración digital
Realizado por: Gabriela Hidalgo					

CONCLUSIONES

- Se ha identificado que la digitalización de Radio Mundo ha alterado significativamente los hábitos de los adultos mayores, incluyendo la frecuencia, duración y preferencias de programación. La transición a la radio digital ha motivado a muchos a explorar una variedad más amplia de contenido, aunque para algunos, especialmente aquellos con limitada competencia tecnológica, ha resultado en una reducción de la frecuencia y duración del consumo de radio.
- Los resultados muestran que la familiaridad y la competencia tecnológica de los adultos mayores varían ampliamente. Un segmento de la población ha adoptado con entusiasmo los dispositivos digitales y las aplicaciones de radio en línea, beneficiándose de la accesibilidad y opciones adicionales que ofrecen. Sin embargo, un número significativo aún enfrenta barreras importantes, incluyendo la falta de habilidades tecnológicas básicas, lo que limita su capacidad para beneficiarse plenamente de la digitalización de la radio.
- La falta de acceso a la radio digital ha tenido implicaciones notables en la vida social de los miembros de la Asociación. Este grupo ha experimentado niveles variables de aislamiento social, especialmente aquellos que han encontrado dificultades para adaptarse a las nuevas tecnologías. Además, la limitación en el acceso a información relevante ha puesto en desventaja a algunos miembros en la toma de decisiones informadas, lo que podría afectar negativamente su calidad de vida.

RECOMENDACIONES

- Mejorar la infraestructura de conectividad en la región, especialmente en áreas donde la señal de Internet es deficiente, incluyendo la ampliación de la cobertura de redes de alta velocidad y la implementación de soluciones tecnológicas para mejorar la estabilidad de la conexión.
- Se sugiere ofrecer talleres y actividades de capacitación específicamente diseñados para adultos mayores. Estos talleres pueden abordar temas como la navegación en aplicaciones de radio en línea, el uso de dispositivos digitales y la resolución de problemas técnicos comunes.
- Se recomienda diversificar la oferta de contenido de Radio Mundo para satisfacer las preferencias de una amplia gama de audiencias, esto puede incluir la incorporación de programas interactivos, entrevistas en vivo, transmisiones deportivas, programas musicales y contenido informativo, entre otros.
- Promover la participación de los oyentes a través de redes sociales y otras plataformas en línea, mediante la creación de contenido interactivo, la realización de encuestas y concursos, y la participación en conversaciones en línea relacionadas con la programación de Radio Mundo.
- Realizar una evaluación continua del impacto de la digitalización de la radio en la vida de los adultos mayores y estar abiertos a realizar ajustes en la estrategia según sea necesario.

BIBLIOGRAFÍA

- GraciaAds. (Mayo de 2021). *Descubre en 5 minutos los beneficios de crear un podcast para tu marca*. Obtenido de Descubre en 5 minutos los beneficios de crear un podcast para tu marca: <https://graciads.com/que-es-un-podcast/>
- ACIR, G. (2018). *El poder de la imaginación y el impacto de la radio*. Obtenido de <https://grupoacir.com.mx/blog/el-poder-de-la-imaginacion-y-el-impacto-de-la-radio/>
- Aguado, J. M. (2021). *Teorías de la Comunicación*. Obtenido de <https://www.infosol.com.mx/miespacio/teorias-de-la-comunicacion/>
- Arana Arrieta, d., Mimenza Castillo, L., & Narbaiza Amillategi, B. (2020). PANDEMIA, CONSUMO AUDIOVISUAL Y TENDENCIAS DE FUTURO EN COMUNICACIÓN. *Revista De Comunicación Y Salud*, 10(2), 149-183. doi:DOI: [https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(2\).149-183](https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(2).149-183)
- Arellano, D. C. (s.f.). *Casa de Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión Núcleo de Chimborazo*. Chimborazo. Obtenido de <https://culturaenecuador.org/2022/02/14/los-inicios-de-la-radiodifusion-en-ecuador-radio-el-prado/>
- Ballesteros, A. (2021). *Max Weber y la sociología de las profesiones*. Universidad Pedagógica Nacional. Obtenido de <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/112644/4/Tesis%20Doctoral%20-%20Javier%20P.%20Cortijo%20Pardo.pdf.txt>
- Barros Bastida, C., & Barros Morales, R. (2015). Los medios audiovisuales y su influencia en la educación desde alternativas de análisis. *Revista Universidad y Sociedad*, 7(3). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202015000300005
- Bhandari. (2024). *Modelo de Comunicación de Shannon y Weber*. Obtenido de <https://www.businessstopia.net/communication/shannon-and-weaver-model-communication>

- Blog, historia de la radio en el Ecuador.* (10 de Junio de 2023). Obtenido de <https://radiolakarinosa.com/la-historia-de-la-radio-en-ecuador-sintonizando-con-el-pasado-y-el-presente/>
- Calero, M., & Vasconez, A. (2013). *La radio informa y educa a los familiares de los adults mayres con respecto a las necesidades Socio-Afectivas para el buen vivir.* Pregrado, Universidad Politecnica Salesiana . doi:<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9072/1/UPS-T06773.pdf>
- Cardona Bedoya, J. M., & Vaca González, Y. C. (2018). Tendencias de la radio online como apoyo a la construcción de estrategias propias para el medio. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 17(34). doi:<https://doi.org/10.22395/angr.v17n34a9>
- Cebrián Herreros, M. (2009). Comunicación interactiva en los cibermedios. *Interactive Communication in the Cybermedia*, 33(16). doi:DOI:10.3916/c33-2009-02-001
- Center, N. I. (2022). *¿Cómo mejorar la usabilidad de las tecnologías digitales para las personas mayores?* Barcelona. Obtenido de <https://www.bizkaia.eus/documents/9027320/8f03e783-49e0-1b2a-f35f-1285ae5ea397>
- CEPAL. (2019). *Las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC): una clave para la inclusión de las personas mayores en América Latina.* Obtenido de <https://www.cepal.org/es/notas/tecnologias-la-informacion-comunicaciones-tic-clave-la-inclusion-personas-mayores-america>
- Ces, A. (2020). *Dopamina y las nuevas tecnologías.* Barcelona. Obtenido de <https://www.forumterapeutic.com/2020/01/20/dopamina-y-las-nuevas-tecnologias/>
- Chulde, H. J. (2009). *Fundamento Teórico de la Radiodifusión.* Quito. Obtenido de <https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/1451/1/CD-2125.pdf>

- Corporation, T. (Agosto de 2023). *Televes Corporation* . Obtenido de Televes Corporation : <https://blogcorporation.televes.com/como-funciona-la-radio-digital-transmisi%C3%B3n-digital-de-audio-dab>
- Coutin, A. M. (2016). *Aprendizaje de TIC por parte del adulto mayor*. Medellín. Obtenido de https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/3313/Monograf%C3%ADa_Aprendizaje%20de%20TIC%20por%20parte%20del%20adulto%20mayor.pdf?sequence=1
- Del Valle, J. (2019). *Gente de Radio*. Universidad de Carabobo. 1ra Ed. doi:<https://es.scribd.com/document/565610989/La-Radio-Revista>
- Delgado, J. M. (2014). *Datos, información y conocimiento: promesas y realidades de la red global*. Madrid. Obtenido de https://www.academia.edu/96514516/Datos_informaci%C3%B3n_y_conocimiento_promesas_y_realidades_de_la_red_global
- (1997). *Digitalización de la radio*. Quito: CIESPAL. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/12819>
- DiogoJopp134. (2020). *Cual fue la primera radiodifusadora ecuatoriana*. Obtenido de <https://brainly.lat/tarea/19088171>
- Domaccin Aros, E. O. (2016). La cultura de masas y los medios de comunicación. Su incidencia en la sociedad. *Revista Cognosis*, 1(2), 13-22. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8587992>
- Enciclopedia humanidades*. (2016). Obtenido de <https://humanidades.com/historia-de-la-radio/>
- EPEC*. (s.f.). Obtenido de <https://www.epec.com.ar/docs/educativo/institucional/ficharadio.pdf>
- Equipo Consultor de InfoSol. (2021). *Teorías de la Comunicación*. Obtenido de InfoSol: <https://infosol.com.mx/miespacio/teorias-de-la-comunicacion/>

- Equipo editorial Etecé. (Marzo de 2024). *Historia de la radio*. Obtenido de Enciclopedia Humanidades: <https://humanidades.com/historia-de-la-radio/>
- Erika González García, N. M. (2017). *Personas mayores y TIC: oportunidades para estar conectados*. España. Obtenido de <https://eduso.net/res/revista/24/miscelanea/personas-mayores-y-tic-oportunidades-para-estar-conectados>
- Ferrovial. (2020). *¿Qué es la teoría de la información?* Obtenido de FERROVIAL: <https://www.ferrovial.com/es/stem/teoria-de-la-informacion/>
- Galarza, T. (2003). *Estrategias Interactivas en la Radio Comunitaria Educativa*. Bellaterra. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/13277729.pdf>
- García Gago, S. (2011). *En sintonía con los nuevos cambios tecnológicos en la radio latinoamericana*. CIESPAL.
- García, G. (2022). *La Digitalización en la Radio*. Obtenido de Noticias NEO: <https://www.noticiasneo.com/articles/2022/06/01/la-digitalizacion-en-la-radio>
- Garrido, M. F. (2003). *Formación basada en las Tecnologías de la Información y Comunicación: Análisis didáctico del proceso de enseñanza - aprendizaje*. Tarragona. Obtenido de https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8909/Etesis_1.pdf
- Garzón, M. V. (2015). Posibilidades de la radio para la apreciación musical en Ecuador. Organología y géneros musicales. *Entornos Audiovisuales*, 6(1), 205 - 218.
- González Conde, M. J. (s.f.). *La ciberradio. Nueva alternativa de futuro para la radio*. Universidad CEU San Pablo de Madrid. Medios Audiovisuales. Obtenido de <https://www.injuve.es/sites/default/files/RJ88-05.pdf>
- IONOS, D. G. (2023). *Escribir un email formal inmejorable: pautas para la comunicación escrita profesional*. Obtenido de <https://www.ionos.es/digitalguide/correo-electronico/e-mail-marketing/escribir-correos-electronicos-como-dar-la-talla/>

- J Garcia, G. (01 de 06 de 2022). *Noticias Neo*. Obtenido de <https://www.revistaneo.com/articles/2022/06/01/la-digitalizacion-en-la-radio>
- Kaplún, M. (1999). *Producción de Programas de Radio*. Quito: Quipus. Obtenido de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/54479.pdf>
- Las personas mayores de America Latina en la era digital: superacion de la brecha digital*. (Abril de 2019). Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/80368184-dd91-4a12-a5b4-b3d23e870e45/content>
- López, A. (2011). *Las personas mayores y los medios de comunicación en BIZKAIA*. Departamento de Acción Social, BILBAO.
- López, L. (2022). *Evolución de la digitalización de la radio*. Obtenido de Occam Agencia Digital: <https://www.occamagenciadigital.com/blog/evolucion-de-la-digitalizacion-de-la-radio>
- Lopez, L. (8 de 08 de 2022). *occam*. Obtenido de <https://www.occamagenciadigital.com/blog/evolucion-de-la-digitalizacion-de-la-radio#:~:text=La%20Radio%20Digital%20Terrestre%20es,como%20a%20cualquier%20otra%20>
- Maldonado, E., Bonin, J., & Martins, N. (2013). *Metodologías de investigación en Encuentros*. Obtenido de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=55390>
- Márquez, L. D. (2002). *Las personas mayores ante las tecnologías de la información y la comunicación*. España. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/567/56751267017.pdf>
- Márquez, L. D. (2002). *Las personas mayores ante las tecnologías de la información y la coomunicación*. España. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/567/56751267017.pdf>

- Martínez, Q. B. (2020). *Brecha Digital en Adultos Mayores: Accesibilidad Tecnológica y Redes Sociales*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/378550917_Brecha_Digital_en_Adultos_Mayores_Accesibilidad_Tecnologica_y_Red_Sociales
- Martínez-Costa, M. d., & Nair, P. (2017). La radio en busca de su audiencia: hacia una escucha diversificada y multiplataforma. *Intercom - RBCC*, 40(3). doi:DOI: 10.1590/1809-5844201737
- Mazo, A. M. (2018). *Cultura digital y distribución cinematográfica: Cómo está cambiando Internet la comercialización fílmica en España*. doi:<https://core.ac.uk/download/pdf/288499295.pdf>
- Molina Gómez, A. M., Roque Roque, L., Garcés Garcés, B. R., Rojas Mesa, Y., Dulzaides Iglesias, M. E., & Selín Ganén, M. (2015). El proceso de comunicación mediado por las tecnologías de la información. Ventajas y desventajas en diferentes esferas de la vida social. *MediSur*, 13(4). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2015000400004
- Ortega, G. (2019). *Teoría de comunicación*. Obtenido de Modelo de Shannon y Weaver: <https://teoriacomunicacion1.wordpress.com/modelos-de-comunicacion/modelo-de-shannon-y-weaver/>
- Pérez García, F. (2023). *Los medios de comunicación en la era digital*. Fundación BBVA. Obtenido de https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2023/07/DE_2023_MediosComunicacion_Ivie.pdf
- Pestano Rodríguez, J. M. (2001). La digitalización del medio radiofónico periodístico. *Revista Latina de Comunicación Social*.
- Petit Torres, E. E. (2003). El cambio tecnológico en el modelo. *Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 19(40). doi:http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872003000100007

- Prada Bohórquez, A. L. (2018). *ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA EL EMPRENDIMIENTO CON METODOLOGÍA INBOUND MARKETING Y NARRATIVAS DIGITALES: "SADHANA DIGITAL"*. Universidad Autónoma de Bucaramanga , Facultad de Ciencias Sociales, Humanidades y Artes. Obtenido de https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/7087/2018_Tesis_Ana_Laura_Prada.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Quintero Romero, S. (2023). Experiencia de envejecimiento activo de un adulto mayor en la radio. *QUALITAS*, 25(25), 27 - 53. doi:<https://revistas.unibe.edu.ec/index.php/qualitas/article/view/163/248>
- Quinteros, S. (02 de Enero de 2023). *Qualitas:Revista científica*. Obtenido de <https://revistas.unibe.edu.ec/index.php/qualitas/article/view/163/248>
- Radio La Kariñosa. (2023). *La Historia de la Radio en Ecuador: Sintonizando con el Pasado y el Presente*. Obtenido de Radio La Kariñosa 98.1: <https://radiolakarinosa.com/la-historia-de-la-radio-en-ecuador-sintonizando-con-el-pasado-y-el-presente/>
- Ramos, C. (1995). *Los medios de Comunicación, agentes constructores de lo real*. Reflexiones.
- REDALYC. (2016). *Interacción en Facebook y Twitter: las diez principales emisoras de radio ecuatorianas*. Venezuela. Obtenido de <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=31048901054>
- República del Ecuador. (2022). *Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones*. Quito. Obtenido de <https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/2022/03/Habilitar-canales-de-Comunicacio%CC%81n-Virtuales-para-la-ciudadani%CC%81a.pdf>
- Reyes, C. M. (2018). *Antecedentes a la teoría de las redes sociales. Algunos aportes desde la Sociología*. Cuba. Obtenido de <https://teoriacomunicacion1.wordpress.com/modelos-de-comunicacion/modelo-de-shannon-y-weaver/>

- Rudolf, H. (2019). *La invención de la radio*. La historia de la electricidad. Obtenido de <https://www.epec.com.ar/docs/educativo/institucional/ficharadio.pdf>
- Ruiz, A. I. (2015). *LAS TIC Y LA TERCERA EDAD*. Palencia. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/16025/TFG-L%201178.pdf;jsessionid=1B2286DEDBEB2B583DBE2D64207EE85C?sequence=1>
- Sarmiento Santana, M. (2007). *LA ENSEÑANZA DE LAS MATEMÁTICAS Y LAS NTIC. UNA ESTRATEGIA DE FORMACIÓN PERMANENTE*. doi:https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8927/D-TESIS_CAPITULO_2.pdf
- Slideshare. (2016). *Historia de la radio en el ecuador 2*. Quito. Obtenido de <https://es.slideshare.net/maicol1893/historia-de-la-radio-en-el-ecuador-2>
- Suay, A. (4 de Abril de 2021). *La radio, la mejor compañera de las personas mayores durante el confinamiento*. Obtenido de <https://theconversation.com/la-radio-la-mejor-companera-de-las-personas-mayores-durante-el-confinamiento-157374>
- Susana Sanguineti, M. P. (2014). *Vocación de radio Edición actualizada y aumentada* 2013. doi:<https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/547349/Vocaci%C3%B3n%20de%20radio.%20Procesos%20de%20producci%C3%B3n.pdf?sequence=3>
- Ullmann, G. S. (2019). *Las personas mayores de América Latina en la era digital: superación de la brecha digital*. Chile. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/80368184-dd91-4a12-a5b4-b3d23e870e45/content>
- Valencia, M. C. (2013). *LOS FORMATOS RADIOFÓNICOS Y EL ENTRETENIMIENTO EN LA AUDIENCIA DE RADIO BONITA FM 93.7 EN LA PARROQUIA MATRIZ DE LA CIUDAD DE AMBATO*. Ambato. Obtenido de

<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6256/1/CS-340-2013%20N%C3%BA%C3%B1ez%20Marisol.pdf>

Vera Reyes, A. G. (2021). *Digitalización de la radio y los cambios generados en su contenido para adaptarse a nuevos formatos*. Tesis Pregrado, Universidad Técnica de Babahoyo, Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación Comunicación Social. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/9898/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000428.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Yaguana, H. (2019). *Tendencias futuras de la radiodifusión ecuatoriana*. Obtenido de https://www.academia.edu/7533448/La_radio_online_en_Ecuador

Zapatero, C. (2024). *INTERNET*. Obtenido de <https://www.adslzone.net/noticias/operadores/seis-derechos-clientes-o2/>

zemsania. (2023). *Transformación Digital para personas mayores: Qué puede hacer la tecnología por tus abuelos*. Obtenido de <https://zemsaniaglobalgroup.com/transformacion-digital-para-personas-mayores/>

Zemsania. (2023). *Transformación Digital para personas mayores: Qué puede hacer la tecnología por tus abuelos*. Obtenido de <https://zemsaniaglobalgroup.com/transformacion-digital-para-personas-mayores/>

ANEXOS

Anexo 1 Certificado antiplagio

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO
TESIS GABRIELA HIDALGO

AUTOR
GABRIELA HIDALGO PINOS

RECuento DE PALABRAS
25047 Words

RECuento DE CARACTERES
146879 Characters

RECuento DE PÁGINAS
115 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO
1.8MB

FECHA DE ENTREGA
Apr 22, 2024 11:27 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME
Apr 22, 2024 11:47 AM GMT-5

● 4% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- Base de datos de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Base de datos de Internet
- Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- Base de datos de trabajos entregados



Resumen

Anexo 2 Árbol de problemas



Anexo 3 Aceptación de la empresa

Guaranda, 28 de agosto del 2023

Dra.
Ruth Cárdenas

PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN DE JUBILADOS Y PENSIONISTAS DE SAN JOSÉ DE CHIMBO

Presente. -

De nuestras consideraciones:

Reciba un fraternal saludo y el deseo de éxitos en su vida profesional y personal.

De la manera más comedida solicitamos se brinde las facilidades para el desarrollo del proyecto de tesis previa al título de Licenciadas en Comunicación, titulado **"DIGITALIZACIÓN DE RADIO MUNDO Y SU IMPACTO EN LOS ADULTOS MAYORES, MIEMBROS DE LA ASOCIACIÓN DE JUBILADOS DE SAN JOSÉ DE CHIMBO, PERIODO 2023."**, siendo los investigadores HIDALGO PINOS GABRIELA DOMENICA y PIEDRA BARROS CANDY NOELIA, en el periodo mayo - septiembre 2023.

Por la favorable atención al presente, expresamos nuestros agradecimientos.

Cordialmente,



Hidalgo Pinos Gabriela Doménica
C.I: 0202053799
Teléfono: 0985616886



Piedra Barros Candy Noelia
C.I: 175501534
Teléfono: 0990690698

Recibido
28 de Agosto del 2023
Dra. Ruth Cárdenas

Guaranda, 28 de agosto del 2023

Licenciado.
Jonathan Gaibor

GERENTE GENERAL DE RADIO MUNDO – SAN JOSÉ DE CHIMBO

Presente. -

De nuestras consideraciones:

Reciba un fraternal saludo y el deseo de éxitos en su vida profesional y personal.

De la manera más comedida solicitamos se brinde las facilidades para el desarrollo del proyecto de tesis previa al título de Licenciadas en Comunicación, titulado “**DIGITALIZACIÓN DE RADIO MUNDO Y SU IMPACTO EN LOS ADULTOS MAYORES, MIEMBROS DE LA ASOCIACIÓN DE JUBILADOS DE SAN JOSÉ DE CHIMBO, PERIODO 2023.**”, siendo los investigadores HIDALGO PINOS GABRIELA DOMENICA y PIEDRA BARROS CANDY NOELIA, en el periodo mayo - septiembre 2023.

Por la favorable atención al presente, expresamos nuestros agradecimientos.

Cordialmente,

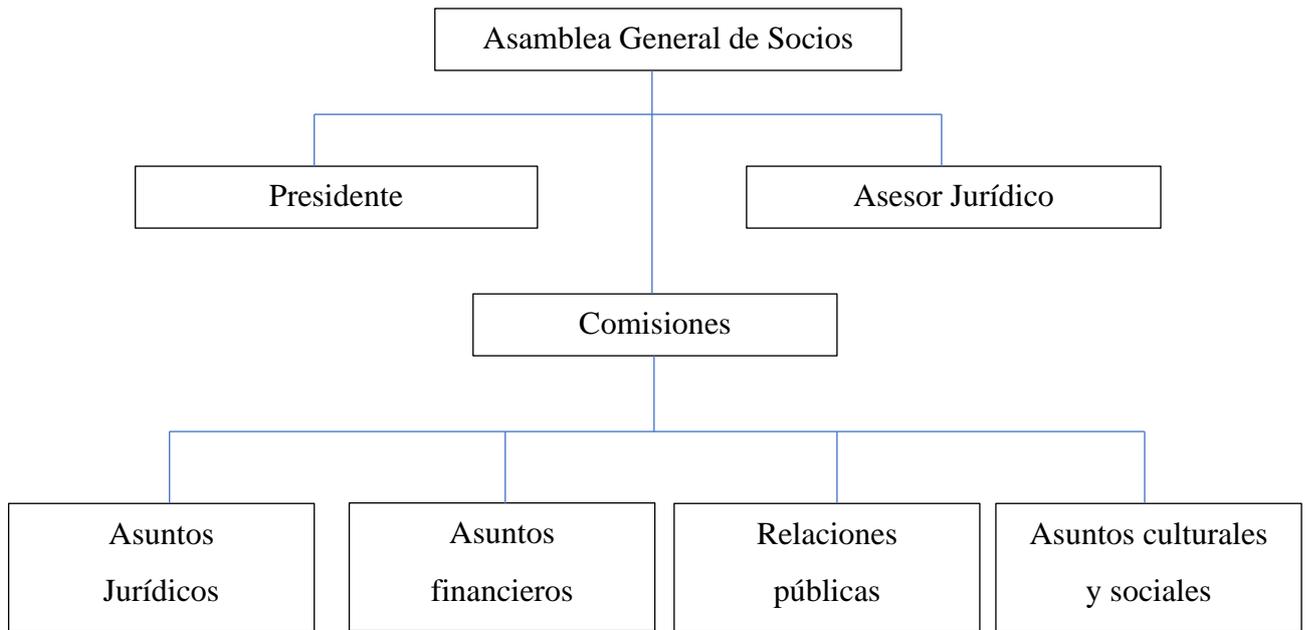
Hidalgo Pinos Gabriela Doménica
C.I: 0202053799
Teléfono: 0985616886

Piedra Barros Candy Noelia
C.I: 175501534
Teléfono: 0990690698

Radio Mundo
Jonathan Gaibor
28-08-2023
Hum. 15 51

Anexo 4 Organigrama institucional

ORGANIGRAMA ASOCIACIÓN DE JUBILADOS DE CHIMBO



Anexo 5 Instrumentos



ENCUESTA DIRIGIDA A LAS PERSONAS ADULTAS MAYORES, MIEMBROS DE LA ASOCIACIÓN DE JUBILADOS DE SAN JOSÉ DE CHIMBO.

1. ¿Con qué frecuencia escucha la radio?
 - a) Diariamente
 - b) Frecuentemente
 - c) Nunca
2. ¿Qué dispositivos utiliza para escuchar la radio?
 - a) Medio Tradicional (Radio)
 - b) Medio Digital (Dispositivos electrónicos)
3. ¿Cree que la digitalización de Radio Mundo ha influido en la calidad de la información que recibe?
 - a) Si
 - b) No
4. ¿Considera que la radio digital es una herramienta o un medio de comunicación que permite mayor interacción con los usuarios?
 - a) Si
 - b) No
5. ¿Cuál es la programación que usted prefiere escuchar en radio mundo?
 - a) Informativo

- b) Entrevistas en vivo
- c) Deportes
- d) Música
- e) Religiosa

6. ¿Ha notado algún cambio en sus hábitos de escucha de la radio desde la digitalización?

- a) Si
- b) No

7. ¿Ha tenido problemas técnicos al intentar acceder a la radio digital?

- a) Si
- b) No

8. ¿Ha tenido dificultades para adaptarse a las nuevas formas de interacción con los programas digitales de radio?

- a) Si
- b) No

9. ¿Recomendaría la radio digital a otros miembros de la asociación de jubilados?

- c) Si
- d) No

10. En general, ¿considera que la digitalización de la radio ha tenido un impacto positivo en su calidad de vida?

- a) Si
- b) No

11. ¿Le interesaría participar en talleres o actividades para aprender a utilizar dispositivos digitales para escuchar la radio?

a) Si

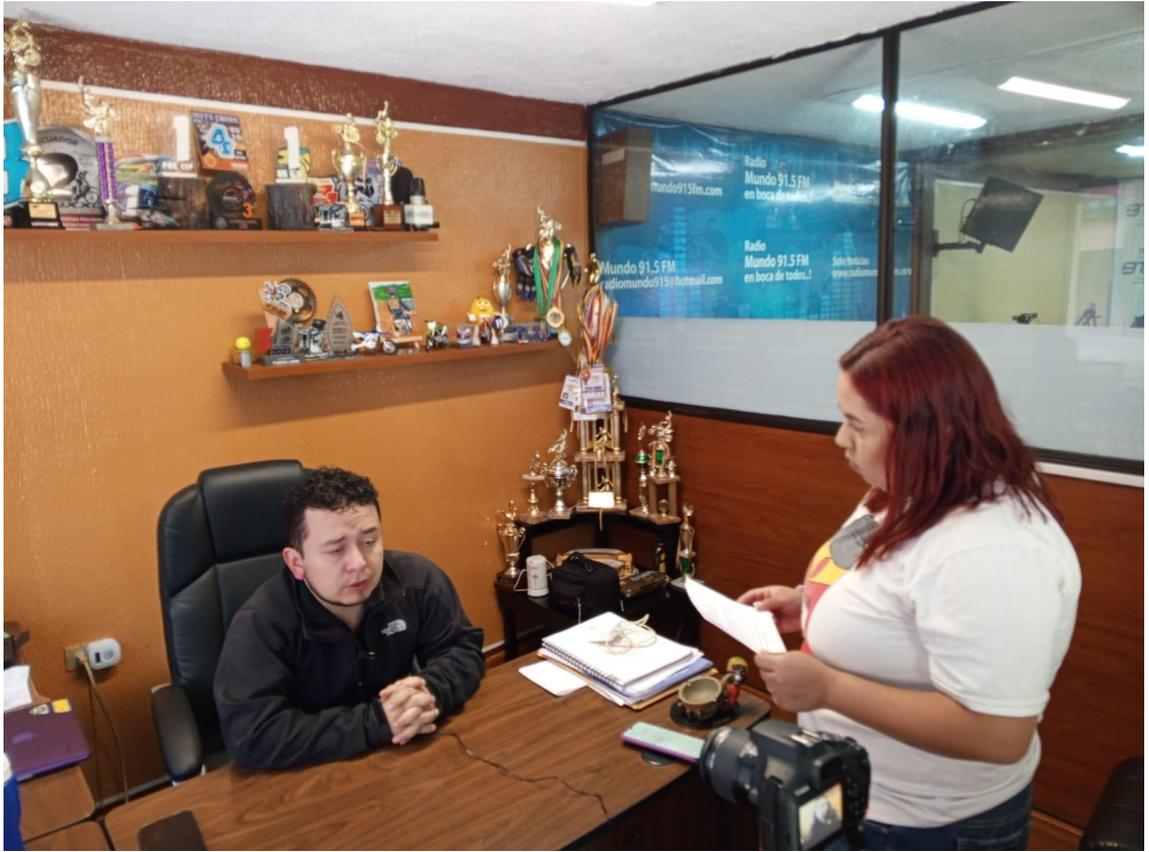
b) No



ENTREVISTA (Radio Mundo)

1. ¿Qué lo motivó a dar el salto de la radio tradicional a la digital?
2. ¿Cuáles fueron los principales desafíos que enfrentaron al hacer la transición a la radio digital?
3. ¿Considera que esta transición de lo tradicional a lo digital ha generado una baja en su audiencia con respecto a los adultos mayores?
4. ¿Cómo han utilizado las redes sociales y otras plataformas en línea para promover su contenido y atraer a nuevos oyentes?
5. ¿Qué estrategias han implementado para mantener el compromiso y la lealtad de su audiencia durante esta transición?

Anexo 6 Autoridades entrevistada



Entrevista con el Gerente General de Radio Mundo

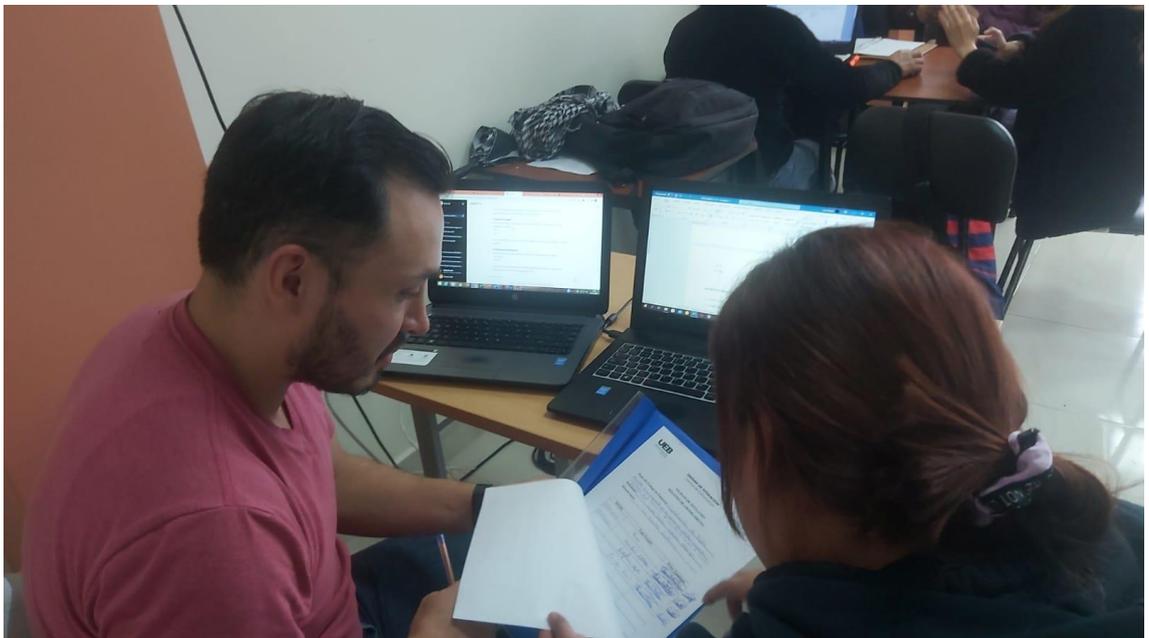
Anexo 7 Evidencias fotográficas del tutor y pares académicos



Revisión de tesis con la directora de tesis.



Revisión de tesis par académico.



Revisión de tesis par académico.