



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

**ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DESARROLLO
TURÍSTICO**

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN
SOCIAL**

TEMA:

**“PROGRAMACIÓN EN LA CALIDAD INFORMATIVA DE LA
RADIO COMUNITARIA, “EL SALINERITO”, DE LA
PARROQUIA SALINAS, EN EL AÑO 2014”**

AUTORES:

**COLOMA MORA PATRICIA MARIANELA
PAREDES SAGNAY GALO FERNANDO**

DIRECTORA:

MSC.PILAR JANETH CHÁVEZ CHACÁN

PARES ACADÉMICOS:

**MSC. JOSÉ BLADIMIR GUARNIZO DELGADO
MSC. ROBERTO SUÁREZ TAGLE**

**GUARANDA – ECUADOR
2015**

II. DEDICATORIA

Primero a Dios, por una nueva oportunidad en la vida, a nuestra familia, amigos, compañeros de aula que nunca dejaron de motivarnos y ayudándonos a concluir con esta meta.

A cada uno de los docentes que aportaron con su conocimiento en nuestra formación académica.

**Patricia Marianela
Y
Galo Fernando**

III. AGRADECIMIENTO

Agrademos a Dios por el don de la inteligencia e integridad física y mental, para llegar a culminar el presente trabajo.

A la Universidad Estatal de Bolívar, Facultad De Ciencias Administrativas Gestión Empresarial e Informática, Escuela de Comunicación Social y Desarrollo Turístico, porque contribuyó con nuestra formación integral.

A la radio Comunitaria EL Salinerito por la facilidad que nos brindó para ejecutar la presente investigación.

Nuestro sincero y eterno reconocimiento a Msc. Pilar Janeth Chávez Chacán, quien con su paciencia, colaboración y experiencia académica, supo guiarnos acertadamente en el transcurso de elaboración del Trabajo de Tesis.

A todos ellos, nuestro eterno agradecimiento.

**Patricia Marianela
Y
Galo Fernando**

IV. CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

CERTIFICO QUE:

El presente Trabajo de Graduación titulado: **“PROGRAMACIÓN EN LA CALIDAD INFORMATIVA DE LA RADIO COMUNITARIA, “EL SALINERITO” DE LA PARROQUIA SALINAS, EN EL AÑO 2014”**, autoría de **Coloma Mora Patricia Marianela y Paredes Sagnay Galo Fernando**, estudiantes de la carrera de Comunicación Social, reúne los requisitos correspondientes a las normas establecidas en el Reglamento de Titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, por lo tanto faculto mi firma para que pueda ser presentado, para la defensa.

Guaranda, 24 de marzo de 2015.

PILAR JANETH CHÁVEZ CHACÁN
DIRECTORA

V. AUTORÍA NOTARIADA

Declaramos que el presente trabajo titulado, **“PROGRAMACIÓN EN LA CALIDAD INFORMATIVA DE LA RADIO COMUNITARIA “EL SALINERITO” DE LA PARROQUIA SALINAS, EN EL AÑO 2014,** elaborado por: Coloma Mora Patricia Marianela y Paredes Sagnay Galo Fernando, previo a la obtención del título de Licenciados en Comunicación Social, es inédito, garantizando su autenticidad y responsabilizándose de sus contenidos, realizado con referencias y consultas bibliográficas.

Coloma Mora Patricia Marianela

C.C:0201326766

Paredes Sagnay Galo Fernando

C.C:0201144383

VI. TABLA DE CONTENIDOS

II. DEDICATORIA.....	II
III. AGRADECIMIENTO.....	II
IV. CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR	IV
V. AUTORIA NOTARIADA	V
VI. TABLA DE CONTENIDOS	VI
VII. LISTA DE CUADROS Y GRÁFICOS.....	IX
VIII. LISTA DE ANEXOS.....	X
IX. RESUMEN	XI
X. INTRODUCCIÓN	XIII
1.1. TEMA	1
1.2. ANTECEDENTES.....	2
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	6
1.4. JUSTIFICACIÓN	7
1.5. OBJETIVOS	10
1.5.1. General	10
1.5.2. ESPECÍFICOS	10
1.6. MARCO TEÓRICO.....	11
1.6.1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	11
1.6.2. MARCO TEÓRICO GEOREFERENCIAL	13
1.6.3. MARCO LEGAL.....	16
1.6.4. TEORÍA CONCEPTUAL.....	24
1.6.5. TEORIA CIENTIFICA	31
1.6.5.1. Programación radiofónica	34
1.6.5.2. Producción de programas	34
1.6.5.3. Desarrollo de programas más comunes en la radio comunitaria.....	35
1.6.5.4. Programas musicales o de entrenamiento	36
1.6.5.6. Programas de información deportiva	37
1.6.5.8. Programas educativos o de desarrollo social	37

1.6.5.10. Formas de hacer un programa radiofónico.....	39
1.6.5.11. Géneros radiofónicos	40
1.6.5.12. Calidad	41
1.6.5.13. Calidad informativa.....	41
1.6.5.14. Causas de la mala calidad informativa.....	42
1.6.5.15. La Radio Comunitaria.....	43
1.6.5.16. Qué es lo principal en la Radio Comunitaria	45
1.6.5.17. Características de la Radio Comunitaria.....	45
1.6.5.18. Roles y funciones en la Radio comunitaria.....	46
1.6.5.19. Importancia de la Radio Comunitaria	49
1.7. Hipótesis.....	50
1.9. Metodología	53
1.9.1. Métodos.....	53
1.9.1.1. Inductivo – Deductivo	53
1.9.1.2. Histórico lógico	53
1.9.1.3. Método Dialectico:	54
1.9.1.4. Método estadístico:.....	54
1.10.1.1. Tipos de investigación	54
1.10.1.2. Por el propósito	54
1.10.1.3. Por el nivel de estudio	54
1.10.1.4. Por el lugar	55
1.10.1.5. Por el nivel.....	55
1.10.1.6. Por el origen	55
1.10.1.7. Por la dimensión temporal	55
1.10.1.8. Por la factibilidad de aplicación.....	56
1.10.1.9. Técnicas e instrumentos para la obtención de datos.....	56
1.10.1.10. Procesamiento de datos	57
2. Análisis e interpretación de resultados.....	59
CONCLUSIONES	71
RECOMENDACIONES	73
CAPÍTULO III.....	74
PROPUESTA.....	74

3.1. Tema: “Programación radiofónica El Salinerito 2015”	75
3.2. Introducción	76
3.3. Objetivos	77
3.3.1 General	77
3.3.2. Específicos.....	77
3.4. Estructura de programación de radio salinerito	78
3.4.1. Amanecer campesino	78
3.4.2. La bocina música andina.....	79
3.4.3. Corape noticiero ecuador en contacto i edicion	79
3.4.4. Alta voz (radio revista).....	80
3.4.5. El aleteo del colibrí	81
3.4.6. Kushi guagua.....	82
3.4.7. Todos a bordo.....	83
3.4.8. Construyendo ciudadanía	84
3.4.9. Micrófono abierto.....	85
3.4.10. Samaripay.....	86
3.4.11. Fin de semana.....	87
Matriz de programación “el salinerito 2015”	88
Bibliografía.....	96
Anexos.....	98

VII. LISTA DE CUADROS Y GRÁFICOS

Cuadro y gráfico N°1	Con que frecuencia escucha la radio	59
Cuadro y gráfico n°2	Programación más escuchada	60
Cuadro y gráfico n°3	Programas que busque el rescate de las costumbres	61
Cuadro y gráfico n°4	Programas que le gustan escuchar	62
Cuadro y gráfico n°5	Participación en la programación radial	63
Cuadro y gráfico n°6	Programación conducida por profesionales	64
Cuadro y gráfico n°7	Programación de calidad	65
Cuadro y gráfico n°8	Programas educativos	66
Cuadro y gráfico n°9	Preferencias de programas de la radio	67
Cuadro y gráfico n°10	Calidad en la programación	68

VIII. LISTA DE ANEXOS.

1. Encuesta aplicada al radio oyente de la radio comunitaria “EL Salinerito”.
2. Entrevista aplicada al Sr. Marcelo Allauca Director de la Radio
3. Parrilla anterior a la investigación efectuada.
4. Fotografías relevantes de la investigación

IX. RESUMEN

La Radio Comunitaria lleva muchos años y se va popularizando cada día, una de las ventajas de este medio es que la podemos escuchar donde quiera que estemos. La programación radiofónica se la considera como un conjunto de programas esquematizados en una determinada emisora de radio, teniendo en cuenta que esto se produce en una unidad de tiempo definida, ya sea diario, semanal o una presentación por temporada. La presente investigación se ha llevado a cabo con el fin de potencializar la calidad informativa presentando una programación radiofónica con enfoque comunitario diseñado para la Radio “El Salinerito”, lograr una cultura comunicacional en la parroquia Salinas del cantón Guaranda. Mediante la aplicación de una parrilla actualizada y acorde los intereses y necesidades de la comunidad.

Este estudio se lo realizó a través de una investigación de campo en función de la recolección de datos, una vez aplicada la encuesta a los radio oyentes y la entrevista aplicada al director de la radio comunitaria, fundamentando la aplicación de métodos investigativos como el inductivo, deductivo analítico, sintético, etcétera y, con los datos obtenidos se ha llegado a determinar el verdadero problema de la investigación, sus causas y consecuencias, aspecto fundamental para desarrollarla.

La población inmersa dentro de este estudio son los oyentes de la radio “El Salinerito”, los resultados obtenidos en la investigación determinan la importancia de reestructurar la programación radial en función de las necesidades y gustos de los habitantes de las parroquias rurales en especial de Salinas. Además se establece la necesidad de que los dirigentes de la radio “El Salinerito” reconozcan la problemática que conlleva el no contar con una programación adecuada y conducida por profesionales en la comunicación, lo que dificulta que la emisora progrese día a día conociendo que la programación radial es la tarjeta de presentación, su identidad, y en definitiva su principal razón de ser de la radio comunitaria.

SUMMARY

Community radio takes many years and is becoming more popular every day, one of the advantages of this means is that we can listen wherever we are. The radio programming is considered as a set of programs schematized in a particular radio station, considering that this occurs in a unit of time defined either daily, weekly or presentation by season so this research has undertaken to Maximize our information quality through a community-focused radio programming designed for Radio The Salinerito to achieve a communications culture in Canton Guaranda Salinas parish. By applying an updated and keeping the interests and needs of the community grill.

The development of this study was made through field research based on the collection of data once the survey of listeners and interview applied to the director of community radio applied, this process underlying the application of research methods as the inductive, deductive analytical, synthetic, etc. and the data has come to determine the real problem of research its causes and consequences, essential to develop research aspect.

The population immersed in this study is the listeners of Radio Salinerito, the results of the investigation determine the importance of restructuring the radial programming based on the needs and tastes of people in rural parishes especially Salinas. In others the need for leaders to the radio "The Salinerito recognize the problem that has to be without proper programming and conducted by professionals in communication is established, which hinders the station progresses day by day is why this research establishes that radio programming is the business card, your identity, and ultimately its main rationale for community radio.

X. INTRODUCCIÓN

La programación radial es la que da vida a una emisora y que por tanto alimenta un tipo de relación de comunicación con audiencia. Esta programación debe responder, a las preguntas para qué y para quienes pensamos la programación se debe determinar el eje central en torno al cual se diseña el conjunto de la programación ya que la audiencia no es del todo homogénea, no hay un público sino muchos públicos (López, 1997)

Una programación de calidad debe brindar, una propuesta al más alto nivel por lo que en la presente investigación buscamos determinar de qué manera **¿La inadecuada programación incide en la calidad informativa de la radio comunitaria “El Salinerito” de la parroquia Salinas, en el Año 2014?**, buscando que se cumpla la política de programación vigente, correspondencia entre ficha técnica del programa y el programa (tiempo, horario, porcentaje de música, de información, función, forma, intención, objetivo principal, perfil), además debe combinar varias unidades en la que se debe definir si se aplica la programación total de todo para todos, la segmentada de todo para algunos, la especializada de algo para alguno, por lo que la calidad está directamente relacionada con el perfil de la emisora, lo que se va ofrecer al oyente, tomando en cuenta lo que brinda la competencia y lo que demanda el público.

La presente investigación está estructurada de la siguiente manera.

El Capítulo I, Constan el tema, antecedentes, problema, justificación, objetivos, marco teórico, marco conceptual y legal. En esta etapa se destaca científicamente la programación radial comunitaria y la calidad informativa.

En el Capítulo II. Nos referimos al análisis e interpretación de resultados, se analiza y se busca estrategias de comunicación para solucionar el problema planteado aplicando métodos y técnicas de recolección de datos.

En el Capítulo III, se aborda el aporte teórico y práctico, se detalla la reestructuración de la programación radial de la radio “El Salinerito”.

CAPÍTULO I

1.1. TEMA

“PROGRAMACIÓN EN LA CALIDAD INFORMATIVA DE LA RADIO
COMUNITARIA “EL SALINERITO” DE LA PARROQUIA SALINAS, EN
EL AÑO 2014”

.

1.2. ANTECEDENTES

(Florido, 2007), realizó una investigación denominada: "Radios comunitarias: una nueva experiencia", la cual tuvo como objetivo: Determinar el funcionamiento de las radios comunitarias.

La metodología empleada fue el diseño documental, se basó en un proceso de búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros autores. Sus conclusiones fueron: Las radios comunitarias se han desarrollado a medida que el tiempo y los avances lo permiten; se definen cada día más, mejorando la capacidad y forma de comunicarse con el oyente y las comunidades, informando y llevando mensajes culturales, sociales, ecológicos, ambientales, deportivos y de salud, enmarcados dentro de la democracia participativa y protagónica.

Las teorías y paradigmas comunicacionales a través del tiempo van variando, es así que en el siglo XXI existen nuevas propuestas de la actividad comunicacional radiofónica encaminada a apoyar el desarrollo local y nacional con la construcción del mensaje destinado a la divulgación de los diferentes problemas que atañen a los pueblos.

En el **Ecuador** la legitimación comunicacional en las radios comunitarias se basa en el proceso de búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos en los que se evidencia que son administrados con escasos recursos tecnológicos, la poca preparación del personal voluntario no es vista con preocupación, los programas educativos y culturales son faltos de creatividad.

Ello nos lleva a afirmar que, en definitiva, hay que pasar de la pobreza gerencial y programática que se observa en muchas de ellas, a unas emisoras dignas de un público que hay que respetar, que aun siendo populares no tengan una baja calidad. No hay que confundir lo popular con la poca calidad. Ante todos esos problemas y desafíos a los que se enfrentan los hacedores de radios comunitarias, se impone el realizar estudios de investigación sobre el medio en los campos de la

historia, leyes, programación y administración; vale decir, en la gestión, para establecer caminos más claros que ayuden a hacer una mejor radio comunitaria que incentive, en definitiva, la participación de las comunidades y el autofinanciamiento de las emisoras.

En la provincia **Bolívar**, han aparecido radios de baja potencia, constituidas bajo el concepto de radio libre o radio comunitaria, con la idea de oponerse a la imposición de un monólogo comercial de mensajes que permita una mayor cercanía de la radio con la comunidad. La radio comunitaria es una estación de transmisión de frecuencia que ha sido creada con intención de favorecer a una comunidad o núcleo poblacional, cuyos intereses son el desarrollo de su comunidad.

Las radios difusoras han experimentado cambios para armar el conjunto de programas que sacan al aire, tomando en cuenta el incremento de emisoras en el dial así como la saturación del mercado, que ha obligado a muchas radios, por razones de competencia, a segmentar sus públicos y a especializar sus contenidos.

En nuestra provincia existen emisoras indígenas, que no ponen en primer plano la identidad cultural.

En la parroquia **Salinas**, la radio comunitaria tiene varios años al aire, pero con pocas posibilidades de permanencia, si no se aborda estructuralmente su programación y calidad informativa.

Red Infodesarrollo.ec Autor: Ing. Hugo Carrión G. Fecha: 12 de febrero de 2007

ERPE (Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador) es una Fundación privada, autónoma, sin fines de lucro, de servicio educativo, social y de desarrollo, fundada en 1962, por Mons. Leonidas Proaño, cuya opción es el compromiso con los sectores populares del campo y de la ciudad, de modo particular con el sector indígena.

Cuyos objetivos fueron impulsar y fomentar emprendimientos productivos que generen empleo, para el logro de una vida digna y la sostenibilidad del trabajo social, desarrollando capacidades socioculturales, ocupacionales, asociativas, de gestión y administración, de producción orgánica, de salud y medio ambiente, acordes con la vida digna de las personas, de las comunidades y barrios urbano-marginales.

Logró generar espacios de comunicación intercultural que construyan procesos de vida digna y apoyen la realización de las acciones impulsadas por ERPE, como; la Alfabetización por radio a 20.000 indígenas y campesinos de 13 provincias del Ecuador de 1962 – 1974. Un Sistema de Teleducación (Educación formal a distancia) con apoyo de la radio fueron 16.000 indígenas y campesinos alumnos de este programa educativo de 1975 a 1986.

La programación se orienta a la integración y capacitación de los habitantes de la parroquia de Salinas, que tienen ciertas habilidades antes desconocidas como reporteros comunitarios, locutores, presentadores de noticias, etc. Los impactos positivos de esta primera experiencia motivan a varios jóvenes a solicitar una frecuencia propia para las organizaciones comunitarias y en el 2005 la Fundación Familia Salesiana asume el reto ante las instituciones gubernamentales. Gracias a la visita del Presidente de la República Rafael Correa Delgado, a una de las comunidades de Salinas en el 2009, el Padre Antonio Polo le solicita apoyo para la aprobación de la concesión y en marzo del 2010 se oficializa la concesión de la frecuencia denominada Radio Comunitaria Salinerito 87.7 FM en el dial, la primera radio comunitaria concesionada en Ecuador.

Debido al limitado alcance inmediatamente se inician los trámites para ampliar la cobertura y en septiembre del 2011 se concede en forma temporal la frecuencia 89.9 FM, con posibilidades de implementar dos antenas repetidoras para cubrir Simiatug, Guaranda, Chimbo, San Miguel.

Nuevamente la Conferencia Episcopal apoya con la implementación de un sistema de comunicaciones que incluyen la operación de la radioemisora y la capacitación de la población a través de los medios instalados.

Los estudios de radio comunitaria Salinerito se encuentra en la cabecera parroquial en la calle Samilahua vía a El Calvario, en la cual labora solo el director de la radio, y los voluntarios nacionales y extranjeros que con buena voluntad, más que conocimiento trabajan en la radio.

La programación fue realizada con ayuda de otras estaciones radiales pero no acordes a la realidad local, ya que no existen profesionales de la comunicación al frente de la Radio Comunitaria.

Se laboran 18 horas diarias de programas de radio, se presentan informativos promoción humana, educativos, evangelización, culturales, musicales, en Kichwa y castellano complementados con cursos de Biblia, Primeros Auxilios, Manualidades, Periódico "Jatari Campesino", Nutrición, formación de Lideres, Cooperativismo, Agronomía, Mejoramiento del hogar (Huasipi Ruranata Yachana) e intermediación ante situaciones y autoridades, con la participación de jóvenes, mujeres, adultos, campesinos e indígenas.

Cabe mencionar que no existe una adecuada organización de la programación por ende su calidad es baja y no cubre las expectativas, necesidades de la población de Salinas.

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿La inadecuada Programación incide en la calidad informativa de la radio Comunitaria “El Salinerito” de la parroquia Salinas, en el Año 2014?

1.4. JUSTIFICACIÓN

El incremento de emisoras en el dial así como la saturación del mercado, han ido empujando a muchas radios, por razones de competencia a segmentar sus públicos, a especializar sus contenidos.

La importancia de efectuar la investigación sobre la programación en la calidad informativa de la radio comunitaria “El Salinerito” de la parroquia Salinas, en el Año 2014 se hace meritoria por la inexistencia de una programación radiofónica comunitaria orientada a la calidad informativa para generar una cultura comunicacional eficiente. Por el contrario es evidente una programación empírica sin recursos periodísticos

La naturaleza de la radio y su convicción comunitaria busca lograr la integración y capacitación de jóvenes aficionados a la comunicación de la parroquia de Salina, el trabajo de investigación busca desarrollar competencias periodísticas que en muchos de los casos aún no han sido descubiertas ciertas habilidades como reporteros comunitarios, locutores, presentadores de noticias quienes conformarán el staff de comunicadores comunitarios de la radio “El Salinerito”, los mismos que producen impactos positivos de participación comunitaria.

El propósito es generar una cultura informativa de calidad con la intervención activa de los pobladores del sector en la producción, postproducción y exposición de programas radiofónico comunitarios que solo lograremos con una adecuada administración y dirección en la búsqueda de fortalecer la programación con calidad informativa en sus diferentes horarios de transmisión.

Esta investigación pretende solucionar inexactitudes dentro de la programación en las emisiones diarias, involucrando a los diferentes actores sociales de la parroquia con una visión de calidad, con el único afán de crear una estación radial una rentabilidad social, impulsando el principio de economía popular y solidaria.

La actualidad del tema de investigación se forja en lo novedoso de plantear una programación radiofónica comunitaria ajustada a la realidad de la parroquia que tiene su propia cultura e identidad, que cumpla con las normativas legales

constituidas y que satisfaga las necesidades de comunicación e información de la población de manera específica a las parroquias de Salinas, Simiatug y parte del cantón Echeandía, sin descuidar los diferentes lugares en que tiene cobertura.

El tema propuesto tiene una base científica, desde el planteamiento de la comunicación como herramienta de construcción social desde el trabajo periodístico en la producción de una programación comunitaria de la radio “El Salinerito” sustentada en la investigación de los hechos y la contextualización de la información para ofrecer información objetiva, veraz y oportuna.

Es necesario potencializar la programación radiofónica comunitaria que apunte a calidad informativa de la radio comunitaria como un reto que demanda de hábitos, prácticas, sapiencias y tecnologías para que esta aspiración propuesta pueda cimentar una fortaleza de comunicación real con dimensiones en proporción de la comunidad involucrada en el cometido sistémico de un medio de comunicación radiofónico comunitario, con esto queremos trasponer directamente a la participación in situ del representativo comunitario poniendo en real conocimiento y difundiendo la base de economía popular y solidaria.

La pertinencia se hace necesaria ya que con esta investigación se pretende apoyar el desarrollo social fortaleciendo aspectos educativos, sociales, turísticos y culturales con una marcada filosofía de economía solidaria y popular, solo así lograremos el progreso y alimento de las costumbres, tradiciones, valores y rescate de la identidad que envuelven las parvedades de propósitos de impulso comunitario donde se envuelven todos los histriones sociales, lo que permitirá el florecimiento y compensación en la característica de reporteros comunitarios, logrando posesionar como una herramienta de mutación social, resaltando la importancia que alcanzaran los procesos de formación ciudadana, viabilizando el paso a la información y rescate cultural de los habitantes de la parroquia, favoreciendo la comunicación comunitaria y su medio radial.

Los beneficiarios de este proyecto de investigación lo instituyen todas las organizaciones que forman parte de este colectivo sean estas sociales, culturales, educativas, deportivas, y que involucran a todos los habitantes del sector.

Considerando que a través de esta propuesta motivaremos a los oyentes al progreso personal y de su actividad específica tomo como base el desarrollo del sector en una economía popular y solidaria el cual ha sido un referente nacional.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. General

- Potencializar la calidad informativa por medio de una programación radiofónica con enfoque comunitario diseñado para la Radio “El Salinerito” para lograr una cultura comunicacional en la parroquia Salinas- cantón Guaranda.

1.5.2. ESPECÍFICOS

- Diagnosticar la programación radiofónica difundida por la radio el Salinerito para identificar las debilidades de la producción periodística.
- Identificar las necesidades de información en la población de la parroquia Salinas y sus 29 comunidades para potenciar la calidad informativa.
- Proponer una nueva programación radiofónica informativa comunitaria que responda de manera profesional al contexto social.

1.6. MARCO TEÓRICO

1.6.1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

En un acercamiento documental sobre temas relacionados con la programación respecto de la calidad informativa de las Radios Comunitarias, encontramos que es abordada desde un punto de vista, de programación, más no de calidad informativa, y encontramos pocas investigaciones que hacen referencia a la programación en la radio comunitaria, publicadas en el internet, destacamos la realizada por la Universidad de Antioquia cuyo título es el siguiente: “Análisis de audiencias en la ciudad de Medellín (Colombia)”. El propósito de esta investigación se centra en la sinopsis de compendios contextuales, teóricos y metodológicos del sumario de estudio que actualmente se adelanta para la creación de las parrillas de programación de dos futuras emisoras comunitarias de la ciudad. Esta investigación permitió concluir que como parte de una extensa exploración que irá hasta 2013, en una primera fase de indagación para una programación en radio comunitaria debe apoyarse en la configuración de estudios culturales, con el fin de implantar las experticias y adjudicaciones de las audiencias de la zona de influencia de ambas emisoras (Granada, 2009).

Otro trabajo de investigación que podemos considerar es el realizado por la Universidad Católica “Santiago de Guayaquil”, titulado: “Diseño y Producción de un programa radial para la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación”, del mismo centro de educación superior, presentado por Verónica Bonoso Rosa García, Héctor Pérez Name.

El proyecto sirvió para fortalecer el poco vínculo que tienen los estudiantes de la Facultad de Filosofía con los medios de comunicación que posee la Universidad Católica en su campus y para que tengan un espacio fijo, donde pongan en práctica sus habilidades, difundiendo su imagen institucional y académica, ya sea para el público interno (universidad) y externo (ciudadanía en general). El programa tuvo el apoyo de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social. El estudio reveló la incidencia e importancia que tiene el diseño de programas

para las facultades pero más allá de eso la necesidad de los espacios que difundan el accionar de las instituciones, en este caso para las facultades del centro de estudios. Manuel Ortiz Marín, (2007, septiembre). Radio Universitaria de la Universidad.

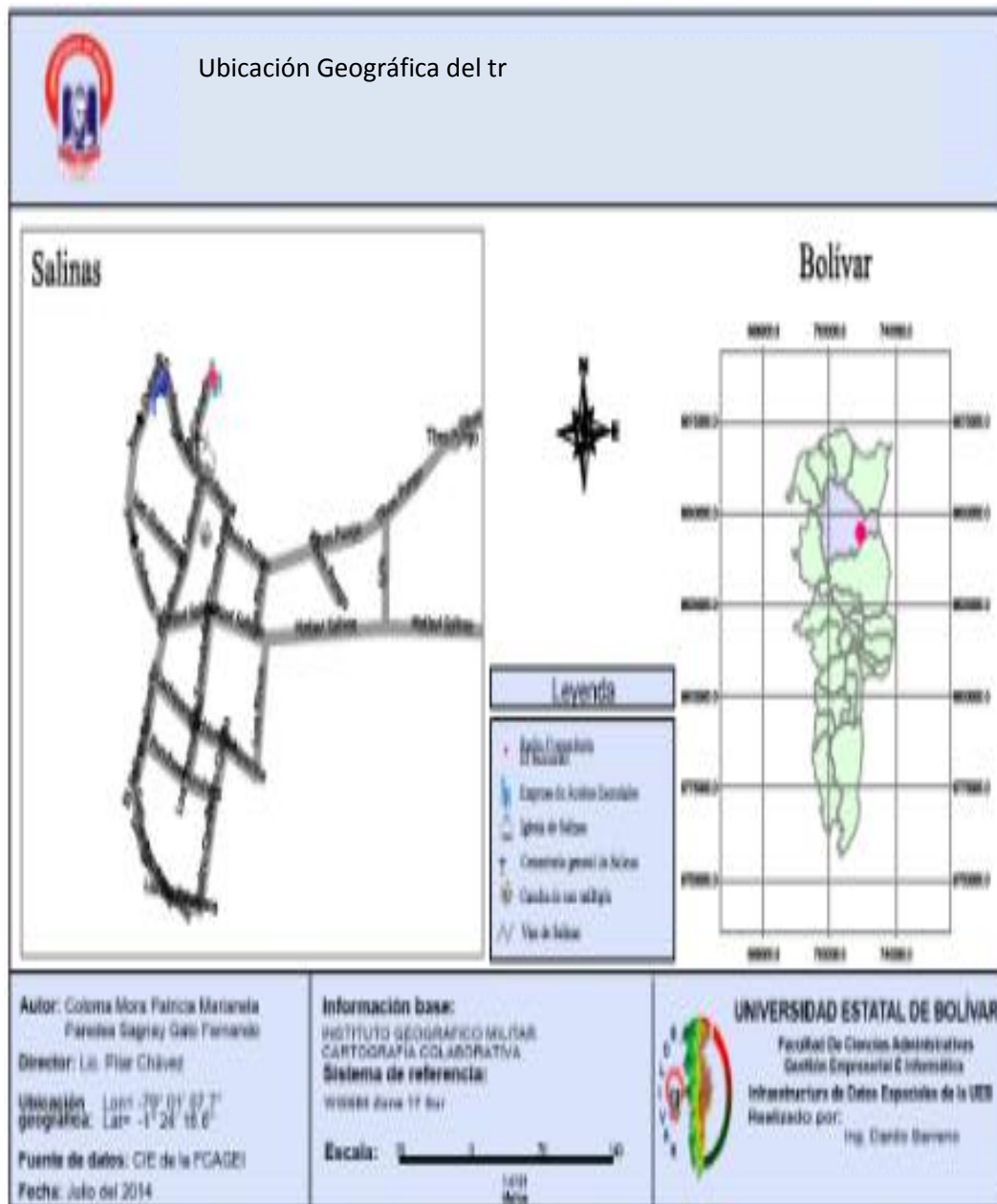
Dentro de la investigación realizada encontramos una estrecha relación entre la programación radial y la cultura de una localidad. También distinguimos algunas finalidades comunicativas y llegamos a clasificar las propuestas radiofónicas en función de sus contenidos predominantes y hablamos de emisoras informativas, musicales, de entretenimiento. Los receptores ya no son sólo término de un proceso iniciado en otro punto, sino parte activa tanto como productores de sentido pero también porque están presentes, inscriptos en el discurso del emisor. Al respecto han sido claves los aportes de la teoría literaria de la recepción (Jauss) y muchos guardarán en la memoria las nociones de lector modelo trabajadas por Humberto Eco en su obra “Lector en Fábula”.

Varios son los trabajos investigativos elaborados y publicados en el internet. Subrayo el publicado en el 2010 titulado “Diseño de la nueva Parrilla de Programación para la Emisora del Batallón Silva Plaza” – Duitama/ Boyacá cuya artífice es Katherine García Reyes.

El propósito al Diseñar una nueva parrilla de programación radial para la emisora del *Batallón Silva Plaza*, es aportar fuerza y dinamismo a la misma y así generar un mayor crecimiento en los procesos comunicativos, permanentes apoyados en la tecnología como herramienta para la locución y producción radial de la estación radial.

Corporación Universitaria Lasallista Facultad de Ciencias Sociales y Educación Comunicación y Periodismo Caldas - Antioquia

1.6.2. MARCO TEÓRICO GEOREFERENCIAL



PARROQUIA SALINAS

La investigación se realiza en la parroquia Salinas de Tomabela, la cual está localizada en la provincia Bolívar, Cantón Guaranda. La misma que fue constituida en el año de 1884, en el lugar de asentamiento de los indígenas Tomabelas. Toma el nombre de Salinas por la presencia de las **minas de sal** en su territorio, esta era un sitio en donde diversos cacicazgos tenían delegaciones para el acceso a la sal, bajo el tutelaje del cacique Puruhá. La explotación de estas minas de sal fue su principal actividad económica y doméstica, los que completaban con el trabajo agrícola en las pequeñas parcelas en la rudimentaria actividad ganadera ya que era el único trabajo de los habitantes de la zona hasta fines de la década de los años sesenta, los chasquis fueron las personas claves en el desarrollo de esta actividad ya que por ello la sal llegaba a los lugares que se necesitaban.

Esta parroquia geográficamente está ubicada a 30 kilómetros al noroccidente de Guaranda, a una altura sobre los 4200 m.s.n.m hasta los 600 en el Subtrópico. Su temperatura varía entre los 7 a 5° C y en verano sube a los 12°C. Existen alrededor de 6000 habitantes, tiene una extensión de 4440 Km. la misma que está conformada por 30 recintos o comunidades Entre los cuales se encuentran los recintos y/o comunidades de la Comuna Mativi-Salinas: Salinas Central, Verde Pamba, Yurac Ucsha, Pachancho, Natahua, Tres Marías, Pambabuella, Los Arrayanes en la parte de la serranía; y La Palma, Chazo Juan, Mulidiahuan, Camarón, Cañitas, El Calvario, Copalpamba y Tigre Urco en la parte subtropical, su idioma es el español, aunque existen comunas en las cuales se habla el kichwa.

Se encuentra limitado de la siguiente manera: al norte por la parroquia de Simiatug, al sur por la parroquia Guanujo y el pueblo de Cuatro Esquinas, al este por la provincia de Tunhuragua y al oeste por San Luis de Pambil, y Echeandía.

La tradicional solidaridad andina ha encontrado en el cooperativismo la forma de manifestarse eficazmente frente a los retos de la sociedad actual. Es por eso que existen 28 empresas comunitarias que se congregan en este lugar, distribuidas en

los 30 recintos, proveen de cerca de 400 puestos de trabajo comunitario en actividades principalmente agroindustriales que se autofinancian y producen ganancias.

La parroquia de Salinas ha alcanzado un gran desarrollo gracias a más de 29 empresas y actividades comunitarias como el Hotel “El Refugio”, La Hilandería, “Texsal”, La Procesadora y Comercialización de Hongos, Taller de Carpintería, Confección de Botones, Elaboración de Turrónes, Fábrica de Mermeladas, Panadería, Molino y Elaboración de Fideo, Piscicultura, Centro de Acopio, Tienda Comunal, Hospedería Campesina, Reforestación, Embutidora, y otros como la Radio comunitaria “El Salinerito”.

Salinas ofrece una belleza paisajística muy variada, sus características geológicas indican erosión, con efectos notorios en el páramo y moderados en la parte baja, la superficie procede de flujos de lava de andesita. Cerca al pueblo existen farallones que son el resultado de procesos erosivos de miles de años, en muchos de ellos existen cavernas, que presentan características de ser utilizadas como viviendas en el pasado pre colonial.

1.6.3. MARCO LEGAL

El presente trabajo de grado consideramos necesario apoyarlo en base a la Constitución de la República del Ecuador y la Ley Orgánica de Comunicación, En lo pertinente a:

LA CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR

CAPÍTULO II

Sección tercera, Comunicación e Información

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

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de

redes inalámbricas y precautelará que en su utilización prevalezca el interés colectivo.

2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.
3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

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

Por su parte la **Ley Orgánica de Comunicación (LOC)** en sus:

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.- 8.-Prevalencia en la difusión de contenidos.- Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

Art.- 9.- Códigos deontológicos.- Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deberán expedir por sí mismos códigos deontológicos orientados a mejorar sus prácticas de gestión interna y su trabajo comunicacional. Estos códigos deberán considerar las normas establecidas en el artículo 10 de esta Ley. Los códigos deontológicos no pueden suplir a la ley.

TÍTULO IV Regulación de contenidos

Art. 60.- Identificación y clasificación de los tipos de contenidos.- Para efectos de esta Ley, los contenidos de

12 -- Tercer Suplemento -- Registro Oficial N° 22 -- Martes 25 de junio de 2013

Radio difusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en:

1. Informativos -I;
2. De opinión -O;
3. Formativos/educativos/culturales -F;
4. Entretenimiento -E;
5. Deportivos -D; y,
6. Publicitarios -P.

Los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar todos los contenidos de su publicación o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos.

Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deben identificar el tipo de contenido que transmiten; y señalar si son o no aptos para todo público, con el fin de que la audiencia pueda decidir informadamente sobre la programación de su preferencia.

Quedan exentos de la obligación de identificar los contenidos publicitarios, los medios radiales que inserten publicidad en las narraciones de espectáculos deportivos o similares que se realicen en transmisiones en vivo o diferidas.

El incumplimiento de la obligación de clasificar los contenidos, será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con ésta.

Art. 61.- Contenido discriminatorio.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por contenido discriminatorio todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que connote distinción, exclusión o restricción basada en razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales de Derechos Humanos, o que incite a la realización de actos discriminatorios o hagan apología de la discriminación.

Art. 62.- Prohibición.- Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los Derechos Humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales.

Se prohíbe también la difusión de mensajes a través de los medios de comunicación que constituyan apología de la discriminación e incitación a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio.

Art. 63.- Criterios de calificación.- Para los efectos de esta ley, para que un contenido sea calificado de discriminatorio es necesario que el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación establezca, mediante resolución motivada, la concurrencia de los siguientes elementos:

1. Que el contenido difundido denote algún tipo concreto de distinción, exclusión o restricción;
2. Que tal distinción, exclusión o restricción esté basada en una o varias de las razones establecidas en el artículo 61 de esta Ley; y,
3. Que tal distinción, exclusión o restricción tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento o goce de los Derechos Humanos garantizados en la Constitución y en los instrumentos internacionales; o que los contenidos difundidos constituyan apología de la discriminación o inciten a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de discriminación.

Art. 64.- Medidas administrativas.- La difusión de contenidos discriminatorios ameritarán las siguientes medidas administrativas:

1. Disculpa pública de la directora o del director del medio de comunicación presentada por escrito a la persona o grupo afectado con copia a la Superintendencia de la Información y Comunicación, la cual se publicará en su página web y en la primera interfaz de la página web del medio de comunicación por un plazo no menor a siete días consecutivos;
2. Lectura o transcripción de la disculpa pública en el mismo espacio y medio de comunicación en que se difundió el contenido discriminatorio;
3. En caso de reincidencia se impondrá una multa equivalente del 1 al 10 % de la facturación promediada de los últimos tres meses presentada en sus declaraciones al Servicio de Rentas Internas, considerando la gravedad de la

infracción y la cobertura del medio, sin perjuicio de cumplir lo establecido en los numerales 1 y 2 de este artículo; y,

4. En caso de nuevas reincidencias, la multa será el doble de lo cobrado en cada ocasión anterior, sin perjuicio de cumplir lo establecido en los numerales 1 y 2 de este artículo.

La Superintendencia remitirá a la Fiscalía, para la investigación de un presunto delito, copias certificadas del expediente que sirvió de base para imponer la medida administrativa sobre actos de discriminación.

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:

1. Familiar: Incluye a todos los miembros de la familia. La franja horaria familiar comprende desde las 06h00 a 18h00. En esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación "A": Apta para todo público;

Tercer Suplemento -- Registro Oficial N° 22 -- Martes 25 de junio de 2013.

2. 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,

3. 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.

En función de lo dispuesto en esta ley, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación establecerá los parámetros técnicos para la

definición de audiencias, franjas horarias, clasificación de programación y calificación de contenidos. La adopción y aplicación de tales parámetros será, en cada caso, de responsabilidad de los medios de comunicación.

Art. 66.- Contenido violento.- Para efectos de esta ley, se entenderá por contenido violento aquel que denote el uso intencional de la fuerza física o psicológica, de obra o de palabra, contra uno mismo, contra cualquier otra persona, grupo o comunidad, así como en contra de los seres vivos y la naturaleza.

Estos contenidos solo podrán difundirse en las franjas de responsabilidad compartida y adultos de acuerdo con lo establecido en esta ley.

El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con esta obligación.

Art. 67.- Prohibición.- Se prohíbe la difusión a través de los medios de comunicación de todo mensaje que constituya incitación directa o estímulo expreso al uso ilegítimo de la violencia, a la comisión de cualquier acto ilegal, la trata de personas, la explotación, el abuso sexual, apología de la guerra y del odio nacional, racial o religioso.

Queda prohibida la venta y distribución de material pornográfico audiovisual o impreso a niños, niñas y adolescentes menores de 18 años.

El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con esta obligación, sin perjuicio de que el autor de estas conductas responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.

Art. 68.- Contenido sexualmente explícito.- Todos los mensajes de contenido sexualmente explícito difundidos a través de medios audiovisuales, que no tengan finalidad educativa, deben transmitirse necesariamente en horario para adultos.

Los contenidos educativos con imágenes sexualmente explícitas se difundirán en las franjas horarias de responsabilidad compartida y de apto para todo público, teniendo en cuenta que este material sea debidamente contextualizado para las audiencias de estas dos franjas.

El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con esta obligación.

Art. 69.- Suspensión de publicidad.- De considerarlo necesario, y sin perjuicio de implementar las medidas o sanciones administrativas previstas en esta Ley, la Superintendencia de la Información y Comunicación podrá disponer, mediante resolución fundamentada, la suspensión inmediata de la difusión de publicidad engañosa.

1.6.4. TEORÍA CONCEPTUAL

Audiencia.- Todas las personas que escuchan o ven un programa. Es el público al que nos dirigimos

Audiencia potencial.- Es el mayor número de personas que pueden acceder a un medio de comunicación concreto en un tiempo por determinar, ya sea un día, una semana.

Anuncios.- Mensajes cortos y atractivos que contienen una invitación al consumo.

Calidad.- *Calidad* es un concepto subjetivo, y el término proviene del latín. La calidad está relacionada con las percepciones de cada individuo para comparar una cosa con cualquier otra de su misma especie, y diversos factores como la cultura, el producto o servicio, las necesidades y las expectativas.

Calidad informativa.- Periodismo que en cualquier ambiente requiere además del delicado uso del lenguaje común, el de los lenguajes comunicativos (radio, televisión y prensa). La calidad, la severidad periodística se menoscaban con el uso y abuso de barbarismos, sátiras e ironía que crean “ruidos” en la conducción informativa.

Comunicación definición.- Se deriva del latín COMUNICARE, cuyo significado es compartir. Se refiere a compartir ideas, pensamientos, sentimientos, actitudes, información de datos, no se concibe una sociedad en la que los miembros no se puedan comunicar de alguna manera.

Comunicador.- Es una especie de arquitecto de la conducta humana, un practicante de la ingeniería del comportamiento. (Mario Kaplún una pedagogía de la Comunicación)

Comunidad.- Es un grupo social caracterizado por el hecho de vivir en conjunto, poseer bienes comunes, tener intereses y un objetivo en común. La idea de

comunidad supone la reunión del objetivo común de un bien, la existencia de normas y una forma determinada de solidaridad entre sus miembros.

Concursos. Juegos consistentes en superar pruebas con el aliciente de conseguir algún premio.

Consultorios. El receptor resuelve todo tipo de dudas participando directamente en la emisión: médico, sexual, jurídico...

Cuadratura.- En el argot radiofónico, se denomina así a la que podría considerarse como la figura ideal del montaje músico-verbal.

Cuña.- Es la fórmula de transmisión de contenidos publicitarios que impera en la radio. La cuña equivaldría al spot televisivo. En radio, la llamada cuña publicitaria se presenta como un anuncio breve y compacto, susceptible de repetirse cuantas veces se quiera.

Culturales.- Son programas sobre temas de interés general que, sin hacerlo notar, transmiten un bagaje amplio de conocimientos a sus oyentes.

Dab (digital audio broadcasting).- Sistema europeo de radio digital estandarizado por el European Telecommunications Standardisation Institute. Este sistema es capaz de eliminar de la recepción los ecos y las interferencias, al mismo tiempo que posibilita la multiplicación de los canales de emisión y la incorporación de servicios multimedia.

Dramáticos.- Los guiones son interpretados por un conjunto de actores ayudados de los efectos escénicos pertinentes que reproducen ambientes y escenarios sonoros.

Deportivos.- Es uno de los espectáculos radiofónicos por excelencia.

Emisión radiofónica.- Transmisión a distancia del sonido a través de ondas hertzianas o radioeléctricas.

Emisoras.- Es un medio de comunicación que se basa en el envío de señales de audio a través de ondas de radio, si bien el término se usa también para otras formas de envío de audio a distancia como la radio por Internet.

En la alta frecuencia encontramos los equipos transmisores que son capaces de modular y transmitir la señal, en forma de ondas electromagnéticas que viajan por el espacio, que los equipos de baja frecuencia han generado.

Entonación.- Es el resultado de las variaciones de tono que se van sucediendo mientras hablamos.

Equipo transmisor.- Equipo de alta frecuencia necesario para llevar a cabo una emisión radiofónica. Está integrado por un limitador (necesario para evitar distorsiones y posibles interferencias), un codificador (sólo en el caso de emisión estereofónica), un modulador (útil para modular la señal en amplitud o en frecuencia), un excitador (válido para llevar la señal al amplificador) y un amplificador final (elemento que hace llegar la señal a la antena).

Equipos de alta y baja frecuencia.- El primer grupo lo integran todos aquellos aparatos que generan, captan y manejan la señal (el sonido) que posteriormente va a ser transmitida. Así, los micrófonos, lectores de Cd., grabadoras, reproductores de mp3, minidisk... son equipos de baja frecuencia.

Estudio de audio.- El estudio de audio es el lugar donde se lleva a cabo la locución de los programas de radio.

Estudio de radio.- Sala de audio donde se controla la realización de un programa de radio, ya sea emitido en directo o grabado. En este estudio se controlan todas las fuentes sonoras que en un espacio radiofónico se generan.

Estudio general de medios (egm).- Es un estudio multimedia (medios impresos, radio, televisión, cine e internet), que, a partir de más de 40.000 encuestas

repartidas en tres oleadas (primavera, otoño e invierno), ofrece información no sólo de los índices de seguimiento de los diferentes medios, sino de las características socio-demográficas y estilos de vida de las personas que forman parte de la audiencia en cuestión.

Expresión fonostésica.- Es la expresividad sonora que transmiten todos aquellos caracteres no verbales que acompañan a las palabras habladas (tono, timbre, intensidad, ritmo, énfasis, inflexión, etc.) y que informan sobre el gesto, la actitud, el carácter, el aspecto físico y el contexto del emisor, o bien sobre la forma, el tamaño, la textura, el color, el movimiento, etc. de aquello que describe oralmente el emisor.

Formatos radiales.- Son las diferentes formas de organizar la información recopilada. Dan lugar a los programas que escuchamos en la radio.

Fuentes.- Todo aquel que nos brinde información sobre la noticia que investigamos.

Guión radiofónico.- Texto o libreto que especifica los contenidos y detalles necesarios para que pueda desarrollarse una obra o una emisión de televisión, cine, teatro o radio. Este escrito actúa como guía para quienes participan en la obra en cuestión.

Grupo fónico.- Secuencia mínima del discurso oral con sentido completo y situado entre dos pausas.

Hertz.- Apellido del físico alemán Heinrich Hertz que en 1887 pudo poner en práctica la hasta entonces teoría de que las oscilaciones eléctricas de alta frecuencia (una de las características principales de las ondas electromagnéticas o radioeléctricas) podían viajar y propagarse por el espacio.

Hertzio.- Unidad básica, que mide la frecuencia de las ondas radioeléctricas.

Imagen auditiva.- O imagen mental que el oyente recrea a partir de los sonidos radiofónicos que escucha. La imagen auditiva es la percepción del mundo real o ficticio que evocan dichos sonidos en la mente del receptor.

Informativo, Que informa o sirve para proporcionar información sobre una cosa, -medio informativo, programa informativo, folleto informativo, entrevista informativa, nota informativa, panel informativo-.

La entrevista.- Es un proceso de comunicación que se realiza normalmente entre dos personas; en este proceso el entrevistador obtiene información del entrevistado de forma directa.

Locución.- Es la disciplina, que utiliza uno o varios individuos, para comunicar oralmente un mensaje a través de un medio emisor que escuchan otros individuos receptores. Locución es la profesión en la cual, la voz transmite inmejorablemente, calidad y cualidad humana.

Los informativos.- Son los Espacios en los que se ofrece la revisión de las noticias más relevantes acaecidas durante la jornada. Programa de radio o televisión en que se dan noticias sobre hechos de actualidad o de interés público.

Modulación.- Proceso o paso absolutamente necesario para conseguir que las ondas hertzianas, de frecuencia mucho más alta, sirvan de vehículo para transportar las señales de audiofrecuencia (sonido) del emisor al receptor.

Musicales. Programas en los que la música es el elemento fundamental. Pueden consistir en un simple repaso musical o en la presentación y análisis de obras.

Noticiero.- Es un programa muy variado, donde las noticias son presentadas de diferente forma, ya sea en forma de boletines, informes, reportajes, crónicas, entrevistas, testimonios y hasta como socio-dramas cortos.

Ondas electromagnéticas.- Viajan por el espacio y tienen electricidad y magnetismo (como los imanes). Son recibidas por la antena y luego son convertidas en el sonido que escuchamos por el radio.

Ondas hertzianas.- Ondas electromagnéticas que al viajar y propagarse por el espacio sirven de vehículo para transportar el sonido.

Paisaje sonoro.- Serie de sonidos organizados narrativamente que generan en el oyente de radio la percepción de un determinado espacio.

Parrilla de programación.- Es la síntesis de la oferta programática de una emisora. Generalmente, las parrillas son como una especie de plano que contiene el título de los programas y el espacio temporal que ocupan, así como el día en el que se emiten.

Programación radiofónica.- Procede del vocablo latino programa, es un término con diversos usos. Cuando nos referimos a un programa de radio, estamos haciendo referencia a una serie de emisiones que se transmiten por vía radiofónica con una cierta periodicidad (todos los días, una vez por semana, etc.).

Radio revista.- Es un programa que presenta un 80% de entretenimiento y un 20% de información. Es muy variado, tiene secciones de noticias, de música, de cine, de chistes y de todo lo que pueda divertir al público.

Radio.- Es un medio de comunicación que transmite señales sonoras en forma masiva.

Radiodifusión.- Es la producción y difusión de señales radioeléctricas de audio y/o video a través de ondas o cable destinadas al público en general o bien a un sector del mismo.

Receptor o radio.- Aparato con el que escuchamos transmisiones radiales. Recibe las ondas del sonido por medio de la antena. No confundas el aparato de radio con el medio radio (la radio).

Redundancia.- Es una técnica de redacción que consiste en reiterar las ideas más importantes con el fin de que el oyente las fije en su mente.

Socio-drama.- Es una novela de radio, donde unos actores cuentan una historia que puede ser cierta o inventada. Se usan efectos de sonido para que parezca más real y los oyentes se imaginen lo que escuchan. Es diferente a la novela porque busca dejar un mensaje que le pueda servir a la comunidad para mejorar algunos de sus problemas.

Sonido.- Sensación que recibimos por el oído. Se da cuando algo se mueve

Transmisión radial.- Cuando usamos la radio como medio de comunicación.

Transmisión.- El conjunto de elementos que intervienen en el proceso de intercambio de información forma un sistema de comunicación.

Vocalización.- También se conoce como articulación. Es cuando se pronuncia correctamente.

1.6.5. TEORIA CIENTIFICA

Paradigma del periodismo comunitario Martin Barbero Mario Rosa Alfaro

No se puede asegurar el momento exacto en que, “el receptor empezó a tener la misma importancia que el emisor, dentro del proceso de comunicación” (Prieto, 1989, pág. 78), gracias a lo que ahora se denomina Comunicación Comunitaria, Popular o Alternativa. Lo que es cierto, es que “tiene su origen en los requerimientos de organización de los grupos, de un colectivo o sector para detectar sus problemas o debilidades y reconocer y reforzar sus fortalezas, en beneficio de construir colectivamente las respuestas que les permitan dignificar sus vidas” [Hindu Anderi, Comunicación alternativa o comunitaria, 2004].

A finales del siglo XIX e inicios del siglo XX, por la influencia europea del Anarquismo, principalmente de la migración italiana y española, aparecieron los primeros movimientos sociales en América Latina. Los emigrantes se instalaron en grandes extensiones de las zonas urbanas de varios países y se dedicaron a trabajos artesanales y pequeñas actividades económicas, formando así los primeros movimientos obreros. Después de la Primera Guerra Mundial, “la expansión de las manufacturas en el continente crea condiciones para el surgimiento de un proletariado industrial, que tuvo su mayor desarrollo en los procesos de industrialización de los años 30” [Mónika Brukmann, Los movimientos sociales en América Latina: un balance histórico].

Según Daniel Prieto, la comunicación intermedia (como la denomina) utiliza un modelo horizontal, que coloca a emisor y receptor en un mismo nivel, tanto para producir y recibir el mensaje. “Mientras que el modelo de la información colectiva es lineal y dirigido, el modelo de la comunicación intermedia es horizontal y participativo, en éste todos deciden y se enriquecen mutuamente la decisión es de todos” [Discurso autoritario y comunicación alternativa, México, Ed. Edicol, 1980, p. 60]. También, el autor destaca “la existencia de un retorno (feedback) que permita la participación consciente y crítica de los integrantes del grupo” [Discurso autoritario y comunicación alternativa, México, Ed. Edicol, 1980, p. 59]

sin embargo, aclara que “no es solamente la posibilidad del retorno lo que funda la comunicabilidad, es también la calidad, la manera en que el perceptor al volverse emisor se hace presente en quien le envió el mensaje, la forma en que se comparte una experiencia y la participación activa en un compromiso común” [Discurso autoritario y comunicación alternativa, México, Ed. Edicol, 1980, p. (Diego, 2010), “El primer plano de los cambios se sitúa, a mi modo de ver, en el surgimiento de las emisoras culturales: junto a la pionera e histórica HJCK en Bogotá, o a la más joven Carvajal en Cali, el actual movimiento de las emisoras universitarias, en buena parte de las ciudades grandes e intermedias del país, marca la aparición de una presencia mediática de lo cultural como proyecto educativo de nuevo cuño, que venía gestándose lentamente y ha tomado cuerpo en” los últimos años. Se trata de un proyecto de cambio a largo plazo en las relaciones entre radio, sociedad y cultura que, teniendo también a la música como eje, no se agota en un género ya legitimado como la música clásica, ni en la canción de moda como en las FM juveniles, sino que está construyendo una nueva agenda pública de lo cultural en la que ingresan las muy diversas culturas y lenguajes de los que está hecho este país, tanto tradicionales como contemporáneos, tanto nacionales como regionales, locales y mundiales.

Bajo la apreciación de Jesús Martín, la radio ha experimentado varios cambios desde sus inicios, un cambio mucho más de fondo, que es el introducido por las emisoras comunitarias y ciudadanas. Como decía antes, a este tipo de radio llegamos tarde pero hoy representa un espléndido movimiento de reconocimiento cultural, de participación social y de empoderamiento político. Lo que comienza a hacerse visible en este tipo de emisoras es el nuevo sentido que adquieren las relaciones entre cultura y política cuando los movimientos sociales barriales o locales asumen la radio como espacio público que les permite ser reconocidos más que representados, esto es, hacer oír su voz mediante sus propias formas discursivas.

Un segundo elemento a destacar en la producción y apropiación cultural de las emisoras comunitarias es la recuperación de las culturas orales, de sus modos de

decir y de sus narrativas, que son las de la inmensa mayoría en un país en el que, aunque las personas aprendan a leer, casi no leen y nunca escriben, y donde la escuela se da el lujo de ignorar las narrativas orales tanto como las audiovisuales, ¡y no digamos las digitales! pues las únicas que en ella tienen legitimidad (la necesaria para ser postuladas a los premios del Ministerio de Cultura) son las traducciones escritas de las múltiples lenguas indígenas del país.

La comunicación comunitaria se trata de "una comunicación viva", que compromete los imaginarios y deseos de la gente en la línea de resolver sus problemas, alimentar esperanzas o sueños, generar cambios sostenibles y salir adelante, siendo protagonistas de la ruta emprendida". Si bien estas reflexiones nos ofrecen con claridad la vinculación entre comunicación y desarrollo, tal situación requiere un análisis amplio que atienda la complejidad de esta relación, la misma que no ha sido suficiente para explicar estos procesos que por añadidura son dinámicos y cambiantes.

Comunicación y Desarrollo son dos conceptos con su propio contenido epistémico que en el campo de la práctica primero, y de las ciencias sociales luego, se han ido articulando, produciendo un nivel de complejidad que ha merecido un abordaje específico en algunas cátedras universitarias y en instituciones comprometidas con acciones de cambio social.

En América Latina, desde los años sesenta, la comunicación se ha poblado de una constelación de apellidos emparentados entre sí: comunicación alternativa, popular, educativa, para el desarrollo, comunitaria, ciudadana y también participativa, horizontal, grupal, de base, y otros más específicos: local, rural, sindical y muchas combinaciones: comunicación grupal liberadora, popular educativa, rural para el desarrollo. Surge entonces como una herramienta para el progreso de los pueblos sumidos en el abandono y la miseria, misma que no sólo corresponde a la pobreza relacionada con la economía, si no con la miseria convertida en modo de vida.

1.6.5.1. Programación radiofónica

Un programa de radio es un espacio audio fónico de corta duración que puede tener fines informativos, culturales, educativos o de entretenimiento. Los programas radiofónicos generalmente son estructurados usando la palabra, la música y los sonidos a fin de volverlos interesantes y poder captar suficiente audiencia.

La extensión de los programas radiofónicos varía según su formato y tipo, existen desde microprogramas de más de un minuto de duración, hasta programas que duran una o más horas. Normalmente un programa que es que contiene un libreto y pre producido no excede la hora de duración.

1.6.5.2. Producción de programas

En el terreno de la comunicación radiofónica, la producción está estrechamente ligada al concepto de programa, en tanto que, globalmente entendida, afecta a todo el engranaje que debe ponerse en marcha para la emisión de cualquier espacio, por pequeño que sea.

No obstante, es obvio que, en función de la envergadura del producto que se pretenda emitir, el proceso de producción será más o menos complejo. De hecho, no es lo mismo producir un informativo de actualidad de 60 minutos de duración que una cuña publicitaria de 20 segundos, como tampoco supone la misma dedicación la preparación de un magazine diario, que siempre sigue una estructura más o menos similar, que la de un dramático radiofónico, para cuya materialización se precisará, entre otras cosas, de una buena selección de músicas, de efectos sonoros, de voces, así como de la confección de un guión exhaustivo.

En las radios, la mayoría de los programas cuentan con el respaldo de un cuerpo de productores/as. Ellos/as son las personas que se encargan, por ejemplo, de concertar entrevistas, de contactar con los tertulianos, de buscar toda la documentación necesaria para la emisión de un reportaje, de preparar los temas

musicales que formarán parte del espacio para el que trabajan, de seleccionar efectos sonoros, etc. Este cuerpo de profesionales pasa muchas veces inadvertido, pero sin su dedicación sería prácticamente imposible la emisión de muchos de los productos que conforman la oferta de las distintas emisoras.

Si se ignoran las características específicas del medio, si se desconocen las posibilidades del lenguaje radiofónico y su riqueza expresiva, o si se sabe poco acerca de los aspectos relativos a la realización o la confección de un guión, difícilmente se estará en condiciones de afrontar una buena producción. Por otra parte, y precisamente por esa estrecha relación que la producción guarda con los programas, los procesos que se deben poner en marcha están muy condicionados por los llamados géneros programáticos, es decir, por las formas de transmisión de los contenidos.

Sin embargo, en muchas ocasiones el concepto de género se utiliza como un mero sinónimo de gran contenido, por lo que es relativamente fácil encontrar alguna bibliografía sobre medios audiovisuales en la que se afirme, por ejemplo, que los principales géneros radiofónicos y televisivos son: los Informativos, los Educativos, los Documentales, los Infantiles, los Deportivos, los Religiosos, los Culturales, etc.

1.6.5.3. Desarrollo de programas más comunes en la radio comunitaria

La programación de las emisoras en Centro América no defieren mucho una de otra, son muy pocas las excepciones de emisoras con programaciones diferentes o específicas, muchas veces el denominador común es emular el programa de éxito que mantiene la competencia. Normalmente en nuestras radioemisoras se diferencian estos 5 tipos de programas:

1.6.5.4. Programas musicales o de entrenamiento

Estos programas incorporan la animación de un locutor y entrega de música. En la parte de animación muchos locutores incluyen chiste, curiosidades, estado del tiempo, horóscopos, lecturas de cartas, llamadas telefónicas que combinan entre canciones. Normalmente estos programas son conducidos por una sola persona, sin embargo se presentan más a menos cuando son presentados a dos voces en forma de diálogo. No se utiliza este tipo de programas para hacer cultura o educación.

1.6.5.5. Programas informativos

Están orientados a difundir las noticias más importantes suscitadas durante el día, generalmente son dirigidos por periodistas y se valen para ello de: periódicos, teletipos, entrevistas, trabajos de investigación periodística, reportajes, comentarios, análisis y otras técnicas de información radiofónica. Comúnmente los noticieros aunque sean presentados por dos personas se perciben como monologados por la cantidad de noticias que se leen y los comentarios individuales de sus animadores, la mayoría de los programas informativos, particularmente de las radioemisoras pequeñas, muy poco utilizan el diálogo analítico, la dramatización de la información y el reportaje radiofónico como elementos dinamizadores de la noticia.

El Servicio Principal de Noticias es lo que todos conocemos como un informativo por excelencia (equivaldría a los telediarios televisivos), cuya duración oscila entre los 30 y los 60 minutos. Este género suele estar conformado por 3 grandes partes. La primera de ellas es un tramo que actúa de entrada y en el que, a modo de batería de titulares o sumario, se avanzan las noticias que de inmediato serán ampliadas. La segunda es el cuerpo del informativo propiamente dicho, donde se desarrollan todos los temas. Finalmente, la tercera es el cierre del informativo, una suerte de recordatorio muy similar al sumario de entrada.

1.6.5.6. Programas de información deportiva

Se refieren a los programas que informan y comentan el acontecer deportivo local, nacional e internacional. En estos programas también se nutren de información extrayéndola de los periódicos, teletipos, entrevistas, comentarios y el análisis. Abunda más el diálogo y la entrevista, sin embargo, son carentes de la dramatización de la noticia, el reportaje radiofónico y la investigación periodística para el análisis a profundidad.

1.6.5.7. Programas religiosos

Estos corresponden a los que dirigen líderes de las diferentes denominaciones religiosas. Normalmente estos programas se sustentan en la predica y enseñanza de la fe cristiana, la lectura de la Biblia, el testimonio, la música, la lectura de correspondencia y la oración. Algunos programas han incorporado la dramatización como elemento dinamizador.

1.6.5.8. Programas educativos o de desarrollo social

Estos programas por lo general son patrocinados y dirigidos por instituciones públicas y privadas y en ellos se difunde información educativa sobre: salud, educación, agricultura, ecología, etc.

Normalmente estos programas que tiene un libreto con anterioridad y en su mayoría son difundidos utilizando el diálogo a dos personas e incorporando eventualmente dramatizaciones radiofónicas. Estos programas evidencian carencia de canciones específicas a los contenidos que trata, entrevistas con los beneficiarios de sus proyectos y en muchas oportunidades abundan en la información de carácter técnica.

1.6.5.9. Como estructurar un programa radiofónico

Convencionalmente un programa radiofónico tiene la siguiente estructura:

APERTURA: Lo que corresponde al inicio del programa, esta parte por lo general es similar en todos los programas. Para la apertura se selecciona música determinada de buen gusto, sugestiva y que llame la atención de los oyentes, sobre esta música normalmente se superpone el nombre del programa y algunas palabras que lo definen y que sugiera escucharlo. A esta introducción que por lo general está grabada se le denomina característica del programa y se reporte en todos los espacios.

La apertura es el inicio del programa por lo tanto no debe cerrarse en forma abrupta, si no que ligarse con la introducción del programa a fin de mantener la unidad de la emisión.

La introducción del programa puede ser el saludo del o los conductores, una breve explicación de lo que acontecerá en el programa (Resumen) o el anuncio del primer éxito musical.

CONTENIDO: Corresponde al desarrollo del programa, la forma como enlazará los temas, música, informaciones, las acciones de entretenimientos y otros aspectos contemplados en el libreto hasta la conclusión del programa.

Normalmente en el contenido cada punto o subtema se separa por medio de un breve espacio musical. A este se le denomina “CORTINA MUSICAL”, Un programa puede tener más de una cortina musical, ejemplo: cortinas de transición, cortinas para anunciar noticias, cortinas para anunciar el éxito musical, lo importante es que no se sientan como algo aislado o impuesto sino más bien, que enfatizan la unidad del programa.

CIERRE: Corresponde al termino del programa, es la despedida del mismo, implica la invitación para seguir participando como auditor y participante en los futuros espacios.

En el cierre por lo general se vuelve a la música característica.

El cierre de cada programa debe ser contundente y atractivo, por eso es importante reservar algo trascendental para cada final. Termine con tonos agradables, coloquiales, despidiendo el programa preferentemente con música de calidad, la mayoría de productores vuelven por lo general a la música característica para despedir el programa.

1.6.5.10. Formas de hacer un programa radiofónico

Si tomamos en cuenta que la radio no es un medio que presta condiciones para difundir conferencias o disertaciones largas y considerando que la radio no es un medio visual y que requiere de una serie de esfuerzos para recrear un ambiente fonético adecuado que suscite imágenes auditivas, se clasifica el formato de los programas basándose en el número de voces que intervienen en el mismo.

Forma de monólogo.- El monólogo se refiere al relato de una sola persona, en la radio constituye la técnica más corriente, por lo que su uso es muy generalizado, su forma más habitual es la charla radiofónica individual. Los monólogos son los que ofrecen menos dificultades de producción, sin embargo son los más monótonos auditivamente, limitados de recursos fonéticos y cansados para el auditorio.

Forma de diálogo.- El diálogo se refiere cuando intervienen dos o más voces. Dos es el mínimo de personajes, pero pueden intervenir muchos más participantes. Dentro de este tipo de formato se incluyen una serie de géneros periodísticos y radiofónicos como la entrevista, el diálogo, el noticiero dialógico, la mesa redonda, la plática telefónica, la encuesta, etc. El diálogo es de producción más

compleja que el monólogo, tiene un lenguaje más radiofónico, ágil, coloquial, ofrece mayores atractivos e interés por la variedad de voces y más posibilidades educativas por el intercambio de distintas posiciones.

Forma de drama.- La dramatización o el drama radiofónico podría parecerse al diálogo y ser considerado una variante del mismo ya que tienen como común denominador el utilizar varias voces, sin embargo va más lejos ya que presenta características dramáticas y la participación de actores en vez de locutores, lo que lo hace un formato aparte. Su característica principal es que desarrolla una historia, una situación concreta encarnado y ambientado por música y sonidos.

1.6.5.11. Géneros radiofónicos

Se denomina géneros radiofónicos a las distintas variedades con que se presentan los programas de radio. Los géneros radiofónicos se definen también como las “Formas, directrices necesarias y ordenamientos útiles para la expresión comunicación del lenguaje radiofónico.

Es importante conocer los diferentes géneros radiofónicos para escoger el más funcional para nuestros propósitos de comunicación. El contenido concreto de un programa radial determina el género radiofónico. Si queremos hablar sobre la situación de la salud en nuestro país y consideramos que la forma más interesante y pedagógica de presentarlos es a través de una serie de entrevistas, una dramatización o un diálogo, escogeremos el género más apropiado para evacuar nuestro contenido específico.

Los ocho modelos más clásicos y usuales en la radio son: El noticiero, la charla, el diálogo, la entrevista, el panel o mesa redonda, la dramatización, el reportaje, la radio revista.

EL NOTICIERO.- El noticiero es un conjunto o sucesión de informaciones nuevas, la noticia es un suceso de interés humano, actual y desconocido, que se

comunica a través de un medio de comunicación. La noticia es el corazón que nutre al noticiero, en otras palabras la noticia es información sintética y escrita de un hecho, expuesto generalmente en menos de un minuto, sin mayores detalles y sin comentarios.

Para mantener un buen programa de noticias es importante tener varias fuentes de información que nutran al programa con informaciones locales, regionales, nacionales e internacionales, para ello es imprescindible contar con: Reporteros, corresponsales, participación de los oyentes, accesibilidad a teletipos de agencias de noticias, monitorear emisiones de radioemisoras internacionales, y acceso a ejemplares de la prensa escrita, así mismo a libros y revistas especializadas.

1.6.5.12. Calidad

Es un concepto subjetivo, y el término proviene del latín. La calidad está relacionada con las percepciones de cada individuo para comparar una cosa con cualquier otra de su misma especie, y diversos factores como la cultura, el producto o servicio, las necesidades y las expectativas influyen directamente en esta definición. La calidad se refiere a la capacidad que posee un objeto para satisfacer necesidades implícitas o explícitas, un cumplimiento de requisitos.

La calidad puede referirse a la calidad de vida de las personas de un país, la calidad del agua que bebemos o del aire que respiramos, la calidad del servicio prestado por una determinada empresa, o la calidad de un producto en general. Como el término tiene muchos usos, su significado no es siempre una definición clara y objetiva.

1.6.5.13. Calidad informativa

En este sentido, hay que decir que la calidad radiofónica comparte todos los requisitos estilísticos del buen hacer de este medio: la claridad, la brevedad, la precisión terminológica, la redundancia y la ordenación lógica; a los que se puede añadir el vocabulario amplio pero comprensible, el ritmo de presentación ágil, los

arranques atractivos, el desarrollo rico en imágenes sonoras y los cierres rápidos, entre otros. Todos estos elementos se alejan a su vez del mal estilo que tiene que ver con la pobreza de expresión, el lenguaje vulgar, el abuso de verbos como ser, estar o haber, el empleo de tópicos o lugares comunes, la reiteración inútil, los estiramientos de frases, el abuso de frases intercaladas, la abundancia de adverbios, etc.

Esto estrictamente en cuanto al texto, ya que en el caso de la crónica radiofónica, la voz de quien cuenta la crónica suma unos rasgos estilísticos propios y diferentes.

1.6.5.14. Causas de la mala calidad informativa.

La falta de contextualización, la presencia de juicios de valor, el exceso en la pretensión estilística y el abuso de la improvisación son los riesgos que amenazan la labor del cronista. Muchos de estos riesgos encuentran su origen en la situación actual a la que se enfrenta el profesional. Una situación que se caracteriza por la alta competencia entre medios y emisoras y por la incorporación de nuevas tecnologías que simplifican y aceleran el proceso de producción de textos radiofónicos. En lo informativo, este contexto coincide también con un volumen de información mayor y más sofisticada que, por serlo, demanda de mayores dosis de contextualización y, por ende, también de mejores crónicas.

Frente a estos riesgos y rutinas profesionales erróneas, hay que recordar que la crónica como modelo de enunciación y de recepción requiere:

- Situar los hechos en su contexto, ya que trasladar este escenario o ambiente a la audiencia será su valor añadido frente a los géneros expositivos.
- Incluir el punto de vista y el testimonio del profesional, pero sin traspasar los juicios de hechos, es decir, los conocimientos y demostraciones empíricas.

- Conseguir un estilo personal de contar, entendido como forma peculiar de describir y narrar sin desprenderse de los hechos y su contexto, y aprovechando los recursos de producción y realización del medio.
- Planificar el contenido y la estructura de la presentación, aun cuando se elabore una crónica mientras los hechos se están produciendo.

1.6.5.15. La radio comunitaria

La radio comunitaria es una estación de transmisión de radio que ha sido creada con intenciones de favorecer a una comunidad o núcleo poblacional, cuyos intereses son el desarrollo de su comunidad. Dichas estaciones no tienen ánimo de lucro (lo que las diferencia de las radios piratas), aunque algunas se valen de patrocinios de pequeños comercios para su mantenimiento.

Algunas estaciones de radio comunitarias, además de hacer transmisión radial vía antena, también lo hacen vía Internet. Junto al resto de medios comunitarios, forman parte del llamado tercer sector de la comunicación (siendo el primer sector los medios públicos, y el segundo los medios privados comerciales). “Es el espacio de los que nunca han tenido voz, que facilita la construcción de nuevas relaciones sociales y comunicacionales, promovido por la organización comunal, fundamentado en la participación protagónica del pueblo e impulsado por un Estado que basa su actuación en principios socialistas”

La radio es un instrumento de comunicación por excelencia, por ser el medio más sensual, cálido, sugestivo y alternativo por su naturaleza. En la radio hay mucho por conocer y aprender. Uno de los campos son las emisoras comunitarias que se remiten estrictamente a una comunidad a un barrio grande o localidad. Muchas veces ubicadas en los mercados iglesias, asentamientos humanos, organizaciones populares.

La emisora comunitaria se propone defender los intereses populares y comunitarios partiendo de un diagnóstico propio de su realidad barrial y desde allí llegar a lo nacional.

Las emisoras comunitarias cumplen un papel significativo en los lugares donde ellas se instalan. Su función social es cumplir, aportar y hacer frente a las urgentes necesidades de las masas populares de nuestro país, puesto que es un instrumento de educación y cultura en el desarrollo popular; pero, como todo instrumento, exige conocerlo, saber manejarlo, adaptarlo a sus limitaciones y a sus posibilidades; usar bien la radio comunitaria es una técnica y un arte.

Realizar una radio comunitaria es un gran reto, porque no basta con conocer técnicas o ser parte de esa identidad, sino abrir espacios para los grandes desafíos que hoy se vislumbra a raíz de la globalización, por lo que las emisoras locales cumplen una tarea decisiva como alternativa de comunicación al servicio de la comunidad.

Cuando un grupo organizado como miembros de una comunidad, los vecinos del barrio, las madres cabeza de familia, organizaciones, representantes de la comunidad o los estudiantes de algún colegio tienen la necesidad de socializar cierta información, ya sea de sus actividades, necesidades o problemáticas o de temas de interés general, la radio comunitaria es el medio de comunicación más efectivo porque no requiere equipos sofisticados y, aunque muchas veces funciona en emisoras como las que todos conocemos, no depende de este factor para existir.

Las radios comunitarias son el espejo del contexto en el que se desarrollan, esto abarca aspectos culturales como el lenguaje, las tradiciones, la música popular y al mismo tiempo refleja la cultura hablada, escrita, artística tratando de encontrar soluciones a problemas sociales con el apoyo de la comunidad, por lo tanto el éxito y la clave de las radios comunitarias está en la comunicación participativa. El propósito de las radios comunitarias es servir a la comunidad para mejorar a través de las organizaciones ampliar los espacios de diálogo social, capacitar a

los miembros de la organización, difundir la problemática comunitaria, abrir espacios de discusión sobre esa problemática y sus posibles soluciones, movilizar a la población en torno a su realidad.

Según Jesús Martín Barbero...“La radio comunitaria es una forma de comunicación alternativa para el desarrollo de una comunidad; mientras los oyentes de la radio comercial participan en la programación de modo muy limitado por medio de espacios libres por línea telefónica o pidiendo su canción favorita, los oyentes de radios comunitarias son, al mismo tiempo, productores, gerentes, directores, evaluadores de su programación.

1.6.5.16. Qué es lo principal en la radio comunitaria

Debemos tener motivación, o sea una razón que nos impulse a comunicarnos. Hay que saber qué vamos a comunicar, es decir los temas o la información. Es importante ser muy recursivos y creativos; y, por último, tenemos que planificar muy bien, a qué público nos vamos a dirigir, qué tiempo vamos a utilizar, cómo y cuándo lo haremos, y cuál será nuestro trabajo.

Función principal es la participación de los grupos sociales en el desarrollo de la radio, es decir, que la gente de la comunidad en la que se encuentre ubicada la emisora se involucre en cada una de las áreas que la conforman como son la producción, la administración y la obtención de fondos.

1.6.5.17. Características de la radio comunitaria

- Transmisión: Principalmente transmiten su programación en amplitud modulada (AM). Su cobertura es local, provincial o regional, salvo casos excepcionales que son a nivel nacional e internacional.
- Audiencia: Los programas son receptados por las comunidades rurales, centros poblados del campo, sobre todo los sectores involucrados en la programación.

- Programación: Los contenidos de la programación estén encaminados a la educación, el entretenimiento, la orientación, movilización y concientización de los sectores populares.
- Personal: Generalmente son los llamados locutores profesionales, pero lo que se espera es que los mismos miembros de la comunidad o barrio sean quien produzcan todos los contenidos orientada a la participación dentro de la misma radio.

Según Dennis Mc Quail (profesor de Comunicación de Masas de la Universidad de Ámsterdam). Resume en siete las características de la radio y son las siguientes:

- a) Necesidad de una organización formal compleja.
- b) Dirigida a públicos amplios.
- c) Contenidos públicos, abiertos a todos.
- d) Públicos heterogéneos.
- e) Alcance simultáneo “a una gran cantidad de personas que están distantes de la fuente y que, a la vez, se hallan lejos una de otras”.
- f) La relación entre emisor y público es impersonal.
- g) El público es un conglomerado de individuos a los que une un foco común de interés, pero no se conocen entre sí. (Romo Gil, 1987)

1.6.5.18. Roles y funciones en la radio comunitaria

Para hacer programas de radio hay variadas funciones que se pueden desempeñar. En la radiodifusión popular se trata de trabajar sin competencias, como compañeros de equipo, por eso todos los roles de producción que vamos a hacer deben ir con el pensamiento de que nadie es mejor o peor que el otro, todos debemos colaborar y trabajar por parejo para levantarnos la información. Además de nuestro rol asignado, todos somos reporteros.

Director: Es el trabajo con más trabajos, debe estar pendiente de todo para que el programa salga bien, su mano derecha son el jefe de redacción y el coordinador del aire.

- Debe ser puntual y dar ejemplo de responsabilidad. Todos debemos entregarle nuestro material.
- Ordena, selecciona y marca el material grabado, nadie más debe hacer ese trabajo a menos que el director lo asigne. Así se evitan confusiones y pérdidas.
- Es quien selecciona las fuentes, indica por dónde se deben guiar los temas y dónde conseguir la información. Además de seleccionar la música adecuada, con ayuda del operador.
- Cuando el programa está al aire, coordina con el operador de audio lo que se debe hacer, según lo vea necesario puede hacer cambios de última hora.
- Todos deben respetar las decisiones del director, por algo tiene esa función, pues se supone que es quien más sabe del grupo.

Guionista y libretista: Es quien escribe nuestra guía de trabajo, es decir, el guion o libreto, donde aparece todo lo que se va a hacer durante el programa según el tiempo de duración.

- Debe ser elaborado en equipo, con aportes de todos.
- Se sacan la cantidad de copias de las personas que trabajan en el programa, incluyendo al operador de audio de la emisora.
- Se trabaja a dos columnas, en una está el guion literario o texto; aquí aparecen las bases para los comentarios de los presentadores, las preguntas que deben hacer, los cambios de sección, y todo lo que deben seguir.
- En el guión técnico están las instrucciones para el operador de audio, dónde van las cortinas, los efectos de sonido, cuánto duran, etc. Ambas columnas estarán en la misma página.
- Se guardan y se organizan por fechas de emisión.
- Debemos escribirlos en letra muy clara, grande, sin tachones ni errores, para que los conductores no se vayan a equivocar al leer al aire o el operador meta un efecto donde no debe ir.

- Reportero: Es el verdadero periodista, quien va en busca de la información. Aquí radica la emoción de la profesión.
- Debemos ser entradores, persuasivos, que no nos dé temor entrar a ninguna parte, con prudencia y cuidado, pero muy despiertos.
- Cuando el director define las fuentes, salimos a hacer las entrevistas; pero antes hay que leer e investigar para saber qué preguntas hacemos.
- Hay que ensayar las grabadoras, hasta a los más expertos les ha pasado que cuando van a escuchar el material no aparece nada.
- Debemos hacer un trabajo especial que se llama edición y consiste en escuchar las grabaciones o leer los apuntes y seleccionar lo que mejor quedó, las preguntas más adecuadas, las respuestas más buenas, sacar los errores, los problemas técnicos y dejar una grabación perfecta con el tiempo necesario.
- Cuando no haya tiempo, el director encargará a alguien para que sea el editor. Ser prudente con los comentarios que hace, pues es la voz del programa.
- Conductor: Es la labor del presentador o locutor, tiene la responsabilidad de salvar el programa cuando hay un problema.
- Debe tener buena improvisación, estar actualizado de noticias y conocer bien los temas que se van a manejar en la emisión y saber sobre los invitados.
- Ser prudente con los comentarios que hace, pues es la voz del programa.
- Su voz es la herramienta de trabajo, hay que cuidarla, no fumar nunca, no tomar cosas frías, abrigarse la garganta y el pecho, no serenarse; evitar las bebidas alcohólicas, hablar suavemente y jamás gritar.

Musicalizador: Es quien escoge la música adecuada para el programa, la que la caracteriza, que es la misma de la despedida, las de las secciones, etc. Requiere conocer los libretos y la audiencia; además, necesita mucha creatividad, sensibilidad y recursividad.

Operador: Es el que está al mando de los controles, maneja la consola de sonido, el tricaste, discos compactos y en algunos casos, la salida al aire digital, que es cuando se usa una computadora con programas especiales de audio.

Como medio de comunicación la radio juega un papel importante dentro de la sociedad. Es por ello que consideramos fundamental describir las funciones que lleva ésta dentro de nuestra vida social. Según Jorge Lozoya, en su artículo “El estatuto de la radio y la televisión” incluye un orden de prioridades con respecto a la función de los medios masivos de comunicación establecido por la UNESCO en 1970.

- Información: Siendo ésta la libertad de emitirla y recibirla
- Educación Y Cultura: Considerando que todo informe educa y cultiva.
- Desarrollo: Con la labor de los medios en las tareas de modernización.
- Movilización Política y Social: Labor de construcción nacional.
- Entretenimiento y Recreación
- Publicidad y Anuncios”

Cada una de estas funciones describe el contenido de la radio como uno de los principales y más antiguo medio de comunicación.

1.6.5.19. Importancia de la radio comunitaria

La importancia de la radio comunitaria como medio de difusión, se concentra; principalmente vinculada y asociada con la comunidad, en la naturaleza de lo que ésta representa como medio en sí, ya que posee, una calidad íntima de tú a tú, que la mayoría de los otros medios no tienen. Uno de los factores más importantes de la radio es que su costo de producción es menos elevado que el de los otros medios.

Como una necesidad propia del hombre para comunicarse, nace la radio tomando como antecedentes las aportaciones hechas por investigadores desde épocas pasadas. Este medio permite comunicarse a distancia, utilizando las ondas electromagnéticas. Nace como un medio de radiodifusión para comunicar a dos personas en circunstancias especiales, por lo que esta forma de comunicación se considera como un invento buscado no fortuito. (Ramos, 1997, pág. 512)

1.7. HIPÓTESIS

La adecuada programación radiofónica mejora la calidad informativa de la radio comunitaria “El Salinerito” de la parroquia Salinas, en el Año 2014

1.8. VARIABLES

Variable independiente

Programación radiofónica comunitaria

Variable dependiente

Calidad Informativa

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES: Variable independiente

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	PREGUNTAS	INSTRUMENTOS
Programación	Programación es la previsión de los espacios que van a ser emitidos durante un tiempo determinado, a través de una emisora. Cada programa requiere un tratamiento distinto, tanto en la forma como en el contenido. Según las franjas horarias, la radio suele presentar divisiones.	Tipos de Programas Producción Post Producción Talentos Humanos	Educativos Informativos Entretenimiento Culturales Estructura Escaleta Guión Ejecución Personal Profesional Y Voluntariado	<p>¿Con qué frecuencia escucha la radio comunitaria “El Salinerito”?</p> <p>¿De la programación que ofrece la radio “El Salinerito”, cual escucha con mayor agrado?</p> <p>¿Cree que deben existir programas que busquen el rescate de las costumbres ancestrales de la parroquia Salinas?</p> <p>¿Qué programas de los que aquí se presentan le gustaría escuchar con mayor prioridad?</p> <p>¿Le gustaría a usted participar en algún segmento dentro de la programación de la radio?</p> <p>¿Considera usted que es necesario tener en la radio una programación conducida por profesionales?</p> <p>¿Considera que la programación que ofrece la radio comunitaria “El Salinerito” satisface sus necesidades y es de calidad?</p>	Encuestas Cuestionarios Entrevistas

VARIABLE DEPENDIENTE: Calidad Informativa

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	PREGUNTAS	INSTRUMENTOS
Calidad Informativa	Es el adecuado uso, de los lenguajes comunicativos (radio, televisión y prensa). Los parámetros para lograr calidad, es la severidad periodística se menoscaban con el uso y abuso de barbarismos, sátiras e ironía que crean “ruidos” en la conducción informativa.	Código de Ética Corresponsabilidad Social Responsabilidad Social Recurso Económico y Tecnológico	Libertad De Expresión Derecho A la Comunicación Expresión Cultural Democracia Participación Ciudadana Identidad Social Frecuencia Periodicidad Alcance	<p>¿Se cuenta con personal que haga un seguimiento de las noticias, reportajes o programas para medir el nivel de aceptación de los usuarios de la radio?</p> <p>¿Se realiza seguimiento a las quejas o sugerencias que hacen a la programación radial los moradores de la parroquia Salinas?</p> <p>¿Cada cuánto tiempo se realiza reuniones para revisar la renovación de la programación radial?</p> <p>¿Se promueve la identificación de la radio en nuevos sectores con el fin de expandirla?</p> <p>¿Se implementa estrategias periódicas para conocer los hábitos de las audiencias y medir el número de oyentes?</p> <p>¿La emisora cuenta con programas que debaten temas de interés público y se refieren al contexto parroquial?</p> <p>¿La radio comunitaria el Salinerito es sustentable y eficiente en términos económicos, sociales y culturales?</p> <p>¿La programación que ofrece la radio comunitaria el Salinerito ha logrado una buena cobertura y ha sido ejemplo para otras emisoras?</p> <p>¿Existen programas radiales que promuevan la participación activa de la comunidad para formarlos culturalmente?</p>	Encuestas Cuestionarios Entrevistas

1.9. METODOLOGÍA

En el trabajo de investigación se aplicó métodos basados en la plataforma del proceso de indagación social, sustentado en “Programación en la calidad informativa de la radio Comunitaria “El Salinerito” de la Parroquia Salinas, en el Año 2014”. Utilizando métodos como:

La investigación se despliega intrínsecamente, dentro de un proceso que, recurriendo al método científico, permitió adquirir nuevas ilustraciones en el labrantío del entorno social; condicionalmente, estudiamos escenarios generales para determinar insuficiencias y complicaciones a los efectos de designar los conocimientos con finalidades prácticas.

1.9.1. MÉTODOS

1.9.1.1. Inductivo – Deductivo

En este método se utilizó la Observación para implantar la concordancia entre la Programación y la Calidad Informativa de la misma. Consecutivamente el razonamiento inductivo permitió formar miramientos de tipo general, que a la vez proporcionarían la enunciación de la hipótesis y la deducción de las consecuencias con respecto a las variables.

El método permitió efectuar investigaciones teóricas o experimentales para observar si las derivaciones de las hipótesis son comprobadas por los hechos, es decir se pudo evidenciar la hipótesis que definitivamente proveyó la demostración de las conclusiones y recomendaciones.

1.9.1.2. Histórico lógico

Este método es importante porque facilitó a través de la Heurística, conocer el cometido del fenómeno vadeando el tiempo, indagando los orígenes registrados para determinar la influencia de la programación en la calidad informativa de la

radio comunitaria “El Salinerito”, subsiguientemente se efectuó una crítica de esas fuentes para establecer su validez. Al finalizar la síntesis histórico lógico, accede valorar el impacto de las variables del estudio.

1.9.1.3. Método Dialectico: Nos aprueba la recolección de información por intermedio de entrevistas, diálogos, argumentos. Para replicar la teoría científica y contrastar la evolución científica que forja esta investigación.

1.9.1.4. Método estadístico: Se utilizó para obtener datos reales con la aplicación de las encuestas al radio oyente de la radio comunitaria el “Salinerito”

1.9.1.5. Método analítico – sintético: Se utilizó este método para realizar un análisis de la programación radial actual y su calidad informativa.

1.10.1.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

1.10.1.2. POR EL PROPÓSITO

Investigación aplicada.- El trabajo conllevó a una investigación aplicada porque recurrió a solucionar dificultades prácticas que se originaron en la radio “El Salinerito”, en este caso la falta de una programación con calidad informativa en la grilla de clasificación de los mismos, para lo que se trabajó con los directivos de la radio, el personal a cargo de la ejecución de la programación. Se aplicó una nueva grilla de programación para la cual fue necesaria la colaboración de todos los actores sociales y responsables de la radio.

1.10.1.3. POR EL NIVEL DE ESTUDIO

Investigación Descriptiva.- Este tipo de investigación nos admite prestar atención a las primordiales características de las variables, es decir se orientarán a la determinación de las causas y efectos de la programación en la calidad informativa en la radio Salinerito.

Investigación Explicativa.- la investigación explicativa nos permite establecer relaciones causales del problema de investigación, en donde se determinarán las causas que limitan la programación y su relación con la calidad informativa en la radio.

1.10.1.4. POR EL LUGAR

Investigación de Campo.- La Investigación se desarrolló en la radio Comunitaria “El Salinerito” de la parroquia Salinas, cantón Guaranda, por lo mismo la investigación es de campo, ya que el investigador trabaja en el ambiente natural en que conviven las personas y las fuentes consultadas.

1.10.1.5. POR EL NIVEL

Cuantitativo.- Este tipo de investigación proporcionó la concentración de herramientas para la recaudación de datos, por lo mismo en el análisis de resultados se recurrirá a métodos de carácter cuantitativo a fin de instaurar relaciones entre las variables.

1.10.1.6. POR EL ORÍGEN

Investigación Bibliográfica.- La investigación teórica se respaldó mediante una extensa recopilación bibliográfica de textos, libros y folletos, así también se discurrió en internet acerca del tema en cuestión.

1.10.1.7. POR LA DIMENSIÓN TEMPORAL

Transversal.- Porque ejecutar el estudio valorando la magnitud y distribución de un fenómeno o condición en un momento dado, en lo pertinente hemos tomado el año 2014.

1.10.1.8. POR LA FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN

Proyecto factible.- Debido a que se contó con recursos técnicos, humanos y económicos precisos para el reglamentario desarrollo del transcurso de la investigación.

1.10.1.9. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA OBTENCIÓN DE DATOS

Se utilizó las siguientes técnicas:

- a) **Encuesta:** Técnica Primaria de Investigación que, a través de un listado de preguntas escritas permitirá recoger información de la población de la parroquia salinas cantón Guaranda acerca de la calidad informativa de la radio comunitaria de la parroquia Salinas.
- b) **Entrevista:** La entrevista, es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el problema propuesto. Se considera que este método es más eficaz que el cuestionario, ya que permite obtener información más completa.

UNIVERSO Y MUESTRA

Universo El universo a investigar es de 3500 habitantes rurales que frecuentemente escuchan la radio comunitaria.

Censo 2010

Muestra

Una vez aplicada la fórmula del muestreo se procedió a la aplicación de encuestas y la guía de entrevista.

Se calcula la muestra para la población de habitantes de la parroquia Salinas

Fórmula:

$$n = \frac{N}{(e)^2(N - 1) + 1}$$

Simbología:

n= Tamaño de la muestra.

He= error admisible.

N= tamaño de la población.

$$n = \frac{N}{(e)^2(N - 1) + 1}$$

Se calcula la muestra estratificada

$$n = \frac{N}{(e)^2(N - 1) + 1}$$

$$n = \frac{3000}{(0,05)^2(2999 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{3000}{0,0025 (2999) + 1}$$

$$n = 353$$

Por lo tanto se trabajará con una muestra de 353

1.10.1.10. PROCESAMIENTO DE DATOS

Para el procesamiento de datos nos apoyamos en el programa informático EXCEL, el mismo que nos permitió llevar la investigación de forma clara, precisa y sistemática logrando una abstracción de la realidad evidenciada en el objeto de estudio, con esto demostramos los resultados obtenidos en tablas y gráficos estadísticos para el análisis cualitativo de la información.

CAPÍTULO

II

2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

2.1 ENCUESTA APLICADA A LOS POBLADORES DE LA PARROQUIA SALINAS.

1. ¿Con qué frecuencia escucha la radio?

Cuadro N° 1

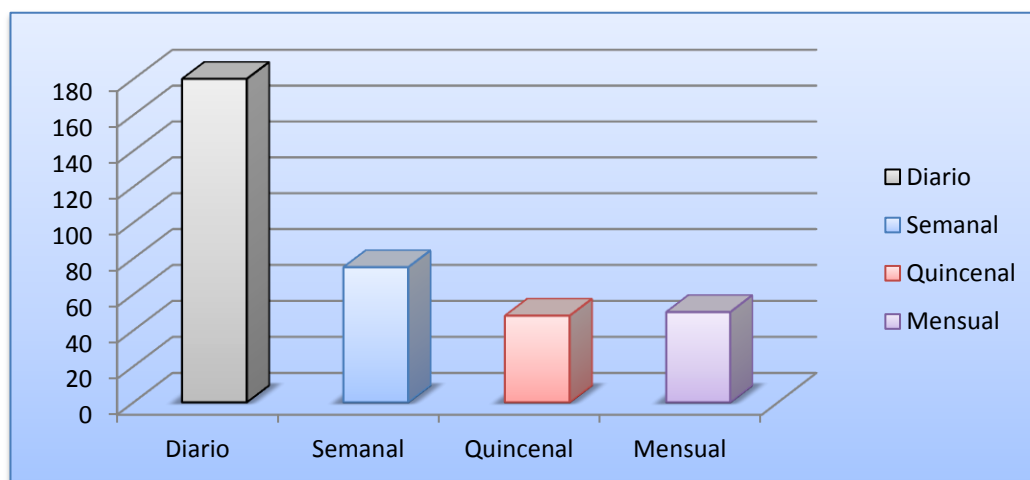
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	180	50
Semanal	75	20
Quincenal	48	10
Mensual	50	10
Total	353	100%

Fuente: Radioescuchas Del La Radio Comunitaria El “Salinerito”

Realizado por: Coloma Patricia y Paredes Galo Fernando.

Fecha: 04/11/14

Gráfico N° 1



Interpretación

Una vez aplicada la encuesta, se determina que un gran porcentaje de la población de Salinas del sector periférico la escucha diariamente la radio el Salinerito por lo que se debe aprovechar, su alto nivel de audiencia, ofertando programas que se ajusten a las necesidades informativas del colectivo, cabe indicar que y existe porcentajes menores en la cabecera parroquial que la escuchan semanal, quincenal y mensual, debido al tipo de programación que ofrecen.

2. ¿De la programación que ofrece la radio “El Salinerito” cuál programa escucha con mayor agrado?

Cuadro N° 2

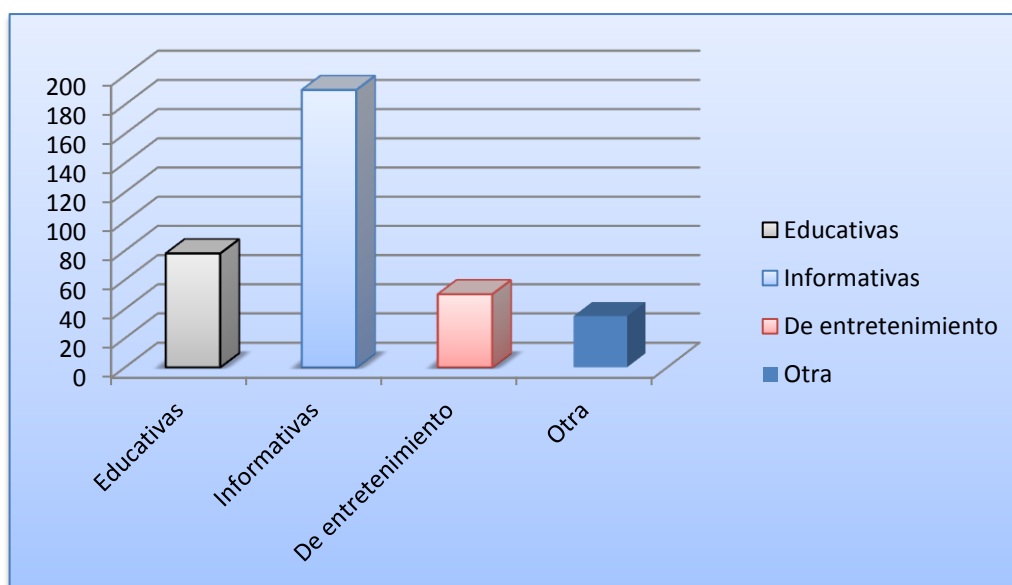
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Educativas	78	0,22
Informativas	190	0,54
De entretenimiento	50	0,14
Otra	35	0,10
Total	353	100%

Fuente: Radioescuchas Del La Radio Comunitaria “El Salinerito”

Realizado por: Coloma Patricia y Paredes Galo Fernando.

Fecha: 04/11/14

Gráfico N° 2



Interpretación

Los datos obtenidos revelan que el mayor porcentaje de encuestados manifiestan que la programación que despierta el interés es la informativa, seguida por educativa, y a un menor porcentaje les agrada los programas de entretenimiento, es evidente que la programación que actualmente ofrece la emisora debe reformar para orientar la vida cotidiana de los radioyentes y comunidad.

3. ¿Cree que deben existir programas que busquen el rescate de las costumbres ancestrales de la parroquia Salinas?

Cuadro N° 3

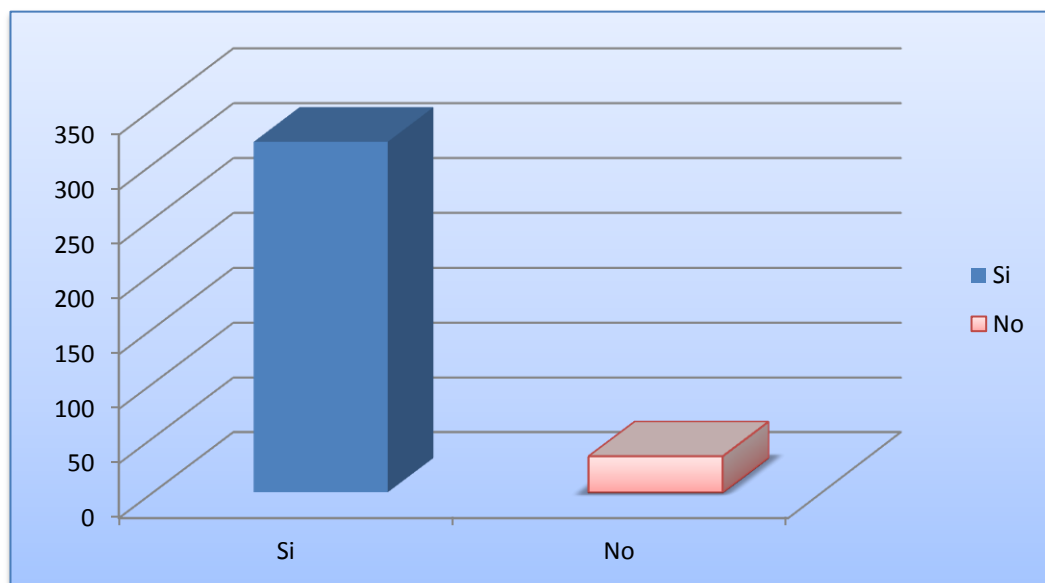
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	320	90%
No	33	10%
Total	353	100%

Fuente: Radioescuchas Del La Radio Comunitaria “ El Salinerito”

Realizado por: Coloma Patricia y Paredes Galo Fernando.

Fecha: 04/11/14

Gráfico N° 3



Interpretación

Un gran porcentaje de encuestados, ven la necesidad en la radio “El Salinerito”, exista programas que busquen el rescate de las costumbres ancestrales, ya que permitirá redimir las raíces culturales propias del lugar y evitar la culturización evidenciada por la presencia de turistas y extranjeros voluntarios del grupo Salinas.

4. Qué programas de los que aquí se presentan le gustaría escuchar con mayor prioridad.

Cuadro N° 4

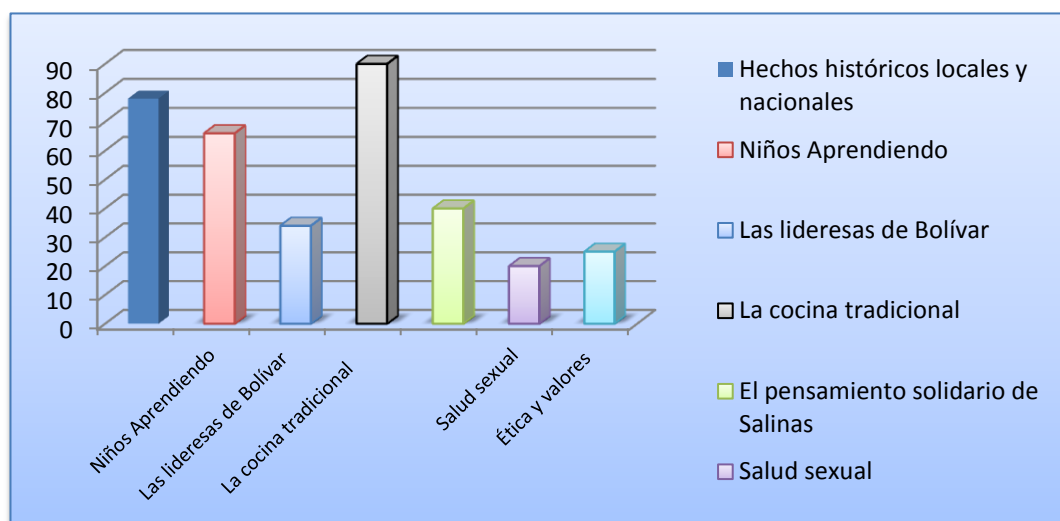
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hechos históricos locales y nacionales	78	22
Niños Aprendiendo	66	19
Las lideresas de Bolívar	34	10
La cocina tradicional	90	25
El pensamiento solidario de Salinas	40	11
Salud sexual	20	6
Ética y valores	25	7
Total	353	100%

Fuente: Radioescuchas Del La Radio Comunitaria “El Salinerito”

Realizado por: Coloma Patricia y Paredes Galo Fernando.

Fecha: 04/11/14

Gráfico N° 4



Interpretación

Según los datos obtenidos en la encuesta se puede determinar que el radio oyente tiene mayor preferencia por programas radiales tales como la cocina tradicional, seguida por hechos históricos locales y nacionales y las demás opciones tienen una tendencia equitativa de preferencias porque la mayor parte de radio oyentes son gente campesina que enciende la radio durante su periodo de trabajo y les interesa conocer otras alternativas de programación y sobre todo que esta sea de calidad.

5. ¿Le gustaría a usted participar en algún segmento dentro de la programación de la radio?

Cuadro N° 5

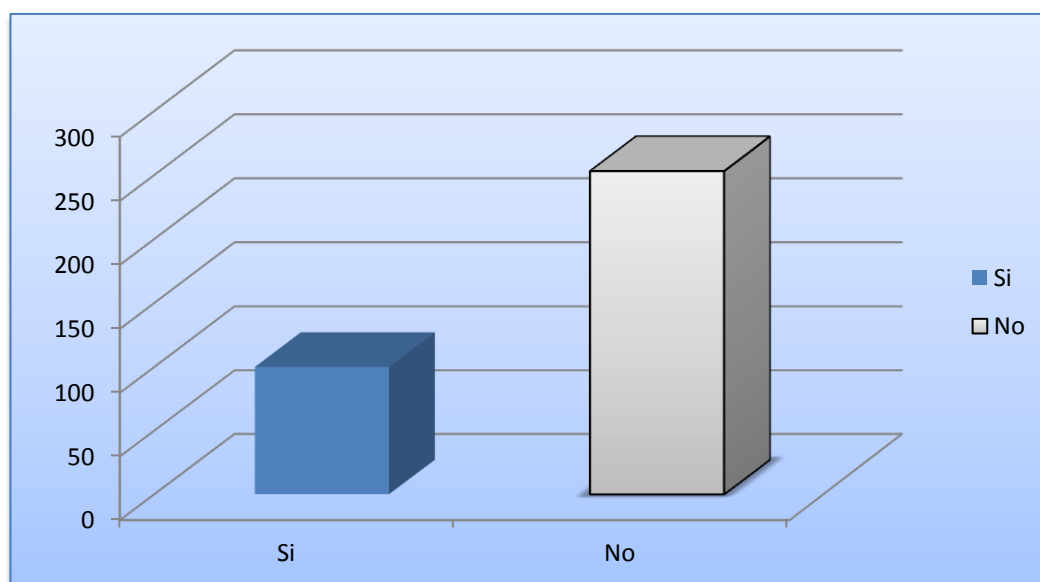
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	100	28
No	253	72
Total	353	100%

Fuente: Radioescuchas Del La Radio Comunitaria “El Salinerito”

Realizado por: Coloma Patricia y Paredes Galo Fernando.

Fecha: 04/11/14

Gráfico N° 5



Interpretación

La mayoría de encuestados manifiesta que no le gustaría participar dentro de la programación de la radio. Nuestra investigación busca que la comunidad se integre, para generar debate (opinión pública) y despertar el interés de los que sintonizan diariamente la radio Comunitaria “El Salinerito” este espacio servirá para organizar, ayudar, para forjar su identidad un punto de encuentro para socializar los hechos culturales y ancestrales que forma parte de las vivencias de este pueblo

6. ¿Considera usted que es necesario tener en la radio una programación conducida con profesionales?

Cuadro N° 6

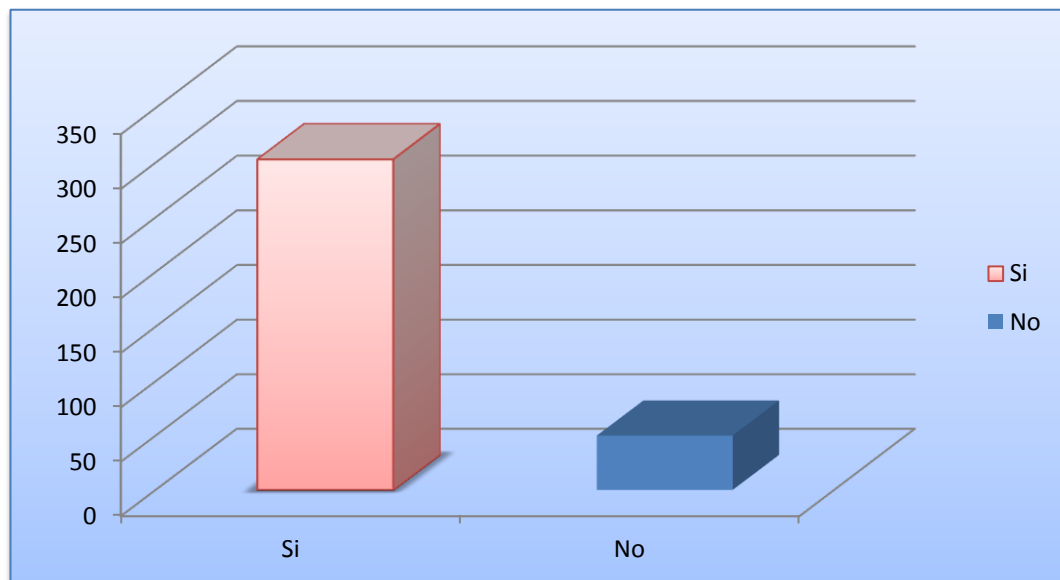
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	303	86
No	50	14
Total	353	100%

Fuente: Radioescuchas Del La Radio Comunitaria “El Salinerito”

Realizado por: Coloma Patricia y Paredes Galo Fernando.

Fecha: 04/11/14

Gráfico N° 6



Interpretación

La encuesta aplicada a los radio oyentes determina que los programas deben ser conducidos por profesionales de la comunicación para que exista calidad en la programación radial ya que los comunicadores estructuran la información con criterio profesional, analizando los contenidos destacando los hechos que enmarcan la historia de la comunidad, promoviendo valores culturales, artísticos, proporcionando elementos educativos que ayuden a mejorar su desarrollo local.

7. ¿Considera que la programación que ofrece la radio comunitaria “El Salinerito” satisface sus necesidades y es de calidad?

Cuadro N° 7

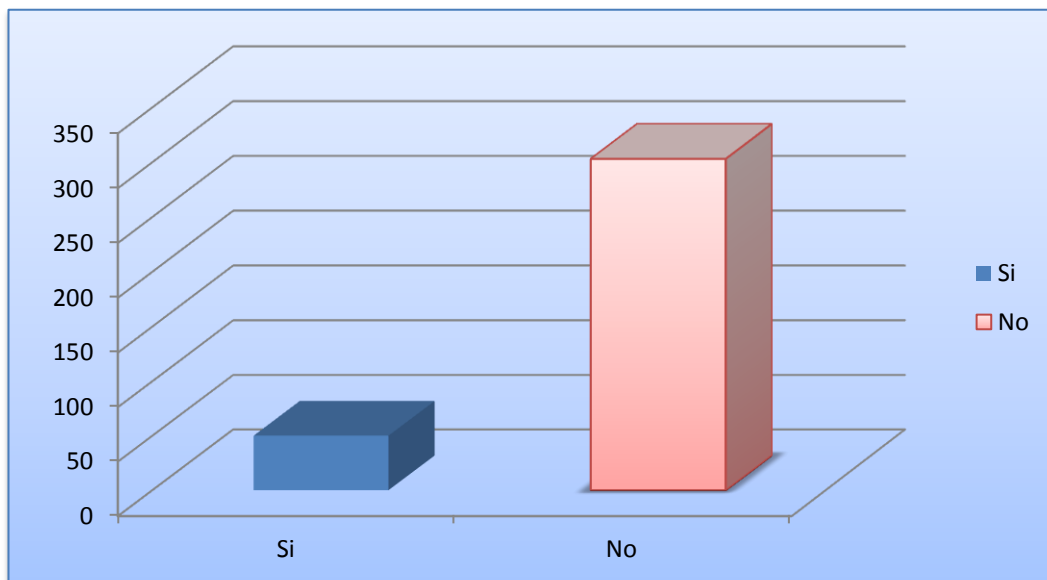
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	50	14
No	303	86
Total	353	100%

Fuente: Radioescuchas Del La Radio Comunitaria” El Salinerito”

Realizado por: Coloma Patricia y Paredes Galo Fernando.

Fecha: 04/11/14

Grafico N° 7



Interpretación

La encuesta aplicada permitió conocer que la mayoría de oyentes de la radio califica la programación radial que ofrece “El Salinerito” como no satisfactoria ya que evalúa la calidad en la programación, y lo primero que revelaron los datos obtenidos es que actualmente la programación no es conducida por profesionales y que carece de gestión, producción, articulación y tecnología.

8. ¿Considera que la Radio “El Salinerito” debe tener programas radiales educativos en áreas como:

Cuadro N° 8

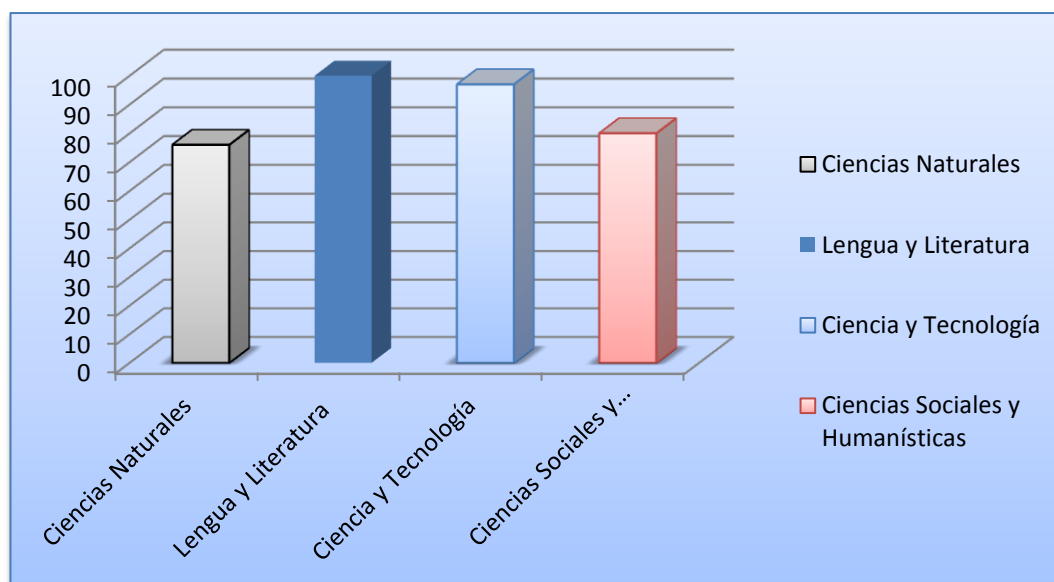
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ciencias Naturales	76	0,22
Lengua y Literatura	100	0,28
Ciencia y Tecnología	97	0,27
Ciencias Sociales y Humanísticas	80	0,23
Total	353	100%

Fuente: Radioescuchas Del La Radio Comunitaria “El Salinerito”

Realizado por: Coloma Patricia y Paredes Galo Fernando.

Fecha: 04/11/14

Gráfico N° 8



Interpretación

Los encuestados tienen diversas preferencias entre las que se destacan programas de Lengua y Literatura, Ciencia y Tecnología, de esta manera actualizarán y ampliarán sus conocimientos posibilitando ayudar a sus hijos en la realización de las tareas por lo tanto es necesario reestructurar la actual programación de la radio “El Salinerito”.

9. De acuerdo al siguiente listado enumere en orden de prioridad la programación que a usted le gustaría escuchar en su radio comunitaria

Cuadro N° 9

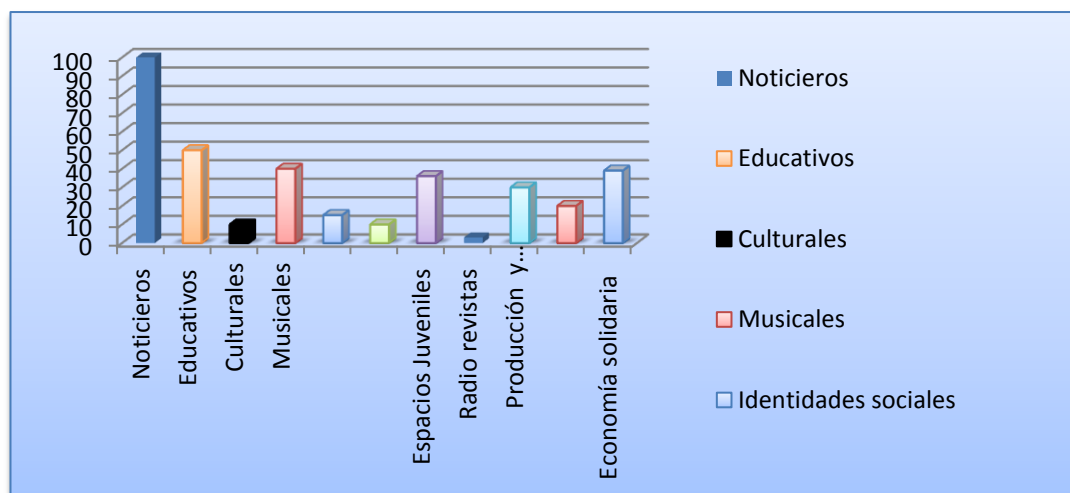
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Noticieros	100	28
Educativos	50	14
Culturales	10	3
Musicales	40	11
Identidades sociales	15	4
Expresiones culturales de las comunidades	10	3
Espacios Juveniles	36	10
Radio revistas	3	1
Producción y desarrollo local	30	8
Turismo comunitario	20	6
Economía solidaria	39	11
Total	353	100%

Fuente: Radioescuchas Del La Radio Comunitaria “El Salinerito”

Realizado por: Coloma Patricia y Paredes Galo Fernando.

Fecha: 04/11/14

Gráfico N° 9



Interpretación

Los encuestados indican que sintonizan la radio para informarse, por tanto, el mayor porcentaje manifiesta su preferencia por los noticieros. Este resultado indica que aunque muestran un cierto grado de selección de programas, es evidente que no cuentan con una cultura de participación.

10. ¿Considera usted que es importante que la radio cuente con una buena programación, calidad de sonido y que llegue a toda la provincia?

Cuadro N° 10

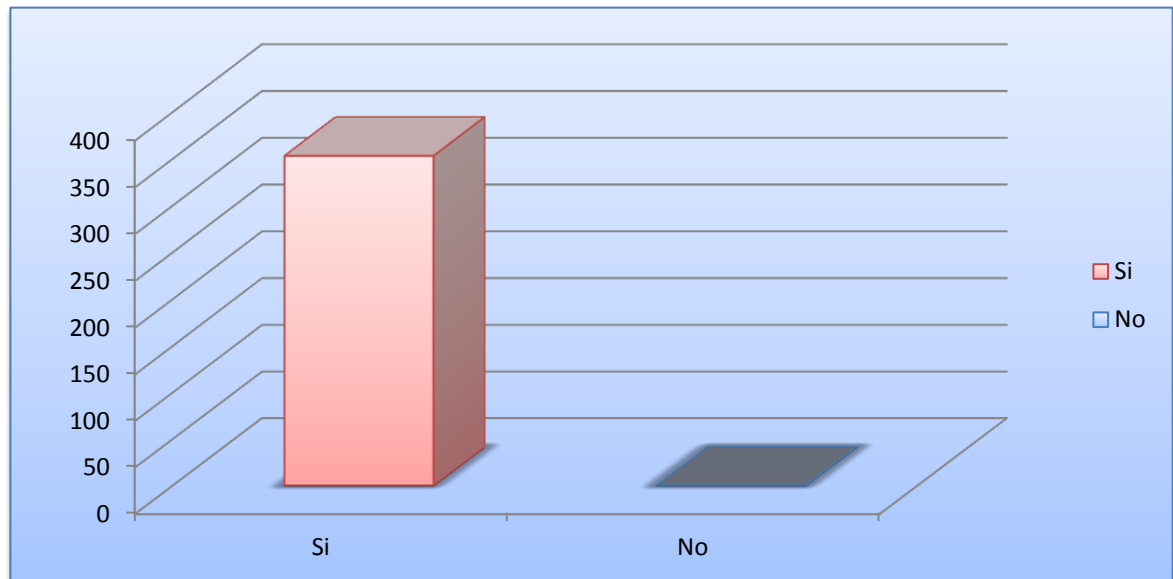
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	353	100
No	0	0
Total	353	100%

Fuente: Radioescuchas Del La Radio Comunitaria “El Salinerito”

Realizado por: Coloma Patricia y Paredes Galo Fernando.

Fecha: 04/11/14

Gráfico N° 10



Interpretación

Los datos obtenidos de la encuesta revelan que la mayoría de encuestados, si consideran que es importante que la radio cuente con una buena programación, con calidad de sonido y que llegue a toda la provincia, de esa manera se dará a conocer los avances en el desarrollo de la comunidad.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
ENTREVISTA APLICADA A LAS AUTORIDADES DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ENTREVISTA APLICADA AL SR. MARCELO ALLAUCA DIRECTOR DE LA
RADIO COMUNITARIA EL SALINERITO

El Sr. Marcelo Allauca, egresado de la carrera de Sociología de la Universidad Politécnica Salesiana, ha ejercido las funciones de director de radio “El Salinerito” hace cuatro años, logrando vincular a la radio con la CORAPE, “Radio Latacunga” resultado de ello se han dado capacitaciones para el personal voluntario que labora en la estación, y, como salesiano su misión es velar por el bienestar de la comunidad más vulnerable.

1. ¿Se cuenta con personal que haga un seguimiento de las noticias, reportajes o programas para medir el nivel de aceptación de los usuarios de la radio?

No, debido a la carencia de recursos económicos que imposibilita la contratación de personal para que realice esta función.

2. ¿Se realiza seguimiento a las quejas o sugerencias que hacen a la programación radial los moradores de la parroquia Salinas?

Si, pues permite mejorar la programación, gracias al contacto directo que existe con la audiencia el seguimiento y las sugerencias se toman en cuenta.

- 3. ¿Durante la ejecución de los diferentes programas radiales existe espacios para interactuar con la comunidad?**

Si las redes sociales y la línea telefónica son el canal que posibilita la interacción de la población, en los espacios de opinión y de entretenimiento.

- 4. ¿Cada cuánto tiempo se realiza reuniones para revisar la renovación de la programación radial?**

El consejo editorial se reúne mensualmente para revisar la estructura de la programación y una vez por semana para revisar los guiones y aprobar temas.

- 5. ¿Se promueve la identificación de la radio en nuevos sectores con el fin de expandirla?**

Se trabaja al momento, en campañas de posicionamiento a través de la misma emisora y las redes sociales como apoyo fundamental.

- 6. ¿Se implementa estrategias periódicas para conocer los hábitos de las audiencias y medir el número de oyentes?**

No, la razón es el escaso personal para realiza esta tarea.

- 7. ¿La emisora cuenta con programas que debaten temas de interés público y se refieren al contexto parroquial?**

Si, mediante los espacios de opinión así como los informativos.

- 8. ¿La radio comunitaria “El Salinerito” es sustentable y eficiente en términos económicos, sociales y culturales?**

No, al ser comunitaria no podía generar recursos económicos, pero con la nueva ley es posible pautar publicidad, captando recursos que aportarán a ser sustentables y eficientes a la emisora.

9. ¿La programación que ofrece la radio comunitaria “El Salinerito” ha logrado una buena cobertura y ha sido ejemplo para otras emisoras?

La cobertura está mejorando, con el objetivo de expandirse. Por ser la única radio comunitaria no podría ser ejemplo.

10. ¿Existen programas radiales que promuevan la participación activa de la comunidad para formarlos culturalmente?

Si, por iniciativa propia gracias a las alianzas con radios de otras provincias.

ANÁLISIS CRÍTICO DE LA ENTREVISTA.

Se puede evidenciar que el señor director trata de contestar positivamente todos los ítems, pero al contrastar la información con la encuesta aplicada a la comunidad esta se distorsiona totalmente, los usuarios ven la necesidad urgente de una reestructuración de la programación radial la misma que debe cumplir con las expectativas de la población y que sean profesionales de la comunicación quienes guíen la conducción de los programas y que no haya tantas improvisaciones, que se tome en cuenta que los oyentes de la radio el Salinerito son padres de familia que necesitan conocer aspectos educativos para que puedan ayudar en la formación de sus hijos. También se debe promover la interacción directamente con la comunidad.

CONCLUSIONES

- “El Salinerito” es una Radio Comunitaria que se ha distinguido por su significativo aporte en el desarrollo de iniciativas sociales orientadas al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de los sectores marginales de la provincia Bolívar, la emisora reconoce la problemática que posee al no contar con una programación adecuada y requiere ser conducida por profesionales en la comunicación.
- La radio “El Salinerito” cuenta con un espacio noticiero con dos emisiones diarias de una hora respectivamente, en la que no se permite a la comunidad utilizar su participación como una herramienta para denunciar, proponer y construir comunidad.
- La programación que ofrece la radio comunitaria “El Salinerito”, ha logrado una buena cobertura pero no es ejemplo para otras emisoras ya que no se ha impulsado dinámicas importantes a nivel de lo social, resaltando la iniciativa de la comunidad en la resolución de problemáticas comunitarias
- En la ejecución de los diferentes programas radiales no existe espacios para interactuar, y participar motivando al desarrollo comunitario.
- El Director de la Radio, desconoce el manejo de la comunicación social en medios comunitarios, por ende no realiza una programación acorde a las necesidades de la comunidad.

RECOMENDACIONES

- Radio “El Salinerito”, como emisora comunitaria necesita hacer una revisión de su parrilla de programación, con actores representativos de la comunidad para construir una propuesta de contenidos que responda de manera integral a su función social como promotora de una autogestión comunitaria orientada hacia el desarrollo de la parroquia Salinas.
- Promover una campaña para que la comunidad conozca de qué manera puede participar en la emisora y cuál es la importancia de su aporte individual y comunitario para el desarrollo de la parroquia.
- Esta emisora debe realizar un plan de acción que incluya la socialización permanente de las decisiones y propuestas para poder expandirse a otras comunidades.
- Abrir un espacio formal en el que la comunidad en general pueda evaluar la programación y proponer temas, formatos y enfoques de contenidos que permita retroalimentar de manera permanente el quehacer comunicativo de la emisora.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3.1. Tema: “Programación Radiofónica El Salinerito 2015”

3.2. Introducción

“La radio podría ser el sistema de comunicación pública más maravilloso que se puede imaginar...si fuera capaz, de transmitir, permitiendo que el oyente, además de escuchar, hable” (Brecht, 1930).

En la presente programación se busca promover la participación de los ciudadanos y defender sus intereses; con la finalidad de responder a los gustos de la mayoría y hacer del buen humor y la esperanza su primera propuesta; informando verazmente, ayudando a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; buscando debatir en los programas todas las ideas se respeta todas las opiniones; tratando de estimular la diversidad cultural y no la homogeneización mercantil; donde la mujer resuelva sus necesidades de información para ayudar a sus hijos en la formación escolar; que la música no sea impuesta por las disqueras; en la que la palabra de todos sea escuchada sin discriminaciones ni censuras, ésta es una radio comunitaria.

La radio “El Salinerito” debe mantener una programación que no se someta a la lógica del dinero ni de la propaganda de las emisoras que así se denominan, su finalidad es distinta, sus mejores energías están puestas al servicio de la sociedad civil. Un servicio, por supuesto, altamente político: se trata de influir en la opinión pública, de informar, de crear consensos, de ampliar la democracia; en definitiva construir comunidad." (Vigil, 1997)

3.3. Objetivos

3.3.1 General

- Reestructurar la programación radial con enfoque comunitario para satisfacer las necesidades y gustos de los habitantes de la parroquia Salinas y sus comunidades.

3.3.2. Específicos

- Fomentar información comunitaria y local con intervención de los colectivos de la parroquia Salinas.
- Analizar la calidad de la programación existente para potenciar su contenido.
- Sustentar legalmente la programación radial de acuerdo a las franjas horarias.
- Aplicar la programación “El Salinerito 2015”.

3.4. ESTRUCTURA DE PROGRAMACIÓN DE RADIO “EL SALINERITO”

La radio se convirtió en el medio de masas más importante e influyente desde sus orígenes ya que se encargó de satisfacer necesidades de información y entretenimiento.

3.4.1. AMANECER CAMPESINO

Punto de encuentro de la música nacional. Ecuador posee una diversidad de estilos musicales tanto autóctonos, académicos, populares, versiones de ritmos extranjeros, etc. Todo esto fruto de una diversidad étnica, lingüística, regional y de clase.

La música nacional (Yaravíes, Pasillos, San Juanitos, Cachullapis, Saltashpas, Pasacalles), entre otros; refieren a todos los procesos históricos de nuestro país, como la colonia e independencia, la influencia de nuestras culturas indígenas ancestrales y al fenómeno migratorio, que de una u otra forma da a notar las temáticas y tendencias hacia la música como una forma de expresión

OBJETIVO:

Deleitar, educar y acompañar a los oyentes, cuya jornada empieza a muy tempranas horas de mañana. Entreteniendo y a la vez educando al oyente con temas de su interés. Mantener la lengua ancestral Kichwa.

DESARROLLO:

Recorrido musical por los géneros del pentagrama nacional, con “pastillas” relacionadas a la agricultura y ganadería en dos idiomas.

Horario de transmisión: lunes a viernes 5h00 a 7h00

Requerimientos: Un presentador bilingüe

ID del Programa.

Productor/a

3.4.2. LA BOCINA MÚSICA ANDINA

La música latinoamericana es un aspecto muy importante de la cultura hispana, principalmente en las comunidades andinas.

OBJETIVO: Fomentar y rescatar este género musical que con el tiempo y la aparición de nuevos ritmos han sido relegados. Además de acompañar a la audiencia que se desempeña en las instituciones y sus negocios.

DESARROLLO:

Recorrido musical por el género andino y sus exponentes, durante el programa se intercalará la música con semblanza de los grupos musicales y las canciones, lo que representa un significativo aporte al acervo cultural de los oyentes.

Horario de transmisión: lunes a domingo 7h00 a 8h30

Requerimientos: Un presentador

ID del Programa

Productor/a

3.4.3. CORAPE NOTICIERO ECUADOR EN CONTACTO, PRIMERA EDICIÓN

Noticias nacionales e internacionales de la cadena Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador (CORAPE).

OBJETIVO:

Con esto busca conseguir la participación ciudadana en el proceso de reconocimiento, validación, identificación con la cultura de sus pueblos, dar espacios a los que antes no lo tenían, para que de esta forma se escuche la voz de todos y todas. Así conseguir la democratización de la comunicación como eje central de sus actividades, manteniendo informada a la comunidad sobre el acontecer nacional e internacional.
Enlace con CORAPE

DESARROLLO:

Espacio informativo donde se dará a conocer noticias relevantes a nivel nacional e internacional, con segmentos elaborados para el ciudadano común, actores políticos y de la sociedad civil generando conocimiento en base de énfasis en los contenidos.

Horario de transmisión: Lunes a Sábado 8H30 a 9H00
12H00 a 13H00

Requerimientos: 1 Controlador

ID del Programa

Productor/a

3.4.4. ALTA VOZ (RADIO REVISTA)

REVISTA DE VARIEDADES espacios caracterizados por presentar diversos temas sin tener necesariamente conexión entre sí, con contenidos de salud, nutrición, turismo, y actualidad sin llegar a ser un espacio periodístico, sino más bien de entretenimiento, condensados educativos dirigidos a amas de casa y estudiantes.

OBJETIVO:

Entretener, informar y acompañar a las mujeres cuya actividad se desarrolla en los quehaceres domésticos, también a quienes laboran de establecimientos comerciales,

además de estudiantes. Este formato de programa de entretenimiento, al igual que todos los programas de radio, requiere de un extenso trabajo de producción.

DESARROLLO:

En base a las reuniones del Consejo Editorial, para elegir la temática a tratar en cada programa, se iniciará con temas de actualidad que sean de interés para la audiencia, de la misma forma se procederá con los segmentos que contiene el programa. Para el segmento de Salud los vínculos con profesionales de la medicina son importantes, pues serán ellos quienes guíen y aclaren las dudas de los oyentes, tendremos la presencia de los especialistas durante el programa.

VIALIDAD: Proponer canjes con las entidades financieras, casas comerciales, cooperativas de transporte, etc., estas alianzas permiten costear algunos gastos además a través de los auspiciantes con el fin de promocionar los productos propios de la parroquia.

Horario de transmisión: 9H00 a 12H00 de lunes a viernes

Requerimientos: 2 presentadores (en lo posible 1 mujeres 1 hombre)

ID del Programa

Sonido

Equipo periodistas productor/a

Investigadores

3.4.5. EL ALETEO DEL COLIBRÍ

Programa radial dedicado a contar las experiencias que cambiaron, que cambian y que cambiarán el mundo. Los principales actores son personas comunes que comparten su día a día, a partir de ese intercambio las sociedades se enriquecen y valoran su accionar.

OBJETIVO:

Espacio abierto a las personas que cuentan sus historias de participación con la parroquia y la colectividad y a partir de ellas buscar la transformación de cada persona y luego de la comunidad.

DESARROLLO:

Un programa dedicado a las experiencias que cambiaron y cambiarán el mundo. Siendo un espejo para la sociedad actual.

Horario de transmisión: lunes a viernes 13:00 a 13h30

Requerimientos: Un presentador

ID del Programa

Productor/a

3.4.6. KUSHI GUAGUA

Formato radial que promueve la participación infantil en diferentes contextos donde los niños y las niñas, a través de la interacción realizan su proceso de aprendizaje grupal, permitiendo además su desarrollo integral a partir de su realidad formando la personalidad que le darán seguridad y apego por su entorno .

OBJETIVO:

Espacio dedicado para permitir la expresión de los niños de la comunidad, que ellos en su lenguaje cuentan sus vivencias diarias y realidades, ya que a partir de ellas buscaremos la comunicación familiar cimentando las bases formativas en valores para beneficio de la comunidad.

DESARROLLO:

Un programa dedicado a contar las experiencias de los niños, sus sueños y anhelos en un lenguaje sencillo ante la sociedad, manteniendo el dialogo con sus padres en el

hogar, generando esa doble vía, y que sea un aporte a los demás rescatando siempre los valores familiares.

Horario de transmisión: Lunes a viernes 13:30 a 14h00

Requerimientos: Un conductor junto a los niños

ID del Programa

Productor/a

3.4.7. TODOS A BORDO

Programa donde se abordan capsulas con temas de interés para la audiencia, la misma que puede expresarse libremente mediante la comunicación telefónica, constituyéndose en una forma de participación, la cual se vuelve entretenida debido a la alternancia musical.

OBJETIVO:

Entretener, educar y acompañar a los jóvenes que realizan actividades educativas en su hogar, también a las personas de establecimientos comerciales y oficinas. Este formato de programa de entretenimiento, al igual que todos los programas de radio, requiere de un extenso trabajo de producción.

DESARROLLO:

Un viaje por la música en el género pop y romántico en el que se intercalará “pastillas” breves de Ciencia y Tecnología.

Horario de transmisión: Lunes a viernes 14:00- 17:00

requerimientos: Locutor

ID del Programa

Productor/a

3.4.8. CONSTRUYENDO CIUDADANÍA

Informativo formativo para la ciudadanía con búsqueda actual de noticias frescas, entrevistas con ampliación de temas relevantes. Noticias urgentes con reporteros y corresponsales comunitarios desde las diferentes comunidades de la parroquia y cantones de la provincia.

OBJETIVO:

Construir una nueva ciudadanía con capacidad de opinión y proposición, valorando su punto de vista y despertando el interés en el rol de ciudadano, que pueda expresar sus necesidades desde su lugar habitual de vivencia y convivencia con la Pacha Mama.

Informar, formar y transformar al oyente, orientando a tener una conciencia crítica a la ciudadanía.

DESARROLLO:

Espacio donde se dará a conocer noticias relevantes de la comunidad, parroquia, cantón, provincia, nacional e internacional, con segmentos de entrevista para el ciudadano común, actores políticos y de la sociedad civil generando conocimiento en base de énfasis en los contenidos.

Horario de transmisión: 17H00 - 18H 00 de Lunes a viernes

Requerimientos: Un presentador, reporteros, corresponsales comunitarios.

ID del programa

Equipo de trabajo, equipo de tecnología.

Mobilización

3.4.9. MICRÓFONO ABIERTO

Programa musical intercultural, informativo, formativo y de entretenimiento con música y temas agropecuarios, salud, cultura... Con la participación de actores sociales, políticos, y comunitarios, permitiendo dar una voz a los que no la tienen, a través de un espacio abierto en temas actuales.

OBJETIVO:

Generar una ciudadanía con capacidad de proponer cambios, valorándose como seres productivo, y transformadores de su entorno a través de su punto de vista, potenciando los cambios al poder expresar sus carencias en el lugar habitual de convivencia.

DESARROLLO:

Musical con diferentes segmentos de formación y tips de información en Kichwa y Español en varios temas, con un segmento en el cual el ciudadano común puede expresar por unos minutos a través de comunicados, entrevistas grabadas o en vivo la necesidad de su comunidad. Pauta armoniosa con artistas ecuatorianos y compases populares.

Horario de transmisión: 18h00 - 19h 00 de lunes a viernes

Requerimientos: Un presentador, reporteros comunitarios.

ID del programa

Equipo de trabajo, equipo de tecnología.

Movilización

3.4.10. EL CUENTA CUENTOS

Programa de entretenimiento familiar, con el relato de cuentos populares reales o ficticios, tratando temas nacionales propios del folclore y de la tradición de los

cuentos o leyendas urbanas. Con producción radiofónica previa autorización de Radialistas Apasionados como productores.

OBJETIVO:

Generar un espacio de unión familiar en un horario de descanso y ser un aporte de conocimiento a través de narraciones de leyendas urbanas y rurales dejando volar la imaginación gracias a una producción radiofónica.

DESARROLLO:

Los episodios son contados por un narrador adulto con música ambiental o de ficción creando el ambiente perfecto.

Horario de transmisión: 19h00 - 20h 00 de lunes a domingo

Requerimientos: Un presentador,

ID del programa

Equipo de trabajo, equipo de tecnología.

3.4.10. SAMARIPAY

Programa musical de entretenimiento, con el aporte de tips educativos, Ciencia y Tecnología, así como de valores con el propósito de acompañar a los y las jóvenes, así como adultos que realizan actividades educativas en su hogar.

OBJETIVO:

Entretener, educar y acompañar a los jóvenes y jóvenes adultos que realizan actividades educativas en su hogar, con el propósito de concientizar en temas que les interese, mientras se siente relajado. Este formato de programa de entretenimiento, al igual que todos los programas de radio, requiere de un extenso trabajo de producción.

DESARROLLO:

Música en el género romántico, pop nacional en el que se intercalará pastillas breves de ciencia, tecnología y de valores. Creando un ambiente relajado para el radio escucha.

Horario de transmisión: 20h00 - 22h 00 de lunes a domingo

Requerimientos: Un presentador,

ID del programa

Equipo de trabajo, equipo de tecnología.

3.4.11. FIN DE SEMANA

Los programas del fin de semana son de contenidos y temas de formación familiar con segmentos: Revistas musicales, eclesiásticas, Santa Misa, ecológicos, gastronomía y otros de interés comunitario, animados siempre con música nacional ecuatoriana.

3.4.12. MATRIZ PROPUESTA PARA LA NUEVA PROGRAMACIÓN “EL SALINERITO 2015”

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO	
05:00-07:00	Amanecer Campesino	Amanecer Campesino	Amanecer Campesino	Amanecer Campesino	Amanecer Campesino	Amanecer Campesino	Amanecer Campesino	
07:00-08:30	Bolívar Habla	La Bocina (Música Andina)	La Bocina (Música Andina)	La Bocina (Música Andina)	La Bocina (Música Andina)	La Bocina (Música Andina)	La Bocina (Música Andina)	
08:30-09:00	Corape Noticiero Ecuador En Contacto I Edición	Corape Noticiero Ecuador En Contacto I Edición	Corape Noticiero Ecuador En Contacto I Edición	Corape Noticiero Ecuador En Contacto I Edición	Corape Noticiero Ecuador En Contacto I Edición	Corape Noticiero Ecuador En Contacto I Edición	Santa Misa	10:00
09:00-12:00	Alta Voz (Radio Revista)	Alta Voz (Radio Revista)	Alta Voz (Radio Revista)	Alta Voz (Radio Revista)	Alta Voz (Radio Revista)	Enlace Ciudadano	Al Aire Libre	11:00
12:00-13:00	Noticiero Ecuador En Contacto	Noticiero Ecuador En Contacto	Noticiero Ecuador En Contacto	Noticiero Ecuador En Contacto	Noticiero Ecuador En Contacto	Enlace Ciudadano	Al Aire Libre	A
13:00- 13:30	El Aleteo Del Colibrí	El Aleteo Del Colibrí	El Aleteo Del Colibrí	El Aleteo Del Colibrí	El Aleteo Del Colibrí	Que Rico Es Comer Sano	Que Rico Es Comer Sano	13:00
13:30- 14:00	Kushi Guagua	Kushi Guagua	Kushi Guagua	Kushi Guagua	Kushi Guagua	Kushi Guagua	Kushi Guagua	
14:00- 17:00	Todos A Bordo	Todos A Bordo	Todos A Bordo	Todos A Bordo	Todos A Bordo	Cuidando A La Pacha Mama	Cuidando A La Pacha Mama	
17:00- 18:00	Construyendo Ciudadanía	Construyendo Ciudadanía	Construyendo Ciudadanía	Construyendo Ciudadanía	Construyendo Ciudadanía	Ser Mujer	Despertar De Conciencia	
18:00- 19:00	Micrófono Abierto	Micrófono Abierto	Micrófono Abierto	Micrófono Abierto	Micrófono Abierto	La Hora De Los Abuelos	La Hora De Los Abuelos	
19:00- 20:00	Él Cuenta Cuentos	Él Cuenta Cuentos	Él Cuenta Cuentos	Él Cuenta Cuentos	Él Cuenta Cuentos	Él Cuenta Cuentos	Él Cuenta Cuentos	
20:00- 22:00	Saramari Pay	Saramari Pay	Saramari Pay	Saramari Pay	Saramari Pay	Saramari Pay	Saramari Pay	

MATRIZ PROPUESTA PARA LA PROGRAMACIÓN “EL SALINERITO 2015”

Nº	PROGRAMA	CLASIFICACIÓN DE CONTENIDO	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	ORIGEN	POBLACIÓN OBJETIVO	FRANJA HORARIA	HORARIO	DURACIÓN DEL PROGRAMA	DÍA DE TRANSMISIÓN	OBSERVACIONES
1	AMANECER CAMPEÑO	Entretenimiento -E	Música nacional con comunicados a nivel local intercalado en lengua quichua	Producción Nacional	Hombres, mujeres, jóvenes, adultos de las comunidades, líderes, artesanos, profesionales, agricultores, amas de casa, madres, religiosos, familias, emprendedores	Adultos	5H00 a 7H00	2:00 AM	Lunes a Domingo	Acompañar e informar a la comunidad local en sus quehaceres diarios. En idioma español y quichua.
2	LA BOCINA MUSICA ANDINA	Formativos/educativos/culturales -F	Música latinoamericana es un aspecto muy importante de la cultura hispana, principalmente en las comunidades andinas.	Producción Nacional Independiente	Hombres, mujeres, niños. Jóvenes, Adultos de las comunidades, líderes, artesanos, profesionales, agricultores, amas de casa, madres, religiosos, familias,	Familiar	7H00 a 8H30	2:00:00 AM	Lunes a Domingo	Fomentar y rescatar este género musical que han sido relegados. Acompañar a la audiencia en las instituciones y sus negocios.
3	BOLIVAR HABLA (SOLO LUNES)	Informativos -I	Rendición de cuentas de las autoridades a nivel provincial	Producción Nacional	Hombres, mujeres, jóvenes adultos de las comunidades, líderes, artesanos, profesionales, agricultores, amas de casa, religiosos, emprendedores.	Familiar	7H00 a 8H30	1:30:00 AM	Lunes	Socializar las actividades que viene realizando el gobierno nacional a través de los diferentes ministerios a nivel provincial
4	NOTICIERO ECUADOR EN CONTACTO (PRIMERA	Informativos -I	Noticias nacionales e internacionales de la cadena Corape	Producción Nacional	Hombres, mujeres, Adultos de las comunidades, líderes, profesionales,	Familiar	8H30 a 9H00	:30	Lunes a Sábado	Mantener informado sobre el acontecer

	EDICIÓN) - CORAPE				agricultores, amas de casa, religiosos, emprendedores, capacitadores,					nacional e internacional. Enlace con Corape
5	EL ALETEO DEL COLIBRI	Formativos/educativos/culturales -F	Historias de vida de personas que cambian el mundo	Producción Nacional	Hombres, mujeres, jóvenes, adultos de las comunidades, FAMILIAS	Familiar	13H00 a 13H30	'30	Lunes - Viernes	Motivar a través de historias de vida de cómo mejorar el mundo en que se vive
6	QUE RICO ES COMER SANO	Formativos/educativos/culturales -F	Programa con temas de nutrición	Producción Nacional	Hombres, mujeres, niños. jóvenes, adultos de las comunidades, FAMILIAS	Familiar	13H00 a 13H30	'30	Sabado Y Domingo	Educar a la gente en temas de nutrición
7	KUSHI WAWA	Formativos/educativos/culturales -F	Programa infantil	Producción Nacional	Niños, padres de familia	Familiar	13H30 a 14H00	'30	Lunes A Domingo	Educar a los niños en diversos temas. Tiene segmentos de interculturalidad a través del vocabulario kichwa
8	TODOS A BORDO	Entretenimiento -E	Radio revista con temas de valores humanos, culturales y científicos tecnológicos	Producción Nacional	Jóvenes, joven adulto, Hombres, mujeres, de las comunidad, , amas de casa, empleados públicos y privados.	Familiar	14H00 a 17H00	3:00:00 AM	Lunes A Viernes	ENTRETENER A LA POBLACIÓN DURANTE SU JORNADA DE TRABAJO y EN EL HOGAR
9	CUIDANDO A LA PACHA MAMA	Entretenimiento -E	Música latinoamericana con temas culturales	Producción Nacional Independiente	Hombres, mujeres, jóvenes, adultos de las comunidades, lideres, artesanos,	Familiar	14H00 a 17H00	3:00:00 AM	Sábado Y Domingo	Educar en temas culturales andinos. Programa de

					profesionales, agricultores, amas de casa, madres, emprendedores.					radio pública
	CONSTRUYENDO CIUDADANIA	Informativos -I	Promueve la libertad de expresión a través del periodismo independiente y el uso y manejo de nuevos medios de comunicación.	Producción Nacional	Hombres, mujeres. Jóvenes, Adultos de las comunidades, líderes, artesanos, profesionales, agricultores, amas de casa, madres, religiosos, emprendedores, capacitadores	Familiar	17H00 a 18H00	1:00:00 AM	Lunes A Viernes	Mantener informado a la comunidad de lo que está aconteciendo en salinas y sus comunidades, y el acontecer nacional e internacional
9	MICROFONO ABIERTO	Informativos -I	Música nacional con comunicados, entrevistas a nivel local, intercalado en idioma kichwa	Producción Nacional	Hombres, mujeres. Jóvenes, Adultos de las comunidades, líderes, artesanos, profesionales, agricultores, amas de casa, madres, religiosos, emprendedores, capacitadores	Responsabilidad Compartida	18H00 a 19H00	1:00:00 AM	Lunes A Viernes	Informar sobre lo que sucede en sus comunidades
10	EL CUENTA CUENTOS	Formativos/entretención/educativos/culturales -F	Entretención familiar relato de cuentos con formación y consejos de educación	Producción Nacional	Hombres, mujeres, niños. Jóvenes, Adultos mayores de las comunidades, madres, religiosos, familias,	Responsabilidad Compartida	19H00 a 20H00	1:00:00 AM	Lunes A Domingo	Generar espacio de unión familiar orientando a los padres de familia de cómo ayudar a sus hijos en el quehacer educativo
11	SAMARARIPAY	Formativos/educativos/culturales	Entretención con temas de valores	Producción Nacional	Hombres, mujeres, Jóvenes, Adultos	Responsabilidad	20H00 a 22H00	2:00:00 AM	Lunes A Domingo	Educación en temas educativos

		s -F	humanos, culturales y científicos, tecnológicos		madres, familias, estudiantes	Compartida				culturales para jóvenes estudiantes y padres
12	MISA DOMINICAL	Formativos/educativos/culturales -F	Celebración de la Iglesia Católica	Producción Nacional	Hombres, mujeres, niños. Jóvenes, Adultos de las comunidades, líderes, artesanos, profesionales, agricultores, amas de casa, madres, religiosos, familias, emprendedores, capacitadores	Familiar	9H00 A 10H00	1:00:00 AM	Domingo	Llegar con un mensaje espiritual a las personas que no pueden asistir al templo. En idioma español y kichwa: comunicadores de la nacionalidad kichwa
13	AL AIRE LIBRE	Informativos -I	Rendición de cuentas de la tenencia política de salinas	Producción Nacional Independiente	Hombres, mujeres. Jóvenes, Adultos de las comunidades, líderes, artesanos, profesionales, agricultores, amas de casa, madres, religiosos, emprendedores, capacitadores	Familiar	10H00 A 12H00	2:00:00 AM	Domingo	Mantener informado sobre el trabajo que realiza la tenencia política de salinas en vivo desde la cada comunidad
14	SHAMAN MUSIC	Entretenimiento -E	Programa juvenil música	Producción Nacional	Hombres, mujeres, niños. Jóvenes	Familiar	14H00 A 18H00	4:00:00 AM	Sábados	Entretenimiento
15	MENSAJE DEL PADRE ANTONIO POLO	Formativos/educativos/culturales -F	Mensajes de motivación hacia la comunidad	Producción Nacional	Hombres, mujeres, niños. Jóvenes, Adultos de las comunidades, líderes, artesanos, profesionales, agricultores, amas de casa, madres,	Familiar	0:00500	0:00500	Lunes A Sábado	Llegar con un mensaje motivacional para comenzar un buen día en la comunidad. Programa religioso

					religiosos, familias, emprendedores, capacitadores					
16	CON LA LUZ EN LA MANO	Formativos/educativos/culturales -F	Reflexión de la lectura bíblica del día realizada por laicos	Producción Nacional Independiente	Hombres, mujeres, niños. Jóvenes, Adultos de las comunidades, líderes, artesanos, profesionales, agricultores, amas de casa, madres, religiosos, familias, emprendedores, capacitadores	Familiar	0:01:00.	1 MIN	Lunes a sábado	Llegar con un mensaje cristiano. Programa religioso producido por radio Latacunga
17	UN MINUTO MISIONERO	Formativos/educativos/culturales -F	Mensajes cristianos	Producción Nacional	Hombres, mujeres, niños. Jóvenes, Adultos de las comunidades, líderes, artesanos, profesionales, agricultores, amas de casa, madres, religiosos, familias, emprendedores, capacitadores	Familiar	0:01:00.	0:01:00.	Lunes a sábado	Llegar un mensaje motivacional. Programa religioso: obras misionales pontificias
18	EL DESPERTAR DE LA CONCIENCIA	Formativos/educativos/culturales -F	Programa con temas motivacionales, busca revalorizar la medicina natural	Producción Nacional	Hombres, mujeres, Jóvenes, Adultos de las comunidades, líderes, artesanos, profesionales, agricultores, amas de casa, madres, religiosos, familias, emprendedores, capacitadores	Familiar	17H00 A 18H00	1:00:00 AM	Domingo	Revalorizar la medicina natural, ancestral
19	SER MUJER	Formativos/edu	Programa	Producción	mujeres jóvenes,	Adultos	17H00 A 18H00	1:00:00 AM	Sábados	Educación y

		cativos/culturales -F	motivacional con temas de genero	Nacional	adultos de las comunidades, lideres, artesanas, profesionales, agricultoras, amas de casa, madres, religiosas, emprendedoras, capacitadoras					motivar a las mujeres con temas de genero - sus derechos
20	MINGA POR LA PACHAMAMA	Formativos/educativos/culturales -F	Espacio de interaprendizaje dialogo de saberes - radio pública	Producción Nacional Independiente	Hombres, mujeres. Jóvenes, Adultos de las comunidades, lideres, artesanos, profesionales, agricultores, amas de casa, madres, religiosos, emprendedores, capacitadores	Familiar	12:45:00 AM	1:00:00 AM	Sábados	Educación a la población a través de los saberes ancestrales
21	ENLACE CIUDADANO	Informativos -I	Informe del presidente de la república del Ecuador - radio pública	Producción Nacional Independiente	Hombres, mujeres. Jóvenes, Adultos de las comunidades, lideres, artesanos, profesionales, agricultores, amas de casa, madres, religiosos, familias, emprendedores, capacitadores	Familiar	4:00:00 AM	4:00:00 AM	Sábados	Informar sobre la gestión del gobierno nacional
22	EL TOQUE	Formativos/educativos/culturales -F	Promueve la libertad de expresión a través del periodismo independiente y el uso y manejo de nuevos medios de comunicación.	De opinión -O	Hombres, mujeres, Jóvenes, Adultos de las comunidades, lideres, artesanos, profesionales, agricultores, amas de casa, madres,	Familiar	12H00 A 13H00	01:00:00	Sábados Y domingos	Programa de radio Netherland

					religiosos, familias, emprendedores, capacitadores					
23	ÑUCANCHIC PACHAMAMANT A	Formativos/educativos/culturales -F	Programa con temas de agricultura y mensajes para una buena alimentación	Producción Nacional	Hombres, mujeres. Jóvenes, Adultos de las comunidades, líderes, artesanos, profesionales, agricultores, amas de casa, madres, religiosos, emprendedores, capacitadores	Adultos	12:55:00 AM	1:00:00 AM	Martes Y Jueves	Educación en temas de agricultura

BIBLIOGRAFÍA

- Barquero Cabrero, José Daniel. (2000). Relaciones Públicas Empresariales. Barcelona: Madrid.
- Bravo. (2000). "Contenidos y audiencias: retos de la investigación". Madrid.: Fundación General Complutense.
- De Anda y Ramos, Francisco: "La radio. El despertar del gigante". Trillas. México, 1997. pp. 512.
- Diego, m. (2010). Comunicación social. Cali: LNS.
- FIGUEROA, Romeo: "!Âh ¡Qué onda con la radio!". Alhambra Mexicana. México, 1997. pp. 536. Segunda reimpresión.
- Florido. (2007). Radios Comunitarias. Venezuela: LNs.
- Granada. (2009). Programación radial. Granada: CGS.
- Martí, Josep María: "Modelos de programación radiofónica". FeedBack Ediciones. Barcelona, 1990. pp. 145.
- Mata, María Cristina: "Investigación radiofónica. De las palabras a los hechos". UNDA-AL. Quito, 1995. pp. 206.
- Muñoz, José Javier y GIL, César: "La radio. Teoría y práctica". IORTV. Madrid, 1994. pp. 267. Segunda edición.
- López Vigil, José Ignacio: "Radialistas apasionados". Artes Gráficas Silva. Quito, 1997. pp. 550.
- ORTIZ, Miguel Ángel y MARCHAMALO, Jesús: "Técnicas de comunicación en radio". Paidós. Barcelona, 1994. pp. 157.
- Ponce. (1998). Administración Teoría y Práctica. México: Limusa.
- Prieto, D. (1989). Discurso autoritario y comunicación alternativa, México: Edicol.
- Prieto Castillo, Daniel: "La vida cotidiana". UNDA-AL. Quito, 1994. pp. 206.

Villafane. (2010). *Gestión Comunicativa*. México: Los Antares.

Anexos

ANEXO N° 1



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR ENCUESTA DIRIGIDA A LOS RADIOYENTES DE LA RADIO “EL SALINERITO”

Fecha: Noviembre 2014

Objetivo: Recabar información acerca de la aceptación y calidad de la programación radial El Salinerito.

La información que nos proporcione es confidencial.

Coloque una x en la opción que crea conveniente

CUESTIONARIO:

1. ¿Con qué frecuencia escucha la radio comunitaria “El Salinerito”?

Diario ()

Semanal ()

Quincenal ()

Mensual ()

2. De la programación que ofrece la radio “El Salinerito” cual escucha con mayor agrado.

Educativas ()

Informativas ()

De entretenimiento ()

Otra ()

3. ¿Cree que deben existir programas que busquen el rescate de las costumbres ancestrales de la parroquia Salinas?

Si ()

No ()

4. Qué programas de los que aquí se presentan le gustaría escuchar con mayor prioridad.

Hechos históricos locales y nacionales ()

- Niños Aprendiendo ()
- Las lideresas de Bolívar ()
- La cocina tradicional ()
- El pensamiento solidario de Salinas ()
- Salud sexual ()
- Ética y valores ()

5. ¿Le gustaría a usted participar en algún segmento dentro de la programación de la radio?

Si ()

No ()

6. ¿Considera usted que es necesario tener en la radio una programación conducida con profesionales?

Si ()

No ()

7. ¿Considera que la programación que ofrece la radio comunitaria “El Salinerito” satisface sus necesidades y es de calidad?

Si ()

No ()

8. ¿Considera que la Radio “El Salinerito” debe tener programas radiales educativos en áreas como:

Ciencias Naturales ()

Lengua y Literatura ()

Ciencia y Tecnología ()

Ciencias Sociales y Humanísticas ()

9. De acuerdo al siguiente listado enumere en orden de prioridad la programación que a usted le gustaría escuchar en su radio comunitaria

Noticieros ()

Educativos	()
Culturales	()
Musicales	()
Identidades sociales	()
Expresiones culturales de las comunidades	()
Espacios Juveniles	()
Radio revistas	()
Producción y desarrollo local	()
Turismo comunitario	()
Economía solidaria	()

10. ¿Considera usted que es importante que la radio cuente con una buena programación, calidad de sonido y que llegue a toda la provincia?

Si

No

ANEXO N°2



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR ENTREVISTA APLICADA A LAS AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE BÓLIVAR

Fecha: Septiembre 2014

Objetivo: Recabar información acerca de la calidad en la programación de la radio Comunitaria el Salinerito

La información que nos proporcione es confidencial.

CUESTIONARIO:

GUÍA DE LA ENTREVISTA

PREGUNTA INTERPRETACIÓN VALORACIÓN

N°

Entrevistado.....

Lugar y fecha.....

EL SALINERITO

El Sr. Marcelo Allauca, egresado de la carrera de Sociología de la Universidad Politécnica Salesiana, funge como director de radio Salinerito hace cuatro años, y como Salesiano su misión es ver por el bienestar de la comunidad más desprotegida.

1. ¿Se cuenta con personal que haga un seguimiento de las noticias, reportajes o programas para medir el nivel de aceptación de los usuarios de la radio?
2. ¿Se realiza seguimiento a las quejas o sugerencias que hacen a la programación radial los moradores de la parroquia Salinas?
3. ¿Durante la ejecución de los diferentes programas radiales existe espacios para interactuar con la comunidad?
4. ¿Cada cuánto tiempo se realiza reuniones para revisar la renovación de la programación radial?

5. ¿Se promueve la identificación de la radio en nuevos sectores con el fin de expandirla?
6. ¿Se implementa estrategias periódicas para conocer los hábitos de las audiencias y medir el número de oyentes?
7. ¿La emisora cuenta con programas que debaten temas de interés público y se refieren al contexto parroquial?
8. ¿La radio comunitaria “El Salinerito” es sustentable y eficiente en términos económicos, sociales y culturales?
9. ¿La programación que ofrece la radio comunitaria “El Salinerito” ha logrado una buena cobertura y ha sido ejemplo para otras emisoras?
10. ¿Existen programas radiales que promuevan la participación activa de la comunidad para formarlos culturalmente?

ANEXO N° 3

PROGRAMACIÓN EXISTENTE EN LA RADIO COMUNITARIA EL SALINERITO ANTES DE REALIZAR LA INVESTIGACIÓN.

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
00:00-04:30	Música	Música	Música	Música	Música	Música	Música
04:30-06:00	Despertando sonrisas andinas - Orlando Córdova	Despertando sonrisas andinas - Orlando Córdova	Despertando sonrisas andinas - Orlando Córdova	Despertando sonrisas andinas - Orlando Córdova	Despertando sonrisas andinas - Orlando Córdova	Música Nacional	
06:00-07:00	Música Nacional	Música Nacional	Música Nacional	Música Nacional	Música Nacional	Música Nacional	
07:00-08:00							
08:00-08:30	Noticiero - Corape	Noticiero - Corape	Noticiero - Corape	Noticiero - Corape	Noticiero - Corape	Minga por la Pachamama - Radio Publica	
08:30-09:00	Reencuentros Andinos -Música folklórica -Mensaje del Padre Polo -Luz en la mano	Reencuentros Andinos -Música folklórica -Mensaje del Padre Polo -Luz en la mano	Reencuentros Andinos -Música folklórica -Mensaje del Padre Polo -Luz en la mano	Reencuentros Andinos -Música folklórica -Mensaje del Padre Polo -Luz en la mano	Reencuentros Andinos -Música folklórica -Mensaje del Padre Polo -Luz en la mano		
09:00-10:00	Punto neutro - Dimas Espín	Punto neutro - Dimas Espín	Punto neutro - Dimas Espín	Punto neutro - Dimas Espín	Punto neutro - Dimas Espín		Misa
10:00-10:30	Alta voz - Gabriela Vargas	Alta voz - Gabriela Vargas	Alta voz - Gabriela Vargas	Alta voz - Gabriela Vargas	Alta voz - Gabriela Vargas	Enlaces ciudadano - Gobierno	Música
10:30-11:00							
11:00-11:30							

11:30-12:00	Música	Ser Mujer - Estefanía Cingia, Livia Salazar, Chiara Segafredo	Música	Música	Música	Nacional	Música
12:30-13:00							
13:00-13:30	Música	Música	Música	Música	Música		
13:30-14:00							
14:00-14:30	Reportaje al	Kushiwawa ?	El aleteo del colibrí - Francisca Aguilar	Kushiwawa ?	Música	Música	
14:30-15:00	Ecuador - Dorian Ruiz						
15:00-15:30	Tu zona de encuentro - Pahoo Tuapanta	Tu zona de encuentro - Pahoo Tuapanta	Tu zona de encuentro - Pahoo Tuapanta	Tu zona de encuentro - Pahoo Tuapanta	Música		
15:30-16:00							
16:00-16:30							
16:30-17:00							
17:00-17:30	Noticiero Construyendo ciudadanía - Galo Paredes	Noticiero Construyendo ciudadanía - Galo Paredes	Noticiero Construyendo ciudadanía - Galo Paredes	Noticiero Construyendo ciudadanía - Galo Paredes	Noticiero Construyendo ciudadanía - Galo Paredes		
17:30-18:00							
18:00-18:30	Atardecer comunitario	El aleteo del colibrí - Francisca Aguilar (reprís)	Atardecer comunitario: Creciendo con salud (Doctoras)	Atardecer comunitario: Luis Talahua - Seguridad Alimentaria	Atardecer comunitario: Ser mujer	Música	
18:30-19:00							
19:00-19:30	Encuentro comunitario - Juan Chulco	Encuentro comunitario - Juan Chulco	Encuentro comunitario - Juan Chulco	Encuentro comunitario - Juan Chulco	Encuentro comunitario - Juan Chulco		
19:30-20:00							

20:00-22:30	Al son de las alturas - Geovanny Masabanda	Al son de las alturas - Carlos Quinoloa	Al son de las alturas - Carlos Quinoloa	Al son de las alturas - Carlos Quinoloa	Al son de las alturas - Carlos Quinoloa	Música	Música
22:30-00:00	Música Variada	Música Variada	Música Variada	Música Variada	Música Variada		

ANEXO N° 4

FOTOS RELEVANTES DE LA INVESTIGACIÓN

EVIDENCIAS DE ENCUESTAS A LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA SALINAS







PERSONAL DE LA RADIO



SR. MARCELO ALLAUCA DIRECTOR DE LA RADIO



PADRE ANTONIO POLO MENTOR DE LA RADIO

ESTUDIO DE LA RADIO CABINA DE LOCUCIÓN Y PERSONAL QUE LABORA



PERSONAL TÉCNICO Y EQUIPOS

