



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL**  
**E INFORMÁTICA**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN**  
**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN**  
**DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN**

**TEMA:**

TRANSFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIOFÓNICOS  
COMUNITARIOS EN EL MARCO DE LA CONVERGENCIA DIGITAL CANTÓN  
GUARANDA AÑO 2025

**AUTORAS:**

ANGIE NICOLE ABATA PULLAS  
ANDREA PAULETTE NAVARRO OSORIO

**DIRECTORA**

LIC. PILAR CHÁVEZ

**GUARANDA – ECUADOR**

**2026**



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL**

**E INFORMÁTICA**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN  
DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

**TEMA:**

TRANSFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIOFÓNICOS  
COMUNITARIOS EN EL MARCO DE LA CONVERGENCIA DIGITAL CANTÓN

GUARANDA, AÑO 2025.

**AUTORAS**

ANGIE NICOLE ABATA PULLAS

ANDREA PAULETTE NAVARRO OSORIO

**DIRECTORA**

**PARES ACADÉMICOS**

LIC. PILAR CHÁVEZ. MGS

LIC. BLADIMIR GUARNIZO. MGS

LIC. MARCELO BARRIGA. MGS

**GUARANDA – ECUADOR**

**2026**

**TEMA DEL PROYECTO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

TRANSFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIOFÓNICOS  
COMUNITARIOS EN EL MARCO DE LA CONVERGENCIA DIGITAL CANTÓN  
GUARANDA, AÑO 2025.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a mi familia por ser el pilar fundamental en cada etapa de mi vida. A mi madre, mi padre y tía por su presencia constante, por su apoyo incondicional.

De manera muy especial, a mi padre, quien ha sido un ejemplo de fortaleza y perseverancia. Pese a las adversidades que ha enfrentado de salud, nunca dejó de estar presente, apoyándome y teniendo fe en este camino. Su fuerza y confianza fueron una inspiración permanente para culminar esta última etapa como estudiante, la cual fue difícil pero no imposible.

Mi más sincero agradecimiento a mi tutora Mgs: Pilar Chávez, por su guía y paciencia durante todo el proceso de titulación. Además, agradezco a mis pares Mgs: Marcelo Barriga y Mgs: Bladimir Guarnizo, quienes con su profesionalismo, orientación y aportes académicos contribuyeron a la culminación de este trabajo.

*Nicole Abata*

Mi más sincero agradecimiento a la Mgs. Pilar Chávez, directora de este trabajo de titulación, por su orientación académica, Mgs. Bladimir Guarnizo y Mgs. Marcelo Barriga por su acompañamiento constante, su compromiso profesional y sus valiosos aportes metodológicos, los cuales fueron fundamental para el desarrollo y culminación de la presente investigación. A las radios comunitarias Runacunapac, Salinerito, La Propia y Crisolito, expreso mi profunda gratitud por su apertura, colaboración y disposición para facilitar el acceso a la información, aportando de manera significativa al fortalecimiento del contenido investigativo.

A la Universidad Estatal de Bolívar y a los docentes de la carrera de comunicación, quienes contribuyeron de manera decisiva a mi formación académica, brindándome las herramientas teóricas, metodológicas y técnicas necesarias para la construcción de este proyecto.

A mis padres, Júpiter por ser mi ángel de la guardia y estar presente en mis pensamientos, Gabriela y Lenin, por su respaldo emocional constante, por su apoyo incondicional y por sostenerme en los momentos de mayor cansancio, frustración y duda. Carlos, por su acompañamiento permanente, paciencia y apoyo emocional siendo pilar fundamental durante todo el proceso investigativo. Angie, por su amistad leal, su apoyo académico, su motivación constante y su presencia solidaria en cada etapa de este camino.

A mi hijo Bruno, por ser mi mayor inspiración y el principal motivo para seguir adelante, incluso en los momentos más complejos.

*Andrea Navarro*

## DEDICATORIA

Dedico este logro en primer lugar, a Dios, por ser mi guía y mi fortaleza en los momentos más complejos de mi vida; por sostenerme cuando las fuerzas parecían agotarse, por darme sabiduría, paciencia y perseverancia para no rendirme.

A mi familia, amigos y docentes que formaron parte de mi vida estudiantil, quienes aportaron a mi crecimiento personal y profesional.

*Nicole Abata*

Dedico este importante logro, en primer lugar, a Dios, por ser mi fortaleza, mi refugio y mi guía permanentemente, por concederme la fe, la paciencia y la serenidad necesarias para culminar este proceso, incluso en los momentos de mayor dificultad. A mis padres, Gabriela y Lenin, por su amor incondicional, entrega constante y sacrificio silencioso. Gracias por formarme con valores sólidos, por enseñarme el significado del esfuerzo, la responsabilidad y la perseverancia, y por inculcar en mí el respeto por la vida y el amor por los animales, principios que han marcado profundamente mi forma de ser.

A mi hijo Bruno, mi mayor bendición, inspiración y motor de vida. Cada paso dado, cada sacrificio y cada logro alcanzado lleva su nombre, porque es la razón más grande para superarme, crecer y construir un mejor futuro. A Carlos, mi compañero de vida, por su apoyo incondicional, paciencia, compromiso y acompañamiento. Gracias por creer en mí cuando más lo necesite, por impulsarme a no rendiré y por caminar a mi lado con amor.

A mi gran amiga y compañera de tesis, Angie, por su amistad sincera, su respaldo permanente, sus palabras de aliento y su complicidad académica, que hicieron de este camino una experiencia más humana, llevadera y enriquecedora. Kiko, mi fiel compañero, cuya presencia, ternura y lealtad me recordaron cada día la importancia del amor, la sensibilidad y el respeto hacia los seres vivos. Finalmente me dedico a mí misma, por la constancia, la disciplina y la valentía de no rendirme.

*Andrea Navarro*

## CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO



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

FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS,  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
E INFORMÁTICA

### CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Mgs. Pilar Janeth Chávez Chacan, Mgs Bladimir José Guarnizo Delgado, Mgs. Marcelo Gustavo Barriga Tamay, en su orden: director y Pares Académicos, luego de revisar el proyecto de integración curricular en formato digital con fines de validación para acceder al título en licenciados en COMUNICACIÓN

### CERTIFICAN

Que, la estudiante **Angie Nicole Abata Pullas CI 0202099628** y **Andrea Paulette Navarro Osorio, CI 0921890984** cumple con los parámetros establecidos por la UIC y con las exigencias académicas de la **Carrera de Comunicación**.

Guaranda, mayo 2026



Mgs. PILAR CHAVÉZ  
DIRECTOR



Mgs. MARCELO BARRIGA  
Par Académico



Mgs. BLADIMIR GUARNIZO  
Par Académico

## DERECHOS DE AUTORÍA

BIBLIOTECA  
GENERAL

## DERECHOS DE AUTOR

Nosotros **Abata Pullas Angie Nicole** y **Navarro Osorio Andrea Paulette** portador/res de la Cédula de Identidad No **0202099628** y **0921890984** en calidad de autoras y titulares de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: **Transformación de los medios de comunicación radiofónicos comunitarios en el marco de la convergencia digital cantón Guaranda año 2025**, modalidad Proyecto de investigación, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mí/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

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

El (los) autor (es) declara (n) que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Angie Nicole Abata Pullas

Andrea Paulette Navarro Osorio

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Angie Abata', written over a horizontal line.

Angie Abata Autor 1

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Andrea Navarro', written over a horizontal line.

Andrea Navarro Autor 2

## ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA DEL PROYECTO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR .....	I
AGRADECIMIENTO .....	II
DEDICATORIA .....	IV
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO.....	V
DERECHOS DE AUTORÍA .....	VI
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS .....	XII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XVI
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	XVII
INTRODUCCIÓN .....	1
RESUMEN.....	3
ABSTRACT .....	4
CAPÍTULO I.....	5
FORMULACIÓN GENERAL DEL PROBLEMA .....	5
1.1. Descripción del problema .....	5
1.2. Formulación del problema .....	8
1.3. Preguntas de investigación.....	8
1.4. Justificación.....	8
1.5. Objetivos .....	9
1.5.1 General .....	9
1.5.2. Específicos.....	9
1.6. Idea a defender .....	10
1.7. Variables.....	10

CAPÍTULO II .....	15
MARCO TEÓRICO .....	15
2.1. Antecedentes .....	15
2.2. Marco Científico .....	22
2.2.1 Paradigma estructuralista.....	23
2.2.2 Teoría crítica escuela de Frankfurt .....	24
2.2.4 Teoría de la convergencia de medios.....	27
2.2.5 Teoría General de Sistemas (TGS) .....	28
2.3. Marco Conceptual .....	29
2.3.1 Comunicación.....	29
2.3.2. Comunicación para el desarrollo social .....	29
2.3.3 Comunicación comunitaria.....	30
2.3.4 Medios de comunicación .....	32
2.3.5 Radio como medio de comunicación.....	32
2.3.6. Radio comunitaria.....	33
2.3.7 Convergencia digital.....	34
2.3.8 Transformación digital de los medios de comunicación radiofónicos .....	35
2.3.9 Plataformas digitales y radio online.....	36
2.3.10 Estrategias de diversificación de contenidos .....	37
2.3.11 Audiencias digitales.....	38
2.3.12 Redes sociales como canales de difusión.....	40
2.3.13 Plataformas de Redes Sociales .....	41
2.3.14 Contenido viral .....	42
2.3.15 Interactividad Digital.....	43
2.3.16 Influencia Digital.....	44
2.4. Marco Legal .....	44
2.4.1 Constitución de la República del Ecuador (CRE).....	44

2.4.2 Ley Orgánica de Comunicación .....	46
2.4.3. Reglamento a la Ley de Radiodifusión y Televisión .....	47
2.4.4 Código Orgánico de Organización Territorial .....	47
2.5. Marco Georreferencial .....	48
CAPÍTULO III .....	51
METODOLOGÍA .....	51
3.1. Tipo de Investigación .....	51
3.1.1 Bibliográfica .....	51
3.1.2 Descriptiva.....	51
3.1.3 Exploratoria .....	52
3.1.4 De campo.....	52
3.1.5 Explicativa.....	53
3.2. Enfoque de la investigación .....	53
3.2.1 Cualitativo .....	53
3.2.2. Cuantitativo .....	54
3.3. Métodos de investigación.....	54
3.3.1 Método inductivo.....	54
3.3.2 Método deductivo .....	54
3.3.3 Método descriptivo .....	55
3.3.4 Método analítico .....	55
3.3.5 Método sintético .....	56
3.3.6 Método correlacional .....	56
3.5 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos .....	56
3.5.1 Técnica 1: Encuesta .....	56
3.5.2. Técnica 2: Entrevista .....	57
3.5.3. Técnica 3: Observación .....	57
3.5. Universo, Población y Muestra .....	57

3.5.1. Población .....	57
3.5.2 Muestra .....	58
3.6. Procesamiento de la información .....	60
CAPÍTULO IV .....	62
RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	62
4.1 Análisis, Interpretación de Resultados .....	62
4.1.1 Análisis e interpretación de la encuesta .....	62
4.1.2 Análisis e interpretación de entrevistas .....	111
4.1.3 Análisis e interpretación de la ficha de observación .....	126
4.2 Análisis y discusión de resultados .....	132
CONCLUSIONES .....	135
RECOMENDACIONES .....	136
CAPÍTULO V .....	137
PROPUESTA .....	137
5.1 Tema .....	137
5.2 Antecedentes .....	137
5.3 Justificación .....	138
5.3.1 Justificación social .....	138
5.3.2 Justificación académica .....	139
5.3.3 Justificación tecnológica .....	140
5.4 Objetivos .....	140
5.4.1 Objetivo general .....	140
5.4.2 Objetivos específicos .....	140
5.5 Desarrollo de propuesta .....	141
5.5.1 Estrategia 1 - Omnicanalidad real .....	141
5.5.2 Estrategia 2 - Narrativas Transmedia .....	142

5.5.3 Estrategia 3 – Marketing de contenido .....	143
5.6 Resultados de la propuesta .....	145
5.7 Cronograma de implementación de las estrategias .....	145
5.8 Presupuesto de la propuesta .....	146
5.9 Impacto.....	147
5.10 Conclusiones .....	147
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>148</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>161</b>
Anexo 1: CERTIFICADO ANTIPLAGIO .....	161
Anexo 2: FORMATO DE GUÍA DE ENTREVISTA Y ENCUESTA PARA EXPERTOS EN COMUNICACIÓN Y PÚBLICO EN GENERAL.....	162
Anexo 3: FORMATO DE FICHA DE OBSERVACIÓN .....	166
Anexo 4: Evidencia de revisión digital de las radios comunitarias.....	168
Anexo 5: Logos de las radios comunitarias analizadas.....	176
Anexo 6: Encuesta a periodistas y medios de comunicación.....	177
Anexo 7: Aplicación de la Guía de Observación a radios comunitarias del cantón Guaranda .....	178
Anexo 8: Aplicación de encuestas a la población de Simiatug, Salinas y Gabriel Ignacio Veintimilla.....	180
Anexo 9: Aplicación de entrevista a expertos.....	182
Anexo 10: Tutorías.....	183

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Operacionalización de la variable dependiente.....	11
<b>Tabla 2</b> Operacionalización de la variable independiente.....	12
<b>Tabla 3</b> Identificación de género de los encuestados .....	62
<b>Tabla 4</b> Identificación de género de los encuestados .....	63
<b>Tabla 5</b> Identificación de género de los encuestados .....	64
<b>Tabla 6</b> Identificación global de género de los encuestados .....	65
<b>Tabla 7</b> Conocimiento de la radio comunitaria del cantón Guaranda .....	66
<b>Tabla 8</b> Conocimiento de la radio comunitaria del cantón Guaranda .....	67
<b>Tabla 9</b> Conocimiento de la radio comunitaria del cantón Guaranda .....	68
<b>Tabla 10</b> Conocimiento de las radios comunitarias del cantón Guaranda, global .....	69
<b>Tabla 11</b> Radio comunitaria que escucha con mayor frecuencia la población .....	70
<b>Tabla 12</b> Radio comunitaria que escucha con mayor frecuencia la población .....	71
<b>Tabla 13</b> Radio comunitaria que escucha con mayor frecuencia la población .....	72
<b>Tabla 14</b> Radio comunitaria que escucha con mayor frecuencia la población, global .....	73
<b>Tabla 15</b> Frecuencia de escucha de las radios comunitarias locales por parroquia ...	74
<b>Tabla 16</b> Frecuencia de escucha de las radios comunitarias locales por parroquia ..	75
<b>Tabla 17</b> Frecuencia de escucha de las radios comunitarias locales por parroquia ...	76
<b>Tabla 18</b> Frecuencia de escucha de las radios comunitarias locales, global .....	77
<b>Tabla 19</b> La radio comunitaria difunde contenidos importantes para las audiencias locales.....	78
<b>Tabla 20</b> La radio comunitaria difunde contenidos importantes para las audiencias locales.....	79

<b>Tabla 21</b> La radio comunitaria difunde contenidos importantes para las audiencias locales.....	80
<b>Tabla 22</b> La radio comunitaria difunde contenidos importantes para las audiencias locales.....	81
<b>Tabla 23</b> La radio comunitaria debe manejar espacios de participación para jóvenes, adultos, organizaciones, comunidades .....	82
<b>Tabla 24</b> La radio comunitaria debe manejar espacios de participación para jóvenes, adultos, organizaciones, comunidades .....	83
<b>Tabla 25</b> La radio comunitaria debe manejar espacios de participación para jóvenes, adultos, organizaciones, comunidades .....	84
<b>Tabla 26</b> La radio comunitaria debe manejar espacios de participación para jóvenes, adultos, organizaciones, comunidades, global .....	85
<b>Tabla 27</b> Las radios comunitarias deberían migrar a la digitalización, por parroquia	86
<b>Tabla 28</b> Las radios comunitarias deberían migrar a la digitalización, por parroquia .....	87
<b>Tabla 29</b> Las radios comunitarias deberían migrar a la digitalización, por parroquia	88
<b>Tabla 30</b> Las radios comunitarias deberían migrar a la digitalización, global.....	89
<b>Tabla 31</b> El acceso a las radios comunitarias es mejor de forma digital, por parroquia .....	90
<b>Tabla 32</b> El acceso a las radios comunitarias es mejor de forma digital, por parroquia .....	91
<b>Tabla 33</b> El acceso a las radios comunitarias es mejor de forma digital, por parroquia .....	92
<b>Tabla 34</b> El acceso a las radios comunitarias es mejor de forma digital, global.....	93
<b>Tabla 35</b> Medios con que accede con mayor frecuencia a la radio comunitaria, por parroquia .....	94

<b>Tabla 36</b> Medios con que accede con mayor frecuencia a la radio comunitaria, por parroquia .....	95
<b>Tabla 37</b> Medios con que accede con mayor frecuencia a la radio comunitaria, por parroquia .....	96
<b>Tabla 38</b> Medios con que accede con mayor frecuencia a la radio comunitaria, global .....	97
<b>Tabla 39</b> El uso de plataformas digitales por parte de las radios comunitarias facilita el acceso a la información, por parroquia .....	98
<b>Tabla 40</b> El uso de plataformas digitales por parte de las radios comunitarias facilita el acceso a la información, por parroquia .....	99
<b>Tabla 41</b> El uso de plataformas digitales por parte de las radios comunitarias facilita el acceso a la información, por parroquia .....	100
<b>Tabla 42</b> El uso de plataformas digitales por parte de las radios comunitarias facilita el acceso a la información, global .....	101
<b>Tabla 43</b> Interacción con la radio comunitaria a través de redes sociales o llamadas, por parroquia .....	102
<b>Tabla 44</b> Interacción con la radio comunitaria a través de redes sociales o llamadas, por parroquia .....	103
<b>Tabla 45</b> Interacción con la radio comunitaria a través de redes sociales o llamadas, por parroquia .....	104
<b>Tabla 46</b> Interacción con la radio comunitaria a través de redes sociales o llamadas, global.....	105
<b>Tabla 47</b> La radio comunitaria contribuye al desarrollo social y cultural de Guaranda, por parroquia .....	106
<b>Tabla 48</b> La radio comunitaria contribuye al desarrollo social y cultural de Guaranda, por parroquia .....	107

<b>Tabla 49</b> La radio comunitaria contribuye al desarrollo social y cultural de Guaranda, por parroquia .....	108
<b>Tabla 50</b> La radio comunitaria contribuye al desarrollo social y cultural de Guaranda, global.....	109
<b>Tabla 51</b> Análisis cualitativo de las preguntas de la entrevista.....	123
<b>Tabla 52</b> Escala de valoración de la ficha de observación.....	126
<b>Tabla 53</b> Resultados de la aplicación de la ficha de observación a las radios comunitarias del cantón Guaranda .....	127
<b>Tabla 54</b> Nivel de desarrollo según el puntaje promedio de la ficha de observación .....	128
<b>Tabla 55</b> Omnicanalidad real .....	141
<b>Tabla 56</b> Narrativas Transmedia .....	143
<b>Tabla 57</b> Marketing de contenidos .....	144
<b>Tabla 58</b> Cronograma de implementación de estrategias.....	145
<b>Tabla 59</b> Presupuesto de la propuesta .....	146

**ÍNDICE DE FIGURAS**

<b>Figura 1</b> Mapa georreferencial de la Radio Salinerito en la ciudad de Guaranda. ...	48
<b>Figura 2</b> Mapa georeferencial de la Radio Crisólito Celestial en la ciudad de Guaranda. ....	49
<b>Figura 3</b> Mapa georreferencial de la Radio La Propia en la ciudad de Guaranda. ...	50
<b>Figura 4</b> Mapa georreferencial de la Radio Runacunapac Yachana en la ciudad de Guaranda. ....	50

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> Identificación de género de los encuestados .....	62
<b>Gráfico 2</b> Identificación de género de los encuestados .....	63
<b>Gráfico 3</b> Identificación de género de los encuestados .....	64
<b>Gráfico 4</b> Identificación global de género de los encuestados .....	65
<b>Gráfico 5</b> Conocimiento de la radio comunitaria del cantón Guaranda .....	66
<b>Gráfico 6</b> Conocimiento de la radio comunitaria del cantón Guaranda .....	67
<b>Gráfico 7</b> Conocimiento de la radio comunitaria del cantón Guaranda .....	68
<b>Gráfico 8</b> Conocimiento de las radios comunitarias del cantón Guaranda, global ....	69
<b>Gráfico 9</b> Radio comunitaria que escucha con mayor frecuencia la población .....	70
<b>Gráfico 10</b> Radio comunitaria que escucha con mayor frecuencia la población .....	71
<b>Gráfico 11</b> Radio comunitaria que escucha con mayor frecuencia la población .....	72
<b>Gráfico 12</b> Radio comunitaria que escucha con mayor frecuencia la población, global .....	73
<b>Gráfico 13</b> Frecuencia de escucha de las radios comunitarias locales por parroquia	74
<b>Gráfico 14</b> Frecuencia de escucha de las radios comunitarias locales por parroquia	75
<b>Gráfico 15</b> Frecuencia de escucha de las radios comunitarias locales por parroquia	76
<b>Gráfico 16</b> Frecuencia de escucha de las radios comunitarias locales, global .....	77
<b>Gráfico 17</b> La radio comunitaria difunde contenidos importantes para las audiencias locales.....	78
<b>Gráfico 18</b> La radio comunitaria difunde contenidos importantes para las audiencias locales.....	79
<b>Gráfico 19</b> La radio comunitaria difunde contenidos importantes para las audiencias locales.....	80

<b>Gráfico 20</b> La radio comunitaria difunde contenidos importantes para las audiencias locales.....	81
<b>Gráfico 21</b> La radio comunitaria debe manejar espacios de participación para jóvenes, adultos, organizaciones, comunidades .....	82
<b>Gráfico 22</b> La radio comunitaria debe manejar espacios de participación para jóvenes, adultos, organizaciones, comunidades .....	83
<b>Gráfico 23</b> La radio comunitaria debe manejar espacios de participación para jóvenes, adultos, organizaciones, comunidades .....	84
<b>Gráfico 24</b> La radio comunitaria debe manejar espacios de participación para jóvenes, adultos, organizaciones, comunidades, global .....	85
<b>Gráfico 25</b> Las radios comunitarias deberían migrar a la digitalización, por parroquia .....	86
<b>Gráfico 26</b> Las radios comunitarias deberían migrar a la digitalización, por parroquia .....	87
<b>Gráfico 27</b> Las radios comunitarias deberían migrar a la digitalización, por parroquia .....	88
<b>Gráfico 28</b> Las radios comunitarias deberían migrar a la digitalización, global.....	89
<b>Gráfico 29</b> El acceso a las radios comunitarias es mejor de forma digital, por parroquia .....	90
<b>Gráfico 30</b> El acceso a las radios comunitarias es mejor de forma digital, por parroquia .....	91
<b>Gráfico 31</b> El acceso a las radios comunitarias es mejor de forma digital, por parroquia .....	92
<b>Gráfico 32</b> El acceso a las radios comunitarias es mejor de forma digital, global....	93
<b>Gráfico 33</b> .....	94
<b>Gráfico 34</b> Medios con que accede con mayor frecuencia a la radio comunitaria, por parroquia .....	95

<b>Gráfico 35</b> Medios con que accede con mayor frecuencia a la radio comunitaria, por parroquia .....	96
<b>Gráfico 36</b> Medios con que accede con mayor frecuencia a la radio comunitaria, global .....	97
<b>Gráfico 37</b> El uso de plataformas digitales por parte de las radios comunitarias facilita el acceso a la información, por parroquia .....	98
<b>Gráfico 38</b> El uso de plataformas digitales por parte de las radios comunitarias facilita el acceso a la información, por parroquia .....	99
<b>Gráfico 39</b> El uso de plataformas digitales por parte de las radios comunitarias facilita el acceso a la información, por parroquia .....	100
<b>Gráfico 40</b> El uso de plataformas digitales por parte de las radios comunitarias facilita el acceso a la información, global .....	101
<b>Gráfico 41</b> Interacción con la radio comunitaria a través de redes sociales o llamadas, por parroquia .....	102
<b>Gráfico 42</b> Interacción con la radio comunitaria a través de redes sociales o llamadas, por parroquia .....	103
<b>Gráfico 43</b> Interacción con la radio comunitaria a través de redes sociales o llamadas, por parroquia .....	104
<b>Gráfico 44</b> .....	105
<b>Gráfico 45</b> La radio comunitaria contribuye al desarrollo social y cultural de Guaranda, por parroquia.....	106
<b>Gráfico 46</b> La radio comunitaria contribuye al desarrollo social y cultural de Guaranda, por parroquia.....	107
<b>Gráfico 47</b> La radio comunitaria contribuye al desarrollo social y cultural de Guaranda, por parroquia.....	108
<b>Gráfico 48</b> La radio comunitaria contribuye al desarrollo social y cultural de Guaranda, global .....	109

## INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo de investigación se centra en analizar la transformación de los medios de comunicación radiofónicos comunitarios en el marco de la convergencia digital, en el cantón Guaranda, año 2025. Estos medios desempeñan históricamente una función social importante al promover la participación ciudadana, fortalecer la identidad cultural y formar vínculos con los miembros de la comunidad.

Con la incorporación de la convergencia digital en los medios radiofónicos comunitarios, representan nuevos retos puesto que deben incorporar herramientas digitales, renovar sus formatos y ajustarse a nuevas formas de comunicarse con su audiencia, ante lo cual no logran adaptarse de una manera efectiva ya que carecen de infraestructura tecnológica, personal calificado y estrategias de comunicación; estos aspectos influyen en que no se integren de manera adecuada a plataformas digitales, procesos comunicacionales e interacción con su público

Frente a esta realidad, resulta pertinente investigar, mediante encuestas, fichas de observación y entrevistas, cómo la convergencia digital se manifiesta en las radios comunitarias del cantón Guaranda. Finalmente, con los resultados obtenidos se permitirá diseñar estrategias de comunicación digital con el objetivo de mejorar contenidos, sostenibilidad, mayor alcance e interacción de audiencias.

En este sentido, se estructura en cinco capítulos, los cuales permiten una organización lógica del proceso investigativo, en el capítulo I se aborda la formulación y delimitación del problema de investigación, así como los objetivos y la justificación del estudio. El capítulo II comprende el marco teórico, donde se presentan los antecedentes investigativos y los fundamentos conceptuales que sustentan el análisis de la convergencia digital y la radio comunitaria.

Por su parte, el capítulo III describe la metodología empleada, se detalla el enfoque, los métodos, las técnicas, los instrumentos y el procedimiento seguido para la recolección y el análisis de la información. El capítulo IV presenta los resultados obtenidos y su respectiva discusión y el capítulo V corresponde a la propuesta, así como a la

formulación de las conclusiones y recomendaciones, orientadas a fortalecer la gestión y el desarrollo de las radios comunitarias en entornos digitales.

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo estudiar el impacto de la convergencia digital en la transformación de los medios radiofónicos comunitarios en el Cantón Guaranda durante el año 2025. La metodología aplicada de tipo descriptiva, exploratoria, de campo con un enfoque cualitativo y cuantitativo, como técnicas se empleó las encuestas dirigidas a la población de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Salinas y Simiátug, entrevistas a expertos en comunicación y una ficha de observación aplicada a cuatro radios comunitarias del cantón Guaranda que fueron Radio Salinerito, Radio Crisolito Celestial, Radio La Propia y Radio Runacunapac Yachana. Los resultados evidenciaron que las radios comunitarias cuentan con aceptación social y reconocimiento como actores en el desarrollo cultural y social, sin embargo, la convergencia digital se encuentra en un nivel de desarrollo parcial y deficiente. Se identificaron limitaciones en infraestructura tecnológica, conectividad a internet y planificación de contenidos digitales. Se concluye que la convergencia digital representa una oportunidad para fortalecer la participación comunitaria y ampliar el alcance de las radios comunitarias del cantón Guaranda, por ello, a partir de los resultados, se diseñaron estrategias orientadas a la integración de la programación radial tradicional con entornos digitales y a la planificación y gestión de contenidos digitales con el fin de contribuir a fortalecer la comunicación de estos medios sin dejar de lado su carácter comunitario.

**Palabras clave:** Convergencia digital, contenidos, radio comunitaria, redes sociales.

## **ABSTRACT**

This research aimed to analyze the impact of digital convergence on the transformation of community radio stations in the Guaranda Canton during the year 2025. The methodology employed was descriptive, exploratory, and field-based, with a mixed-methods approach (qualitative and quantitative). Data collection techniques included surveys administered to residents of the parishes of Gabriel Ignacio Veintimilla, Salinas, and Simiátug; interviews with communication experts; and an observation checklist applied to four community radio stations in the Guaranda Canton: Radio Salinerito, Radio Crisolito Celestial, Radio La Propia, and Radio Runacunapac Yachana. The results showed that community radio stations enjoy social acceptance and recognition as actors in cultural and social development. However, digital convergence is at a partial and deficient level of development. Limitations were identified in technological infrastructure, internet connectivity, and digital content planning. It is concluded that digital convergence represents an opportunity to strengthen community participation and expand the reach of community radio stations in the Guaranda canton. Therefore, based on the results, guidelines were designed to integrate traditional radio programming with digital environments and to plan and manage digital content in order to contribute to strengthening the communication of these media outlets without neglecting their community character.

**Keywords:** Digital convergence, content, community radio, social media.

## CAPÍTULO I

### FORMULACIÓN GENERAL DEL PROBLEMA

#### 1.1.Descripción del problema

La evolución tecnológica transformó el campo de la comunicación, obligó a los medios a reestructurar sus funciones y servicios en un entorno de convergencia mediática; en este proceso, la radio comunitaria es uno de los medios más impactados, ya que la incorporación de internet amplió su alcance, inmediatez y llegada a audiencias más jóvenes (Caisaguano, 2024, p. 30).

En el cantón Guaranda, provincia de Bolívar, las radios comunitarias enfrentan diversas limitaciones para adaptarse de forma efectiva a la convergencia digital, entre las que se destacan la ausencia de personal capacitado en conocimientos digitales, escasa formación técnica especializada en comunicación radiofónica y periodismo, así como el insuficiente financiamiento para la modernización de equipos tecnológicos y implementación de plataformas multimedia. Dicha situación reduce su presencia en el ámbito digital y debilita su vínculo con las nuevas audiencias como los jóvenes.

Según Pérez (2023) en pleno siglo XXI uno de los más grandes desafíos para los medios tradicionales como la radio comunitaria es la adaptación a plataformas digitales, dando lugar a la convergencia de medios, debido a que las formas de transmitir la información se realizan bajo nuevas estructuras. En este aspecto, las nuevas estructuras comunicacionales y agilidad operativa, son la clave para lograr la interacción efectiva entre las audiencias, se considera que la tecnología se convirtió en el foco de supervivencia para los medios.

En este contexto, el personal de las radios comunitarias del cantón Guaranda poseen una formación autodidacta, convirtiéndose en una situación que limita su ejercicio profesional, especialmente porque no reciben capacitaciones en la Coordinadora de Medios Comunitarios Populares y Educativos del Ecuador (CORAPE). Al carecer de fundamentos especializados en comunicación social, tienden a cometer errores en la

realización de notas de prensa, diseño de parrillas comunicacionales e incluso en la construcción de formatos radiofónicos.

En emisoras locales del cantón Guaranda como Radio Salinerito 89.90 FM , Radio Crisolito 93.1 FM , Radio La Propia 92.7 FM y Radio Runacunapac Yachana 97.9 FM, esta problemática demuestra una adopción limitada y superficial de herramientas digitales, como la transmisión en vivo a través de Facebook, el streaming web o el uso de TikTok, sin el desarrollo de estrategias comunicacionales o contenidos diferenciados para cada plataforma. Además, la falta de personal empírico capacitado y de planificación técnica provoca que la programación diaria no responda a las exigencias de los oyentes, es decir, con uno o dos programas producidos al día, mientras que el resto del tiempo excesivo de transmisión se destina a la reproducción musical, por lo tanto, afecta la calidad, diversidad y función social de la radio comunitaria.

La evolución transmedia impulsó cambios en el ecosistema mediático al propiciar la integración de tecnologías, plataformas y lenguajes comunicacionales, esto genera nuevas dinámicas en la producción, distribución y consumo de contenido (González, 2024, p. 46). En este contexto, la radio es un medio histórico analógico y unidireccional que enfrenta el desafío de adaptarse a entornos digitales caracterizados por la multiplataforma, interacción con las audiencias y acceso bajo demanda.

Esta realidad también se manifiesta en el cantón Guaranda, donde la transformación digital es limitada a pesar de que, la tecnología avance de manera progresiva, las radios comunitarias presentan dificultades para aprovechar las oportunidades de la convergencia digital. La falta de equipos tecnológicos, herramientas de edición desactualizadas, conectividad inestable y cobertura insuficiente impiden que la audiencia no se expanda y que, a su vez, no exista fidelización de radioyentes.

Pese a su rol social y territorial, las radios comunitarias presentan limitaciones en aprovechar estas herramientas digitales, lo que dificulta su alcance, participación ciudadana y sostenibilidad comunicacional (Córdova, 2025, p. 15). En el ámbito tecnológico y de producción, se observa que el personal de las radios comunitarias del

cantón Guaranda asume múltiples funciones, como locución, producción, gestión administrativa y manejo de redes sociales, a pesar de ello, no cuenta con procesos técnicos definidos o recursos humanos especialistas, esto que repercute en la calidad de los programas y en la organización de los contenidos radiofónicos.

Cabe indicar que en el cantón Guaranda existe diferencia entre el consumo mediático de la zona rural y la zona urbana, puesto que, en sectores rurales, donde gran parte de la población se dedica a actividades agrícolas y labores domésticas desde tempranas horas del día, la radio tradicional es el medio de mayor acceso y preferencia, debido a su practicidad, sumado a esto, en dichas zonas los niveles de conectividad son limitados. En contraste, en la zona urbana del cantón existe mayor acceso a conectividad, dispositivos móviles y redes sociales, esto favorece el consumo de contenidos digitales y nuevas formas de interacción comunicacional. La brecha territorial y tecnológica también es un problema para las radios comunitarias que deben equilibrar la permanencia de su formato tradicional con la incorporación de herramientas digitales.

Este planteamiento se vincula de forma directa con la realidad de las radios comunitarias del cantón Guaranda: Radio Salinerito, Crisolito, La Propia y Runacunapac Yachana; donde se evidencian limitaciones en la planificación estratégica para la adopción de la convergencia digital, así como una inversión insuficiente en infraestructura tecnológica y capacitación del personal. Estas carencias inciden en una vinculación deficiente de las radios con las redes sociales, las cuales son utilizadas de forma empírica, sin criterios técnicos y se limitan a la difusión básica de contenidos radiales, sin estrategias orientadas a la interacción, segmentación de audiencias o construcción de identidad digital. En consecuencia, la presencia digital de estas emisoras se reduce a la reproducción básica de contenidos radiales, esta situación reduce el alcance, participación y fortalecimiento del vínculo comunicacional en un contexto donde la dinámica mediática exige mayor adaptabilidad y proyección multiplataforma.

Como resultado, la transformación de los procesos comunicacionales es parcial y poco sostenible, caracterizada por un uso elemental de plataformas digitales, sin una coordinación coherente entre contenidos, formatos, programación y narrativas acordes a las dinámicas del entorno digital y a las necesidades de las audiencias locales. Por lo tanto, es necesario analizar el impacto de la convergencia digital en la transformación de los medios radiofónicos comunitarios del cantón Guaranda durante el año 2025.

## **1.2. Formulación del problema**

¿De qué manera la convergencia digital influye en la transformación de los medios radiofónicos comunitarios del cantón Guaranda durante el año 2025?

## **1.3. Preguntas de investigación**

- ¿Qué herramientas y plataformas digitales utilizan actualmente las radios comunitarias del cantón Guaranda en el marco de la convergencia digital?
- ¿Cómo se da la adaptación de los medios radiofónicos comunitarios a la digitalización a partir de la incorporación de tecnologías digitales?
- ¿Cuáles son las principales limitaciones tecnológicas, organizacionales y de capacitación que enfrentan las radios comunitarias del cantón Guaranda para su transformación digital?
- ¿Qué estrategias digitales desarrollan las radios comunitarias del cantón Guaranda para fortalecer su presencia y sostenibilidad en el entorno digital?

## **1.4. Justificación**

La presente investigación es importante porque aborda la transformación de los medios de comunicación radiofónicos comunitarios del cantón Guaranda acerca de la convergencia digital; se entiende como dicha convergencia al fenómeno que modifica las dinámicas de producción, difusión y consumo de contenidos comunicacionales. De este modo, la investigación es relevante debido a las diferencias socioeconómicas y tecnológicas existentes entre el área rural y urbana del cantón, debido que en los sectores rurales la radio tradicional mantiene un apego por su accesibilidad, utilidad en las jornadas agrícolas y menor dependencia de habilidades digitales, en la zona urbana

existe mayor familiaridad con plataformas digitales gracias al acceso a internet y dispositivos tecnológicos.

Este estudio aporta en la parte social porque visibiliza la realidad de las radios comunitarias del cantón Guaranda como espacios de participación ciudadana, donde se refuerza la identidad cultural y existe acceso democrático a la información. Los resultados de la investigación permiten identificar debilidades y fortalezas en el uso de herramientas digitales para así contribuir a la comunicación comunitaria y a tener mayor integración de las audiencias en los procesos comunicacionales, en especial de los sectores jóvenes.

El aporte práctico se orienta a generar información útil para la toma de decisiones en las radios comunitarias y con base a esto diseñar estrategias digitales efectivas, acorde a sus capacidades técnicas y recursos utilizables. De esta manera, los hallazgos del estudio sirven de material para la planificación de procesos de aprendizaje, inversión tecnológica y perfeccionamiento en la producción de contenidos digitales afines a las diferentes plataformas de comunicación objeto de análisis.

Los principales beneficiarios de esta investigación son las radios comunitarias del cantón Guaranda que son: Radio Salinerito 89.90 FM , Radio Crisolito 93.1 FM, Radio La Propia 92.7 FM y Radio Runacunapac Yachana 97.9 FM, sus equipos de trabajo y las comunidades a las que sirven. De manera indirecta, se benefician alumnos, investigadores, propietarios de medios comunitarios y entes públicos o privados interesados en robustecer la comunicación comunitaria y el desarrollo local.

## **1.5. Objetivos**

### ***1.5.1 General***

- Analizar el impacto de la convergencia digital en la transformación de los medios radiofónicos comunitarios en el Cantón Guaranda durante el año 2025.

### ***1.5.2. Específicos***

- Diagnosticar el estado de la infraestructura tecnológica y recursos digitales utilizados por las radios comunitarias.

- Describir la incorporación de la convergencia digital en gestión interna, producción e interacción con audiencias locales.
- Determinar el impacto de la convergencia digital en las audiencias, considerando los niveles de acceso, consumo, interacción y percepción de los contenidos radiofónicos comunitarios en entornos digitales
- Diseñar estrategias de comunicación digital orientadas a fortalecer la presencia de las radios comunitarias del cantón Guaranda en entornos digitales

### **1.6. Idea a defender**

La convergencia digital en las radios comunitarias del cantón Guaranda se manifiesta mediante el uso básico de plataformas digitales, con limitaciones en infraestructura tecnológica, capacitación del personal y planificación comunicacional, que configura procesos de transformación incompletos.

### **1.7. Variables**

Variable dependiente: Medios de comunicación radiofónicos comunitarios

Variable independiente: Convergencia digital



---

al desarrollo social,  
cultural y  
comunitario (Valdés,  
2023, p. 38)

Desarrollo social

- Percepción de inclusión comunicacional

- Promoción de participación comunitaria
- Aporte a la identidad local
- Percepción de cercanía con la comunidad

de 5. ¿A través de qué medios accede con mayor frecuencia a la radio comunitaria (radio tradicional, redes sociales, internet)?

6. ¿Considera que el uso de plataformas digitales de la radio facilita el acceso a la información para la población del cantón?

de 7. ¿Ha interactuado alguna vez con la radio comunitaria a través de redes sociales o llamadas?

la 8. ¿La radio comunitaria transmite información relacionada con problemáticas sociales del cantón Guaranda?

9. ¿Considera que la radio comunitaria contribuye al desarrollo social y cultural de Guaranda?

10. ¿Cómo califica la calidad de los contenidos que transmite la radio comunitaria?

---

*Nota: Elaborado: Abata A & Navarro A.*



---

Estrategias digitales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura tecnológica disponible</li> <li>• Nivel de integración entre radio tradicional y plataformas digitales</li> </ul>	<p>5. ¿Qué tipo de infraestructura tecnológica debe tener la radio para el desarrollo de contenidos digitales?</p> <p>6. ¿Cómo se articulan los contenidos de la radio tradicional con las plataformas digitales?</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación de contenidos digitales</li> <li>• Gestión de contenidos multiplataforma</li> </ul>	<p>7. ¿Qué tipo de planificación debe tener la radio para la producción y difusión de contenidos digitales?</p> <p>8. ¿Qué criterios se deben utilizar para adaptar los contenidos radiofónicos a formatos digitales?</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objetivos comunicacionales en entornos digitales</li> </ul>	<p>9. ¿Cuáles son los objetivos comunicacionales que se persiguen con el uso de plataformas digitales?</p>

---

*Nota: Elaborado: Abata A & Navarro A.*

## **CAPÍTULO II.**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes**

Un estudio desarrollado por Gutiérrez (2024) específicamente de la Universidad de Colima, México, titulada “La Convergencia Digital en la Radio Pública y Universitaria” (p.19) tuvo como objetivo examinar la respuesta de las emisoras públicas frente a los desafíos de la convergencia digital y el entorno multiplataforma; el método fue exploratorio y descriptivo basado en entrevistas semiestructuradas a representantes de 44 radiodifusoras, aborda aspectos como la selección de canales digitales, uso del streaming, producción de contenidos bajo demanda, redefinición de perfiles profesionales e integración de redes sociales. Los resultados de la investigación muestran avances desiguales en la adopción de la convergencia digital, debido a las limitaciones tecnológicas, organizativas y formativas, concluyó que es importante integrar y gestionar plataformas digitales en las emisoras de radio.

Esta investigación ofrece una visión analítica y empírica que permite comprender los procesos de transformación digital en la radio pública y universitaria, se constituye en un referente para investigaciones posteriores y para el diseño de estrategias de gestión, producción y distribución de contenidos radiofónicos comunitarios en el marco de la convergencia digital.

En relación con la presente investigación, evidencia que las dificultades dadas sobre la convergencia digital son problemática estructural que afecta a distintos tipos de emisoras; en este sentido, el estudio respalda la problemática identificada y fundamenta la necesidad de planificar de forma adecuada la migración digital en radios comunitarias.

De manera complementaria, la investigación desarrollada por Cañón (2023), en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia de Colombia sobre “La sinergia entre la emisora y las redes sociales”, tuvo como objetivo analizar el papel que desempeñan las redes sociales en fortalecer y posicionar una emisora radiofónica dentro de un entorno

digital (p.17). La metodología de la investigación fue tipo cualitativo y descriptivo, los resultados del estudio sostienen que, en la era digital las redes sociales son indispensables para las emisoras de radio, ya que permiten ampliar el alcance, fortalecer la presencia institucional y establecer vínculos más cercanos con las audiencias. Se concluye que plataformas como Facebook, Instagram, Twitter, YouTube y TikTok facilitan la difusión de contenidos, promoción de programas, eventos e interacción más directa con los oyentes.

El aporte de esta investigación es que, permite analizar cómo el uso estratégico de las redes sociales influye en las emisoras para mejorar su alcance e interactuar con la audiencia. Por ejemplo, la estrategia aplicada a esta radio son las transmisiones de programas en vivo, comparten noticias, avances, entrevistas y contenido multimedia, e integran la retroalimentación constante de los oyentes. Esto contribuye a la transformación de la radio tradicional hacia modelos más participativos e interactivos.

Esto demuestra que, la incorporación estratégica de redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, YouTube y TikTok amplían el alcance institucional y modifican las dinámicas de producción, distribución e interacción con las audiencias. Por ello, en el cantón Guaranda es importante que la transformación radiofónica en el entorno digital implique un cambio estructural en la gestión comunicacional y el diseño de estrategias que permitan una transición digital más articulada y sostenible.

En la tesis de maestría de Roldão (2025), realizada en Brasil en la Universidad de Católica Portuguesa sobre “Convergencia tecnológica y transformaciones en el proceso de producción de contenidos radiofónicos”, tuvo como objetivo analizar cómo la convergencia tecnológica modificó los procesos de producción de contenidos en la emisora “Snooze” (p.15). La metodología aplicada fue cualitativa a través de análisis de contenidos publicados en Instagram y TikTok y entrevistas semiestructuradas a miembros del equipo de la emisora.

Los resultados del estudio revelan que el éxito en el entorno digital depende de estrategias planificadas, concluye que existe factores importantes como la duración del contenido, plataforma de difusión, momento de publicación y temática abordada para

el éxito en la producción de contenidos. En este contexto, el estudio aporta a la investigación a evidenciar cómo una emisora se adapta de forma eficaz a la convergencia digital mediante la transformación de sus rutinas productivas y la adopción de criterios estratégicos orientados a la interacción y el alcance.

Por lo expuesto, la revisión de investigaciones previas a nivel internacional evidencia que la convergencia digital en los medios de comunicación, en particular en los radiofónicos, constituye una necesidad urgente. En consecuencia, las radios comunitarias tienen que iniciar un proceso de digitalización con el propósito de responder a las nuevas formas de consumo informativo y a las demandas de las audiencias contemporáneas.

Por otra parte, Moreno (2023), en su estudio de la Universidad de las Fuerzas Armadas llamado “Innovación y convergencia: el uso de herramientas multidimensionales en la radio online de Ecuador” tuvo como objetivo evaluar el grado de aprovechamiento de los recursos digitales en la construcción de discursos comunicativos por parte de las emisoras ecuatorianas (p. 1263). La metodología fue de enfoque metodológico, se empleó la técnica de observación directa a 200 radiodifusoras establecidas a escala nacional.

Sus resultados evidencian que muchas radios del país no alcanzan una adaptación efectiva al entorno mediático actual, caracterizado por su dinamismo y constante evolución; concluyó que existe una brecha entre las prácticas comunicativas tradicionales y las exigencias del contexto digital. En este aspecto, este antecedente aporta a la presente investigación al identificar la realidad de las radios ecuatorianas frente a la convergencia digital y subrayar la necesidad de procesos de transformación más dinámicos, en especial en el ámbito de las radios comunitarias.

De esta manera, el antecedente sustenta la necesidad de examinar cómo las radios comunitarias del cantón Guaranda enfrentan su proceso de transformación en el marco de la convergencia digital. La investigación también aporta un referente metodológico porque utiliza la observación directa como técnica para evaluar el grado de integración

digital, enfoque que se aplicó en la presente tesis como parte del diagnóstico mediante ficha de observación a las cuatro radios comunitarias.

En el artículo de Pérez et al. (2025) desarrollado en el Puyo – Ecuador en la Universidad Estatal Amazónica, sobre la “Convergencia digital de radio SuperTropicana 105.9” (p.2), donde su objetivo fue establecer el contenido audiovisual encaminado a plataformas digitales para expandir su audiencia. La metodología fue de enfoque cualitativo, descriptivo y exploratoria, se apoyó en un análisis FODA y entrevistas para identificar factores internos y externos que influyen en el desarrollo digital de la radio.

Los resultados indican que los contenidos multimedia y audiovisuales son una estrategia para maximizar la audiencia de una emisora radiofónica en plataformas digitales. Se concluye que la presencia digital es un requisito indispensable para ampliar la audiencia y fortalecer el vínculo emocional con los oyentes, además, los desafíos tecnológicos impulsan a los medios tradicionales a innovar, diversificar sus contenidos y adaptarse a las nuevas demandas del entorno comunicacional.

Desde esta perspectiva, este estudio contribuye a la investigación al demostrar que la convergencia digital, además de implicar el uso de plataformas tecnológicas, abarca la implementación de estrategias comunicativas y de producción de contenidos acordes con las dinámicas actuales del consumo mediático.

Este antecedente es pertinente para el análisis de las radios comunitarias del cantón Guaranda ya que confirma que la adaptación al entorno digital es un requisito para fortalecer el vínculo con las audiencias y garantizar sostenibilidad comunicacional. En consecuencia, sustenta la necesidad de que las emisoras objeto de estudio incorporen estrategias de producción multimedia como parte de su proceso de transformación digital.

La investigación de Guerrero et al. (2025) de la Universidad Estatal de Milagro Ecuador, titulada “Radio digital comunitaria y desarrollo local”, tuvo como objetivo analizar el papel de la radio digital comunitaria como herramienta para reducir la brecha digital y fortalecer la participación ciudadana en contextos rurales (p.10). El

estudio fue de tipo cualitativo y se desarrolló mediante encuestas, talleres de capacitación, producción colaborativa de contenidos y procesos de monitoreo en diferentes fases.

Los resultados evidencian que fortaleció las competencias digitales, producción de programas con enfoque local, generación de contenidos multimedia e incremento del sentido de pertenencia comunitaria, concluyó que existió una disminución en el consumo de medios tradicionales y apropiación de herramientas digitales por parte de los participantes. En consecuencia, aporta a la investigación al evidenciar el potencial de la radio comunitaria digital como agente de desarrollo local, inclusión social y empoderamiento ciudadano, aspectos directamente relacionados con la transformación de los medios radiofónicos comunitarios y convergencia digital.

Desde el contexto ecuatoriano, esta investigación permite comprender la realidad de las radios frente a la convergencia digital y subrayan la necesidad de impulsar procesos de transformación más dinámicos, en especial, en el ámbito de las emisoras comunitarias del cantón Guaranda, con la finalidad de fortalecer identidad local y su cultura.

En la Universidad Politécnica Salesiana, la investigación desarrollada por López (2025), titulada Convergencia digital de la radio y su incidencia en el público de la ciudad de Cuenca - Ecuador Caso: "La Mega" Fm, tuvo como objetivo analizar cómo la radio FM tradicional La Mega FM, se adapta a la convergencia digital y cómo este proceso impacta en su gestión, contenidos, audiencias y competitividad frente a otras emisoras, (p.12). La investigación empleó un enfoque mixto cuantitativo y cualitativo, con alcance descriptivo, diseño no experimental y longitudinal, analizó la evolución del público y la convergencia digital a través de perfiles oficiales en redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok.

Los resultados indican que la permanencia de las radios depende de integrar plataformas digitales, transformar contenidos y fortalecer la interacción con audiencias cada vez más activas y segmentadas. Se concluye que los aparatos y aplicaciones

móviles facilitan la interacción con la audiencia y una emisora radial para perdurar en el tiempo se ve en la necesidad de adaptarse a los contenidos digitales.

Esta investigación aporta un modelo metodológico y conceptual sobre convergencia digital en radio FM, útil como referencia para analizar la adaptación de las radios comunitarias de Guaranda, su audiencia y el uso de redes sociales. También refuerza la idea de que la adaptación tecnológica no es opcional, sino una condición necesaria para fortalecer la participación ciudadana en las radios comunitarias del cantón Guaranda, ya que, permite ampliar el alcance y garantizar la permanencia de los medios analizados en el ecosistema digital contemporáneo.

La investigación de Morcayo y Argudo (2025) de la Universidad Nacional de Chimborazo titulado “Análisis de la transformación digital de medios de comunicación en Riobamba y su influencia en la producción de contenidos” tuvo como objetivo examinar el impacto de la transformación digital en los medios comunicacionales de Riobamba y su influencia en los procesos de producción de contenidos mediante la identificación de estrategias, retos y adaptaciones (p.365). La metodología fue de enfoque mixto, se realizó entrevistas a expertos y un estudio observacional que analizó los procesos de digitalización de los medios en relación a las propensiones de consumo y adaptación tecnológica.

Los resultados indican que la producción de contenidos en Riobamba se adapta a las predisposiciones emergentes y expectativas de las nuevas audiencias. Se concluye que el nivel de adaptación a la transformación digital en la producción de contenidos se modifica de acuerdo a los recursos disponibles, formación del personal y cabida para efectuar tecnologías emergentes en los medios de comunicación de Riobamba.

Este antecedente es importante porque analiza cómo los medios de comunicación de Riobamba afrontan la digitalización y permite comprender que la transformación digital es la incorporación de herramientas tecnológicas e implica realizar ajustes en las dinámicas de producción, planificación y distribución de la información.

El enfoque de este antecedente, aporta una base comparativa que fortalece el análisis del proceso que atraviesan las radios comunitarias en el cantón Guaranda, en virtud de

que, la convergencia digital está vinculada a las características internas de cada medio y a las nuevas expectativas de las audiencias, esto respalda la necesidad de proponer estrategias para las emisoras comunitarias objeto de estudio.

El estudio de Castro (2023) realizado en la Universidad Técnica de Ambato titulado “La plataforma digital WhatsApp y la interacción con la audiencia en las radios públicas FM de la ciudad de Ambato” tuvo como objetivo analizar la situación actual en cuanto al uso de la plataforma WhatsApp para la interacción con la audiencia en las radios públicas FM de la localidad de Ambato (p.4). La metodología aplicada fue tipo descriptiva y de enfoque cualitativo, la técnica fue la entrevista semi estructurada aplicada a los miembros de la Radio Primicias de la Cultura y Radio Identidad Cultural.

Los resultados indican las radios estudiadas se adaptan a la convergencia digital, es decir, adoptan las nuevas plataformas, métodos, instrumentos, herramientas y formatos. Se concluye que es importante potenciar las redes sociales y no enfocarse en solo el canal de WhatsApp, además, las personas encargadas deben estar capacitándose de forma constante.

La principal contribución del antecedente a la presente tesis radica en evidenciar que la convergencia digital es proceso integral que implica cambios en las dinámicas comunicativas, gestión interna y planificación estratégica de los contenidos. Este enfoque es esencial para el análisis de las radios comunitarias del cantón Guaranda, ya que permite interpretar la digitalización como un proceso progresivo que requiere una adaptación constante. Asimismo, se refuerza la idea de que la sostenibilidad de los medios radiofónicos digitales en el cantón Guaranda depende de fortalecer las competencias profesionales, de tener una estrategia comunicacional diversificada y de la presencia en plataformas digitales.

En la ciudad de Guaranda en la Universidad Estatal de Bolívar, la investigación desarrollada por Tacuri y Urvina (2023), titulada “Estudio de factibilidad para la creación del medio digital Killa Radio TV”, tuvo como objetivo evaluar la viabilidad técnica, comunicacional y social para la implementación de un medio digital que integre radio y televisión en línea, orientado a atender las necesidades informativas y

culturales de la comunidad local (p.4). La metodología fue de enfoque descriptivo, apoyado en la aplicación de encuestas, entrevistas y una ficha de observación destinada al análisis de contenidos de los medios competidores.

Los resultados evidenciaron un alto nivel de aceptación e interés ciudadano respecto a la creación de un nuevo medio digital, se planteó estrategias comunicacionales y el diseño de una parrilla de programación que incluyó contenidos informativos, formativo-culturales, deportivos, de entretenimiento y de opinión. Se concluye que en Guaranda existen medios digitales que no poseen los estándares anhelados en relación a la eficacia de producción en sus contenidos, sin embargo, Killa Radio TV tiene potencial para ser un medio exitoso en el panorama local.

Al revisar este documento, se reconoce que aporta a la investigación al proporcionar un referente metodológico y conceptual sobre la factibilidad y planificación de medios digitales de carácter local, así como insumos para el diseño de estrategias de contenido orientadas a audiencias comunitarias. Además, no se identifican estudios específicos sobre la convergencia digital en radios comunitarias del cantón Guaranda, esto evidencia un vacío investigativo que justifica la pertinencia y relevancia de la presente investigación.

Se evidencia que en el cantón Guaranda existe una apertura y necesidad de fortalecer los medios digitales con propuestas estratégicas ya que, este antecedente demuestra que la convergencia digital en el contexto local es viable y demandada por la comunidad, es decir, se respalda la importancia de analizar la transformación de las radios comunitarias hacia entornos digitales más competitivos.

## **2.2. Marco Científico**

El presente marco científico reúne los enfoques teóricos que sustentan la investigación, con el propósito de explicar y analizar los fenómenos comunicativos vinculados a la radio en el contexto de la convergencia digital. A través de estos paradigmas y teorías, se establece una base conceptual que permite comprender la comunicación como un proceso social, cultural en el que intervienen actores, discursos, tecnologías y audiencias.

### ***2.2.1 Paradigma estructuralista***

El paradigma estructuralista sostiene que la vida social se centra como un sistema complejo de comunicación presidido por estructuras, códigos y reglas que organizan las relaciones sociales y culturales (Vargas, 2025, p. 4287). Además, en este enfoque las estructuras que organizan los hechos sociales hacen visible el conocimiento implícito de los sistemas culturales y desmontan interpretaciones superficiales generadas por la industria cultural.

En este sentido, el estructuralismo propone un enfoque integral de los fenómenos comunicativos porque considera que el contexto cultural en el que se producen y reciben los mensajes es esencial para reconocer el punto clave de transformación (Gauna 2022, p. 289).

Inspirado en la lingüística estructural, Lévi-Strauss (1995) planteó que:

Todos los fenómenos culturales poseen una naturaleza sígnica, por lo tanto, los métodos de la lingüística se aplican al estudio de diversas manifestaciones sociales. La cultura se analiza como un sistema de signos interrelacionados que transmiten significados colectivos y permite estudiar prácticas sociales, discursos y procesos comunicativos desde una lógica estructural (Lévi-Strauss, 1995, p. 15).

Por su parte Verón (1983, p. 98) realizó aportes a la semiología de la comunicación, al señalar que los efectos del discurso no responden a una relación lineal de causa y efecto; según el autor, en el proceso comunicativo intervienen múltiples factores como la estructura del mensaje y el contexto sociocultural de recepción. Bajo esta línea, el autor Pérez (2023) destaca que, en el contexto de la convergencia digital, el rol de las audiencias se fortaleció al incrementar su capacidad de interpretación, resignificación e interacción con los contenidos mediáticos.

El paradigma estructuralista aporta a la investigación un marco analítico que permite examinar a las radios comunitarias como sistemas de comunicación organizados con su adecuada estructura, normativa y panorama cultural. Desde este enfoque, la transformación digital se analiza como un cambio tecnológico y como una

reconfiguración de discursos y rutinas que sostienen la práctica radiofónica comunitaria.

El paradigma estructuralista permite comprender a emisoras como Radio Salinerito, Radio Crisolito Celestial, Radio Runacunapac y Radio La Propia como un sistema de producción; bajo este aspecto, la convergencia digital representa un cambio tecnológico que transforma las formas tradicionales de producción y circulación del mensaje y que modifica las reglas de interacción entre emisores y audiencia.

### ***2.2.2 Teoría crítica escuela de Frankfurt***

La teoría crítica desarrollada por la Escuela de Frankfurt, surge en las primeras décadas del siglo XX como una respuesta intelectual a las transformaciones sociales, económicas y políticas propias del capitalismo avanzado. De acuerdo con Frankenberg (2004), este enfoque se consolida en la década de 1920 bajo el liderazgo de Max Horkheimer y se orienta al análisis crítico de las organizaciones de dominación propias del capitalismo tardío, con una postura bienhechora frente a las formas de control social y cultural (Rubiano, 2023).

Los orígenes de la teoría crítica datan a la fundación del *Institut für Sozialforschung* en 1923, en Fráncfort del Meno, con el apoyo financiero de Félix Weil, donde se reunió a pensadores de orientación marxista que impulsaron una relectura del “Marx joven”, a partir de obras clave como *Historia y conciencia de clase* de Georg Lukács y *Marxismo y filosofía* de Karl Korsch. Más adelante, bajo la dirección de Max Horkheimer desde 1932, la Escuela de Frankfurt consolidó sus fundamentos teóricos, proceso que culminó con la publicación del ensayo *Teoría crítica* en 1937, texto que sentó las bases del pensamiento de autores como Adorno, Marcuse y Benjamin (Ortega, 2024).

En el campo de la comunicación la teoría crítica adquiere relevancia al analizar los medios como espacios donde se reproducen relaciones de poder, intereses económicos e ideologías dominantes; desde esta perspectiva, la comunicación se concibe como una práctica social atravesada por lógicas de mercado, industria cultural y control simbólico (Carrasco, 2021).

Esta teoría indica que los medios influyen en la construcción de significados, conformación de audiencias y naturalización de discursos hegemónicos, al tiempo que abre posibilidades para el análisis de prácticas comunicativas alternativas y emancipadoras (Ouellet, 2025). En este sentido, Lozada y Villagómez (2025) sostiene que la teoría crítica de la comunicación es importante para examinar las desigualdades del ecosistema mediático digital y para cuestionar el papel de las plataformas en la producción y circulación de contenidos, se enfatiza en la necesidad de una comunicación orientada al bien común y a la justicia social.

La teoría crítica proporciona herramientas conceptuales para analizar la transformación de las radios comunitarias desde una perspectiva de poder y desigualdad, es así que, en el marco de esta investigación, este enfoque analiza cómo la convergencia digital introduce nuevas dependencias hacia plataformas tecnológicas y lógicas de mercado que tensionan los principios comunitarios y participativos de la radio.

Asimismo, orienta el análisis hacia la identificación de prácticas comunicativas alternativas que resisten la homogeneización cultural y promueven una comunicación orientada al interés público y a robustecer el tejido social en el cantón. En el caso de emisoras como Radio Salinerito, Radio Crisolito Celestial, Radio Runacunapac y Radio La Propia, la teoría crítica sustenta un análisis que valora su papel como medios alternativos orientados a la participación comunitaria.

### 2.2.3 Acción comunicativa Modelo Jurgen Habermas

Jürgen Habermas nació en Alemania en 1929 y desarrolló su pensamiento en un contexto histórico marcado por las consecuencias de la Segunda Guerra Mundial, su obra mantuvo una postura crítica frente a la irracionalidad humana y la crisis moral que caracterizaron esos años. Su producción intelectual se centró en el papel de la opinión pública y en las implicaciones éticas de la vida social, aportes que recibieron reconocimiento internacional, como el Premio de la Paz otorgado por la Asociación de Libreros Alemanes en 2001 (Robles, 2023, p. 33).

En este marco, la teoría de la acción comunicativa constituye uno de los ejes centrales de su pensamiento, al situar el lenguaje como elemento fundamental en la construcción

del entendimiento social y en el análisis crítico de la sociedad moderna (de la Cruz, 2024). En línea con la tradición de Max Weber, Habermas en 1981, orienta su análisis hacia las acciones sociales conscientes e intencionales y los significados que los actores les atribuyen, donde, la racionalidad sustenta las interacciones humanas y permite alcanzar el entendimiento mutuo (Flores 2024, p. 40).

Desde esta perspectiva, en 1984 distingue entre acción estratégica y acción comunicativa; la primera se orienta al logro de fines individuales y se basa en el cálculo de resultados y efectos sobre los demás, mientras que la segunda se fundamenta en el consenso alcanzado mediante la interacción lingüística y persigue intereses compartidos por los miembros de una comunidad (Grisales 2025, p. 58).

Asimismo, reconoce variantes de la acción estratégica, como la acción dramática, vinculada a la expresión de la subjetividad, y la acción normativa, relacionada con los valores socialmente legitimados (Martínez, 2024, p. 1625). No obstante, considera que toda forma de interacción que no busque el entendimiento mutuo se aleja del ideal comunicativo, en este sentido, la acción comunicativa representa un modelo normativo de la vida social, ya que ofrece una vía para resolver conflictos de manera racional y no coercitiva, a través del diálogo y la construcción colectiva de significados (Flores, 2024, p. 48).

La teoría de la acción comunicativa contribuye al estudio al situar la comunicación radiofónica comunitaria como un espacio de construcción de entendimiento colectivo y participación social, es un escenario donde el lenguaje permite generar consensos, fortalecer la identidad cultural y promover la participación ciudadana.

Este enfoque analiza cómo las radios comunitarias en su proceso de transformación digital fortalecen o debilitan el diálogo con sus audiencias, de este modo, la investigación se apoya en este modelo para evaluar si la incorporación de entornos digitales favorece prácticas comunicativas orientadas al consenso, deliberación e inclusión, o por el contrario, prioriza acciones estratégicas centradas en la visibilidad y el alcance, en detrimento del intercambio comunicativo comunitario.

#### ***2.2.4 Teoría de la convergencia de medios***

Desde la perspectiva Jenkins (2008), la convergencia es el “flujo de contenidos a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre diversas industrias de medios y el comportamiento migratorio de las audiencias, dispuestas a desplazarse entre distintos entornos en busca de experiencias comunicativas significativas” (p. 14). El autor plantea que la convergencia no es un simple avance tecnológico o a la integración de dispositivos y plataformas, más bien, es un proceso cultural y social que transforma el rol activo de las audiencias, que dejan de ser receptoras pasivas

El concepto de convergencia de medios adquirió relevancia académica a partir de los aportes de Henry Jenkins, aunque el propio autor reconoce que el término fue introducido inicialmente por Ithiel de Sola Pool en 1983. De acuerdo con Duquelsky (2022) “la convergencia surge para describir los procesos de integración entre tecnologías, industrias y prácticas culturales que redefinen la producción y el consumo de contenidos mediáticos” (p.49)

Desde una mirada crítica, Murdock y Golding (1981), sostienen que el análisis del flujo de contenidos mediáticos requiere situar los productos culturales dentro de los intereses económicos y materiales que condicionan su producción y distribución. Según estos autores, es posible comprender de forma plena la diversidad y el sentido de los contenidos que circulan en los medios; esta postura resalta la dimensión estructural del sistema mediático y las relaciones de poder que influyen en los procesos comunicativos (p. 22-57).

No obstante, Jenkins (2008; como se citó en Duquelsky, 2022) plantea que, en el escenario de la convergencia mediática, las narrativas, marcas y mensajes se expanden de manera transversal a través de múltiples plataformas, esto genera un entorno en el que las historias se cuentan de forma integrada y los consumidores interactúan con los contenidos en distintos espacios mediáticos (p. 50).

Este enfoque orienta el análisis hacia la manera en que los contenidos radiofónicos se articulan con plataformas digitales y redes sociales, así como al rol activo de las audiencias en la circulación y resignificación de los mensajes. En el contexto local, esta

teoría facilita examinar las oportunidades y limitaciones que enfrentan las radios comunitarias al integrar múltiples plataformas sin perder su identidad local y comunitaria.

La teoría también explica la manera en que los medios tradicionales como la radio comunitaria, dejan de operar de manera aislada para integrarse en un ecosistema digital interconectado; desde este punto de vista, la transformación de las radios comunitarias de Guaranda es la incorporación de tecnología, integración de plataformas, lenguajes y dinámicas de interacción con audiencias más activas.

### ***2.2.5 Teoría General de Sistemas (TGS)***

La Teoría General de Sistemas (TGS) se consolida como un enfoque fundamental para el análisis de organizaciones y procesos complejos, al permitir la integración de diversos marcos teóricos y metodológicos. A partir de los planteamientos de Ludwig von Bertalanffy, la TGS se define como una perspectiva interdisciplinaria aplicable tanto a sistemas naturales como a aquellos creados por el ser humano. Desde esta visión, las organizaciones son comprendidas como sistemas abiertos, dinámicos y adaptativos, conformados por múltiples componentes que interactúan de manera constante (Ronquillo et al. 2024, p. 80).

En su desarrollo contemporáneo, la TGS incorpora nuevas interpretaciones que responden a los avances tecnológicos y a la creciente complejidad de los entornos institucionales. En este sentido Andrade et al. (2024) señalan que “las políticas, los procesos y las acciones que se desarrollan dentro de un sistema interdependiente influyen directamente en su desempeño global. Permitiendo explicar cómo los sistemas se ajustan, se reorganizan y evolucionan frente a cambios internos y externos” (p.400)

La TGS permite abordar a las radios comunitarias como sistemas abiertos e interdependientes, influenciados por factores tecnológicos, sociales, culturales y normativos, desde esta perspectiva, la presente investigación analiza la transformación digital como un proceso de adaptación sistémica, donde los cambios en un componente repercuten en la organización interna, los procesos de producción y la relación con la comunidad.

Esta teoría facilita una visión holística del proceso de transformación que se entiende que cualquier modificación en uno de sus componentes repercute en el funcionamiento total del medio radiofónico comunitario como es en caso de las cuatro radios comunitarias analizadas en el cantón Guaranda.

### **2.3. Marco Conceptual**

#### **Variable dependiente: Medios de comunicación radiofónicos comunitarios**

##### ***2.3.1 Comunicación***

La comunicación constituye la forma más básica y esencial de relación entre las personas ya sea mediante la expresión oral o a través de la escritura; desde los inicios de la comunicación humana, se reconoció que el tipo de lenguaje, los medios utilizados y la diversidad de emisores y receptores que intervienen en este proceso resultan determinantes para que los mensajes se transmitan de manera clara y asertiva (López y Lescay, 2023). En este sentido, la eficacia comunicativa depende de la adecuada articulación de estos elementos dentro del proceso comunicacional (Santillán, 2022, p. 2061).

La comunicación es el proceso mediante el cual las personas intercambian ideas, sentimientos, conocimientos, experiencias, permite la construcción de relaciones y la organización de la vida en sociedad. Desde sus orígenes, la comunicación evolucionó junto con las necesidades humana y se adaptó a distintos escenarios históricos y culturales.

Para que la comunicación sea efectiva, es necesario que exista coherencia entre quien emite el mensaje, contenido que se transmite, canal utilizado y capacidad del receptor para interpretarlo, por esta razón, la comunicación implica la transmisión de información, asegurar que esta sea entendida por quienes participan en el proceso comunicativo.

##### ***2.3.2. Comunicación para el desarrollo social***

La comunicación para el cambio social (CCS) se consolidó como un campo de reflexión teórica y práctica orientado a fortalecer procesos democráticos en zonas

locales y regionales, al priorizar la participación ciudadana y la transformación de las realidades sociales desde enfoques inclusivos (Martínez et al., 2023, p. 333).

La conceptualización de la comunicación para el cambio social comenzó a tomar forma a finales de la década de 1990, a partir del encuentro de especialistas en comunicación y participación social realizado en Bellagio, Italia (Armas et al., 2022). En este marco, Gumucio (2001), definió este enfoque como “un proceso de diálogo y debate, basado en la tolerancia, el respeto, la equidad, la justicia social y la participación activa de todos” (p. 9), lo que evidencia su orientación ética y participativa.

Desde una perspectiva más amplia, la CCS incorpora principios del pensamiento humanista y de la educación popular, al situar la comunicación como un componente estratégico en la formulación de políticas, programas y modelos orientados a la transformación social. En este sentido Noval et al. (2022), sostienen que la CCS se fundamenta en la integración de sistemas públicos de información y comunicación, orientados a fortalecer la participación y el empoderamiento ciudadano, desde una perspectiva ética y política que concibe la comunicación como un derecho y como un proceso clave en la toma de decisiones colectivas (p. 6).

La Comunicación para el cambio social, se fundamenta en la idea de que los procesos comunicativos son herramientas estratégicas para promover transformaciones colectivas, prioriza la participación activa de las comunidades en la construcción de mensajes, fomenta el diálogo, inclusión y toma de decisiones compartidas.

De esta manera, la comunicación no se ve como un proceso vertical, sino como un espacio horizontal donde las voces locales adquieren protagonismo en la búsqueda de soluciones a sus propias problemáticas, además, este enfoque fortalece la democracia al impulsar la participación ciudadana y empoderamiento social.

### ***2.3.3 Comunicación comunitaria***

La comunicación comunitaria se configura como una herramienta orientada a la construcción colectiva de mensajes en la que se prioriza la voz de la población y se reconoce el derecho de las comunidades, barrios, sectores sociales y espacios

educativos a expresarse de manera autónoma (Martens et al. 2022, p. 80). Este enfoque posibilita que los actores sociales transmitan sus necesidades, demandas y opiniones desde su propia perspectiva, en coherencia con los principios y valores que rigen la convivencia en cada territorio. Según Suntaxi (2023) este modelo comunicacional fortalece el ejercicio del derecho a la comunicación desde una lógica participativa (p.218).

Para Tusa et al. (2023) “entre los principales desafíos de la comunicación comunitaria se encuentran: la necesidad de una formación, capacitación continua de sus actores, superación de las brechas generacionales, incumplimientos de gestión, inadaptación a cambios tecnológicos y a nuevos modelos de consumo mediático” (p.13). En este sentido, Peña (2022) afirma que, “los medios de comunicación comunitarios juegan un proceso de transformación y articulación que generó procesos organizativos, de donde salieron movimientos indígenas, campesinos y de trabajadores que transformaron sus condiciones de vida y los marcos regulatorios de país” (p. 200).

Según Rizo (2022) “la comunicación comunitaria busca fortalecer la dimensión colectiva social, donde la identidad se construye a partir del sentido de pertenencia a un nosotros. Consiste en promover espacios de sensibilización, motivación y acción comunitaria que impulsen la participación activa de organizaciones” (p. 26). De manera integral, la comunicación se configura como un proceso social que articula la interacción humana, participación ciudadana y construcción colectiva para concebirla como un derecho y como un instrumento para la transformación social, sustentado en el diálogo, la inclusión y la acción colectiva.

Este enfoque no tiene que ver con modelos tradicionales porque promueve una dinámica horizontal, en la que los actores sociales son receptores de información y protagonistas en la generación de contenidos, así, la comunicación comunitaria fortalece el tejido social, impulsa la corresponsabilidad y consolida el derecho a la comunicación basada en la inclusión y respeto a la identidad cultural de cada territorio.

### ***2.3.4 Medios de comunicación***

La tecnología desempeña un papel fundamental en el desarrollo de la comunicación de masas, ya que el avance tecnológico permite la aparición de medios como la prensa, cine, radio, televisión e internet, además de influir de manera directa en las dinámicas de competencia entre ellos (Broseta et al., 2023, p. 24).

De forma tradicional, a los medios de comunicación se les atribuye tres funciones principales: informar, formar y entretener, esta última función coincide con el propósito central de las industrias culturales, que permite considerar a los medios de comunicación como parte integrante del sector cultural en su conjunto. En consecuencia, los medios de comunicación cumplen un rol relevante en la sociedad al informar, entretener, contribuir a la formación de la opinión pública y apoyar los procesos educativos. (Rodríguez y Maldonado 2025, p. 220)

Los medios de comunicación evolucionan de manera paralela al desarrollo tecnológico para ampliar el alcance de los mensajes y transformar la forma en que las sociedades se informan y se relacionan, en este sentido, la tecnología actúa como herramienta y como un factor que redefine las estructuras y modelos de funcionamiento de los medios.

La radio tiene que reinventarse frente al crecimiento del internet y las redes sociales e integrar formatos multiplataforma para mantener su relevancia, por ende, los medios de comunicación se entienden como sistemas dinámicos que se transforman de acuerdo con los cambios tecnológicos, sociales y culturales del entorno.

### ***2.3.5 Radio como medio de comunicación***

La radio ofrece un entorno favorable para el desarrollo de la creatividad, debido a que la narración apoyada en el uso de la palabra, música y efectos sonoros posibilita la recreación de escenas en la mente del oyente; este medio, además de cumplir una función informativa, también contribuye al fomento de la creatividad y a la participación activa de la ciudadanía (Leiva et al. 2022, p. 392). Asimismo, Loreto (2023, p. 138), menciona que la radio se consolida como un recurso facilitador en los

procesos de enseñanza y aprendizaje, en especial en el fortalecer la comunicación en el ámbito escolar.

La radio como medio de comunicación se distingue por su capacidad de estimular la imaginación y generar cercanía con la audiencia a través del lenguaje sonoro ya que combina voz, música y construye escenarios que el oyente interpreta desde su propia experiencia, esto ayuda a fortalecer el vínculo emocional con el contenido

La evolución de las frecuencias radiofónicas y su adaptación a los avances tecnológicos propician un mayor uso y valoración de internet para favorecer la interacción social con la audiencia y dar lugar a que surjan nuevos enfoques del lenguaje en el contexto comunicacional.

### ***2.3.6. Radio comunitaria***

La radio comunitaria se orienta a la producción de contenidos educativos, culturales y patrimoniales con el objetivo de fortalecer la identidad colectiva y contribuir de manera directa a los procesos educativos; este enfoque establece una diferencia frente a otros medios de comunicación debido a que prioriza contenidos vinculados a la realidad local y fomenta audiencias con altos niveles de participación y compromiso social (Sandoya, 2022, p. 2235).

Este tipo de radio se articula con la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, organización que integra a más de 3.000 medios comunitarios a escala global, donde cada uno de estos medios cumple una función en la democratización de la comunicación, al abrir nuevos espacios para la expresión ciudadana y al promover el ejercicio del derecho a la información (Broseta et al. 2023, p. 25). Para ello, Cholango (2021) menciona que las radios comunitarias emplean estrategias comunicacionales orientadas a llegar a territorios alejados, donde de forma histórica el acceso a la comunicación y a la información son limitados o inexistentes (p.60).

En el contexto ecuatoriano, su origen se vincula con los procesos de alfabetización dado que, a través de este medio cerca de 20.000 personas indígenas y campesinas del país accedieron a la educación en una etapa

histórica marcada por desigualdades económicas y sociales. Varias radios comunitarias surgieron al interior de instituciones religiosas y, desde sus inicios, impulsaron la lucha por el reconocimiento legal por parte del Estado, con el fin de garantizar su sostenibilidad económica y regular los aspectos técnicos y de producción. (Castillo y Haber 2025, p. 969)

La integración de la tecnología en el ecosistema mediático redefine las dinámicas de competencia y consolida a los medios masivos como pilares del sector cultural mediante sus funciones de información, formación y entretenimiento. La radio comunitaria destaca por su capacidad para estimular la creatividad auditiva y facilitar procesos pedagógicos, mientras que su vertiente comunitaria se erige como un instrumento estratégico para la democratización de la comunicación y para fortalecer la identidad colectiva.

#### **Variable independiente: Convergencia digital**

##### ***2.3.7 Convergencia digital***

La expansión de las tecnologías de la información y comunicación modificó el panorama comunicacional, pues, en los últimos años, la audiencia digital experimentó un crecimiento sostenido debido a la migración de los usuarios hacia plataformas digitales, esto generó un debilitamiento de las audiencias tradicionales (Solórzano et al. 2024, p. 75). Desde 2020 los medios de comunicación incorporaron de manera obligatoria estas tecnologías hasta consolidarse como actores indispensables dentro de la dinámica social y mediática (Amankwah et al., 2021, p. 2).

La convergencia digital se desarrolla en un entorno marcado por la redefinición de las funciones tradicionales de los medios de comunicación y por la transformación permanente de las audiencias. Estas condiciones influyen de manera decisiva en los nuevos modelos de programación, en particular en los formatos y lenguajes, mismos que deben responder a un ecosistema mediático donde la participación ciudadana adquiere una presencia cada vez más relevante. (Barranquero y Martínez, 2021 p. 236)

En este marco se consolida el concepto de convergencia, término empleado desde mediados de la década de los ochenta para aludir a la unión de dos o más trayectorias en un mismo punto o a la coincidencia de objetivos comunes. En la actualidad, esta noción se aplica al análisis de los procesos de transformación tecnológica y digital que inciden en el desarrollo de las telecomunicaciones y de los sistemas mediáticos (Montalván y Galán 2021, p. 105).

La convergencia mediática favorece la integración de diversas aplicaciones, el acceso simultáneo a múltiples redes de información y la producción conjunta de contenidos, este escenario sitúa a las audiencias como actores centrales del proceso convergente, ya que participan de forma activa mediante la interacción en distintos medios de comunicación de manera simultánea (Rodríguez, 2023, p. 62). Una manifestación destacada de esta realidad se observa en el protagonismo de las redes sociales, en consecuencia, los modos de acceso a la información se han desplazado desde los formatos tradicionales hacia el uso de plataformas como TikTok, YouTube e Instagram, entre otras (Solórzano et al. 2024, p 76).

Bajo esta línea, se analiza que todo proceso de convergencia digital conlleva inversiones debido a que la innovación tecnológica provoca la obsolescencia de infraestructuras que se utilizaron de forma previa, esto incrementa los costos asociados a la creación de nuevos productos y servicios. Es importante mencionar que, el éxito de la convergencia depende en primera instancia de la modernización tecnológica de los medios, la integración de equipos técnicos y también de aprovechar los contenidos y servicios a través de múltiples plataformas de difusión.

### ***2.3.8 Transformación digital de los medios de comunicación radiofónicos***

El contexto mediático actual difiere del existente en el siglo pasado, debido a la transformación de los entornos sociales y de las formas de interacción ciudadana, en este escenario, la radio enfrenta el desafío de adaptarse a nuevas dinámicas comunicativas, dado que los oyentes ya no se limitan al consumo pasivo de información, como advierten (Martens et al. 2022, p. 88).

En la actualidad los oyentes participan de forma activa en la configuración de la programación, proponen alternativas y asumen un rol protagónico dentro del proceso comunicacional. La producción de contenidos ya no recae de forma exclusiva en los profesionales, sino también en los ciudadanos, quienes adquieren una mayor capacidad de intervención en la comunicación radiofónica (Balsebre et al. 2022, p.120).

La naturaleza multimedia e interactiva de internet amplía de manera significativa el espacio comunicativo entre las emisoras de radio y sus audiencias. Asimismo, la red se configura como una oportunidad para diversificar las estrategias discursivas del medio radiofónico y fortalecer el diálogo con los oyentes que se identifican con estilos específicos de producción sonora (Moreno 2023, p.1261).

La transformación digital de la radio implica una renovación integral del producto sonoro, lo que supone una modificación del lenguaje radiofónico mediante la incorporación de recursos multidimensionales. Este proceso ejerce una influencia directa en los hábitos de consumo y en los intereses de las audiencias, que responden a nuevas formas de acceso y participación en el entorno mediático digital (Solórzano et al. 2024, p. 78).

### ***2.3.9 Plataformas digitales y radio online***

La radio online se sustenta en la tecnología streaming la cual posibilita la transmisión simultánea de audio y video en tiempo real, por medio, del uso de un computador y un software especializado, la señal sonora se envía a un servidor web desde donde se distribuye de manera continua, sin quedar almacenada de forma permanente (Oro y Centeno, 2021). Este sistema permite que la transmisión sea escuchada por usuarios ubicados en cualquier parte del mundo, lo que amplía la cobertura del medio y supera las limitaciones territoriales propias de la radio tradicional (Moreno, 2023, p. 1265).

El proceso de digitalización constituye uno de los principales factores que potencian el alcance de la radio en internet, debido a que elimina las barreras geográficas impuestas por las ondas hertzianas a las emisoras convencionales. Esta condición posibilita una nueva relación entre el medio y los oyentes, además de favorecer la conformación de

audiencias globales con intereses comunes, independientemente de su ubicación geográfica (Londoño, 2024).

Asimismo, el entorno digital genera condiciones favorables para una participación ciudadana amplia y constante, aspecto que anteriormente se limitaba a espacios puntuales, esta característica marca una diferencia sustancial entre la radio convencional y la radio digital (Espada, 2022). De manera complementaria, la tecnología que posibilita la universalización de las emisiones favorece la diversificación de la oferta de contenidos, cada vez más especializada en función de distintos grupos sociales, al mismo tiempo que reduce los costos de producción y simplifica la estructura operativa de las emisoras tradicionales (Dávila, 2022).

En este contexto, surge una nueva forma de conexión virtual entre oyentes que comparten intereses informativos o culturales, aun cuando residan en espacios geográficos distantes (Broseta et al., 2023). Por ello, puede afirmarse que internet democratizó el acceso a los contenidos ya que libera al oyente de los horarios rígidos de las parrillas de programación, situación que se consolidó con la aparición de los podcasts; y, la ampliación y especialización de la oferta de contenidos permite a cada persona seleccionar aquellos que mejor satisfacen sus necesidades informativas y culturales (Chang et al., 2023).

### ***2.3.10 Estrategias de diversificación de contenidos***

En el entorno digital contemporáneo la radio redefine su función como proveedora de contenidos dentro de una sociedad mediática caracterizada por el uso de múltiples soportes y, en este proceso de transformación, la programación en streaming y el desarrollo del podcasting destacan como las innovaciones más relevantes, aunque no constituyen las únicas estrategias adoptadas por este medio (Balsebre et al. 2022, p. 119). Al igual que la televisión y la prensa digital, la radio actual se configura como un medio híbrido en el que convergen contenidos y lenguajes que antes pertenecían de forma exclusiva a otros soportes (Chang et al. 2023, p. 10).

Según Quintas y González (2021) la radiodifusión a través de la web 2.0 y la telefonía móvil incorpora video, texto escrito e imagen fija, aunque el audio mantiene su papel

central, esta convergencia normaliza la coexistencia entre la radio tradicional por ondas y distribución de contenidos sonoros en plataformas digitales, donde se evidencia el crecimiento del streaming y del podcasting (p.300).

El modelo de negocio tradicional de la radio se basa en la oferta de contenidos organizados en programas y parrillas que las audiencias consumen de manera gratuita, de forma posterior, dichas audiencias se comercializan en el mercado publicitario, que constituye la principal fuente de ingresos del sector. Este ciclo se completa con el control que ejercen los emisores sobre la plataforma de distribución, es decir, el espectro radioeléctrico, a través de concesiones otorgadas por los Estados. (Espada 2022, p. 122)

El mercado radiofónico atraviesa una etapa de transición multicanal en la que es relevante conservar las audiencias tradicionales del canal hertziano lineal como fortalecer la presencia en nuevas plataformas donde se localizan otros perfiles de oyentes; este escenario carece de un canal dominante y obliga a captar audiencias a través de diversos conductos (Barrios y Reyes 2023, p.15).

La convergencia digital constituye un proceso de transformación que integra infraestructuras, lenguajes y modelos de gestión en un ecosistema mediático caracterizado por la migración de audiencias hacia plataformas bajo demanda; este fenómeno impulsa la transición de la radio desde lo tradicional hacia sistemas híbridos y de streaming. Es importante la revisión de modelos productivos para incorporar nuevos hábitos de escucha y formas de consumo en redes y plataformas de terceros, además de superar esquemas básicos de explotación para recuperar el control sobre la distribución y comercialización de los contenidos.

### ***2.3.11 Audiencias digitales***

El análisis de las audiencias digitales se fundamenta en la investigación desarrollada por Zapata (2024) quien distingue los patrones de consumo mediático según generaciones (p.9). En el caso de los baby boomers, el autor señala que este grupo mantiene una relación estrecha con los medios tradicionales, en especial la radio, televisión y prensa, que continúan percibiendo como fuentes confiables de información

y entretenimiento, además, sus decisiones se influenciadas por las recomendaciones personales y el boca a boca (Zapata, 2024, p. 17)

La generación Z presenta un consumo mediático más selectivo que combina el uso de medios tradicionales con plataformas digitales como sitios web y aplicaciones informativas. Aunque su participación en redes sociales resulta moderada este grupo utiliza de forma habitual el correo electrónico y la mensajería instantánea y concede un valor a las recomendaciones de su entorno cercano al momento de tomar decisiones de consumo (Vila y Benito 2025, p. 467–487)

Por su parte, los millennials muestran una clara preferencia por las redes sociales y plataformas de streaming, debido a la inmediatez y personalización que ofrecen en el acceso a los contenidos; para este grupo, los formatos visuales, multimedia e interactivos resultan especialmente atractivos, así como el consumo frecuente de podcasts en plataformas digitales (Zapata, 2024, pp. 18–19)

En relación con los *centennials*, Zapata (2024) describe un perfil vinculado al entorno digital, en el que las redes sociales y el *streaming* constituyen medios habituales de interacción; este grupo prioriza plataformas como Facebook, TikTok e Instagram por sus formatos participativos y valora la personalización del consumo en servicios como Spotify, Netflix y YouTube. Aunque busca principalmente entretenimiento y relaciones sociales, también manifiesta interés por la protección de su privacidad en el entorno digital (p. 19).

Bajo este aspecto, las audiencias digitales no son homogéneas porque cada generación presenta características particulares en sus hábitos de consumo mediático; estas diferencias generacionales evidencian que los medios de comunicación deben diversificar sus estrategias de contenido para responder a las expectativas y formas de interacción propias de cada grupo etario.

Las diferencias generacionales implican combinar contenidos tradicionales con propuestas digitales, utilizar plataformas variadas y generar mensajes segmentados según el perfil de cada audiencia, además, demanda mayor creatividad, interactividad

y análisis constante del comportamiento del público, con el fin de mantener la relevancia y garantizar una comunicación inclusiva.

### **2.3.12 Redes sociales como canales de difusión**

Las redes sociales se consolidaron como canales de difusión con un impacto significativo en las dinámicas comunicativas contemporáneas. Al respecto, Úzqueda (2025) sostiene que:

Las redes sociales se convirtieron en relevantes en un periodo relativamente breve, es decir, desde la aparición de plataformas como Facebook y Twitter, estas herramientas se integraron en las interacciones sociales y transformaron las formas de comunicación, esto reforzó su papel como canales de intercambio comunicativo y como espacios de acceso a múltiples realidades (p. 33).

Estas plataformas facilitan la conexión con otros individuos y con contextos geográficamente distantes e incide de manera directa en la construcción de la identidad; ante este escenario, es necesario analizar el contexto digital desde una perspectiva equilibrada que contemple tanto sus oportunidades como sus riesgos (Olivares y Majuelos 2022, p.50).

En el ámbito radiofónico, las redes sociales favorecen la incorporación de nuevos estilos narrativos acordes con sus características propias y estos espacios impulsan enfoques informativos innovadores y estrategias de comunicación persuasiva, entre las que destaca el *storytelling* como una modalidad narrativa eficaz para la difusión de contenidos (Marcos et al., 2021). Al respecto, Vila y Benito (2025) señalan:

El periodismo narrativo permite transformar el contenido informativo en una narración integral que amplía el valor de las noticias, mediante el uso de tramas, personajes, diálogos e intrigas con un enfoque emocional, apoyado en múltiples medios y soportes que facilitan la reconstrucción cognitiva de una historia desde distintas plataformas (p. 467–487).

Las redes sociales están consolidadas como canales estratégicos de difusión que transforman la manera en que los medios producen, distribuyen y posicionan sus

contenidos; este cambio posiciona a las redes sociales como agentes influyentes en la percepción de la realidad y en la forma en que las personas se relacionan con su entorno. Además, las redes sociales son espacios de construcción de comunidad donde los usuarios comentan, comparten y participan en la difusión de mensajes; en este sentido, las redes sociales representan una oportunidad para ampliar audiencias y fortalecer la relación con el público, siempre que su uso responda a una estrategia comunicacional planificada.

### ***2.3.13 Plataformas de Redes Sociales***

Las plataformas de redes sociales modificaron los procesos de comunicación y las relaciones interpersonales; estas herramientas digitales facilitan la interacción entre personas ubicadas en distintos contextos geográficos y permiten mantener vínculos preexistentes y establecer nuevas relaciones sociales (Sandoval 2022, p. 11). En este sentido, Merino y Valdiviezo (2022) sostienen que las redes sociales actúan como mediadoras de la comunicación contemporánea al ampliar las posibilidades de contacto y de intercambio simbólico entre los usuarios (p.32).

Desde un enfoque descriptivo, las principales plataformas de redes sociales se clasifican según su estructura corporativa y su funcionalidad comunicativa:

- Meta Platforms: Este ecosistema está conformado por Facebook e Instagram, y se cotiza en el mercado Nasdaq, ambas plataformas concentran altos niveles de interacción social mediante contenidos visuales, textuales y audiovisuales.
- Twitter (actualmente X): Se configura como una red de microblogging orientada a la difusión inmediata de mensajes breves y al debate público.
- Snapchat: Desarrollada por Snap Inc., prioriza la comunicación visual efímera a través de mensajes multimedia.
- YouTube: Propiedad de Google, se consolida como un espacio de difusión audiovisual de alcance global, con énfasis en la producción y consumo de videos bajo demanda.

- TikTok: Destaca por su orientación hacia la creación y difusión de videos de corta duración, con una alta aceptación entre audiencias jóvenes (Giménez 2023, p. 9).

Estas plataformas configuran un entorno comunicativo diverso, en el que convergen distintos formatos, estilos de interacción y modelos corporativos, de tal manera que influye en las prácticas comunicativas y en las dinámicas sociales contemporáneas (Merino y Valdiviezo, 2022, p. 35).

La segmentación de las audiencias digitales hace referencia a una transición del consumo de medios tradicionales, predominante en los baby boomers, hacia una integración híbrida en la generación X y una dependencia absoluta de entornos digitales en millennials y centennials. Por consiguiente, la consolidación de redes sociales y plataformas de streaming modifica las dinámicas comunicativas, esto obliga a la radio y otros medios convencionales a adoptar estilos narrativos como el storytelling para mantener su relevancia.

#### ***2.3.14 Contenido viral***

El contenido viral se refiere a publicaciones o materiales que se difunden de forma masiva y rápida en plataformas digitales debido al elevado número de compartidos, me gusta y comentarios que reciben en un periodo breve; este fenómeno constituye un elemento central en la comunicación digital, dado que permite que mensajes, tendencias o temas se proyecten más allá de su audiencia inicial, alcanza grandes segmentos de usuarios en un corto espacio de tiempo (Arrieta y Rubio 2023, p. 14).

De acuerdo con Peña et al. (2022), explican que las tendencias virales emergen cuando un tema o publicación logra un volumen considerable de menciones y reacciones en redes sociales, esto facilita su expansión en tiempo real (p.310). Según Fuentes et al. (2021) “las tendencias son impulsadas por la cantidad de interacciones como me gusta, comentarios y compartidos que reciben” (p. 42). Asimismo, se menciona que:

Las tendencias en redes sociales se identifican por el volumen de interacciones que obtienen las publicaciones sobre un tema específico, esto permite conocer los contenidos más difundidos y comentados en tiempo real y su aparición

puede estar vinculada a noticias, debates o campañas destacadas (Cortez y Córdova, 2024, p. 38).

El contenido viral representa una oportunidad estratégica para que las radios comunitarias del cantón Guaranda amplíen su alcance en entornos digitales y conecten con audiencias más jóvenes. La creación de fragmentos de programas o mensajes culturales con formatos breves y dinámicos facilita la circulación de contenidos en redes sociales, así, se fortalece la visibilidad de emisoras como Radio Salinerito, Radio Crisólito Celestial, Radio Runacunapac y Radio La Propia.

### ***2.3.15 Interactividad Digital***

El concepto de interactividad digital se refiere a la capacidad de los usuarios para establecer comunicación bidireccional con los sistemas digitales o entre sí, es decir, convierte a las plataformas sociales en espacios donde se recibe información, se participa y responde activamente (Oro, 2021, p. 70). En este marco, la interactividad supone la construcción de diálogos y respuestas entre emisores y receptores mediada por herramientas tecnológicas.

Este concepto se aplica en redes sociales, donde la comunicación interactiva permite que emisores y receptores actúen como participantes equitativos en las conversaciones, se ajusta el flujo de información según las respuestas obtenidas (Rodríguez y Tinitana 2025, p. 45). La interactividad digital constituye un elemento central en el proceso de convergencia de los medios, ya que transforma la comunicación tradicional unidireccional en un modelo bidireccional y participativo. A través de comentarios, reacciones, transmisiones en vivo y mensajería instantánea, las audiencias dejan de ser receptoras pasivas para convertirse en actores activos dentro del proceso comunicativo.

La interactividad digital representa una oportunidad para ampliar los espacios de participación ciudadana más allá de la señal tradicional en el cantón Guaranda, mencionada dinámica fortalece el vínculo entre medio y comunidad, es decir, genera mayor cercanía, retroalimentación inmediata y construcción colectiva de contenidos.

### ***2.3.16 Influencia Digital***

La influencia digital se entiende como la capacidad que tienen ciertos actores, publicaciones o contenidos para afectar las percepciones, actitudes y comportamientos de otros usuarios en entornos digitales (Campines 2023, p. 40). Esta influencia se manifiesta en cambios de opinión, preferencias de consumo o decisiones individuales derivadas de la exposición a mensajes reiterados o a figuras con alto reconocimiento social (Purizaca, 2024, p. 99).

En este sentido, la influencia digital representa un desafío y una oportunidad para las radios comunitarias del cantón Guaranda, puesto que, al integrarse al ecosistema digital, las emisoras objeto de estudio fortalecen su liderazgo comunicacional y amplían su impacto más allá de la señal tradicional, en especial entre públicos jóvenes. La influencia digital tiene que ejercerse con responsabilidad, con los principios de servicio comunitario, identidad cultural y participación social que las caracterizan, es importante evitar que la lógica de popularidad digital desplace su función social y territorial de las radios comunitarias

## **2.4. Marco Legal**

En este apartado se expone la normativa legal aplicable al tema de investigación en relación a las variables de estudio, de este modo, se presentan las disposiciones constitucionales y legales que regulan la difusión de contenidos y se establece el marco jurídico que sustenta y orienta el proceso de transformación de las radios comunitarias en el contexto de la convergencia digital.

### ***2.4.1 Constitución de la República del Ecuador (CRE)***

La Constitución de La República Del Ecuador, (2008), reconoce a la comunicación como un derecho fundamental y establece principios orientados a garantizar la pluralidad de medios, el acceso a información veraz y la regulación responsable de los contenidos mediáticos:

- 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. (p. 14)

**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. (p. 15)

**Art. 18.-** Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: 1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior. (p. 15)

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

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

**Art. 21.-** Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas. (p. 16)

**Art. 22.-** Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría. (p. 16)

**Art. 23.-** Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales. (p. 16)

**Art. 66.-** Se reconoce y garantizará a las personas: 6. El derecho a opinar y expresar su pensamiento libremente y en todas sus formas y manifestaciones. (p. 32)

#### ***2.4.2 Ley Orgánica de Comunicación***

La Ley Orgánica de Comunicación (2013), desarrolla los principios relacionados con el ejercicio del derecho a la comunicación, la calidad informativa y la prevención de contenidos que vulneren derechos fundamentales:

**Art. 17.-** Derecho a la libertad de pensamiento y expresión. Para el desarrollo y aplicación de la presente Ley, toda persona tiene el derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección, e incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones.(p. 7)

**Art. 22.-** Derecho a recibir información de calidad. - Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa y contextualizada. (p. 9)

**Art. 60.-** Identificación y clasificación de los tipos de contenidos.- Para efectos de esta Ley, los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en: a) Informativos -I; b) De opinión -O; c) Formativos/educativos/culturales -F; d) Entretenimiento -E; e) Deportivos -D; y, f) Publicitarios -P., y obliga a los medios a identificarlos conforme a criterios técnicos y jurídicos. (p. 22)

**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 haga distinción, restricción, exclusión o preferencia basada en razones de nacionalidad, etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión. (p. 22)

**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 ratificados por el Ecuador. (p. 23)

#### ***2.4.3. Reglamento a la Ley de Radiodifusión y Televisión***

El Reglamento a la Ley de Radiodifusión y Televisión (2008) establece criterios específicos para la programación de las estaciones de radio y televisión, orientados a fortalecer el rol educativo, cultural y social de los medios.

**Art. 48.-** Sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos precedentes, las estaciones de radiodifusión y televisión elaborarán y emitirán su programación sujetos a las siguientes normas: a) Pondrán énfasis, con espíritu objetivo (...), b) Defenderán, promoverán y exaltarán los aspectos positivos de las tradiciones (...), c) Se empeñarán en conservar y fortalecer la unidad nacional, sin perjuicio de las legítimas manifestaciones locales y regionales (...), d) Procurarán constantemente la educación política y cívica del pueblo ecuatoriano, mediante el conocimiento de la Constitución y leyes de la República (...), e) La programación, incluida los avances de los programas y la publicidad, será apta para todo público, desde las 06h00 hasta las 21h00 (...) (p. 11).

#### ***2.4.4 Código Orgánico de Organización Territorial***

El Código Orgánico de Organización Territorial (2020), reconoce a los gobiernos autónomos descentralizados competencias relacionadas con la comunicación y la participación ciudadana:

**Art. 362.-** Los gobiernos autónomos descentralizados propiciarán el uso masivo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) por parte de los titulares de derechos y los agentes productivos, de la educación, la cultura, la salud y las actividades de desarrollo social, incrementando la eficacia y la eficiencia individual y colectiva del quehacer humano. (p. 152)

## 2.5. Marco Georreferencial

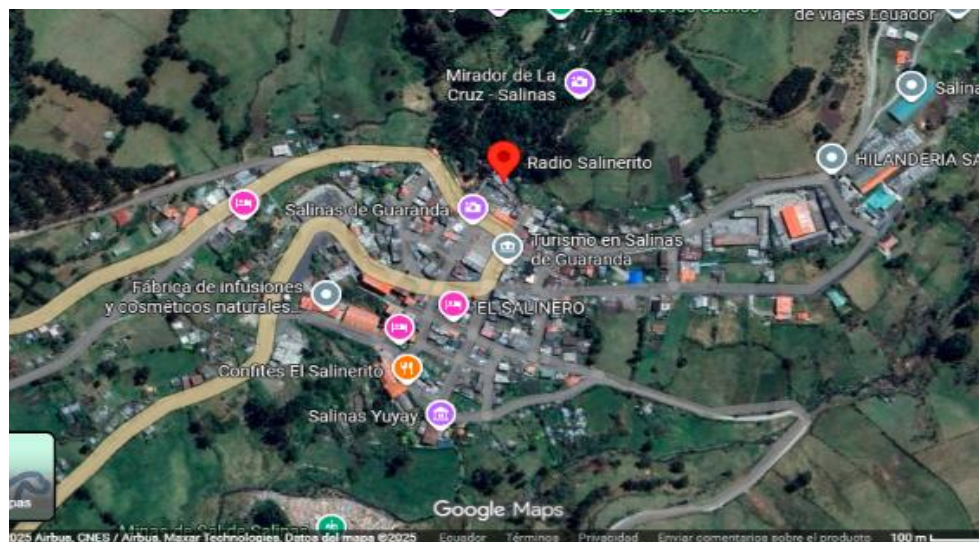
En la ciudad de Guaranda existen cuatro radios comunitarias: Radio Salinerito, Radio Crisolito, Radio La Propia y Radio Runacunapac Yachana, a continuación, se detalla cada una de ellas:

### Radio Salinerito 89.90 FM

Radio Salinerito surge a partir del impulso de la Misión Salesiana y del apoyo internacional, con un énfasis en la participación comunitaria y la consolidación territorial hasta convertirse en la primera radio comunitaria concesionada del país. Ubicada en las calles El Calvario y Samilagua, Salinas.

### Figura 1

*Mapa georreferencial de la Radio Salinerito en la ciudad de Guaranda.*



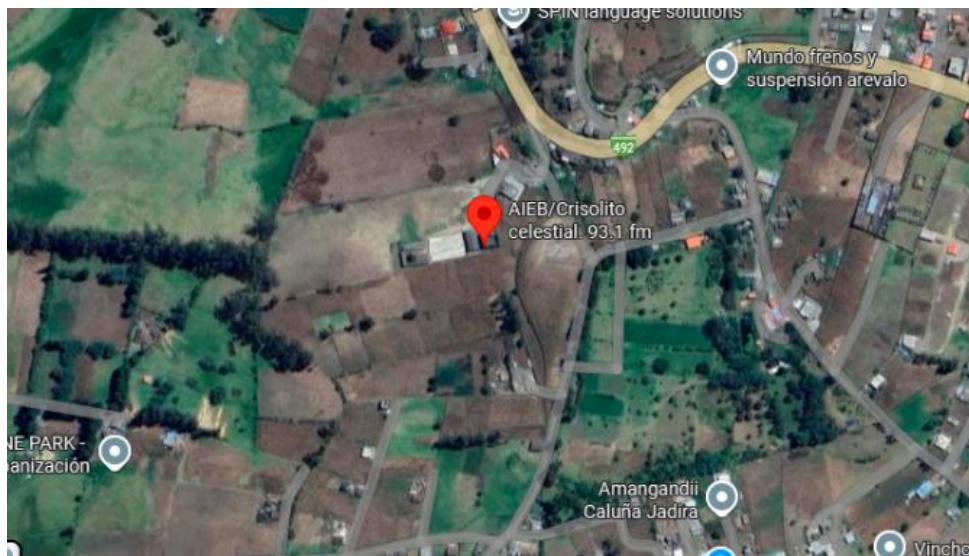
*Nota:* Investigado por: Abata A & Navarro A Fuente: Google maps/diciembre 2025.

## **Radio Crisolito Celestial 93.1 FM**

Radio Crisolito Celestial nace desde la iniciativa de comunidades evangélicas de la provincia de Bolívar, orientada a la difusión de valores cristianos y al fortalecimiento espiritual, y se consolida gracias al trabajo voluntario y solidario de sus miembros. Ubicada en el sector Vinchoa.

### **Figura 2**

*Mapa georeferencial de la Radio Crisolito Celestial en la ciudad de Guaranda.*



*Nota: Investigado por: Abata A & Navarro A Fuente: Google maps/diciembre 2025.*

## **Radio La Propia 92.7 FM**

Radio La Propia, también conocida como Radio Revolucionaria, se origina en la vocación comunicacional de un líder local y se fortalece mediante experiencias previas en la radio rural, hasta consolidarse como un medio comunitario con enfoque social y transformador. Ubicado en las calles Avenida Monseñor Cándido Rada, y, 23 de abril, Guaranda.

### Figura 3

Mapa georreferencial de la Radio La Propia en la ciudad de Guaranda.



Nota: Investigado por: Abata A & Navarro A. Fuente: Google maps/diciembre 2025.

### Radio Runacunapac 97.9 FM

Radio Runacunapac se establece como una de las experiencias más antiguas, con raíces en la cooperación intercomunitaria indígena y un fuerte vínculo con la educación popular, la identidad cultural y el desarrollo local. Ubicado en la parroquia Simiatug, Calle Echeandía y Barragán.

### Figura 4

Mapa georreferencial de la Radio Runacunapac Yachana en la ciudad de Guaranda.



Nota: Investigado por: Abata A & Navarro A. Fuente: Google maps/diciembre 2025.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

El estudio se estructuró a partir de un diseño metodológico que integra distintos tipos de investigación, enfoques, métodos, técnicas e instrumentos que fueron seleccionados de acuerdo a las características del objeto de estudio, relacionado con la convergencia digital en las radios comunitarias del cantón Guaranda. A continuación se describen de la siguiente manera:

#### **3.1. Tipo de Investigación**

##### ***3.1.1 Bibliográfica***

En el presente documento se aplicó la investigación bibliográfica mediante la revisión de literatura relacionada con la convergencia digital, radio comunitaria, medios de comunicación radiofónicos y los procesos de transformación tecnológica en el ámbito comunicacional. Esta información permitió construir el marco científico, conceptual, definir las variables de estudio y sustentar el análisis de la realidad de las radios comunitarias del cantón Guaranda.

La investigación bibliográfica según Hernández & Mendoza (2023) consiste en la revisión, análisis y sistematización de información que proviene de fuentes documentales, como libros, artículos científicos y documentos académicos, con el fin de sustentar de forma teórica el estudio. Asimismo, Arias (2021) menciona que este tipo de investigación es un proceso ordenado de selección y síntesis de información de diferentes fuentes.

##### ***3.1.2 Descriptiva***

Este estudio adoptó un enfoque descriptivo porque permite caracterizar las cuatro radios comunitarias del cantón Guaranda en cuanto a su infraestructura tecnológica, uso de plataformas digitales, producción de contenidos y formas de interacción con las audiencias. A través de este enfoque se logró explicar la forma en cómo se manifiesta la convergencia digital en los medios radiofónicos analizados sin alterar la realidad observada.

Este tipo de investigación se orienta a “observar y caracterizar los fenómenos tal como ocurren en la realidad, identifica sus rasgos, relaciones y comportamientos para obtener una comprensión del contexto y de los elementos que los conforman” (Arias, 2021, p. 70). Asimismo, Sánchez, p. (2020, p. 73) menciona que, en este tipo de investigación “no se manipulan variables y se miden las circunstancias del objeto de estudio”.

### ***3.1.3 Exploratoria***

La presente investigación fue exploratoria ya que a través del reconocimiento en el objeto de estudio se pudo analizar al fenómeno de la convergencia digital en radios comunitarias del cantón Guaranda, cabe indicar que fue un tema con escasos antecedentes investigativos a nivel local.

La investigación exploratoria según Haro et al., (2024, p. 959), se orienta al “primer acercamiento a fenómenos poco estudiados y permite identificar variables relevantes y construir un marco conceptual que sirva de base para futuras investigaciones”. Este tipo de estudios según Arias (2021), se realizan cuando el investigador desea relacionarse con un fenómeno de estudio poco conocido.

### ***3.1.4 De campo***

En el presente trabajo se desarrolló la investigación de campo mediante la aplicación de encuestas a los habitantes del cantón Guaranda, entrevistas a expertos en comunicación, así como la observación directa y aplicación de la ficha de observación en relación a las instalaciones y procesos comunicacionales de los medios radiofónicos del cantón. Este contacto directo permitió recopilar información real y actual sobre el estado de la convergencia digital en dichas emisoras.

La investigación de campo, de acuerdo con Villanueva (2022), se caracteriza por la obtención directa de datos en el lugar donde se desarrolla el fenómeno de estudio para permitir una comprensión más precisa de la realidad y la generación de información primaria confiable, de este modo. Para Arias (2021), este tipo de investigación se efectúa en el mismo lugar donde suceden los fenómenos a ser estudiados.

### ***3.1.5 Explicativa***

Se empleó la investigación explicativa en este estudio porque se buscó analizar cómo la convergencia digital incide en la transformación de los medios radiofónicos comunitarios del cantón Guaranda, además, se identificó factores como la disponibilidad de recursos tecnológicos, capacitación del personal, la implementación de estrategias digitales y cómo estos influyen en el alcance, participación de las audiencias y sostenibilidad de las emisoras.

El tipo de investigación explicativa según Arias (2021, p. 72) “se caracteriza por analizar las relaciones de causa y efecto entre las variables de estudio y profundizar en la comprensión de los fenómenos investigados”. Del mismo modo, Sánchez, p. (2020, p. 71), añade que “mide las causas y consecuencias que ocurren en un evento

## **3.2. Enfoque de la investigación**

### ***3.2.1 Cualitativo***

En esta investigación se empleó el enfoque cualitativo porque se emplearon entrevistas estructuradas dirigidas a expertos en comunicación y fichas de observación a los medios de comunicación radiofónicos comunitarios objetos de estudio, este proceso permitió identificar el estado de la infraestructura tecnológica, recursos digitales disponibles y las prácticas de producción de contenidos en entornos digitales. De esta forma, se analizó cómo las cuatro radios comunitarias del cantón Guaranda afrontan el proceso de convergencia digital, a partir de las percepciones y experiencias de sus representantes y del análisis directo de sus dinámicas comunicacionales,

El enfoque cualitativo se orienta a interpretar los fenómenos sociales a partir de las experiencias, percepciones y significados que las personas atribuyen a su realidad, esto permite analizar contextos y comprender procesos sociales que no pueden expresarse mediante datos numéricos (Hernández & Mendoza, 2023). Mientras que, Sánchez, p. (2020, p. 113) menciona que este tipo de enfoque “no hace uso de la estadística porque estudia las cualidades del objeto de estudio”.

### ***3.2.2. Cuantitativo***

Se aplicó el enfoque cuantitativo en la presente investigación mediante la encuestas a la población del cantón Guaranda, en específico a la población de la parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla (Vinchosa) y las parroquias rurales de Salinas y Simiatug, debido a que en estos entornos geográficos se encuentran las radios comunitarias, la encuesta permitió recopilar datos cuantificables sobre los niveles de acceso, consumo de información, interacción y percepción de los contenidos difundidos por las radios comunitarias en plataformas digitales.

El enfoque cuantitativo se fundamenta en la recopilación y análisis de datos numéricos para medir variables de forma objetiva y compararlas a través de procedimientos estadístico (Pérez & García, 2023). Asimismo Sánchez, p. (2020, p. 113) indica que bajo este enfoque “se utiliza variables numéricas”.

## **3.3. Métodos de investigación**

### ***3.3.1 Método inductivo***

El método inductivo se aplicó en este estudio a partir del análisis de la información obtenida mediante entrevistas, encuestas y la ficha de observación en las cuatro radios comunitarias ubicadas en las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Salinas y Simiatug, para identificar patrones, problemáticas y tendencias generales relacionadas con la convergencia digital y su impacto en estos medios, de este modo, se llegó a las conclusiones del estudio.

El método inductivo para el autor Palmett (2020), consiste en analizar casos o hechos particulares para formular conclusiones de carácter general sobre un fenómeno de estudio. Del mismo modo, Sánchez, p. (2020, p. 34) indica que la función de este método es ir de lo particular a lo general.

### ***3.3.2 Método deductivo***

En la presente investigación se empeló el método deductivo porque partió de conceptos teóricos sobre convergencia digital y radio comunitaria para analizar la realidad concreta de las cuatro emisoras comunitarias del cantón Guaranda, de esta manera, se

contrastó los planteamientos teóricos con los datos empíricos obtenidos en el trabajo de campo.

El método deductivo se basa en el análisis de principios, teorías o enfoques generales para interpretar situaciones o realidades específicas (Hernández & Mendoza, 2023). Asimismo, Sánchez, p. (2020, p. 35) señala que en este método se parte de una perspectiva general a lo particular.

### ***3.3.3 Método descriptivo***

En la presente investigación se empleó el método descriptivo porque permitió caracterizar el estado de la infraestructura tecnológica, recursos digitales y prácticas comunicacionales de las radios comunitarias estudiadas, así como describir las formas de acceso, consumo e interacción de las audiencias en entornos digitales, esto se logró gracias a la aplicación de los diferentes instrumentos.

El método descriptivo se orienta a especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos o fenómenos para detallar cómo se manifiestan en un contexto determinado, sin establecer relaciones causales entre las variables (Hernández & Mendoza, 2023, p. 108). Para Arias (2021) este método especifica las características o perfiles de cualquier grupo u objeto de estudio.

### ***3.3.4 Método analítico***

En el presente estudio se aplicó el método analítico al examinar por separado los componentes de la convergencia digital como el acceso a contenidos digitales, integración tecnológica y estrategias digitales, así se identificó las limitaciones y particularidades presentes en los procesos comunicacionales de las radios comunitarias.

El método analítico consiste en descomponer un fenómeno en sus partes o elementos constitutivos con el propósito de examinar cada uno de ellos y comprender su funcionamiento dentro del conjunto (Hernández & Mendoza, 2023, p. 112), De igual forma Sánchez (2020), indica que en este método se descompone el fenómeno en partes para comprender su integralidad.

### ***3.3.5 Método sintético***

Se usó el método sintético en la presente investigación porque permitió organizar los resultados obtenidos a través de la ficha de observación, entrevistas, encuestas e integración la información empírica con los fundamentos teóricos para comprender la influencia de la convergencia digital en las radios comunitarias del cantón Guaranda.

El método sintético integra y relaciona los elementos previamente analizados con el fin de construir una visión global del fenómeno estudiado y generar adecuadas interpretaciones (Hernández & Mendoza, 2023, p. 114). El autor Sánchez (2020) de igual forma menciona que este método que integra los componentes a partir de un razonamiento.

### ***3.3.6 Método correlacional***

Se aplicó el método correlacional en este estudio porque permitió identificar la relación entre la convergencia digital y aspectos como el acceso a los contenidos, los niveles de interacción y la percepción de las audiencias, a partir del análisis de los datos cuantitativos obtenidos mediante la encuesta aplicada a la población del cantón Guaranda.

El método correlacional examina el grado de relación o asociación existente entre dos o más variables, sin establecer relaciones de causalidad directa (Pérez & García, 2023, p. 145). Asimismo, Arias (2021) indica que este método establece como se comporta una variable en relación a otra.

## **3.5 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos**

### ***3.5.1 Técnica 1: Encuesta***

**Instrumento:** Cuestionario de encuesta

La encuesta se aplicó a audiencias locales de la parroquia urbana Gabriel Ignacio Veintimilla, parroquias rurales Salinas y Simiatug del cantón Guaranda, mediante un cuestionario conformado por 10 preguntas cerradas dirigidas, se realizó de forma directa, permitió conocer percepciones, hábitos y nivel de interacción de la población con respecto a las radios comunitarias del cantón.

La encuesta es una técnica de recolección de datos que se “aplica a personas mediante un cuestionario estructurado, con el objetivo de obtener información sobre sus opiniones, comportamientos o percepciones; sus resultados se expresan en datos cuantitativos” (Arias, 2021, p. 70).

### **3.5.2. Técnica 2: Entrevista**

**Instrumento:** Guía de entrevista

Se aplicaron entrevistas estructuradas a directivos y personal técnico, se obtuvo información directa sobre los procesos de gestión, producción de contenidos y uso de plataformas digitales, lo que permitió complementar y profundizar en los datos obtenidos a través de la encuesta. Según Arias (2021) “la entrevista estructurada se caracteriza por el uso de preguntas previamente definidas y cerradas, orientadas a obtener respuestas concretas y comparables” (p.95).

### **3.5.3. Técnica 3: Observación**

**Instrumento:** Ficha de observación

Esta técnica se empleó para analizar a las cuatro radios comunitarias del cantón Guaranda desde el lugar del campo, donde se consideró dos ámbitos como: el equipamiento tecnológico y los contenidos vinculados a la convergencia digital. De este modo, la información obtenida complementó los datos recopilados mediante las encuestas y entrevistas, fortaleciendo el análisis del fenómeno estudiado. Para Arias (2021) “la observación se aplica para recopilar información específica sobre un objeto de estudio previamente definido, esto permite medir y evaluar comportamientos, situaciones o características observables” (p. 88).

## **3.5. Universo, Población y Muestra**

### **3.5.1. Población**

En la presente investigación la población estuvo conformada por radios comunitarias activas del cantón, directivos, productores y operadores y, audiencias urbanas y rurales del cantón Guaranda de la parroquia urbana Gabriel Ignacio Veintimilla (Vinchoa) y

de las parroquias rurales de Salinas y Simita, territorios donde se ubican las cuatro radios comunitarias.

De acuerdo con los datos del Referéndum y consulta popular 2025 tomados de la Delegación Provincial Electoral de la provincia Bolívar, esta población asciende a 16.753 personas con edades comprendidas entre los 16 a 70 años (10.840 pertenece a Gabriel Ignacio Veintimilla; 4.343 corresponde a Simiatug; y, 1.570 representa a Salinas) (Consejo Nacional Electoral, 2025).

### **3.5.2 Muestra**

Para la determinación de la muestra, se optó por realizar el cálculo sobre la población total de manera conjunta, debido a que efectuar el procedimiento de forma independiente para cada parroquia implicó la obtención de tamaños muestrales superiores a 300 encuestas por cada unidad territorial, esto poco viable en términos de tiempo, recursos humanos y costos operativos.

En este sentido, se calculó una muestra global representativa de la población total y, posteriormente, se procedió a la distribución proporcional de las encuestas, en función del peso poblacional de cada parroquia dentro del total. Esta estrategia metodológica permitió garantizar la representatividad estadística del estudio, se optimizó los recursos disponibles y se aseguró la validez de los resultados obtenidos.

Es así que, la selección de la muestra se realizó mediante un procedimiento estadístico de tipo probabilístico, que posibilita la generalización de los hallazgos y mantiene el rigor metodológico de la investigación.

La muestra se define como un subconjunto representativo de la población o universo de estudio, del cual se recopilarán los datos necesarios para la investigación (Hernández y Mendoza, 2023). Para ello, se empleó la Ecuación 1, correspondiente al “muestreo probabilístico aleatorio simple aplicado a poblaciones finitas conocidas” (Villavicencio, 2018, p. 60).

### **Ecuación 1**

*Muestreo probabilístico aleatorio simple para las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Simiatug y Salinas*

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

Donde:

n= Tamaño de la muestra:

N= Tamaño de la población: 16.753 personas

p= Probabilidad de ocurrir alguna eventualidad: 0.5

e= Error admisible: 0.05

z= Nivel de confianza (95%): 1.96

$$n = \frac{0.5 \times (1 - 0.5) \times (1.96^2 \times 16.753)}{(0.5 \times (1 - 0.5) \times 1.96^2) + (0.05^2 \times (16.753 - 1))}$$

n = 376 personas

La muestra del estudio se conformó por 376 habitantes de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Simiatug y Salinas del cantón Guaranda. Para su determinación, se aplicó un muestreo proporcional, se tomó como referencia el peso poblacional de cada parroquia dentro del total de la población estudiada.

### **Ecuación 2**

*Muestreo parroquias y número de encuestas*

$$x1 = \frac{10.840 \text{ hab Gabriel I Veintimilla} * 376 \text{ encuestas}}{16.753 \text{ hab total}} = 244 \text{ encuestas}$$
$$x2 = \frac{1.570 \text{ hab Salinas} * 376 \text{ encuestas}}{16.753 \text{ hab total}} = 35 \text{ encuestas}$$
$$x3 = \frac{4.343 \text{ hab Simiatug} * 376 \text{ encuestas}}{16.753 \text{ hab total}} = 97 \text{ encuestas}$$

En este sentido, la distribución de la muestra se realizó mediante la regla de tres simple, con el fin de asignar el número de encuestas de forma proporcional al tamaño poblacional de cada parroquia. Se consideró una población total de 16.753 habitantes

y una muestra de 376 encuestas, se determinó que 244 encuestas correspondieron a la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla, 35 encuestas a la parroquia Salinas y 97 encuestas a la parroquia Simiatug. Esta estrategia permitió garantizar la representatividad estadística de la muestra y la adecuada interpretación de los resultados obtenidos en relación con la población total.

### **3.6. Procesamiento de la información**

Para el desarrollo de la presente investigación se empleó información proveniente de fuentes primarias y secundarias, misma que fue recopilada, organizada y analizada de manera con el fin de dar cumplimiento a cada uno de los objetivos planteados. El procesamiento de los datos se realizó mediante el uso del programa Microsoft Excel, herramienta que permitió tabular, ordenar y representar de forma gráfica la información obtenida a través de los distintos instrumentos de investigación.

En relación con el primer objetivo se aplicó una ficha de observación a las radios comunitarias objeto de estudio, los datos provenientes de la ficha de observación fueron registrados y organizados en matrices elaboradas en Microsoft Excel y así poder evaluar de forma objetiva las condiciones técnicas, el equipamiento disponible y el nivel de funcionamiento de los recursos tecnológicos y digitales.

Para el segundo objetivo se realizó entrevistas a expertos en comunicación radiofónica mediante la plataforma meet, esto permitió una interacción directa sobre la temática abordada. Posteriormente, la información obtenida fue transcrita y sistematizada en una tabla de análisis de contenido con el fin de identificar tendencias relevantes para el estudio.

En cuanto al tercer objetivo se aplicó una encuesta presencial a una muestra representativa de la población de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Simiatug y Salinas del cantón Guaranda. Las encuestas fueron realizadas de manera directa a la población seleccionada, y los datos obtenidos fueron ingresados en Microsoft Excel para su procesamiento, se utilizó tablas de frecuencia y gráficos que permitieron una adecuada presentación, interpretación y análisis de los resultados.

Los resultados obtenidos del procesamiento de la ficha de observación, entrevistas y encuestas fueron el insumo para el cumplimiento del cuarto objetivo de la investigación, orientado al diseño de estrategias de comunicación digital que contribuyan a fortalecer la presencia de las radios comunitarias del cantón Guaranda en entornos digitales.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1 Análisis, Interpretación de Resultados

##### 4.1.1 Análisis e interpretación de la encuesta

La encuesta se aplicó directamente a 376 personas de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Simiatug y Salinas, en el cantón Guaranda.

#### Género de encuestado

**Tabla 3**

*Identificación de género de los encuestados*

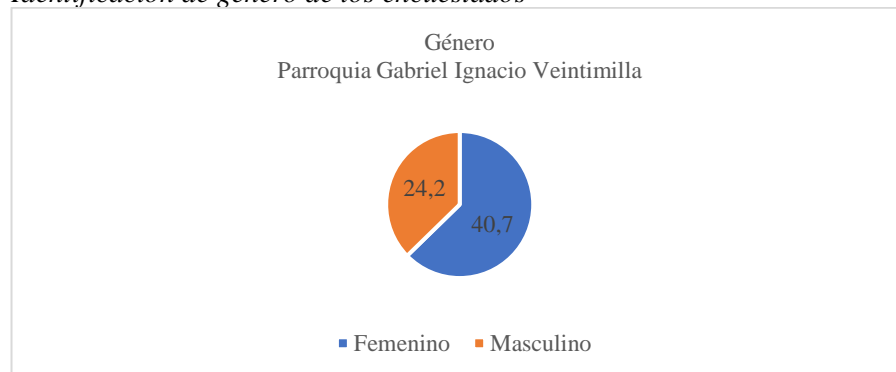
Género		
Parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	153	40,7
Masculino	91	24,1
<b>Total</b>	<b>244</b>	<b>64,8</b>

*Nota: personas de la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

#### Gráfico 1

*Identificación de género de los encuestados*



*Nota: personas de la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

#### Análisis e interpretación

En la Parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla, la población encuestada muestra mayor presencia de mujeres que de hombres. De las 244 personas registradas, 153 son mujeres (40,7%) y 91 son hombres (24,1%). Esto indica que existe predominancia femenina en el sector, liderando presencia de mujeres en la toma de decisiones, emprendimientos y directivas comunitarias, convirtiéndose en un factor importante para la comunicación radiofónica.

**Tabla 4**

Identificación de género de los encuestados

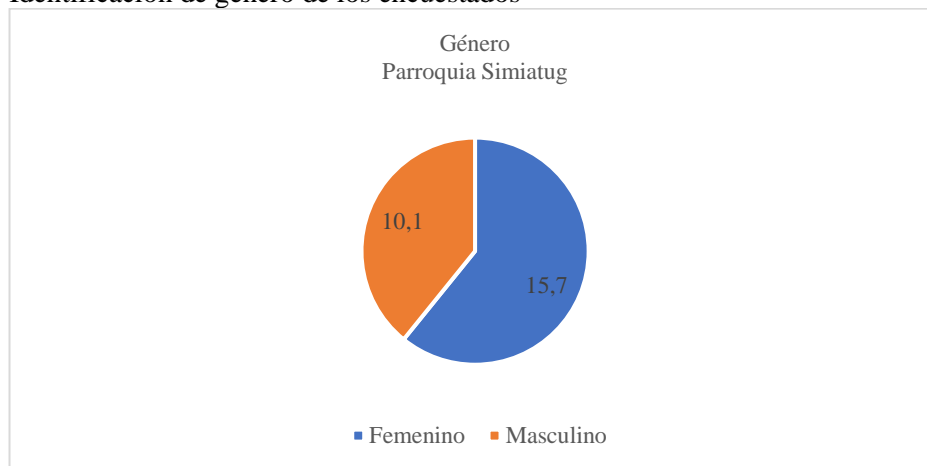
Género		
Parroquia Simiatug		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	59	15,7
Masculino	38	10,1
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>25,8</b>

*Nota: personas de la parroquia Simiatug / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 2**

Identificación de género de los encuestados



*Nota: personas de la parroquia Simiatug / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

### **Análisis e interpretación**

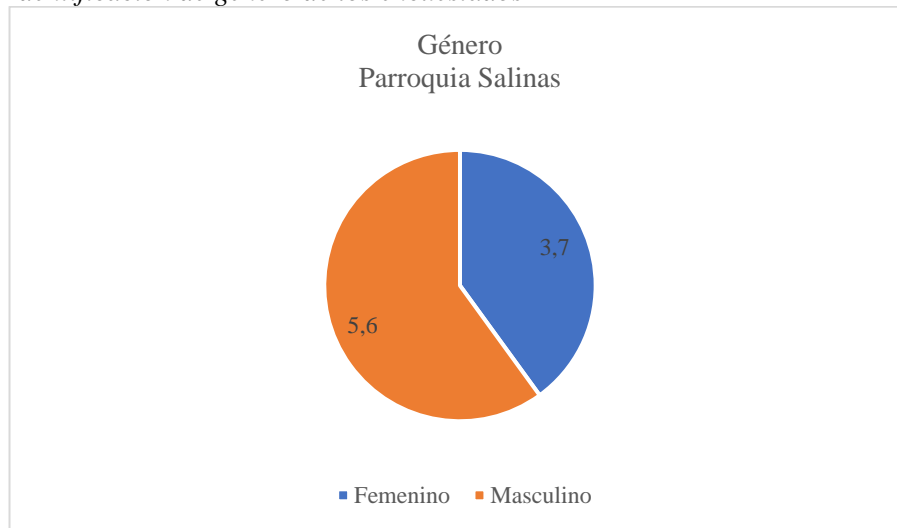
En la Parroquia Simiatug, la población encuestada refleja una mayor presencia de mujeres que de hombres; de las 97 personas registradas, 59 son mujeres (15,7%) y 38 son hombres (10,1%), se muestra que las mujeres representan la mayoría en esta muestra. Esto significa que, el índice poblacional femenino en esta parroquia es muy alto convirtiéndose en un factor determinante en el consumo de medios tradicionales como es la radio.

**Tabla 5**  
*Identificación de género de los encuestados*

<b>Género</b>		
<b>Parroquia Salinas</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Femenino	14	3,7
Masculino	21	5,6
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>9,3</b>

*Nota: personas de la parroquia Salinas / 01/2026.*  
*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 3**  
*Identificación de género de los encuestados*



*Nota: personas de la parroquia Salinas / 01/2026.*  
*Elaborado: (Abata A & Navarro A.*

### **Análisis e interpretación**

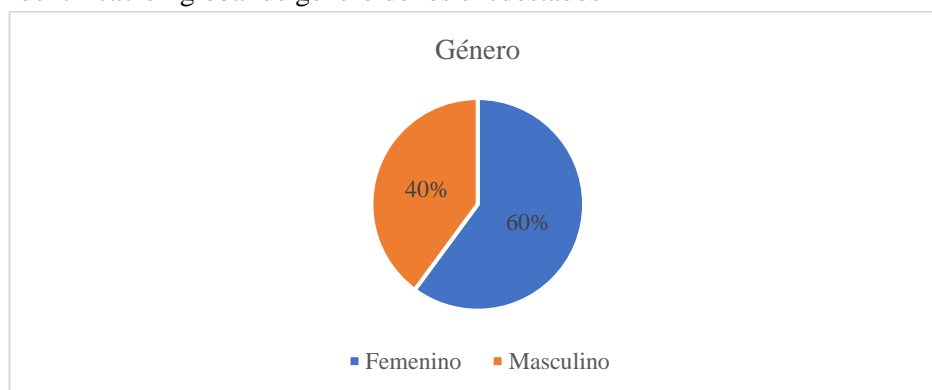
Los registros muestran que hay más hombres (21, %) que mujeres (14%) en la muestra de 35 personas, lo que representa solo el 9,3% de la población total. Esto indica que, aunque los hombres predominan ligeramente en los datos disponibles, la información es parcial.

**Tabla 6**  
*Identificación global de género de los encuestados*

<b>Género</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Femenino	226	60,1
Masculino	150	39,9
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100,0</b>

*Nota: personas de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Simiatug y Salinas / 01/2026.  
Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 4**  
*Identificación global de género de los encuestados*



*Nota: personas de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Simiatug y Salinas / 01/2026.  
Elaborado: Abata A & Navarro A.*

### **Análisis e interpretación**

Existió mayor participación del género femenino que representa el 60,1% del total de la muestra, mientras que, el 39,9% corresponde al género masculino. Esta tendencia se observa de manera principal en la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla, donde la participación femenina supera a la masculina, seguida de la parroquia Simiátug. Los resultados señalan una participación más activa de las mujeres en los procesos de consulta comunitaria, el cual se asocia a su rol tradicional de género presentes en el territorio, ya que, en muchas comunidades rurales, las mujeres desempeñan actividades vinculadas al trabajo doméstico, labores agrícolas y de cuidado.

## Conocimiento sobre radios comunitarias

**Tabla 7**

*Conocimiento de la radio comunitaria del cantón Guaranda*

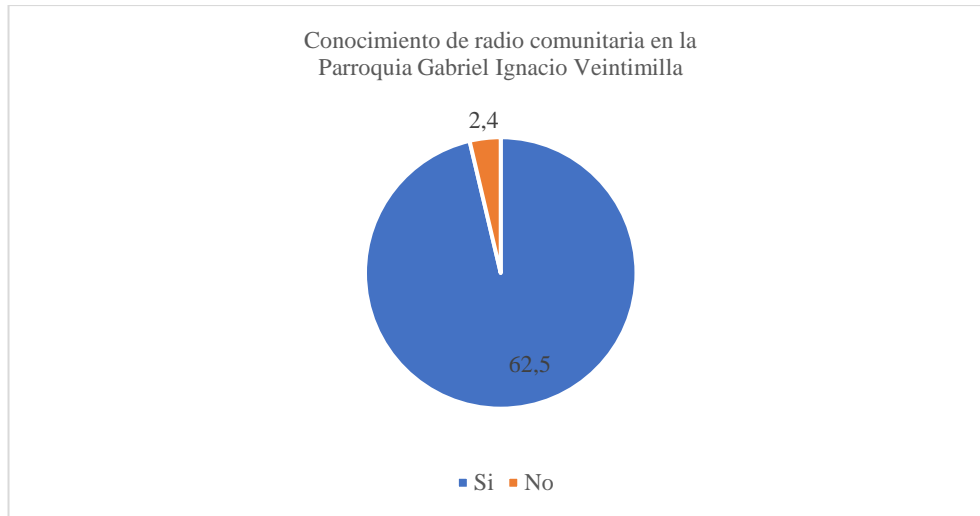
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	235	62,5
No	9	2,4
<b>Total</b>	<b>244</b>	<b>64,8</b>

*Nota: personas de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

### **Gráfico 5**

*Conocimiento de la radio comunitaria del cantón Guaranda*



*Nota: personas de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

### **Análisis e interpretación**

De las 235 personas encuestadas el (62,5%) conoce las radios comunitarias del cantón Guaranda, mientras que solo 9 personas (2,4%) no las conocen. Esto indica un alto nivel de conocimiento y presencia de la radio comunitaria en la parroquia.

**Tabla 8**

*Conocimiento de la radio comunitaria del cantón Guaranda*

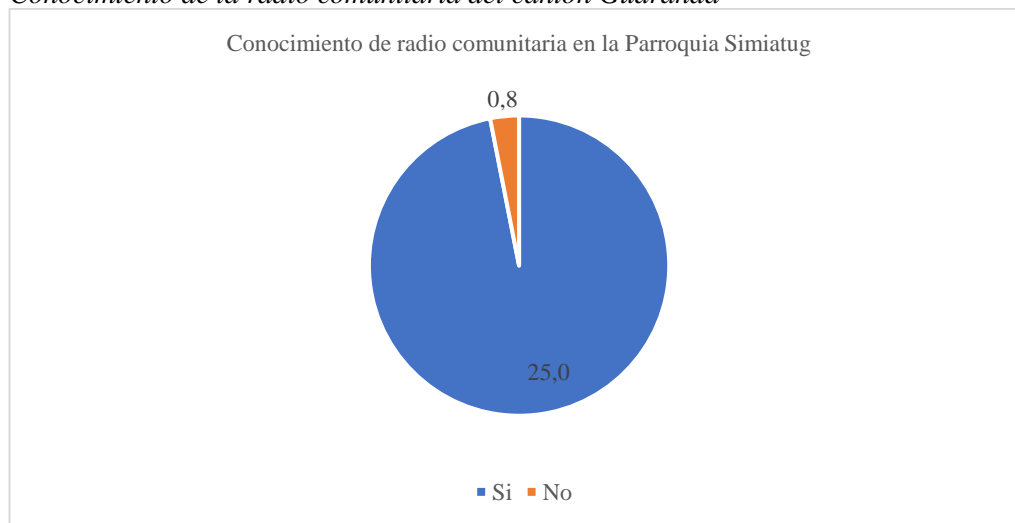
<b>Conocimiento de las radios comunitarias del cantón Guaranda</b>		
<b>Parroquia Simiatug</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	94	25,0
No	3	0,8
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>25,8</b>

*Nota: personas de las parroquias, Simiatug / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 6**

*Conocimiento de la radio comunitaria del cantón Guaranda*



*Nota: personas de las parroquias, Simiatug / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

### **Análisis e interpretación**

La mayoría de la población encuestada (94 personas, 25%) conoce las radios comunitarias del cantón Guaranda, mientras que solo 3 personas (0,8%) no las conocen, lo que refleja un amplio conocimiento de la radio comunitaria en la parroquia, debido a que la emisora radial tiene más de cinco años establecida en el sector.

**Tabla 9**

*Conocimiento de la radio comunitaria del cantón Guaranda*

**Conocimiento de la radio comunitaria del cantón Guaranda**

**Parroquia Salinas**

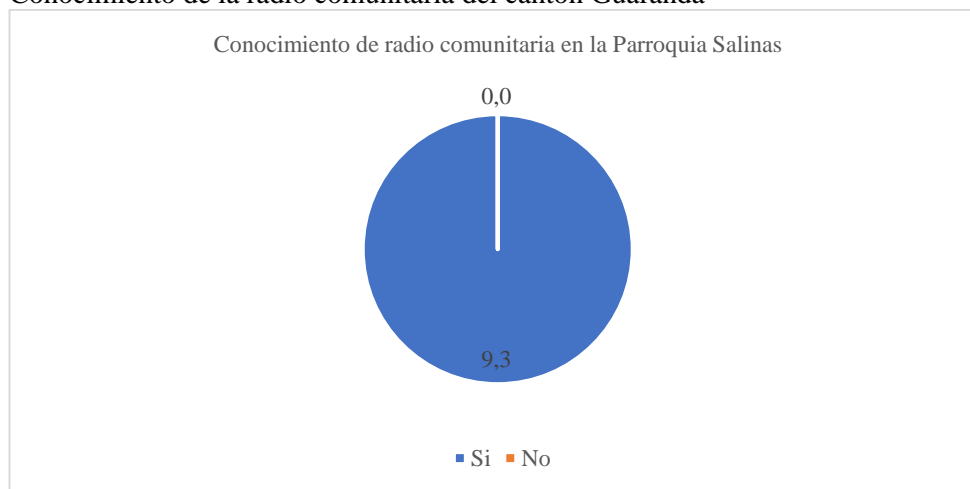
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	35	9,3
No	0	0,0
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>9,3</b>

*Nota: personas de la parroquia Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 7**

Conocimiento de la radio comunitaria del cantón Guaranda



*Nota: personas de la parroquia Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Análisis e interpretación**

De las 35 personas encuestadas (9,3% de la población total) conocen la radio comunitaria del cantón Guaranda. Es decir que, toda la ciudadanía conoce la radio comunitaria, lo que evidencia un conocimiento completo y generalizado de este medio en la parroquia, sobre todo porque es una de las emisoras con mayor sintonía en la localidad, por lo cual es la más conocida en el sector.

**Tabla 10**

*Conocimiento de las radios comunitarias del cantón Guaranda, global*

---

**Conocimiento de las radios comunitarias del cantón Guaranda**

---

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	364	96,8
No	12	3,2
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100,0</b>

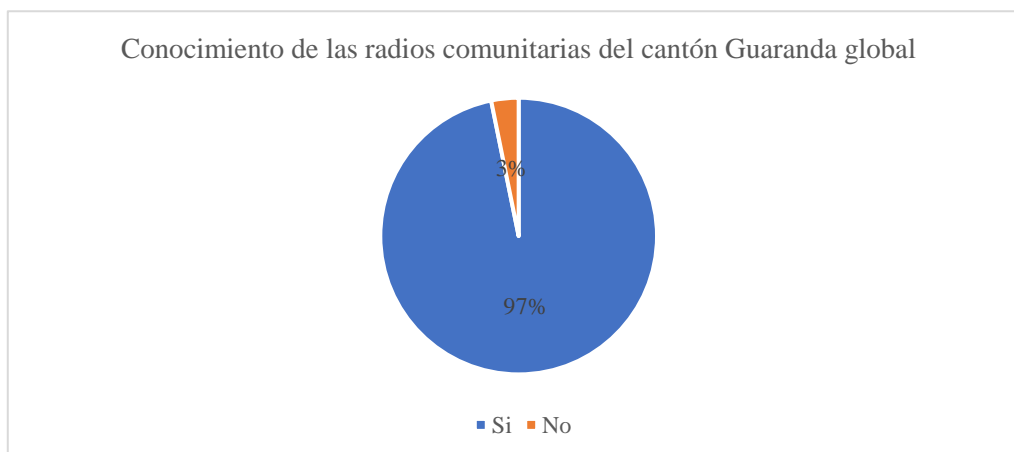
---

*Nota: personas de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Simiatug y Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 8**

*Conocimiento de las radios comunitarias del cantón Guaranda, global*



*Nota: personas de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Simiatug y Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

### **Análisis e interpretación**

Existe un nivel alto de conocimiento sobre las radios comunitarias del cantón Guaranda; el 96,8% de los encuestados conoce estos medios de comunicación; mientras que, el 3,2% indicó no tener conocimiento de ellos, se destaca a la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla con el mayor número de respuestas afirmativas, seguido de Simiátug y Salinas. Los resultados reflejan la presencia y reconocimiento de las radios comunitarias, al igual que su importancia como medios de información, debido a que la radio es lo primero que escuchan

**Tabla 11**

*Radio comunitaria que escucha con mayor frecuencia la población*

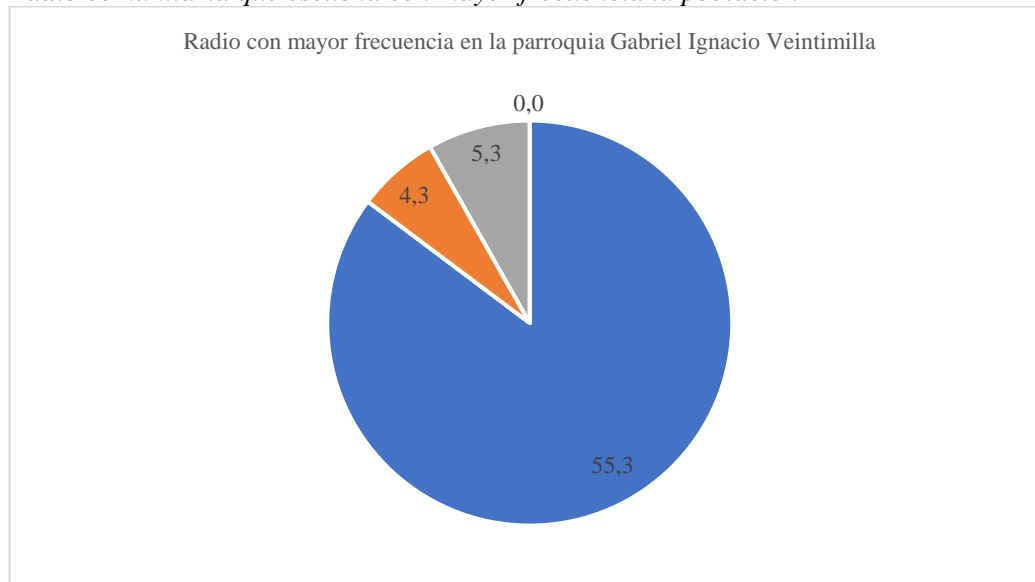
<b>Radio comunitaria que escucha con mayor frecuencia la población Parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Radio La Propia 92.7 FM	208	55,3
Radio Salinerito 89.90 FM	16	4,3
Radio Crisolito 93.1 FM	20	5,3
Radio Runacunapac Yachana 97.9 FM	0	0,0
<b>Total</b>	<b>244</b>	<b>64,9</b>

*Nota: personas de la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 9**

*Radio comunitaria que escucha con mayor frecuencia la población*



*Nota: personas de la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

### **Análisis e interpretación**

La radio más escuchada por la población es Radio La Propia 92.7 FM (208 personas, 55,3%), mientras que las demás emisoras tienen baja audiencia y Radio Runacunapac Yachana 97.9 FM no registra oyentes. Esto indica que los ciudadanos tienen preferencia radial por Radio La Propia, determinando que del grupo antes mencionado las personas prefieren esta radio por que brindan entretenimiento y programas variados.

## Sintonía y frecuencia de escucha radial

**Tabla 12**

Radio comunitaria que escucha con mayor frecuencia la población

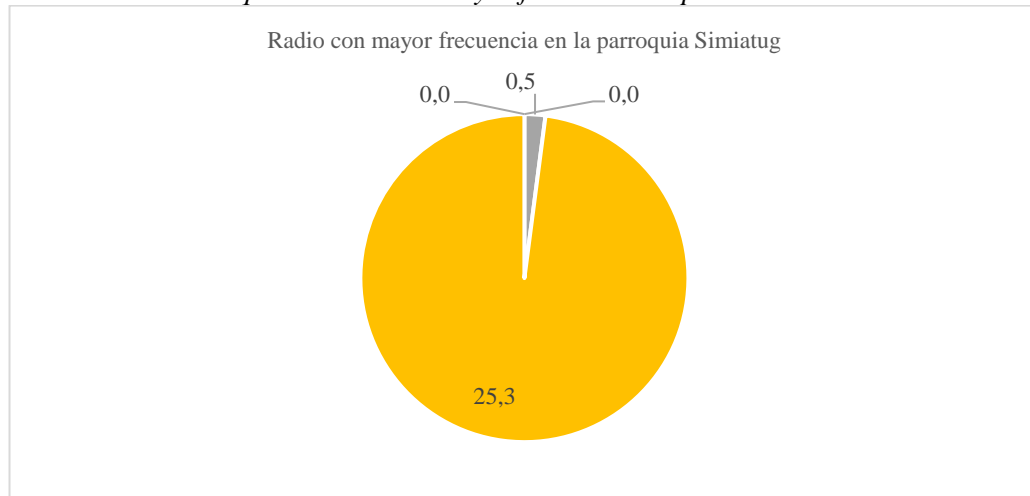
Radio comunitaria que escucha con mayor frecuencia la población Parroquia Simiatug		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Radio La Propia 92.7 FM	0	0,0
Radio Salinerito 89.90 FM	0	0,0
Radio Crisólito 93.1 FM	2	0,5
Radio Runacunapac Yachana 97.9 FM	95	25,3
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>25,8</b>

*Nota: personas de la parroquia, Simiatug / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 10**

Radio comunitaria que escucha con mayor frecuencia la población



*Nota: personas de la parroquia, Simiatug / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

### Análisis e interpretación

Gran parte de la población escucha con mayor frecuencia Radio Runacunapac Yachana 97.9 FM donde 95 personas representadas por un 25,3% escuchan la radio de manera frecuente. Mientras que las demás emisoras casi no tienen audiencia, se muestra una preferencia marcada por esta radio comunitaria. Esto se debe a que, no emiten programas entretenidos, por lo cual el nivel de preferencia es bajo.

**Tabla 13**

Radio comunitaria que escucha con mayor frecuencia la población

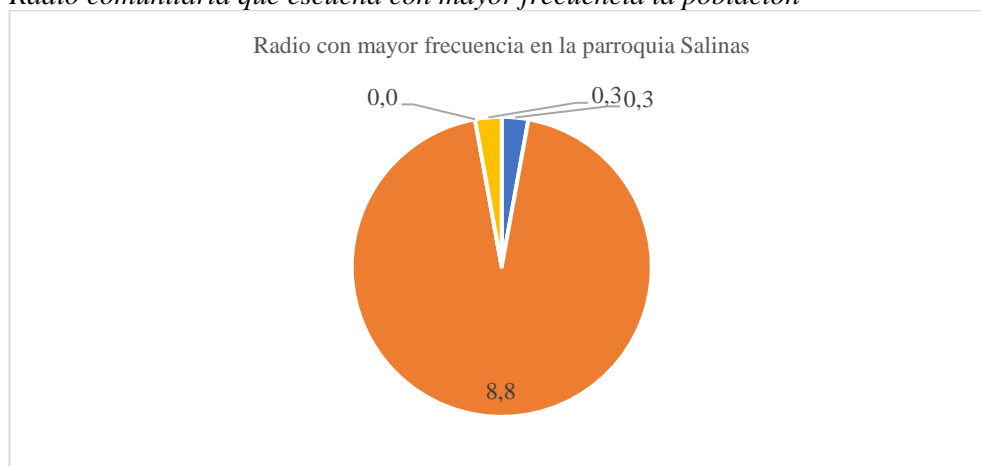
<b>Radio comunitaria que escucha con mayor frecuencia la población</b>		
<b>Parroquia Salinas</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Radio La Propia 92.7 FM	1	0,3
Radio Salinerito 89.90 FM	33	8,8
Radio Crisólito 93.1 FM	0	0,0
Radio Runacunapac Yachana 97.9 FM	1	0,3
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>9,3</b>

*Nota: personas de la parroquia Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 11**

Radio comunitaria que escucha con mayor frecuencia la población



*Nota: personas de la parroquia Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

### **Análisis e interpretación**

La radio más escuchada es Radio Salinerito 89.90 FM (33 personas, 8,8%), mientras que las demás emisoras tienen muy baja audiencia, se muestra una preferencia clara por esta emisora en la parroquia. Esto es gracias a los tipos de programas que emiten como entretenimiento, noticias e incluso programas de inclusión.

**Tabla 14**

*Radio comunitaria que escucha con mayor frecuencia la población, global*

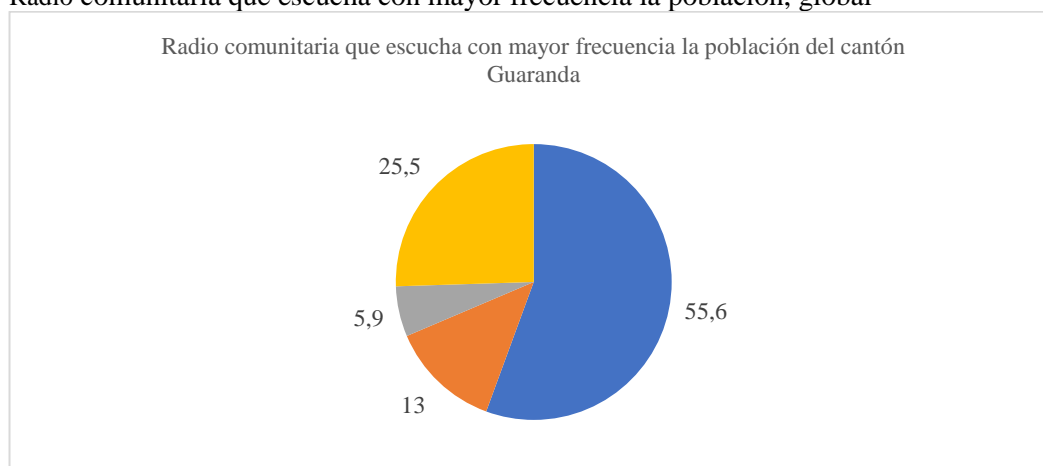
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Radio La Propia 92.7 FM	209	55,6
Radio Salinerito 89.90 FM	49	13
Radio Crisólito 93.1 FM	22	5,9
Radio Runacunapac Yachana 97.9 FM	96	25,5
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

*Nota: personas de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Simiatug y Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 12**

Radio comunitaria que escucha con mayor frecuencia la población, global



*Nota: personas de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Simiatug y Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Elaborado: Abata A & Navarro A.*

### **Análisis e interpretación**

Se evidenciaron la preferencia por radios comunitarias vinculadas al territorio de cada localidad, es decir que en la parroquia Gabriel I Veintimilla, la emisora Radio La Propia 92.7 FM concentró la mayor audiencia con el 55,3% de las preferencias. En la parroquia Simiatug, se concentra en Radio Runacunapac Yachana 97.9 FM, con el 25,3% de radioyentes. En Salinas, la preferencia por Radio Salinerito 89.90 FM, es del 8,8%. Los resultados identificaron que, la Radio La Propia 92.7 FM es la emisora comunitaria más escuchada en el cantón Guaranda.

**Tabla 15**

*Frecuencia de escucha de las radios comunitarias locales por parroquia*

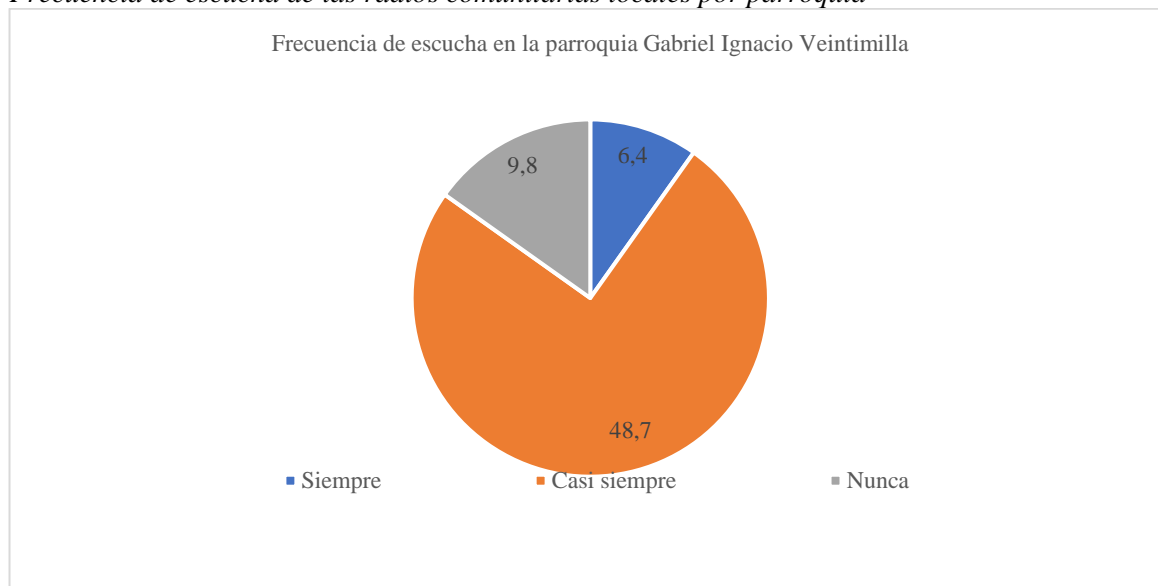
<b>Frecuencia de escucha de las radios comunitarias locales</b>		
<b>Parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre	24	6,4
Casi siempre	183	48,7
Nunca	37	9,8
<b>Total</b>	<b>244</b>	<b>64,9</b>

*Nota: personas de la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla / 01/2026.*

*Elaborado: Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 13**

*Frecuencia de escucha de las radios comunitarias locales por parroquia*



*Nota: personas de la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

### **Análisis e interpretación**

La mayoría de la población escucha las radios comunitarias con frecuencia: 183 personas (48,7%) las escuchan “casi siempre” y 24 personas (6,4%) “siempre”, mientras que 37 personas (9,8%) nunca las escuchan, se muestra un alto nivel de sintonía regular en la parroquia.

**Tabla 16**

Frecuencia de escucha de las radios comunitarias locales por parroquia

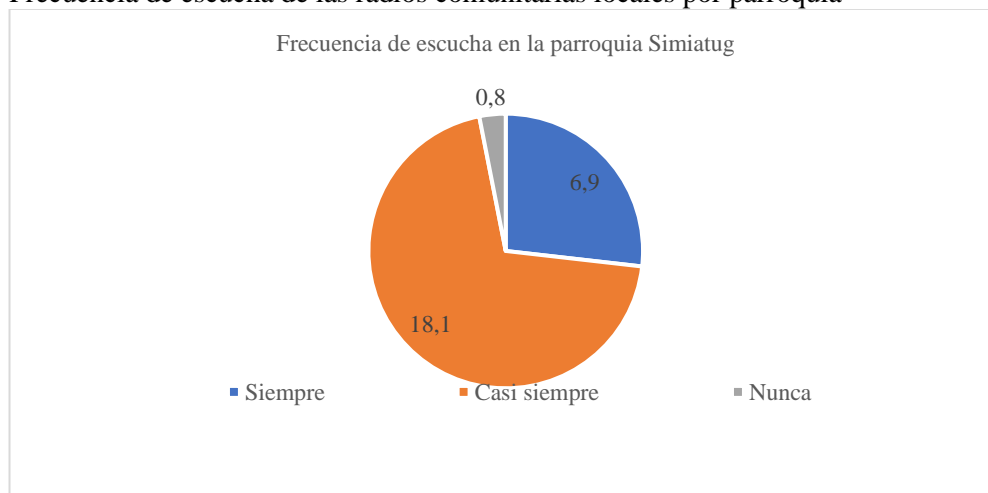
Frecuencia de escucha de las radios comunitarias locales		
Parroquia Simiatug		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	26	6,9
Casi siempre	68	18,1
Nunca	3	0,8
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>25,8</b>

*Nota: personas de la parroquia, Simiatug / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 14**

Frecuencia de escucha de las radios comunitarias locales por parroquia



*Nota: personas de la parroquia, Simiatug / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

### **Análisis e interpretación**

La mayoría de la población escucha las radios comunitarias con regularidad: 68 personas (18,1%) “casi siempre” y 26 personas (6,9%) “siempre”, mientras que solo 3 personas (0,8%) nunca las escuchan, lo que demuestra un alto nivel de seguimiento habitual. Es decir que, las personas eligen las radios para mantenerse informadas desde un contexto real.

**Tabla 17**

*Frecuencia de escucha de las radios comunitarias locales por parroquia*

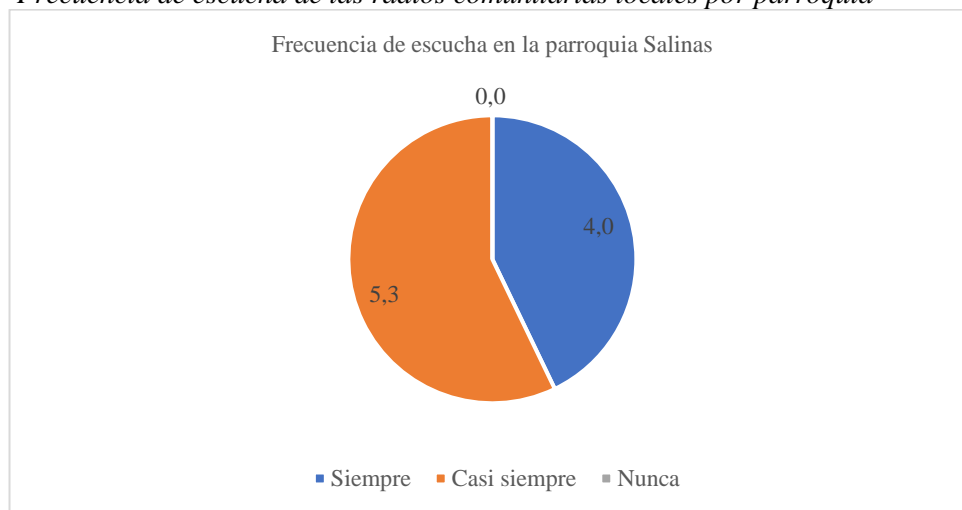
<b>Frecuencia de escucha de las radios comunitarias locales</b>		
<b>Parroquia Salinas</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre	15	4,0
Casi siempre	20	5,3
Nunca	0	0,0
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>9,3</b>

*Nota: personas de la parroquia Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 15**

*Frecuencia de escucha de las radios comunitarias locales por parroquia*



*Nota: personas de la parroquia Salinas / 01/2026.*

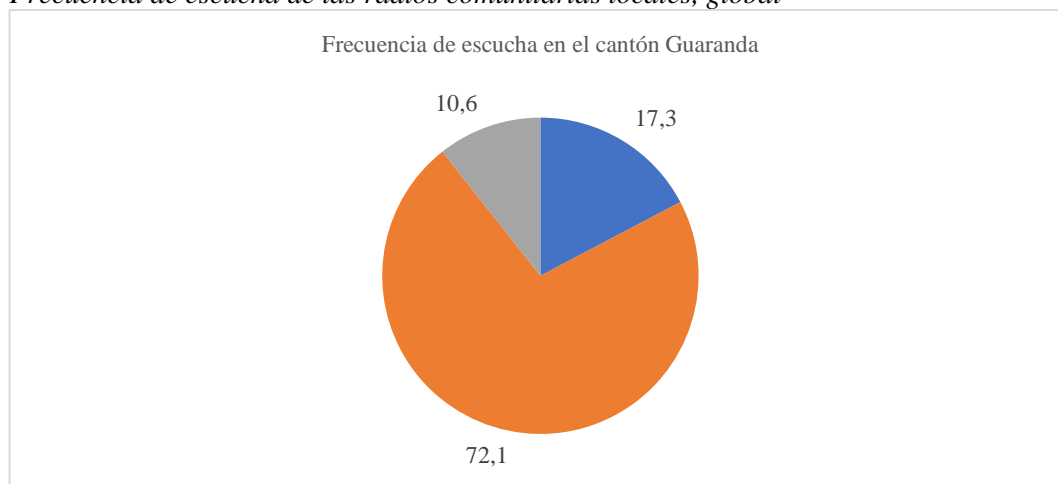
*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

### **Análisis e interpretación**

La población escucha las radios comunitarias de manera frecuente: 20 personas (5,3%) “casi siempre” y 15 personas (4,0%) “siempre”, mientras que nadie reporta no escucharlas, lo que refleja un alto nivel de sintonía constante. Es decir que, los medios tradicionales todavía son una de las principales opciones que tienen las personas para mantenerse informadas.

**Tabla 18***Frecuencia de escucha de las radios comunitarias locales, global*

<b>Frecuencia de escucha de las radios comunitarias locales</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Siempre	65	17,3
Casi siempre	271	72,1
Nunca	40	10,6
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

*Nota: personas de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Simiatug y Salinas / 01/2026.**Elaborado: Abata A & Navarro A.***Gráfico 16***Frecuencia de escucha de las radios comunitarias locales, global**Nota: personas de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Simiatug y Salinas / 01/2026.**Elaborado: Abata A & Navarro A.***Análisis e interpretación**

En el caso de la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla, se observó que predomina la categoría casi siempre con el 48,7%, seguida de Simiatug con el 18,1% y Salinas con el 5,3%. Es decir, existe un consumo regular de la radio comunitaria en estos territorios, presentándose con menor frecuencia, destacándose en las parroquias Simiatug y Salinas; mientras que la categoría nunca está la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla. De forma global, el 72,1% de los encuestados manifestó escuchar las radios comunitarias casi siempre, el 17,3% indicó hacerlo siempre, mientras que, el 10,6% señaló que nunca escucha este tipo de emisoras; de manera general se refleja una adecuada presencia de la radio comunitaria en el cantón Guaranda.

## Difusión de contenidos

**Tabla 19**

*La radio comunitaria difunde contenidos importantes para las audiencias locales*

### **La radio comunitaria difunde contenidos importantes para las audiencias locales**

#### **Parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla**

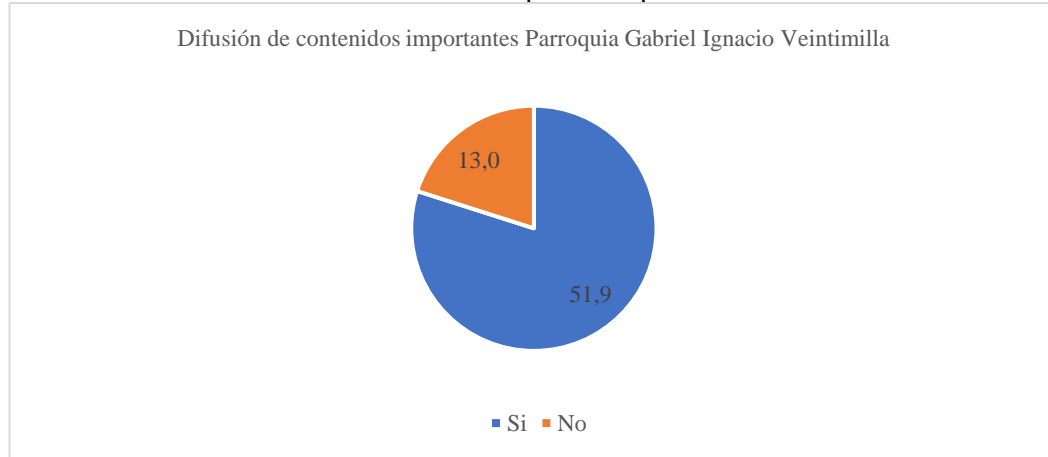
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	195	51,9
No	49	13,0
<b>Total</b>	<b>244</b>	<b>64,9</b>

*Nota: personas de la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 17**

La radio comunitaria difunde contenidos importantes para las audiencias locales



*Nota: personas de la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

## **Análisis e interpretación**

La mayoría de la población (195 personas, 51,9%) considera que la radio comunitaria difunde contenidos importantes, mientras que 49 personas (13,0%) no lo creen, se indica una percepción positiva predominante sobre la relevancia de los contenidos, convirtiéndose en el principal medio que comunica información desde contextos reales.

**Tabla 20**

*La radio comunitaria difunde contenidos importantes para las audiencias locales*

**La radio comunitaria difunde contenidos importantes para las audiencias locales**

**Parroquia Simiatug**

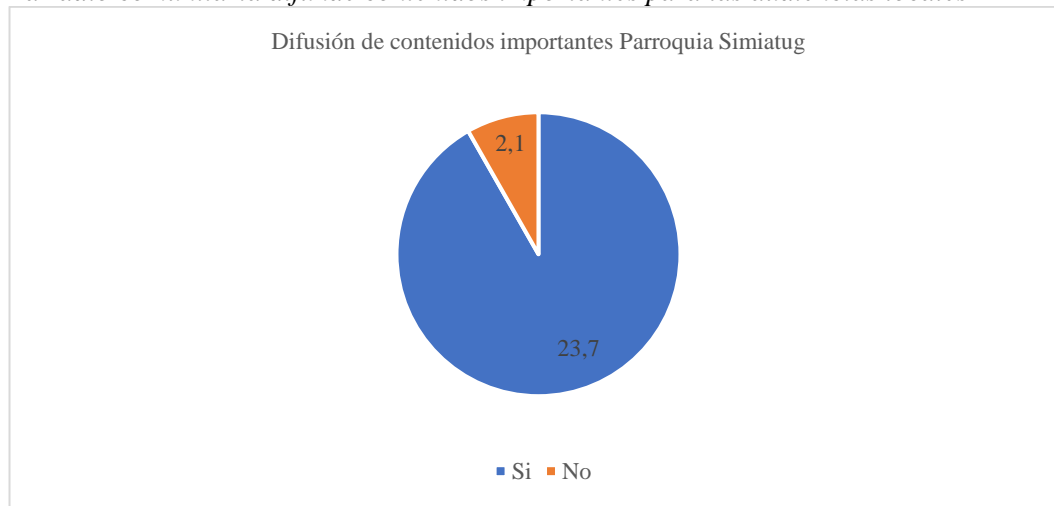
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	89	23,7
No	8	2,1
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>25,8</b>

*Nota: personas de la parroquia, Simiatug / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 18**

*La radio comunitaria difunde contenidos importantes para las audiencias locales*



*Nota: personas de la parroquia, Simiatug / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Análisis e interpretación**

La mayoría de la población correspondiente a 89 personas representadas por un 23,7% considera que la radio comunitaria difunde contenidos importantes, mientras que solo 8 personas (2,1%) no lo creen; resultado que evidencia una valoración positiva generalizada de la radio. Este resultado demuestra una valoración positiva del rol informativo, cultural y social que cumplen las radios comunitarias en el cantón Guaranda, es decir, estas emisoras tienen un nivel adecuado de aceptación en el territorio y en contextos rurales.

**Tabla 21**

*La radio comunitaria difunde contenidos importantes para las audiencias locales*

**La radio comunitaria difunde contenidos importantes para las audiencias locales**

**Parroquia Salinas**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	35	9,3
No	0	0,0
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>9,3</b>

*Nota: personas de la parroquia Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 19**

*La radio comunitaria difunde contenidos importantes para las audiencias locales*



*Nota: personas de la parroquia Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Análisis e interpretación**

Todas las personas encuestadas (35, 9,3%) consideran que la radio comunitaria difunde contenidos importantes, lo que refleja una apreciación unánime por la relevancia de sus programas. Este resultado evidencia una valoración positiva del rol informativo, cultural y social que cumplen las radios comunitarias en el cantón Guaranda, es decir, estas emisoras tienen un nivel adecuado de aceptación en el territorio y en contextos rurales

**Tabla 22**

*La radio comunitaria difunde contenidos importantes para las audiencias locales*

**La radio comunitaria difunde contenidos importantes para las audiencias locales**

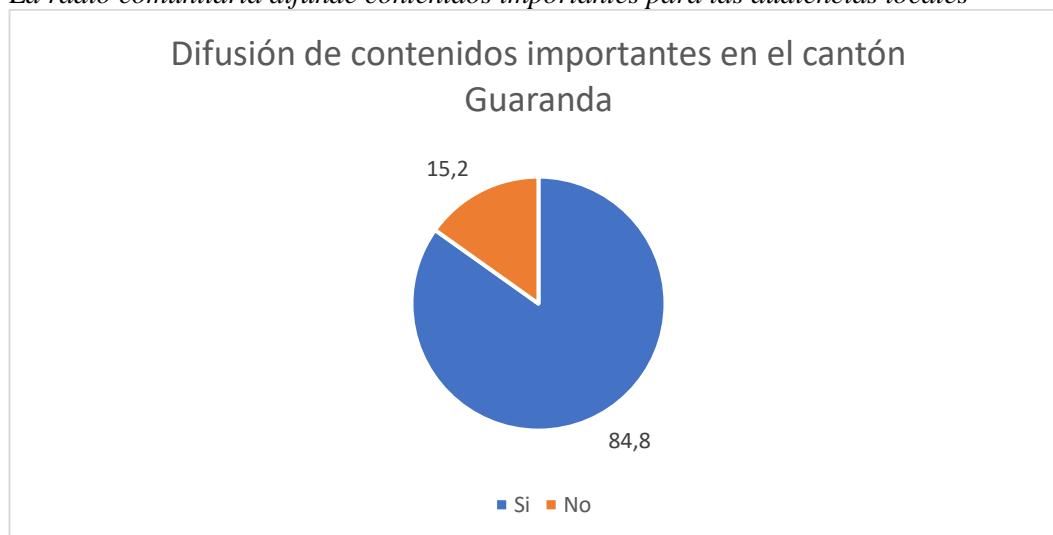
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	319	84,8
No	57	15,2
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

*Nota: personas de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Simiatug y Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 20**

*La radio comunitaria difunde contenidos importantes para las audiencias locales*



*Nota: personas de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Simiatug y Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Análisis e interpretación**

La información desagregada señala una percepción favorable en la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla con el 51,9%, seguida de Simiatug con el 23,7% y Salinas con el 9,3%. En contraste, las respuestas negativas se concentran en la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla, mientras que en Salinas no se registran percepciones desfavorables. De manera global, el 84,8% de los encuestados respondieron que la radio comunitaria sí difunde contenidos importantes para las audiencias, mientras que, el 15,2% que manifestó una percepción negativa.

## Espacios de participación

**Tabla 23**

*La radio comunitaria debe manejar espacios de participación para jóvenes, adultos, organizaciones, comunidades*

### **La radio comunitaria debe manejar espacios de participación para jóvenes, adultos, organizaciones, comunidades**

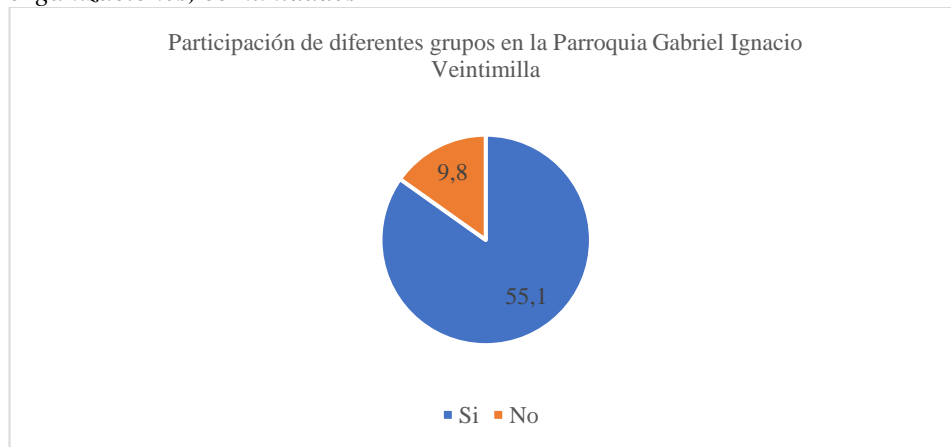
<b>Parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	207	55,1
No	37	9,8
<b>Total</b>	<b>244</b>	<b>64,9</b>

*Nota: personas de la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A*

**Gráfico 21**

*La radio comunitaria debe manejar espacios de participación para jóvenes, adultos, organizaciones, comunidades*



*Nota: personas de la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

## Análisis e interpretación

Los datos indican que la población (207 personas, 55,1%) considera que la radio comunitaria debe abrir espacios de participación para jóvenes, adultos y organizaciones, mientras que 37 personas (9,8%) no lo creen. Esto evidencia un amplio respaldo a la participación comunitaria a través de la radio.

**Tabla 24**

*La radio comunitaria debe manejar espacios de participación para jóvenes, adultos, organizaciones, comunidades*

**La radio comunitaria debe manejar espacios de participación para jóvenes, adultos, organizaciones, comunidades**

**Parroquia Simiatug**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	93	24,7
No	4	1,1
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>25,8</b>

*Nota: personas de la parroquia, Simiatug / 01/2026.  
Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 22**

*La radio comunitaria debe manejar espacios de participación para jóvenes, adultos, organizaciones, comunidades*



*Nota: personas de la parroquia, Simiatug / 01/2026.  
Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Análisis e interpretación**

Los datos indican que la mayoría de la población (93 personas, 24,7%) considera que la radio comunitaria debe generar espacios de participación para jóvenes, adultos y organizaciones, mientras que solo 4 personas (1,1%) no lo creen, lo que demuestra un fuerte apoyo a la inclusión y participación comunitaria en la radio

**Tabla 25**

*La radio comunitaria debe manejar espacios de participación para jóvenes, adultos, organizaciones, comunidades*

**La radio comunitaria debe manejar espacios de participación para jóvenes, adultos, organizaciones, comunidades**

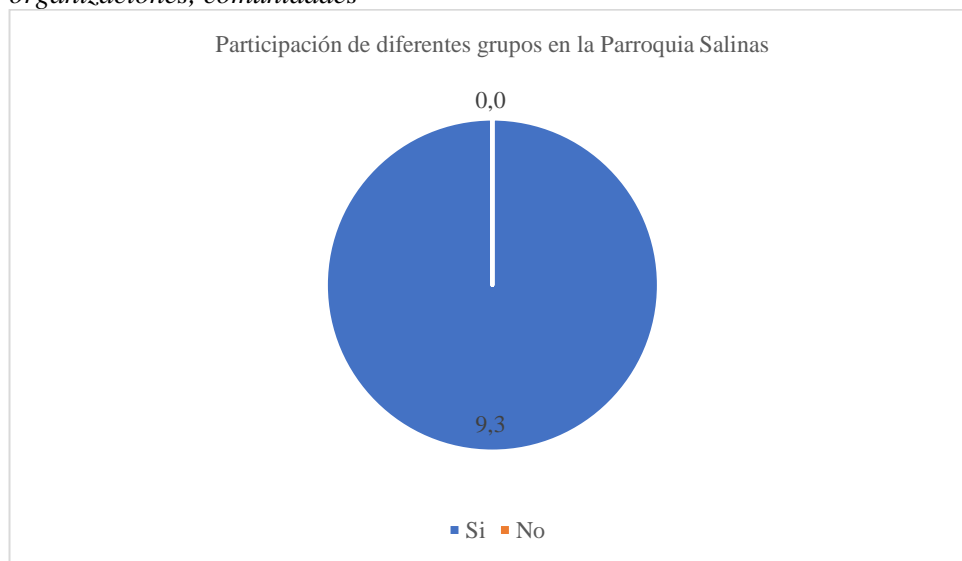
Parroquia Salinas		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	35	9,3
No	0	0,0
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>9,3</b>

*Nota: personas de la parroquia Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 23**

*La radio comunitaria debe manejar espacios de participación para jóvenes, adultos, organizaciones, comunidades*



*Nota: personas de la parroquia Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Análisis e interpretación**

Todas las personas encuestadas (35, 9,3%) consideran que la radio comunitaria debe manejar espacios de participación para jóvenes, adultos y organizaciones, lo que refleja un respaldo total a la participación comunitaria a través de la radio.

**Tabla 26**

*La radio comunitaria debe manejar espacios de participación para jóvenes, adultos, organizaciones, comunidades, global*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	335	89,1
No	41	10,9
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100,0</b>

*Nota: personas de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Simiatug y Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 24**

*La radio comunitaria debe manejar espacios de participación para jóvenes, adultos, organizaciones, comunidades, global*



*Nota: personas de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Simiatug y Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

### **Análisis e interpretación**

Los datos desagregados indican una percepción favorable en las tres localidades respecto a que la radio comunitaria debe manejar espacios de participación dirigidos a jóvenes, adultos, organizaciones y comunidades. Se destaca la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla con el 55,1%, seguida de Simiátug con el 24,7% y Salinas con el 9,3%. Los resultados globales evidencian respuestas afirmativas en el 89,1% de los encuestados, frente a un 10,9% que manifestó una opinión contraria.

## Migración digital de radios comunitarias

**Tabla 27**

*Las radios comunitarias deberían migrar a la digitalización, por parroquia*

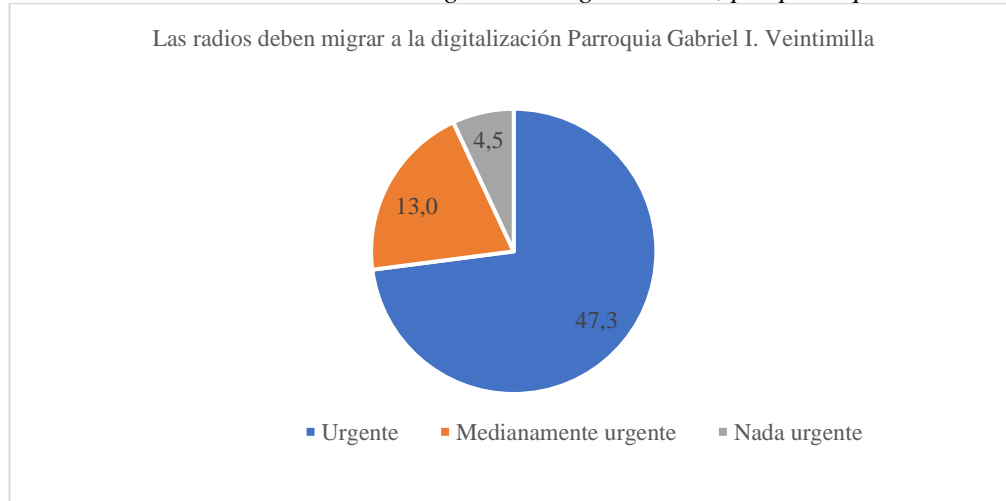
Las radios comunitarias deberían migrar a la digitalización		
Parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Urgente	178	47,3
Medianamente urgente	49	13,0
Nada urgente	17	4,5
<b>Total</b>	<b>244</b>	<b>64,9</b>

*Nota: personas de la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 25**

*Las radios comunitarias deberían migrar a la digitalización, por parroquia*



*Nota: personas de la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

### Análisis e interpretación

En los datos demuestra que la mayoría de la población considera urgente la digitalización de las radios comunitarias con un total de 178 personas representando el 47,3%; mientras que 49 personas que equivalen al 13,0% la ven medianamente urgente y solo 17 que corresponden al 4,5% la consideran nada urgente. Esto refleja una clara percepción de necesidad de modernización tecnológica.

**Tabla 28**

*Las radios comunitarias deberían migrar a la digitalización, por parroquia*

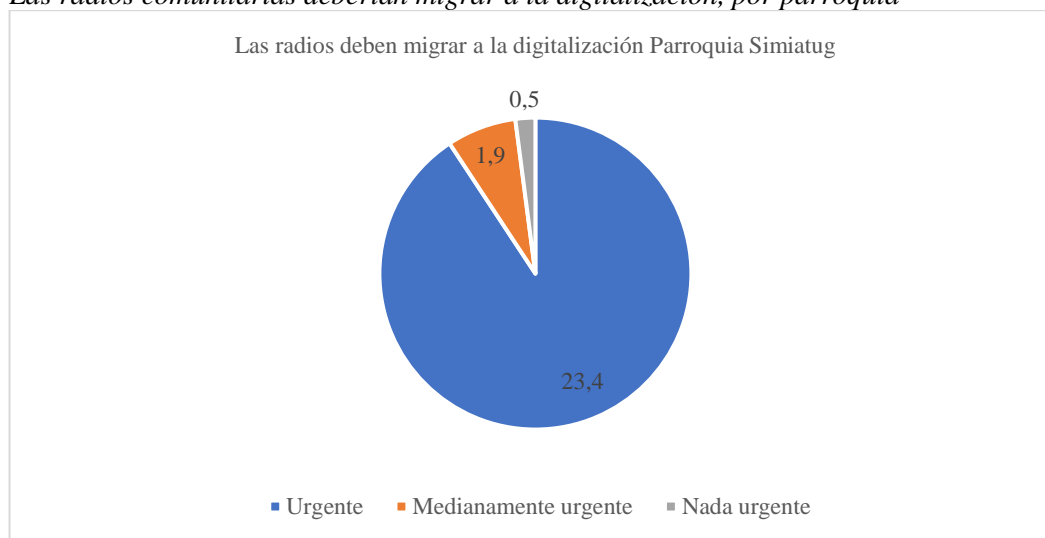
<b>Las radios comunitarias deberían migrar a la digitalización</b>		
<b>Parroquia Simiatug</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Urgente	88	23,4
Medianamente urgente	7	1,9
Nada urgente	2	0,5
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>25,8</b>

*Nota: personas de la parroquia, Simiatug / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 26**

*Las radios comunitarias deberían migrar a la digitalización, por parroquia*



*Nota: personas de la parroquia, Simiatug / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

### **Análisis e interpretación**

La mayoría de la población considera urgente que las radios comunitarias migren a la digitalización siendo 88 personas lo que presenta el 23,4%; mientras que una minoría la percibe como medianamente urgente con un 1,9% o nada urgente con un 0,5%. Esto evidencia una fuerte demanda de modernización tecnológica en la parroquia.

**Tabla 29**

*Las radios comunitarias deberían migrar a la digitalización, por parroquia*

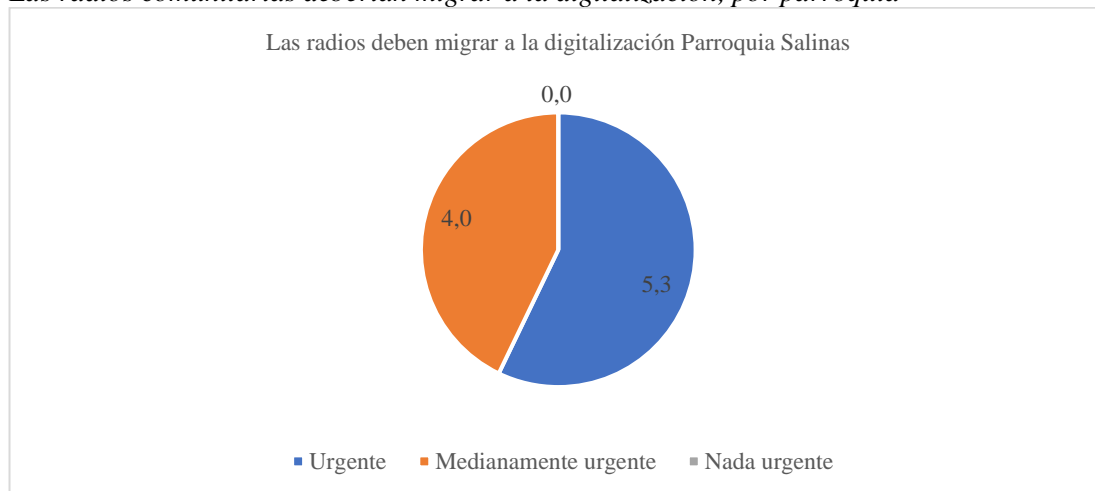
<b>Las radios comunitarias deberían migrar a la digitalización</b>		
<b>Parroquia Salinas</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Urgente	20	5,3
Medianamente urgente	15	4,0
Nada urgente	0	0,0
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>9,3</b>

*Nota: personas de la parroquia Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 27**

*Las radios comunitarias deberían migrar a la digitalización, por parroquia*



*Nota: personas de la parroquia Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

### **Análisis e interpretación**

La mayoría de la población considera urgente la migración de las radios comunitarias a la digitalización con 20 personas representando el 5,3%; mientras que 15 personas que equivalen al 4,0% la ven como medianamente urgente y ninguna la considera innecesaria. Esto refleja una actitud positiva hacia la modernización tecnológica, aunque con opiniones divididas sobre el nivel de urgencia.

**Tabla 30**

*Las radios comunitarias deberían migrar a la digitalización, global*

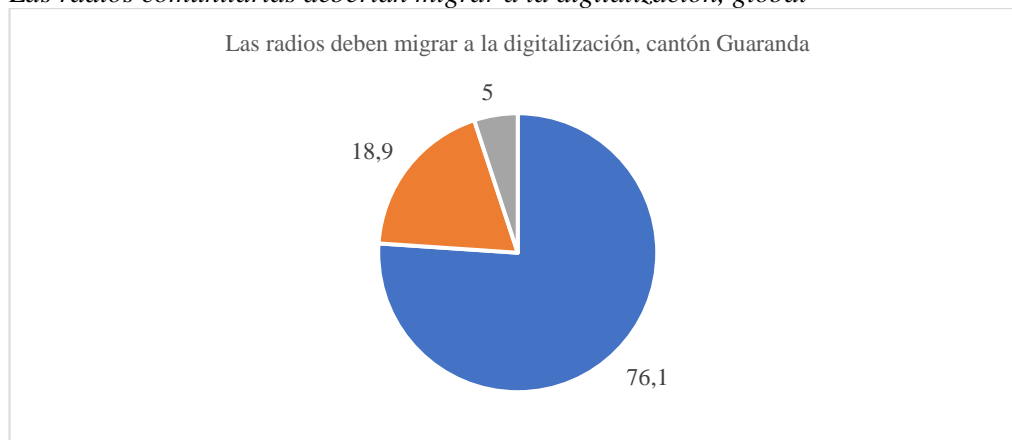
<b>Las radios comunitarias deberían migrar a la digitalización</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Urgente	286	76,1
Medianamente urgente	71	18,9
Nada urgente	19	5
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100,0</b>

*Nota: personas de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Simiatug y Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 28**

*Las radios comunitarias deberían migrar a la digitalización, global*



*Nota: personas de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Simiatug y Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

### **Análisis e interpretación**

Existe la urgencia de migración digital de las radios en las tres localidades, la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla con el 47,3%, seguida de Simiátug con el 23,4% y Salinas con el 5,3%. La opción medianamente urgente presenta mayor presencia en la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla y Salinas. Los resultados globales evidencian que existe una percepción favorable hacia la migración de las radios comunitarias a la digitalización, el 76,1% de los encuestados considera que este proceso es urgente, seguido del 18,9% lo percibe como medianamente urgente y el 5,1% de la población como nada urgente.

## Preferencia de acceso digital de radios comunitarias

**Tabla 31**

*El acceso a las radios comunitarias es mejor de forma digital, por parroquia*

**El acceso a las radios comunitarias es mejor de forma digital**

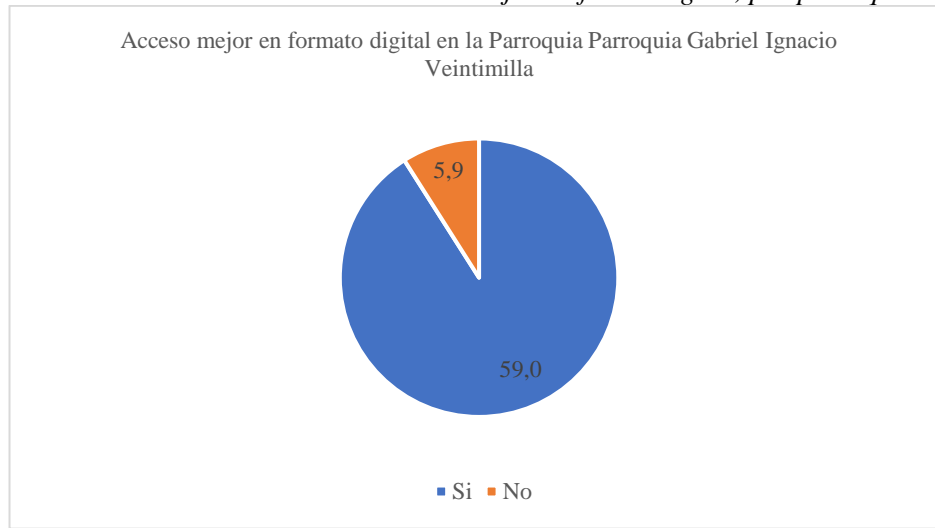
Parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	222	59,0
No	22	5,9
<b>Total</b>	<b>244</b>	<b>64,9</b>

*Nota: personas de la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 29**

*El acceso a las radios comunitarias es mejor de forma digital, por parroquia*



*Nota: personas de la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

## Análisis e interpretación

La mayoría de la población que corresponde a 222 personas representado por el 59,0% considera que el acceso a las radios comunitarias es mejor de forma digital; mientras que, 22 personas que corresponde al 5,9% no lo creen. Esto demuestra una amplia aceptación del acceso digital como una alternativa más efectiva.

**Tabla 32**

*El acceso a las radios comunitarias es mejor de forma digital, por parroquia*

**El acceso a las radios comunitarias es mejor de forma digital**

**Parroquia Simiatug**

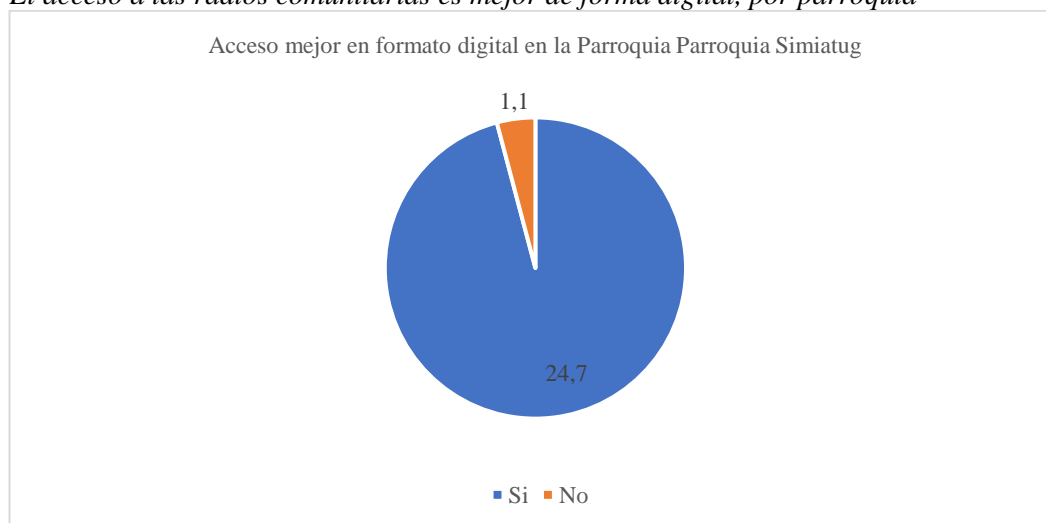
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	93	24,7
No	4	1,1
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>25,8</b>

*Nota: personas de la parroquia, Simiatug / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 30**

*El acceso a las radios comunitarias es mejor de forma digital, por parroquia*



*Nota: personas de la parroquia, Simiatug / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Análisis e interpretación**

La mayoría de la población siendo 93 personas representado por el 24,7% considera que el acceso a las radios comunitarias es mejor de forma digital; mientras que, solo 4 personas (1,1%) opinan lo contrario. Esto refleja que los ciudadanos tienen una alta preferencia por lo digital, significando que si la radio siendo un medio tradicional al adaptarse a lo digital tiene mayor probabilidad de ser un éxito en la localidad.

**Tabla 33**

*El acceso a las radios comunitarias es mejor de forma digital, por parroquia*

<b>El acceso a las radios comunitarias es mejor de forma digital</b>		
<b>Parroquia Salinas</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	34	9,0
No	1	0,3
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>9,3</b>

*Nota: personas de la parroquia Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 31**

*El acceso a las radios comunitarias es mejor de forma digital, por parroquia*



*Nota: personas de la parroquia Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

### **Análisis e interpretación**

La información demuestra que la mayoría de la población 34 personas representan el 9,0% considera que el acceso a las radios comunitarias es mejor de forma digital, mientras que solo 1 persona representada por el 0,3% no lo cree. Esto evidencia una aceptación casi total del acceso digital en la parroquia; es decir que, los ciudadanos tienen la certeza de que la radio puede tener mayor aceptabilidad en lo digital ya que en la actualidad las redes sociales y plataformas digitales atraen la atención de diferentes públicos.

**Tabla 34**

*El acceso a las radios comunitarias es mejor de forma digital, global*

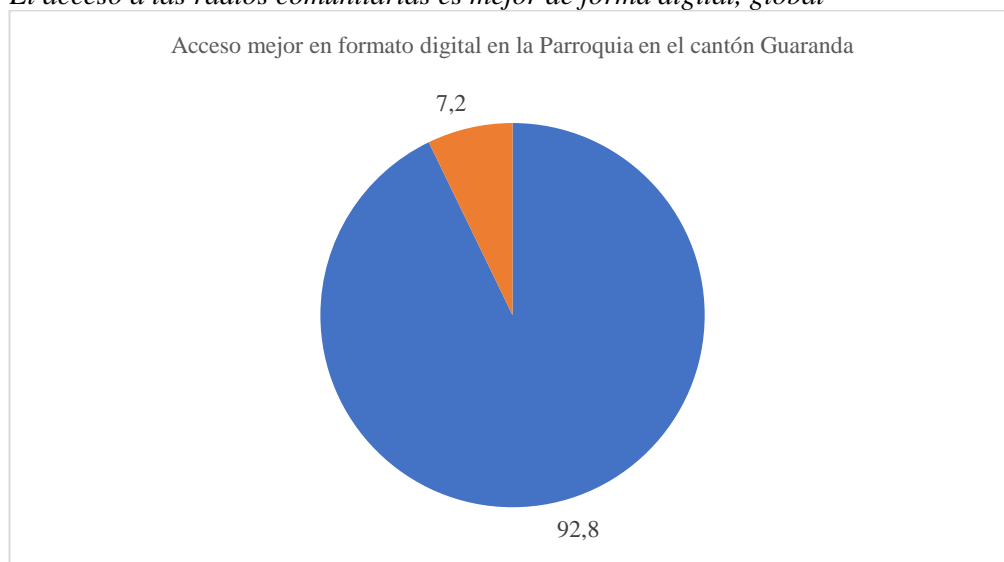
<b>El acceso a las radios comunitarias es mejor de forma digital</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	349	92,8
No	27	7,2
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100,0</b>

*Nota: personas de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Simiatug y Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 32**

*El acceso a las radios comunitarias es mejor de forma digital, global*



*Nota: personas de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Simiatug y Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

### **Análisis e interpretación**

La información desagregada por parroquia indica una percepción favorable en las tres localidades, donde la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla tiene el 59,0%, seguida de Simiátug con el 24,7% y Salinas con el 9,0%. Los resultados globales señalan que la población considera que el acceso a las radios comunitarias es mejor a través de formatos digitales, ya que el 92,8% de los encuestados respondió de forma afirmativa, mientras que, el 7,2% que manifestó una percepción negativa.

## Frecuencia de acceso a contenido radial

**Tabla 35**

*Medios con que accede con mayor frecuencia a la radio comunitaria, por parroquia*

**Medios con que accede con mayor frecuencia a la radio comunitaria La Propia, Radio Salinerito Runacunapac Yachana y Crisolito**

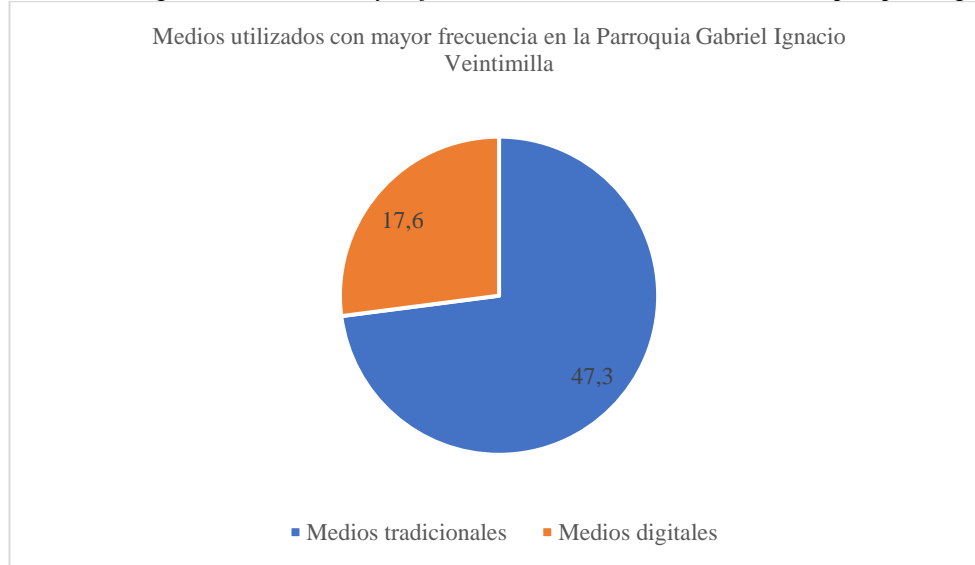
Parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Medios tradicionales	178	47,3
Medios digitales	66	17,6
<b>Total</b>	<b>244</b>	<b>64,9</b>

*Nota: personas de la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 33**

*Medios con que accede con mayor frecuencia a la radio comunitaria, por parroquia*



*Nota: personas de la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

## Análisis e interpretación

En la Parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla, la mayoría de la población accede a las radios comunitarias a través de medios tradicionales (178 personas, 47,3%), mientras que 66 personas (17,6%) lo hacen por medios digitales. Esto indica que, aunque existe apertura a lo digital, predomina aún el uso de canales tradicionales para escuchar la radio, debido a que la radio es considerada como parte de la cultura de las familias que pertenecen al sector.

**Tabla 36**

*Medios con que accede con mayor frecuencia a la radio comunitaria, por parroquia*

**8. Medios con que accede con mayor frecuencia a la radio comunitaria La Propia, Radio Salinerito Runacunapac Yachana y Crisolito**

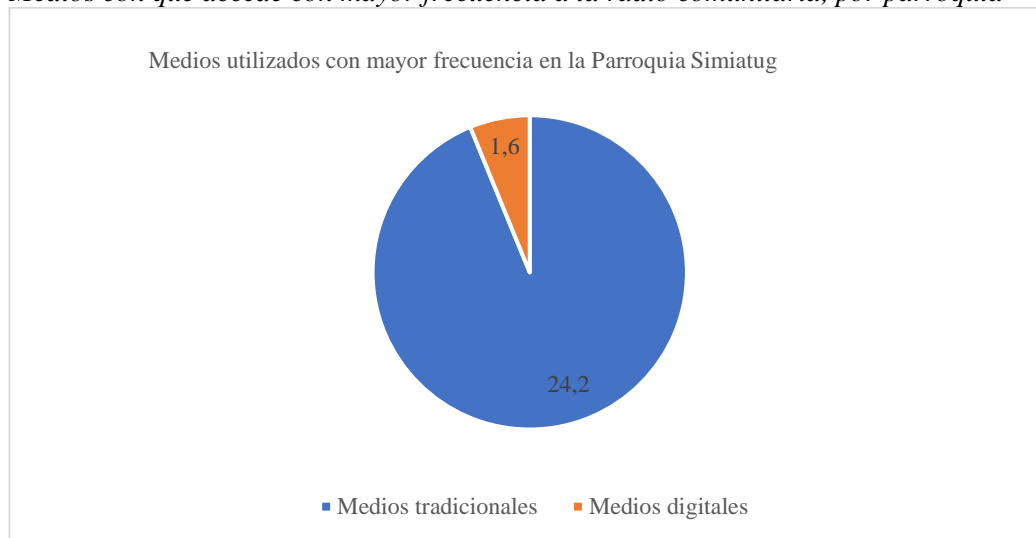
Parroquia Simiatug		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Medios tradicionales	91	24,2
Medios digitales	6	1,6
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>25,8</b>

*Nota: personas de la parroquia, Simiatug / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 34**

*Medios con que accede con mayor frecuencia a la radio comunitaria, por parroquia*



*Nota: personas de la parroquia, Simiatug / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Análisis e interpretación**

En la Parroquia Simiatug, la mayoría de la población accede a las radios comunitarias a través de medios tradicionales (91 personas, 24,2%), mientras que solo 6 personas (1,6%) utilizan medios digitales, mostrando que predomina el consumo tradicional sobre el digital, debido a que en la actualidad los medios tradicionales son parte de la cultura e identidad de un lugar especialmente al tratarse de una parroquia.

**Tabla 37**

*Medios con que accede con mayor frecuencia a la radio comunitaria, por parroquia*

**Medios con que accede con mayor frecuencia a la radio comunitaria La Propia, Radio Salinerito Runacunapac Yachana y Crisolito**

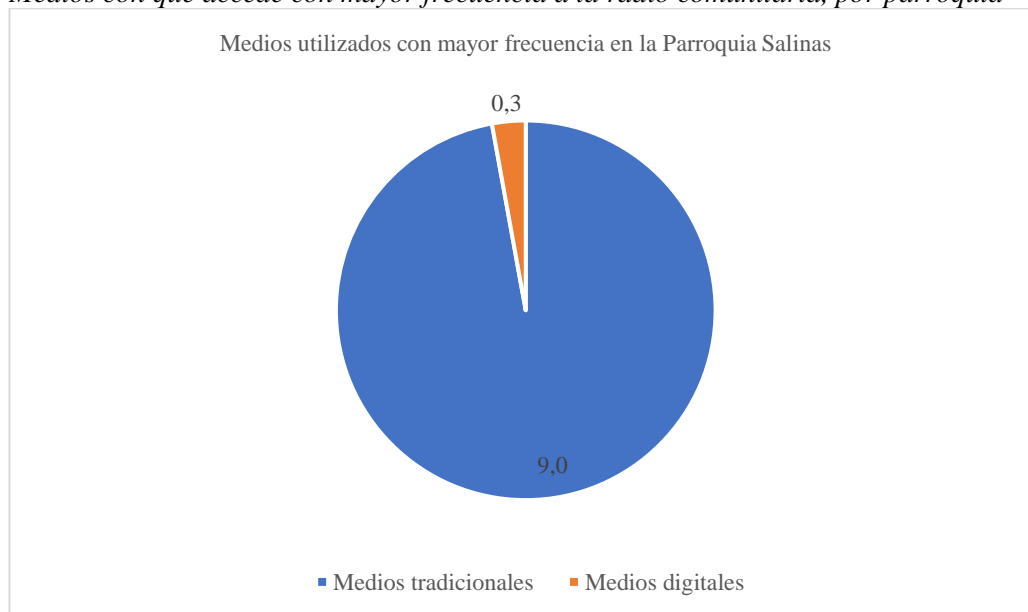
Parroquia Salinas		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Medios tradicionales	34	9,0
Medios digitales	1	0,3
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>9,3</b>

*Nota: personas de la parroquia Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 35**

*Medios con que accede con mayor frecuencia a la radio comunitaria, por parroquia*



*Nota: personas de la parroquia Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Análisis e interpretación**

En la Parroquia Salinas, la mayoría de la población (34 personas, 9,0%) accede a las radios comunitarias por medios tradicionales, mientras que solo 1 persona (0,3%) lo hace por medios digitales, mostrando un uso casi exclusivo de canales tradicionales.

**Tabla 38**

*Medios con que accede con mayor frecuencia a la radio comunitaria, global*

**8. Medios con que accede con mayor frecuencia a la radio comunitaria La Propia, Radio Salinerito Runacunapac Yachana y Crisolito**

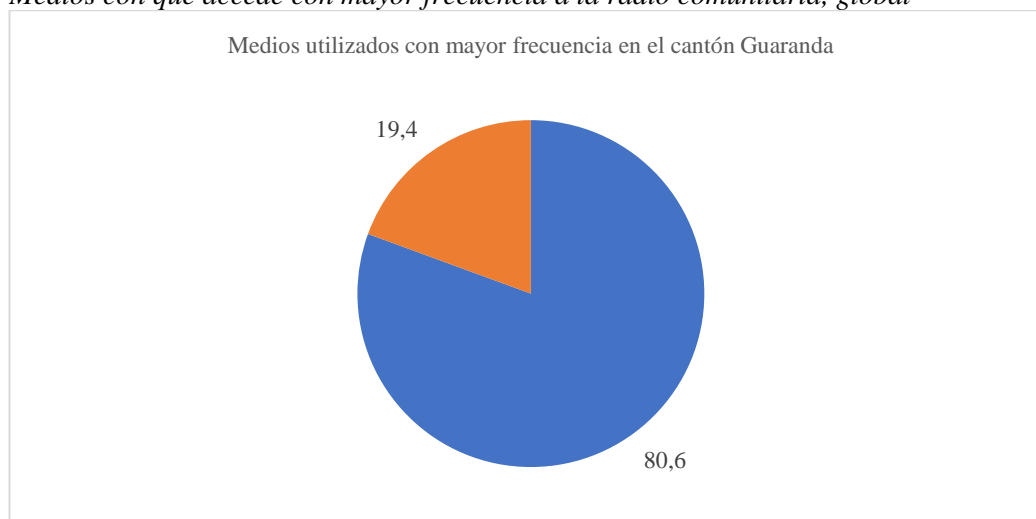
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Medios tradicionales	303	80,6
Medios digitales	73	19,4
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100,0</b>

*Nota: personas de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Simiatug y Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 36**

*Medios con que accede con mayor frecuencia a la radio comunitaria, global*



*Nota: personas de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Simiatug y Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Análisis e interpretación**

En los datos desagregados se observó que en la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla predomina el uso de medios tradicionales con el 47,3%, seguido de Simiátug con el 24,2% y Salinas con el 9,0%. Los resultados globales indican que el acceso a las radios comunitarias se realiza a través de medios tradicionales en un 80,6% mientras que, el 19,4% indicó que accede mediante medios digitales.

## Uso de plataformas digitales y acceso a la información

**Tabla 39**

*El uso de plataformas digitales por parte de las radios comunitarias facilita el acceso a la información, por parroquia*

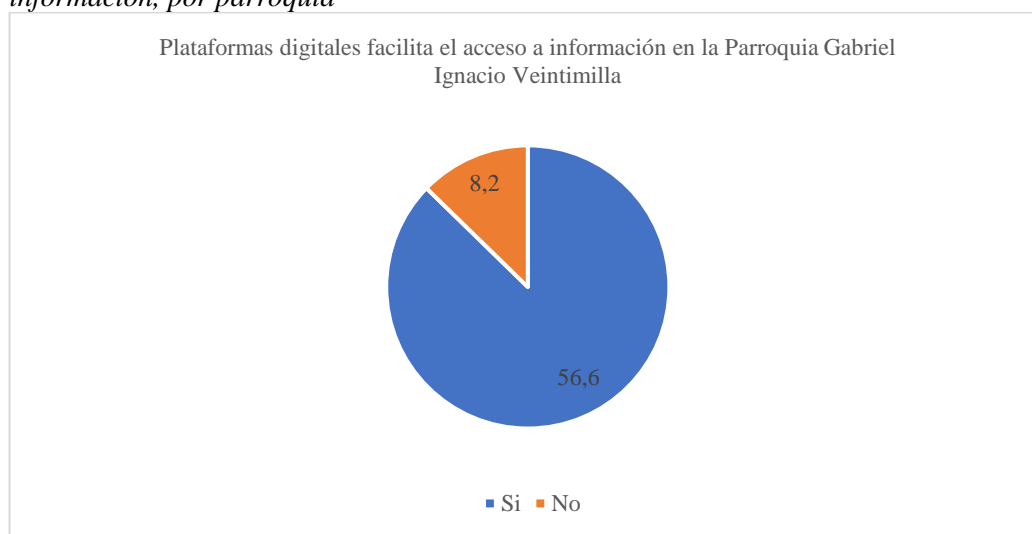
El uso de plataformas digitales por parte de las radios comunitarias facilita el acceso a la información		
Parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	213	56,6
No	31	8,2
<b>Total</b>	<b>244</b>	<b>64,9</b>

*Nota: personas de la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 37**

*El uso de plataformas digitales por parte de las radios comunitarias facilita el acceso a la información, por parroquia*



*Nota: personas de la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

## Análisis e interpretación

En la Parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla, la mayoría de la población (213 personas, 56,6%) considera que el uso de plataformas digitales por las radios comunitarias facilita el acceso a la información, mientras que 31 personas (8,2%) no lo creen, evidenciando una percepción positiva sobre la digitalización de la radio.

**Tabla 40**

*El uso de plataformas digitales por parte de las radios comunitarias facilita el acceso a la información, por parroquia*

**El uso de plataformas digitales por parte de las radios comunitarias facilita el acceso a la información**

**Parroquia Simiatug**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	92	24,5
No	5	1,3
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>25,8</b>

*Nota: personas de la parroquia, Simiatug / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 38**

*El uso de plataformas digitales por parte de las radios comunitarias facilita el acceso a la información, por parroquia*



*Nota: personas de la parroquia, Simiatug / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Análisis e interpretación**

La mayoría de la población (92 personas, 24,5%) considera que el uso de plataformas digitales por las radios comunitarias facilita el acceso a la información, mientras que solo 5 personas (1,3%) no lo creen. Esto significa que los habitantes reconocen el poder de los medios digitales, ya que facilita la comunicación desde una perspectiva interactiva y entretenida.

**Tabla 41**

*El uso de plataformas digitales por parte de las radios comunitarias facilita el acceso a la información, por parroquia*

**El uso de plataformas digitales por parte de las radios comunitarias facilita el acceso a la información**

**Parroquia Salinas**

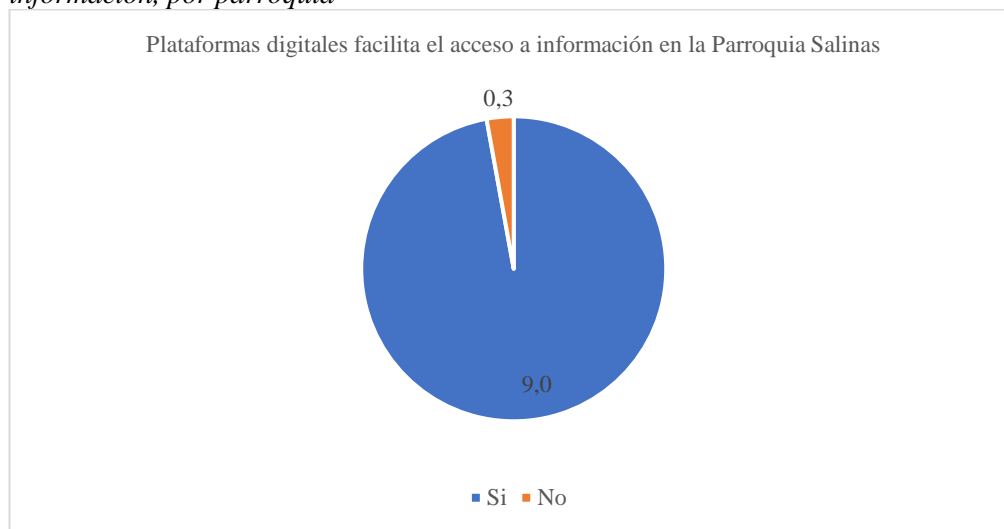
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	34	9,0
No	1	0,3
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>9,3</b>

*Nota: personas de la parroquia Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 39**

*El uso de plataformas digitales por parte de las radios comunitarias facilita el acceso a la información, por parroquia*



*Nota: personas de la parroquia Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Análisis e interpretación**

Los datos indican que, en la Parroquia Salinas, casi toda la población (34 personas, 9,0%) considera que el uso de plataformas digitales por las radios comunitarias facilita el acceso a la información, mientras que solo 1 persona (0,3%) no lo cree, se evidencia una aceptación casi total de los medios digitales.

**Tabla 42**

*El uso de plataformas digitales por parte de las radios comunitarias facilita el acceso a la información, global*

**El uso de plataformas digitales por parte de las radios comunitarias facilita el acceso a la información**

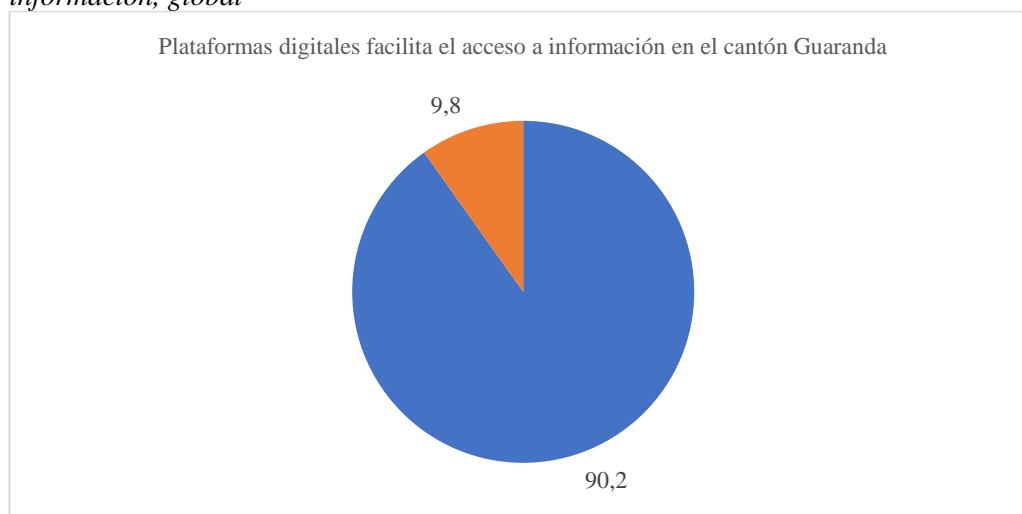
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	339	90,2
No	37	9,8
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100,0</b>

*Nota: personas de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Simiatug y Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 40**

*El uso de plataformas digitales por parte de las radios comunitarias facilita el acceso a la información, global*



*Nota: personas de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Simiatug y Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Análisis e interpretación**

Se destaca la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla con el 56,6%, seguida de Simiátug con el 24,5% y Salinas con el 9,0%. En los resultados globales se señala que el 90,2% de los encuestados respondió de forma afirmativa, mientras que, el 9,8% manifestó una opinión contraria. Esto significa que gran parte de los habitantes aceptan los beneficios de la tecnología en la comunicación.

## Interactividad y participación de audiencias

**Tabla 43**

*Interacción con la radio comunitaria a través de redes sociales o llamadas, por parroquia*

**Interacción con la radio comunitaria a través de redes sociales o llamadas**

**Parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla**

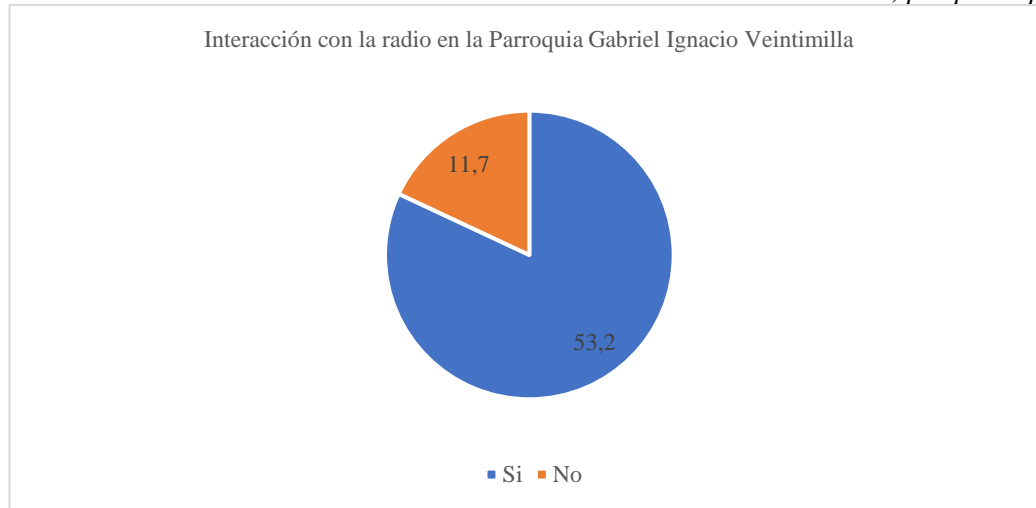
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	200	53,2
No	44	11,7
<b>Total</b>	<b>244</b>	<b>64,9</b>

*Nota: personas de la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 41**

*Interacción con la radio comunitaria a través de redes sociales o llamadas, por parroquia*



*Nota: personas de la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

### Análisis e interpretación

La mayoría de la población (200 personas, 53,2%) interactúa con la radio comunitaria mediante redes sociales o llamadas, mientras que 44 personas (11,7%) no lo hacen, se muestra un alto nivel de participación digital y comunicación directa. Esto evidencia que, aunque exista un gran número de personas que prefieran las redes sociales para comunicarse, aún prevalece el grupo de personas que no se han adaptado a los avances tecnológicos, evidenciando analfabetismo digital en relación al uso y aprovechamiento de las redes sociales, lo cual puede deberse a factores como: edad y disponibilidad de recursos.

**Tabla 44**

*Interacción con la radio comunitaria a través de redes sociales o llamadas, por parroquia*

**Interacción con la radio comunitaria a través de redes sociales o llamadas**

**Parroquia Simiatug**

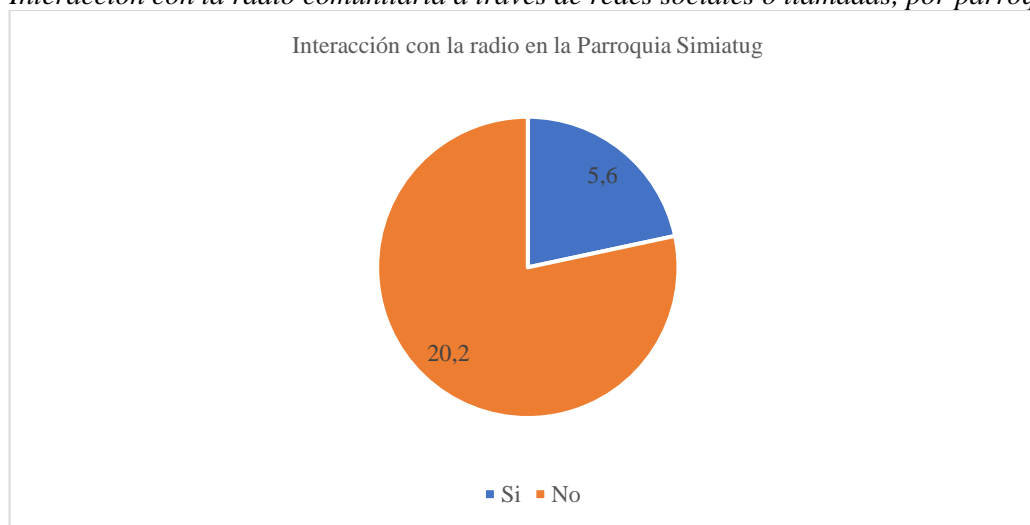
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	21	5,6
No	76	20,2
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>25,8</b>

*Nota: personas de la parroquia, Simiatug / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 42**

*Interacción con la radio comunitaria a través de redes sociales o llamadas, por parroquia*



*Nota: personas de la parroquia, Simiatug / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Análisis e interpretación**

En la Parroquia Simiatug, solo 21 personas (5,6%) interactúan con la radio comunitaria a través de redes sociales o llamadas, mientras que 76 personas (20,2%) no lo hacen, lo que indica un bajo nivel de participación digital y comunicación directa en esta parroquia; es decir que, existe un grupo de personas que se siente desmotivada para interactuar debido a la falta de conocimientos en el uso y manejo de redes sociales y plataformas digitales.

**Tabla 45**

*Interacción con la radio comunitaria a través de redes sociales o llamadas, por parroquia*

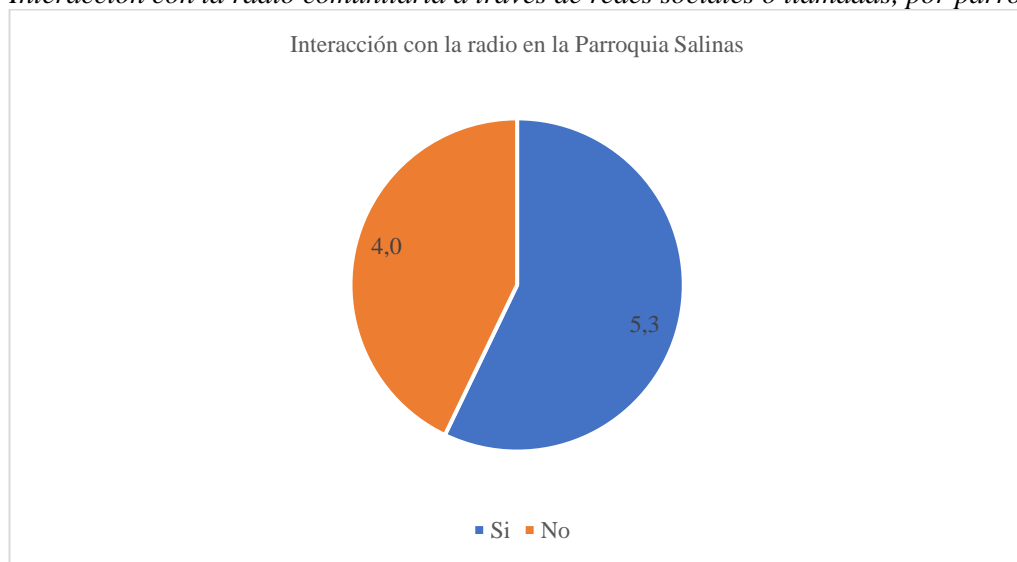
Interacción con la radio comunitaria a través de redes sociales o llamadas		
Parroquia Salinas		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	5,3
No	15	4,0
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>9,3</b>

*Nota: personas de la parroquia Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 43**

*Interacción con la radio comunitaria a través de redes sociales o llamadas, por parroquia*



*Nota: personas de la parroquia Salinas / 01/2026.*

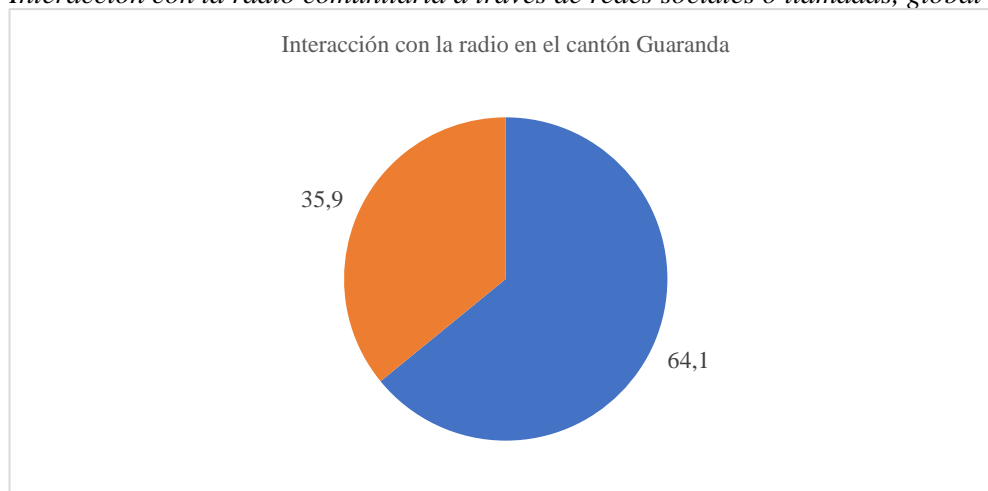
*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

### **Análisis e interpretación**

En la Parroquia Salinas, 20 personas (5,3%) interactúan con la radio comunitaria mediante redes sociales o llamadas, mientras que 15 personas (4,0%) no lo hacen, se muestra un nivel moderado de participación directa.

**Tabla 46***Interacción con la radio comunitaria a través de redes sociales o llamadas, global*

Interacción con la radio comunitaria a través de redes sociales o llamadas		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	241	64,1
No	135	35,9
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100,0</b>

*Nota: personas de la parroquia Salinas / 01/2026.**Elaborado: Abata A & Navarro A.***Gráfico 44***Interacción con la radio comunitaria a través de redes sociales o llamadas, global**Nota: personas de la parroquia Salinas / 01/2026.**Elaborado: Abata A & Navarro A.***Análisis e interpretación**

La información desagregada señala que la interacción de parte de la población con la radio comunitaria a través de redes sociales o llamadas es más frecuente en la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla con el 53,2%, mientras que, en Simiatug predomina la ausencia de interacción, con el 20,2% y en la parroquia Salinas se presenta un comportamiento más equilibrado, con el 5,3% de respuestas afirmativas. Los resultados globales indican que, si existe dicha interacción en un 64,1% del total de los encuestados, mientras que el 35,9% manifestó no haber tenido ningún tipo de interacción.

## Contribución al desarrollo social y cultural

**Tabla 47**

*La radio comunitaria contribuye al desarrollo social y cultural de Guaranda, por parroquia*

**La radio comunitaria contribuye al desarrollo social y cultural de Guaranda  
Parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla**

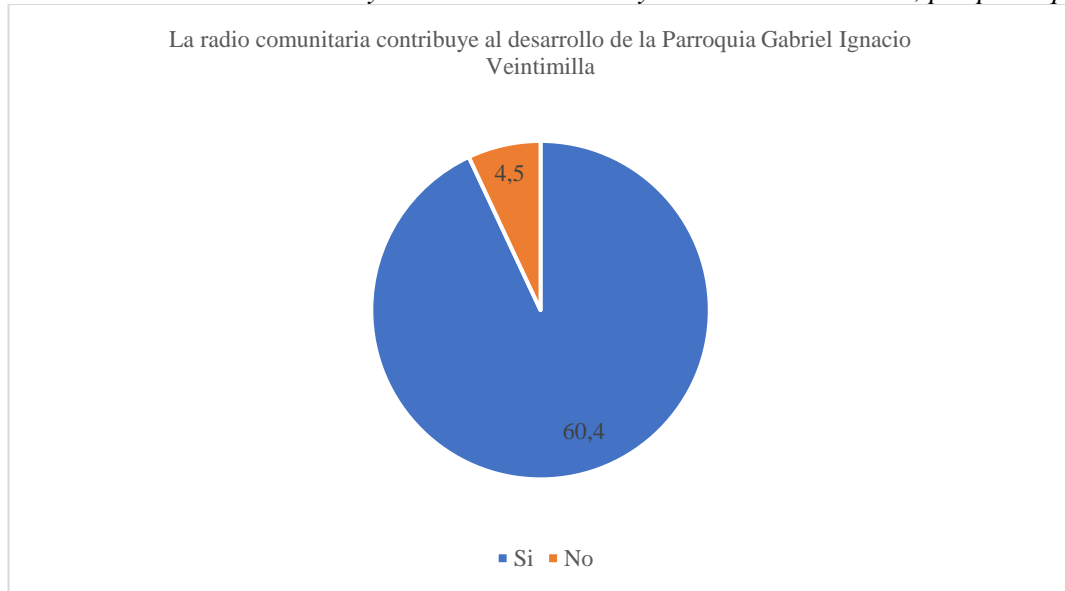
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	227	60,4
No	17	4,5
<b>Total</b>	<b>244</b>	<b>64,9</b>

*Nota: personas de la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 45**

*La radio comunitaria contribuye al desarrollo social y cultural de Guaranda, por parroquia*



*Nota: personas de la parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

## Análisis e interpretación

En la información desagregada se evidencia que, en la Parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla, la mayoría de la población (227 personas, 60,4%) considera que la radio comunitaria contribuye al desarrollo social y cultural de Guaranda, mientras que 17 personas (4,5%) no lo creen, se muestra una percepción positiva sobre su impacto comunitario.

**Tabla 48**

*La radio comunitaria contribuye al desarrollo social y cultural de Guaranda, por parroquia*

**La radio comunitaria contribuye al desarrollo social y cultural de Guaranda**

**Parroquia Simiatug**

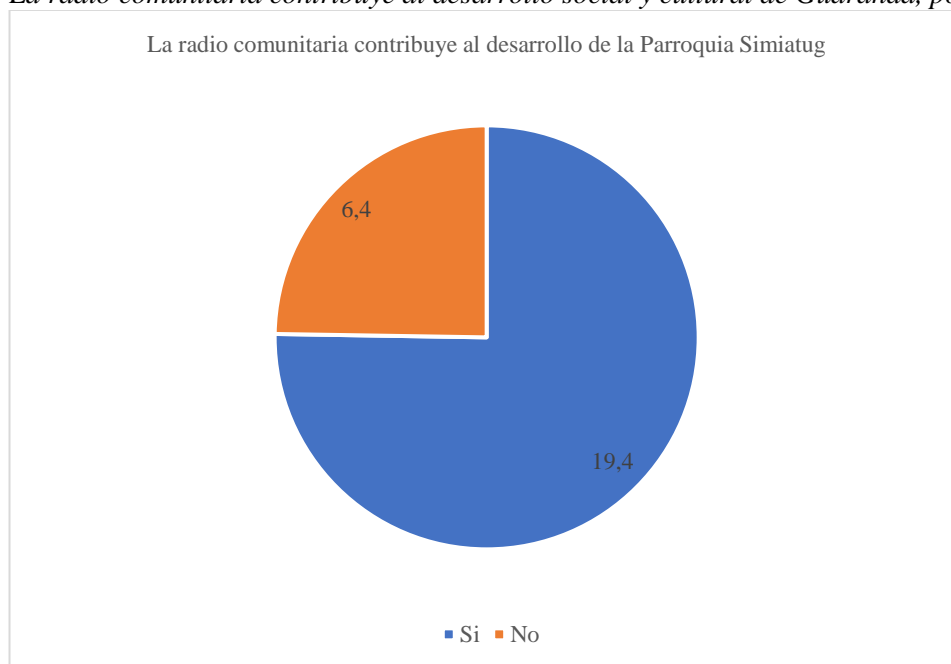
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	73	19,4
No	24	6,4
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>25,8</b>

*Nota: personas de la parroquia, Simiatug / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 46**

*La radio comunitaria contribuye al desarrollo social y cultural de Guaranda, por parroquia*



*Nota: personas de la parroquia, Simiatug / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Análisis e interpretación**

En la información desagregada se evidencia que, en la Parroquia Simiatug, la mayoría de la población (73 personas, 19,4%) considera que la radio comunitaria contribuye al desarrollo social y cultural de Guaranda, mientras que 24 personas (6,4%) no lo creen, se refleja una valoración positiva predominante.

**Tabla 49**

*La radio comunitaria contribuye al desarrollo social y cultural de Guaranda, por parroquia*

**La radio comunitaria contribuye al desarrollo social y cultural de Guaranda**

**Parroquia Salinas**

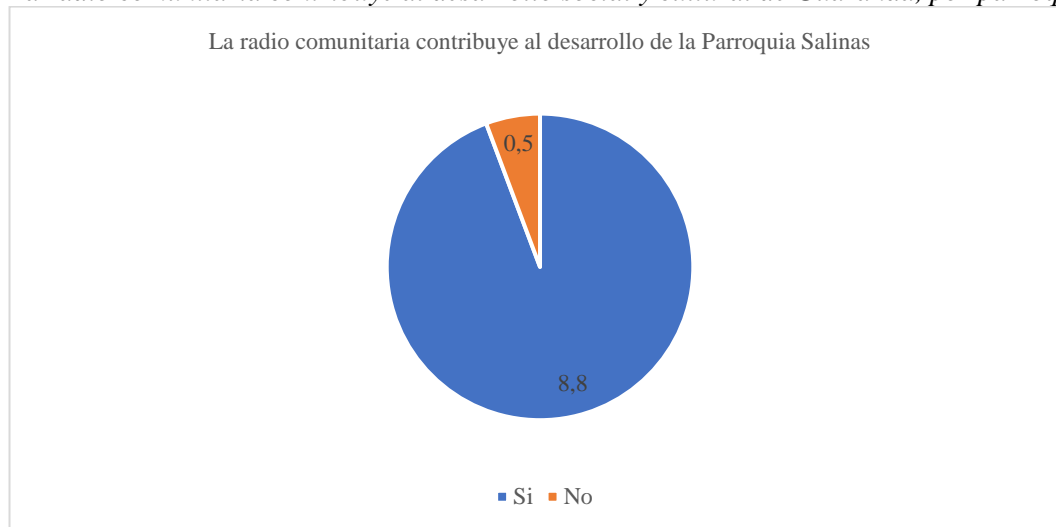
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	33	8,8
No	2	0,5
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>9,3</b>

*Nota: personas de la parroquia Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 47**

*La radio comunitaria contribuye al desarrollo social y cultural de Guaranda, por parroquia*



*Nota: personas de la parroquia Salinas / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Análisis e interpretación**

En la Parroquia Salinas, la mayoría de la población (33 personas, 8,8%) considera que la radio comunitaria contribuye al desarrollo social y cultural de Guaranda, mientras que solo 2 personas (0,5%) no lo creen, se evidencia una percepción ampliamente positiva sobre su aporte comunitario.

**Tabla 50**

*La radio comunitaria contribuye al desarrollo social y cultural de Guaranda, global*

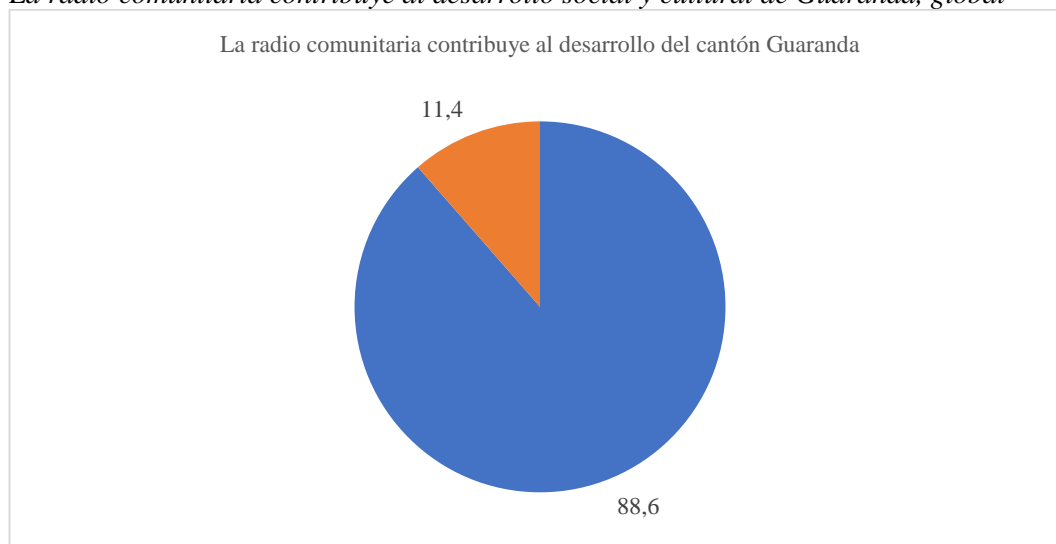
<b>La radio comunitaria contribuye al desarrollo social y cultural de Guaranda</b>		
		<b>Porcentaje</b>
Si	333	88,6
No	43	11,4
<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100,0</b>

*Nota: personas del cantón / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

**Gráfico 48**

*La radio comunitaria contribuye al desarrollo social y cultural de Guaranda, global*



*Nota: personas del cantón / 01/2026.*

*Elaborado: Abata A & Navarro A.*

### **Análisis e interpretación**

En la información desagregada se evidencia una percepción positiva en relación a que la radio comunitaria sí contribuye al desarrollo social y cultural del cantón Guaranda en las tres localidades analizadas. La parroquia Gabriel Ignacio Veintimilla representa el 60,4%, seguida de Simiátug con el 19,4% y Salinas con el 8,8%. En los resultados globales se señala que el 88,6% de los encuestados respondió de forma afirmativa, mientras que, el 11,4% manifestó lo contrario.

### **Análisis general de la encuesta**

A continuación, se presenta el análisis de las encuestas aplicadas a la audiencia de las radios comunitarias de Guaranda, se desglosa cada indicador con el propósito de evidenciar datos clave para comprender la situación actual de las emisoras radiales. En base a esto, se detalla de la siguiente manera:

En el indicador *de identificación de género* se reflejó que, en las emisoras radiales existe mayor presencia femenina, demostrando que las mujeres son el principal público consumidor de información, sobre todo al tratarse de temas culturales y de entretenimiento. En el indicador de *conocimiento de las radios comunitarias*, toda la población conoce los medios tradicionales de su localidad, evidenciando que las radios comunitarias son parte de la identidad local.

En *preferencia de sintonía*, los radioyentes prefieren escuchar radios locales. Esto evidencia factores importantes como: identidad local, pertenencia y resiliencia, frente a los limitantes territoriales las radios siguen siendo parte de la historia y cultura de un lugar, debido a que la ciudadanía ya no busca solo una voz que emita información, sino una voz que represente la localidad.

En lo que concierne a la *frecuencia de escucha*, se reflejó que la ciudadanía escucha la radio como parte de su diario vivir, es decir que, escuchar radio diariamente se ha convertido en hábito. En este escenario, es importante señalar que, esta situación podría convertirse en un factor determinante para el éxito radial. En el indicador de *importancia de los contenidos*, gran parte de la población encuestada representada por un 84,4% considera que los contenidos que emiten las radios son relevantes, especialmente cuando se abordan temas de interés común como: seguridad, entretenimiento y situaciones que afectan y benefician a la comunidad. Esto revela que, el vínculo emocional que existe entre los radiodifusores y los radioyentes es muy alto.

En el indicador de *espacios de participación*, gran parte de la ciudadanía representada por un 89% consideran que, en la actualidad no es suficiente solo escuchar al radiodifusor, sino que, exista la complicidad entre el locutor y el oyente para abordar

temas de interés desde plataformas diferentes y participativas. Esto sugiere que las radios puedan actualizarse para brindar un mejor programa.

En el indicador de *migración digital*, el 77% de la población oyente considera que existe un alto índice de urgencia de migración digital, denotando preocupación en razón de que, la radio puede desaparecer si no se adapta a las nuevas plataformas digitales. No obstante, en el indicador de *percepción al acceso digital y tradicional*, gran parte de los oyentes representados por un 93% asumen que, si las radios comunitarias integran herramientas Tic su alcance será mayor y las formas de comunicación serán más flexibles.

En lo que concierne al indicador de *medio de acceso*, se reflejó que la ciudadanía comúnmente escucha la radio de manera tradicional; sin embargo, los oyentes desean que el medio de comunicación brinde espacios más participativos. Lo que podría ser una ventaja, en este escenario se muestra también como una desventaja y necesidad, debido a que los radioyentes a más de participar en ambientes digitales requieren de profesionales con habilidades mixtas que, a más de educar, informar y entretener logren conectar con su público desde estrategias digitales que permitan que la audiencia se involucre positivamente y a su vez, ellos puedan garantizar contenidos de calidad.

Por último, en el indicador de *contribución de desarrollo social y cultural*, los ciudadanos consideran que la radio es un referente de identidad, historia y cultura de una localidad, evidenciando que las emisoras radiales son parte del crecimiento local. Razón por la cual, quienes forman parte de las radios comunitarias deben insertar técnicas que mejoren sus procesos comunicacionales, a fin de brindar a la ciudadanía una experiencia diferente aprovechando los beneficios que ofrece la tecnología.

#### ***4.1.2 Análisis e interpretación de entrevistas***

Se aplicó una entrevista estructurada a dos expertos en comunicación radiofónica.

#### **Transcripción de la entrevista 1**

**Entrevista a:** Licenciado en Publicidad Gonzalo Burgos

**Cargo y tiempo:** Gerente de agencia de publicidad y productora Burgossa, más de una década de experiencia.

**Fecha:** 06 de enero de 2026

**P1.- 1. ¿Cuáles son las plataformas digitales que utiliza actualmente la radio comunitaria para la distribución de sus contenidos?**

**R1.-** Lo primero que hay que entender es la razón de ser de las radios comunitarias, eso tenemos que tenerlo súper claro para empezar a conversar sobre diversos temas en torno a la radio comunitaria. ¿Qué es una radio comunitaria? Es un medio de comunicación, digamos que me va a permitir a mí difundir contenidos o mensajes que van orientados a informar, que van orientados a guiar a un cierto grupo de personas.

Dentro de esa idea, querer difundir de mejor manera el mensaje, las radios en general y las comunitarias también se enlaza con Facebook para poder salir en digital, por decirlo de alguna manera. Ahora, yo he visto que la radio comunitaria se apalanca, digamos, en esta red social para poder difundir su contenido, pero hay que tomar en cuenta algo. Digamos que de la pandemia hacia acá ha habido un crecimiento en porcentaje de personas que están conectadas no solo en Facebook, sino también en TikTok.

Aunque la estadística nos diga que hay más personas conectadas en TikTok, no hay todavía la suficiente difusión o el suficiente, digamos, las radios todavía no están muy familiarizadas con TikTok, están mucho más familiarizadas con Facebook. Entonces, actualmente la radio se vincula con Facebook y con TikTok para difundir sus contenidos y sus mensajes.

**2. ¿Cómo influye el uso de plataformas digitales en el acceso, la participación y el consumo de los contenidos radiofónicos comunitarias por sus audiencias?**

**R2.-** Ok, siguiendo en esa misma dinámica de lo que venimos hablando, de que hay mucha gente conectada, mucha gente enganchada por horarios, por segmentos, por intereses en estas dos redes, ¿no? Hay que entender que el uso de estas plataformas es vital; no sólo para Radio Comunitaria, sino, en general, para las empresas que quieren acercarse a sus clientes, para alguien que tiene un negocio y que quiere darlo a conocer.

Y de esa misma manera, la Radio Comunitaria debería estar en esa dinámica de conquistar estas audiencias a través de contenidos novedosos y entretenidos, estén creados con la finalidad de atrapar un poquito de esa gente conectada en las redes. Entonces, influye mucho el hecho de que yo tenga mi página de Facebook, mi página de TikTok, para que a medida que yo sigo subiendo contenido o haciendo más live, yo tenga más audiencia como Radio Comunitaria.

Entonces, influye muchísimo. Es importantísimo tener ese aliado digital para que yo no me quede sólo en mi onda radiofónica de mi sector, sino que sea mucho más abierto y sea mucho más amplio el espectro al que voy a ir difundiendo mi mensaje. En Facebook, yo puedo tener mi usuario, digamos, en Facebook, mi usuario en Instagram, mi usuario en YouTube, mi usuario en TikTok, por ejemplo, yo puedo y es más, debería tener yo, como Radio Comunitaria, mi usuario en estas redes, pero también hay un complemento que es mi propia plataforma en digital.

En cambio, en mi plataforma propia, digamos, yo puedo tener el contenido igualito, pero tengo que motivar mucho más a mi oyente a que me visite en mi página web, o tengo que poner el link en mis redes, o tengo que hacer una campañita por ahí de difusión diciendo, visítanos en nuestra página web [www.radiocomunitaria.com](http://www.radiocomunitaria.com). La diferencia es que en Facebook yo ya tengo a la gente allí, simplemente tengo que generar el contenido y hacer que la gente me siga, pero la gente sigue estando en esa red.

### **3. Desde su experiencia, ¿Cuál es el alcance que tienen los contenidos en plataformas digitales en comparación con la transmisión tradicional?**

**R3.-** Bueno, ahí vamos a seguir conversando en función de lo mismo, ¿no? Yo, si yo subo una noticia de mi comunidad y la digo en mi radio, sea AM, sea FM, va a tener un alcance la gente que me está escuchando en ese momento. Y si no me escuchó ese momento, bueno, pues ya no me escuchó. A menos que yo repita más tarde la misma noticia, a lo mejor me escuchan otra vez. A lo mejor no.

En las redes el alcance es mucho más fuerte, porque yo subo una sola noticia y la noticia se queda ahí colgada. Entonces yo hoy, por ejemplo, 10 de la noche, jueves, estoy en

mi casa y empiezo a revisar el Facebook y tengo el usuario de la radio comunitaria y veo la noticia que ya salió a las 8 de la mañana en la radio tradicional, pero la estoy viendo a las 10 de la noche. Y de pronto no entendí y la vuelvo a ver. Y de pronto mañana le comento a alguien y se la paso. Me explico. Entonces es diferente el manejo de la información que yo estoy dando como radio comunitaria.

Entonces es importante entender que el alcance es mucho, muchísimo más amplio. Yo puedo llegar a más personas y puedo tener mi mensaje colgado en las redes, en las plataformas, y la persona tiene acceso a cualquier hora a ese mensaje. A diferencia que, en lo tradicional, yo hoy tengo mi programa a las 8 de la mañana y si alguien me escuchó, bien. Y si no me escuchó, a lo mejor ya no me escuchó, no llegó mi mensaje. Esa básicamente es la diferencia que yo veo desde el punto de vista de eficiencia o de alcance de mi mensaje a través de las redes sociales, a través de la parte digital.

#### **4. ¿Qué tipo de planificación estratégica y operativa debe implementar la radio para la producción, gestión y difusión de contenidos digitales?**

**R4.-** Ya, ahí, por ejemplo, ahí tenemos que irnos un poquito más atrás, porque todavía la radio comunitaria sigue siendo una radio que se maneja casi casi en su totalidad por autogestión, casi casi. La radio comunitaria no es una radio con fines de lucro, no es una radio que se maneja, digamos, como una empresa, donde sabemos que este mes tenemos que vender, qué sé yo, cinco mil dólares y ahí tenemos que pagar a los empleados y de ahí nos queda un remanente que lo podemos invertir en equipos, como se hace normalmente en las radios, digamos, no comunitarias, sino más bien comerciales, privadas.

Entonces hay que empezar a entender que nuestra planificación, nuestra hoja de ruta, si es que nosotros queremos, digamos, dibujar un plan, debe empezar por entender que la autogestión es el camino para poder solventar esos gastos que requieren tener una radio, ¿no? El uso de los equipos, ahora, por ejemplo, un buen celular, un buen plan de internet, un buen micrófono, te explico, uniforme para las personas, o sea, todo eso son detalles que se van traduciendo siempre en dinero. Y la radio comunitaria, como le digo, casi siempre, en su 90% de las veces es una radio que se maneja por autogestión,

o sea, no es una radio que tiene lucro, no es una radio que se hace en función de ganar dinero, sino más bien, como su palabra lo indica, comunitario, para atender a un sector de la población.

Primero, la autogestión, segundo, capacitar, y luego que nosotros ya los capacitamos y ya les ponemos todo ese conocimiento ahí para que ellos puedan desarrollarse, allí viene el tema de la generación de contenido. Entonces, yo, después que ya me autofinancio, después que los capacito a todo mi equipo, ahora sí los siento y les digo, a ver, vamos a hacer este mes, mes de febrero, vamos a hacer, estoy inventando, vamos a hacer el mes del amor, el mes del amor y la amistad. Entonces, vamos a, todo nuestro contenido en redes, todo nuestro contenido en radio tradicional va a girar en torno al amor, al día de San Valentín, al amor y la amistad.

**5. ¿Qué criterios técnicos, comunicacionales y culturales se deben considerar para la adaptación de los contenidos radiofónicos a formatos digitales?**

**R5.-** Ya, ahí eso ya forma parte de lo que habíamos conversado en este momento. En la parte de generación de contenido yo tengo que identificar a quién quiero llegar, a quién quiero conquistar con mi mensaje, cuál es mi comunidad, qué necesidades de información tiene mi comunidad, cómo yo quiero llegar a ellos y cómo quiero que ellos me vean a mí, qué va a hacer que ellos me escuchen todos los días, qué va a hacer que ellos estén pendientes de mí en digital. Entonces habría que establecer cuáles son los planes comunicacionales que yo tengo, o sea, qué quiero lograr, quiero que me vean más, quiero que se les quede algún mensaje, quiero prevenirlos de algún, no sé, de algún desastre natural.

O sea, hay que tener súper claro los objetivos y en base a eso entender que la gente se quiere ver en las redes, la gente quiere formar parte de. Entonces hacer un plancito de contenido en donde la gente también participe de ese trabajo para conseguir esos objetivos comunicacionales. Esos serían más o menos los criterios técnicos. De ahí vendría ya, por ejemplo, que voy a ir a la calle, que voy a invitarlos a mi cabina, que voy a tener un podcast y los voy a invitar y voy a hacer una entrevista de 15 minutos, qué sé yo. Eso ya forma parte del aterrizado, pero siempre con la idea de que el oyente,

siempre con la idea de que mi seguidor de redes se quiere ver y hacerlo parte de, hacerlo parte de mi espacio, de mi contenido. Eso creo que sería una buena alternativa.

**6. ¿Cuáles son los principales objetivos comunicacionales que persigue la radio comunitaria al incorporar plataformas digitales en su modelo de comunicación?**

**R6.-** ¿Cuál es la razón de ser de mi radio comunitaria? Proteger a mi comunidad, resaltar los valores culturales de mi comunidad, qué sé yo. Hacer contenido que me sirva para yo llegar con mi mensaje de mejor forma. Entonces, realizar contenido a través de TikTok, a través de videos informativos, a través de locuciones tipo documental, si es que voy a hablar de algún tema específico.

El primero sería cobertura, el segundo sería contenido, el tercero yo tendría que buscar la forma de hacer comunidad, aunque parezca redundante, con mi radio comunitaria. Porque mi radio comunitaria tradicional abarca hasta donde me alcance la señal de mi antena, nada más. Pero si yo esto lo subo a digital, yo puedo aglutinar un grupo de personas que de pronto se identifican con mi mensaje, se identifican con mi contenido. Primero, tener más cobertura. Segundo, hacer un buen contenido relevante. Y tercero, hacer comunidad, agrupar, aglutinar a esta gente que me oye, a esta gente que me ve. Hacer mi propia tribu, por decir de alguna manera. Hacer mis oyentes fieles, hacer mi club VIP y tenerlos allí siempre, de tal manera de que voy generando, valga la redundancia, voy generando comunidad a través de mi mensaje.

**7. ¿Qué desafíos técnicos, económicos y organizativos enfrenta una radio comunitaria analógica en su proceso de transición hacia un entorno digital?**

**R7.-** Básicamente yo creo que es un tema de financiamiento, la radio y todos los medios de comunicación, sobre todo ahora que todo cambia muy rápido, todo medio de comunicación requiere de inversión, entonces la radio comunitaria al cero, un medio sin fines de lucro o con una visión, con un objetivo comunitario, entonces es uno de los grandes problemas que tiene, porque la tecnología avanza muy rápido, la tecnología tiende a ir un paso más adelante, tiende a cambiar muy rápido.

Antes, muchas personas mayores decían que antes las cosas eran eternas, antes comprábamos un aparato y nos duraba toda la vida, pero ahora no, ahora la caducidad

de la tecnología es mucho más rápida, entonces eso hace también que las radios y los medios de comunicación en general tengan la obligación de estar siempre a la par, siempre invirtiendo, siempre reinvertiendo, entonces al no tener la radio comunitaria un sentido de lucro, esa puede ser una gran limitante, un gran desafío, porque si yo no tengo cómo comprarme.

La autogestión es importante, hay que saberla hacer en el momento en que una persona tiene una radio comunitaria, tiene una gran oportunidad de poder negociar con estas empresas, generar alianzas y poder ir sorteando estas dificultades en la parte económica, sobre todo.

**8. ¿Por qué considera importante que las radios comunitarias migren hacia lo digital en función de los cambios y preferencias de consumo en las audiencias?**

**R8.-** Bueno, todo se está comunicando de manera digital, absolutamente todo. Si nosotros nos vamos muchos años atrás, antes una noticia demoraba, por ejemplo, una noticia demoraba un día de un día para otro, dos días, hasta que se sabía que algo había ocurrido en tal sitio. Ahora no, ahora es inmediato. Entonces los medios de comunicación, no sólo la radio comunitaria, deben entrar en esa dinámica, deben estar donde están las personas todo el día, buscando información, buscando noticias, buscando respuestas.

Entonces todo está en digital, las personas todas están, digamos, metidas en el celular, metidas en la computadora, en X, Y, Z, red social. Entonces allí se basa la importancia de que cualquier medio, no solo los comunitarios, deban estar en digital, ya sea con su contenido informativo, ya sea con su contenido entretenido, ya sea con su contenido musical, ya sea con su contenido educativo

No quiere decir que la radio como tal tradicional va a morir. No, eso no va a pasar, porque de todos los medios tradicionales la radio es la que al último va a quedar y va a apagar la luz. La última que va a quedar es la radio. Eso no está en discusión. ¿Por qué? Porque la radio todavía llega a donde no llega el internet y al menos en Ecuador no tenemos un, no es un país 100% digital conectado, entonces la radio todavía va a tener su protagonismo.

A lo mejor son los jóvenes, a lo mejor son los adultos, a lo mejor son los adultos mayores. No sabemos. O sea, habría que ir probando contenidos para ir definiendo cuál es la gente que me ve a mí en digital. Pero de todo ese mundo de gente que está conectada, hay gente que me va a ver, hay gente que me va a escuchar, hay gente que se va a interesar en mi contenido. Entonces, por eso es importantísimo, pero vital, que los medios tradicionales migren hacia digital. Es vital, o sea, no hay forma, no hay cómo decir que no. Es fundamental.

**9. ¿Cuán conveniente es la migración de un medio tradicional comunitario a un medio digital comunitario?**

**R9.-** Es infinitamente conveniente. Bajo mi idea es muy muy conveniente, pero lo que hay que lograr, el gran reto allí es lograr que se haga un balance, se haga un balance entre lo esencial, o sea, la razón de ser de la radio comunitaria y la parte digital. O sea, la radio, como le dije hace un momento, la radio no va a morir todavía, entonces la radio tiene que seguir teniendo ese concepto de radio, pero debe estar en digital, debe haber un equilibrio perfecto, debe haber un equilibrio.

Uno de los grandes errores que cometen las radios en términos generales cuando quieren migrar a digital es que hacen su contenido igualito, lo mismo que hacen en radio, lo hacen en digital. A veces funciona, pero el 80-90% de las ocasiones es un error, porque el contenido en redes es un contenido audiovisual, en el contenido de redes yo tengo que ver para poder engancharme y poder quedarme. Hay radios que cogen exactamente lo mismo de la radio y lo ponen en audio en digital, y eso es un error.

Entonces hay que mantener la esencia sin olvidar que la parte digital, sin lugar a dudas, requiere un tratamiento audiovisual. Necesito ver a alguien que me esté contando el mensaje o me esté diciendo algo que, a diferencia de la radio tradicional, solo lo escucho.

**Transcripción de la entrevista 1**

**Entrevista a:** Lic. Jorge Eduardo Guachamin

**Cargo y tiempo:** secretario ejecutivo de CORAPE, 17 años de experiencia.

**Fecha:** 06 de enero de 2026

**1. ¿Cuáles son las plataformas digitales que utiliza actualmente la radio comunitaria para la distribución de sus contenidos?**

**R1.-** Ya, a ver, verás, es súper difícil esta pregunta contestarte, te puedo contestar un poco, porque además son 40 medios, entonces no te puedo contestar, o sea, digamos que tendría que ser una comparación de la data y decirte de cuáles medios y qué utilizan más, pero eso es como una investigación que de pronto no lo puedo tener aquí la información ahorita en la entrevista, sin mencionarte que, te puedo decir por razón de cómo trabajamos, que el Facebook se sigue manteniendo como una principal red, sobre todo con los medios de comunicación comunitarios.

Para transmisiones, sobre todo la utilización de los medios como tal, de transmisión, digamos, de streaming, de cosas así, luego está el tema del Instagram, que se utiliza, digamos, en algunos medios, no tanto, porque además hay que pensar de qué contenidos son los que se transmiten, muchos de los contenidos son más noticiosos e informativos

Entonces el Instagram tiene, digamos, Shorts, digamos, información mucho más puntual, al igual que el TikTok, que se utiliza también en algunos medios de comunicación, pero en general, digamos, que se utiliza en la Coordinadora de Medios Comunitarios, Populares y Educativos en Ecuador (CORAPE), como organización, si trabajamos con Facebook, Twitter mucho, trabajamos con TikTok, entonces, digamos, como CORAPE, como coordinadora de medios, ahora directamente a nivel nacional, porque nosotros manejamos toda la comunicación a nivel nacional por los 40 medios, la información que te digo es como un poco de esa perspectiva a nivel nacional, más que lo local.

**2. ¿Cómo influye el uso de plataformas digitales en el acceso, la participación y el consumo de los contenidos radiofónicos comunitarias por sus audiencias?**

**R2.-** Verás, como cada vez es más accesible el tema del Internet, entonces obviamente influye un montón, influye no solamente en el tema de la llegada hacia nuevos públicos, que no solamente tienen los receptores de radio, sino que también son nuevas

audiencias que están digitalizadas, entonces que ya la gente escucha mucho más el tema de audiovisuales, digamos, consume mucho más que incluso el tema de radio, pero depende de mucho la audiencia, depende mucho del sector, depende mucho del acceso al Internet.

**3. Desde su experiencia, ¿Cuál es el alcance que tienen los contenidos en plataformas digitales en comparación con la transmisión tradicional?**

**R3.-** Son diferentes públicos, lo que pasa es que uno se puede medir y el otro no. Es decir, tú para el tema de cuando trabajas plataformas digitales, tú tienes las métricas que te da, digamos, en cuanto la gente te sigue, te mira, te comparte, si me entiendes, pero en la tradicional de radio tú no tienes, porque antes, digamos, había empresas que hacían monitoreo de quién te escucha la radio, en qué horario es prime time y triple A, digamos, no es cierto, pero es cada vez más complejo medir lo que es radio, lo que es televisión, a lo que puedes medir en plataformas digitales.

Entonces, son dos mundos distintos, son audiencias distintas, entonces para saber eso, tendrías que medir, digamos, el alcance, pero además es como, son otro tipo de métricas, digamos, que se utilizan en redes sociales y otro tipo de evaluación en temas de monitoreo de audiencias, que son los sondeos de audiencias que se aplican a radio y televisión, son los sondeos de audiencias, porque son masivos, no es cierto, pero que no dependen de una retroalimentación como tienen las plataformas digitales, entonces son diferentes audiencias.

**4. ¿Qué tipo de planificación estratégica y operativa debe implementar la radio para la producción, gestión y difusión de contenidos digitales?**

**R4.-** O sea, verás, todo se tiene que planificar, pero hay planificación que se hace dependiendo de las líneas estratégicas de la organización. Yo te puedo traer una planificación estratégica, por ejemplo, organizativa. Entonces, tienes una organizativa que te dice, bueno, todo el tema administrativo, organizativo, tienes que hacer una planificación económica, incluso, no es cierto, donde dices cuántos son mis ingresos, cuáles son mis regresos, cuál es la línea que necesito, digamos, de gastos durante el año. Eso es una planificación.

La otra es una planificación justamente con el recurso humano. Luego tienes planificaciones que se hacen desde las agendas mediáticas, entonces, qué aboradas y qué no y demás. Entonces, hay varias cosas. Todo tiene que tener, digamos, una planificación operativa estratégica que nosotros hacemos los Planes Operativos Anuales (POAS) anualmente que se tienen que aprobar por el directorio, donde de las cuatro líneas estratégicas se derivan justamente cómo se tiene que ser.

Entonces, tengo un departamento de mercadeo y ellos tienen que alcanzar un número de ventas, el de, por ejemplo, producción y contenidos. Entonces, hacemos cursos, cuántos, cuántos, cómo se llama, asistentes hemos tenido dentro de las aulas virtuales. Entonces, se planifica así y los medios igual deben planificar, digamos, tanto en la parte operativa como en la parte económica como en la parte de agendas, agendas de contenidos.

**5. ¿Qué criterios técnicos, comunicacionales y culturales se deben considerar para la adaptación de los contenidos radiofónicos a formatos digitales?**

**R5.-** Como te digo, depende de los sectores, es decir, si vamos a tomar un medio comunitario, en los medios de ahorita estoy haciendo de las radios de Guaranda. Ya, entonces vos dices, chévere, a ver, tengo el ecosistema de comunicación de Guaranda, entonces yo tengo una radio que llega a ciertos sectores. Tengo que saber cuál es mi grupo objetivo, pero luego. Cuando tú transformas y te llevas audiovisual, tienes que entender, digamos que qué grupo no es el mismo grupo objetivo que te consume la radio.

Entonces, quién te está viendo y los contenidos, cómo lo vas a mantener, eso es un desafío muy grande porque digamos que de lo que la gente normalmente utiliza la radio, te pongo el ejemplo de Quito, la gente escucha radio cuando en la mañana va al trabajo en los carros y cuando regresa. Eso es como en los buses, por ejemplo, un grupo objetivo. Claro, mayor ahora ellos no pueden utilizar.

Si yo quisiera hacer noticias en los mismos horarios audiovisual. Nadie está con todos los celulares porque le roban, cachado. Digamos, finalmente están manejando, están en

el tema, están haciendo otros. Entonces necesito saber cuál es mi grupo objetivo desde el tema de la línea audiovisual.

**6. ¿Cuáles son los principales objetivos comunicacionales que persigue la radio comunitaria al incorporar plataformas digitales en su modelo de comunicación?**

**R6.-** Pues es que eso se alinea a la línea comunicativa, política comunicativa del medio. O sea, no lo sé, no sabía. O sea, claro, sería como que cada radio depende. Es una de las principales preguntas que se deberían resolver para cuando yo voy a transformar las plataformas digitales, incorporar en la programación radiofónica que quiero tener. s la parte económica, porque ya la gente no está pautando en radio. Entonces una de las salidas que están viendo es cómo monetizar en plataformas.

**7. ¿Qué desafíos técnicos, económicos y organizativos enfrenta una radio comunitaria analógica en su proceso de transición hacia un entorno digital?**

**R7.-** La monetización, o sea, digamos, o sea, primero que gente que pueda transformar, generar contenidos audiovisuales, que tenga en cuenta cómo monetizar en redes y que necesitas recursos económicos y humanos distintos a lo que es la radio. El saber hacerlo es lo complicado, creo.

**8. ¿Por qué considera importante que las radios comunitarias migren hacia lo digital en función de los cambios y preferencias de consumo en las audiencias?**

**R8.-** Porque las audiencias van cambiando. Digo, yo creo que no es cambiar, sino que trabajar paralelamente, o sea, yo no hablaría de cerrar los medios convencionales o tradicionales de AM y FM, sino empezar a trabajar en lo audiovisual.

**9. ¿Cuan conveniente es la migración de un medio tradicional comunitario a un medio digital comunitario?**

**R9.-** Si es conveniente, si se lo sabe manejar.

A continuación, en la **Tabla 51** se presenta el análisis de contenido de las preguntas más importantes de la entrevista realizada a los dos expertos comunicacionales.

**Tabla 51***Análisis cualitativo de las preguntas de la entrevista*

<b>Pregunta</b>	<b>Entrevista 1 – Lic. Gonzalo Burgos</b>	<b>Entrevista 2 – Lic. Jorge Eduardo Guachamin</b>	<b>Análisis personal</b>
2. ¿Cómo influye el uso de plataformas digitales en el acceso, la participación y el consumo de los contenidos radiofónicos comunitarios por sus audiencias?	Las plataformas digitales permiten ampliar el alcance más allá del espacio geográfico de la señal tradicional. Destaca que redes sociales como Facebook, TikTok, Instagram y YouTube facilitan la captación de audiencias que ya se encuentran activas en estos entornos digitales, lo que incrementa la interacción y el consumo de contenidos mediante publicaciones, transmisiones en vivo y formatos atractivos.	El uso de plataformas digitales influye en el acceso y consumo de los contenidos radiofónicos comunitarios, debido al incremento progresivo del acceso a internet y a la digitalización de las audiencias. Se llega a nuevos públicos que no necesariamente consumen radio tradicional	El entorno digital amplía el alcance geográfico y transforma la lógica de consumo; sin embargo, en las radios comunitarias analizadas en el cantón Guaranda, la transición hacia lo digital es baja, ya que predomina un uso básico de las plataformas sin una estrategia de segmentación, fidelización o construcción de comunidad digital.  Es decir, existe la convergencia, pero no está consolidada como modelo integral de comunicación.
3. Desde su experiencia, ¿Cuál es el alcance que tienen los contenidos en plataformas digitales en comparación con la transmisión tradicional?	Mientras la radio convencional depende del momento exacto de emisión, los contenidos digitales permanecen disponibles de forma permanente, esto permite que las audiencias accedan a la información en cualquier momento, la reproduzcan, la compartan y	Los contenidos digitales y los tradicionales responden a audiencias distintas y no son directamente comparables en términos de alcance. Los entornos digitales permiten una retroalimentación inmediata y cuantificable, esto facilita la	El entorno digital ofrece más ventajas como permanencia, métricas y retroalimentación inmediata, esto permite evaluar impacto y optimizar contenidos.

	<p>generen interacción. Esta característica incrementa la eficiencia comunicacional y prolonga la vida útil del mensaje, favorece una mayor difusión y recordación de los contenidos comunitarios.</p>	<p>Esta evaluación del alcance y la efectividad de los contenidos.</p>	<p>No obstante, depende también de la capacidad estratégica del medio para gestionar audiencias.</p> <p>En las radios analizadas del cantón Guaranda el potencial digital no se aprovecha de forma plena y esto demuestra que la convergencia es más tecnológica que funcional.</p>
<p>4. ¿Qué tipo de planificación estratégica y operativa debe implementar la radio para la producción, gestión y difusión de contenidos digitales?</p>	<p>Se debe partir del reconocimiento de la autogestión como principal mecanismo de sostenibilidad, tener una adecuada hoja de ruta.</p> <p>La obtención de recursos mediante alianzas y gestión comunitaria; en segundo lugar, la capacitación permanente del equipo humano en competencias digitales; y, posteriormente, la generación planificada de contenidos alineados con objetivos temáticos y comunitarios.</p>	<p>La producción, gestión y difusión de contenidos digitales debe sustentarse en una planificación estratégica integral, alineada a las líneas institucionales de cada medio. Debe abarcar aspectos organizativos, económicos, operativos y de contenidos, gestión del recurso humano, la definición de agendas mediáticas y el establecimiento de indicadores de desempeño.</p>	<p>La transición digital requiere una planificación que integre sostenibilidad económica, formación técnica y objetivos comunicacionales, es decir, se necesita relacionar una estrategia que vincule identidad comunitaria con dinámicas digitales. La debilidad en esta planificación confirma que el proceso de transformación aún es parcial y carece de una visión estratégica adecuada.</p>
<p>7. ¿Qué desafíos técnicos, económicos y organizativos enfrenta una radio</p>	<p>Es la limitación económica, ya que la actualización tecnológica requiere inversión constante en equipos,</p>	<p>Es la monetización de los contenidos, ya que este proceso exige recursos económicos y</p>	<p>Los principales desafíos son tecnológicos, limitaciones económicas, escasos profesionales</p>

---

<p>comunitaria analógica en su proceso de transición hacia un entorno digital?</p>	<p>conectividad y capacitación, en un contexto donde no existe un fin de lucro.</p>	<p>humanos distintos a los de la radio tradicional.</p>	<p>capacitados en la rama y ausencia de modelos de monetización, condiciones que convierten la transformación digital en un proceso lento y esto respalda la idea de que la convergencia en las radios comunitarias del cantón Guaranda es progresiva e incompleta.</p>
	<p>Además, la rápida obsolescencia tecnológica intensifica esta dificultad, afecta la capacidad de expansión y mejora del medio, por eso, es importante autogestión y la generación de alianzas estratégicas con empresas e instituciones.</p>		

---

*Nota:* Elaborado: Abata A & Navarro A.

### ***4.1.3 Análisis e interpretación de la ficha de observación***

La **Tabla 52** corresponde a la escala de valoración de la ficha de observación las radios comunitarias del cantón Guaranda, los resultados fueron obtenidos de puntajes promediados y clasificados. Esto permitió identificar el grado de desarrollo alcanzado por cada radio comunitaria.

**Tabla 52**

*Escala de valoración de la ficha de observación*

<b>Valor</b>	<b>Categoría</b>
3	Funciona / se desarrolla adecuadamente
2	Funciona / se desarrolla parcialmente
1	Funciona / se desarrolla de forma deficiente
0	No dispone / no se desarrolla

*Nota:* Elaborado: Abata A & Navarro A.

Los resultados que se observan en la **Tabla 52** de la ficha de observación evidencian que las radios comunitarias del cantón Guaranda presentan un nivel de desarrollo parcial en relación a equipamiento tecnológico y convergencia digital. Cabe indicar que estas radios comunitarias operan principalmente en zonas rurales, donde las limitaciones económicas, de infraestructura y conectividad influyen de manera directa en sus procesos de modernización tecnológica.

**Tabla 53***Resultados de la aplicación de la ficha de observación a las radios comunitarias del cantón Guaranda***Fecha:** 06 y 07 de enero de 2026

<b>Ficha de Observación a las radios comunitarias del cantón Guaranda</b>				
<b>Ítem</b>	<b>Radio Crisólito Celestial</b>	<b>Radio Runacunapac Yachana</b>	<b>Radio Salinerito</b>	<b>Radio La Propia</b>
La radio dispone de equipos tecnológicos actualizados para la producción radiofónica y digital.	2	2	2	2
Cuenta con micrófonos de tecnología avanzada que permiten una adecuada calidad de audio.	2	1	2	2
Dispone de consolas o sistemas digitales que facilitan la integración con plataformas virtuales.	1	2	2	2
Posee computadoras con capacidad suficiente para edición y difusión de contenidos digitales.	1	1	1	2
Mantiene conectividad a internet estable, adecuada para transmisiones y gestión digital.	2	1	3	1
La radio produce contenidos adaptados a entornos digitales.	1	1	2	2

Integra la programación radial tradicional con contenidos digitales.	2	1	1	2
Publica contenidos radiofónicos en plataformas digitales de manera sistemática.	2	2	2	2
Utiliza formatos digitales complementarios (videos, audios grabados, transmisiones en vivo)	2	2	2	2
Evidencia una planificación de contenidos digitales vinculada a su programación radial.	2	2	2	2
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>15</b>	<b>19</b>	<b>19</b>
<b>Promedio</b>	<b>1,7</b>	<b>1,5</b>	<b>1,9</b>	<b>1,9</b>

*Nota:* Elaborado: Abata A & Navarro A.

**Tabla 54**

*Nivel de desarrollo según el puntaje promedio de la ficha de observación*

<b>Valor</b>	<b>Categoría</b>
<b>2,6 – 3,0</b>	Desarrollo adecuado
<b>1,6 – 2,5</b>	Desarrollo parcial
<b>0,6 – 1,5</b>	Desarrollo deficiente
<b>0 – 0,5</b>	Desarrollo inexistente

*Nota:* Elaborado: Abata A & Navarro A.

### **Análisis general de la ficha de observación aplicadas a los medios de comunicación comunitarios**

Según la **Tabla 54** las radios comunitarias del cantón Guaranda tienen un nivel de desarrollo parcial y deficiente en su proceso de incorporación a la convergencia digital, estos resultados confirman que la transformación de los medios radiofónicos comunitarios en el año 2025 se encuentra en una fase inicial. Cabe indicar que, las emisoras mantienen presencia en redes sociales; sin embargo, su figura en la red se caracteriza por un uso básico de plataformas digitales, misma que se centra en publicaciones, transmisiones en vivo y no cuentan con una adecuada integración tecnológica o planificación que conecte lo tradicional con lo digital.

Las principales limitaciones identificadas en las 4 radios son: escasa infraestructura tecnológica, falta de conectividad estable a internet, deficiencia de páginas web funcionales e irregularidad en la producción de contenidos digitales. Estos problemas afectan el desarrollo comunicacional y la capacidad de ampliar la conectividad con las audiencias. En radios como Runacunapac Yachana las brechas de acceso a internet, equipamiento tecnológico y producción de contenidos digitales limitan la posibilidad de realizar transmisiones en línea permanentes. De igual manera, la ausencia de plataformas digitales completas en todas las radios analizadas reduce las oportunidades de interacción y acceso asincrónico a los contenidos.

En consecuencia, los hallazgos obtenidos a través de la ficha de observación sustentan la idea a defender, puesto que la convergencia digital en las radios comunitarias del cantón Guaranda se manifiesta de manera primitiva y condicionada por limitaciones estructurales, formativas y organizativas, por ende, los procesos de transformación tecnológica resultan incompletos. En efecto, la consolidación de esta transición depende también de la disponibilidad de recursos, conectividad adecuada y estrategias que fortalezcan el vínculo con las audiencias y promuevan el desarrollo comunitario.

#### **Radio Crisólito Celestial**

De acuerdo a la **Tabla 53** la Radio Crisólito Celestial tuvo un promedio de 1,7 y también se ubica en el nivel de desarrollo parcial, no obstante, presenta mayores

debilidades en aspectos relacionados con la disponibilidad de equipos informáticos, consolas digitales y herramientas para la edición de contenidos; esta situación refleja que la radio comunitaria priorizan su función social y cultural sobre la inversión tecnológica.

Después de realizar una revisión de las redes sociales, se evidencia que la Radio Crisólito Celestial mantiene una actividad en Facebook, donde realiza transmisiones en vivo de forma diaria y publica contenidos con una frecuencia de cada dos o tres días. En Instagram la emisora registra 163 seguidores y 118 publicaciones; sin embargo, su última publicación data del año 2022, y el contenido compartido no está vinculado de forma directa a la programación radial, es decir, predomina frases motivacionales y de manera esporádica, videos institucionales. En la red X cuenta con 39 seguidores con su última publicación realizada en 2024 y su uso se limita a compartir enlaces que redireccionan a Facebook.

Por su parte, en TikTok la radio dispone de 856 seguidores, donde publica entre uno y dos contenidos diarios, de forma ocasional se realiza transmisiones en vivo. Además, la emisora posee una página web misma que esta se encuentra incompleta, con secciones que no permiten el acceso y sin la opción de transmisión en línea, esto limita su funcionalidad como herramienta de convergencia digital y acceso permanente a los contenidos radiofónicos.

### **Radio Runacunapac Yachana**

Acorde a la **Tabla 53** la Radio Runacunapac Yachana registró un promedio de 1,5, que la clasifica en la categoría de desarrollo deficiente y se evidencia mayores limitaciones en conectividad a internet, equipamiento tecnológico y producción de contenidos digitales. Dichas condiciones deficientes responden a brechas estructurales propias de territorios rurales con menor acceso a recursos tecnológicos y financieros que dificultan la transición hacia entornos digitales.

Después de realizar una revisión de las redes sociales, se evidencia que, la radio Runacunapac Yachana presenta una participación desigual ya que, en Facebook cuenta con una base de 43 mil seguidores, sin embargo, este potencial no se aprovecha de

forma plena para fortalecer procesos de interacción digital permanente porque no se publica de forma constante. En la red social X se registra 568 seguidores con su última publicación del año 2022, es decir una inactividad prolongada, mientras que, su página web contiene información institucional básica, como la misión y visión, e incluye un enlace directo a Facebook; no obstante, carece de la opción de transmisión en línea las 24 horas, esto limita el acceso continuo a la programación radial.

En Instagram la radio presenta una presencia mínima ya que cuenta 16 seguidores y una última publicación realizada en 2024, por su parte, en TikTok, dispone de 4.652 seguidores, pero la publicación de contenidos es irregular porque altera entre periodos de actividad esporádica y lapsos prolongados de inactividad, se observó incluso un salto temporal entre publicaciones de 2024 y 2025.

### **Radio Salinerito**

En correspondencia a la **Tabla 53**, la Radio Salinerito tuvo un promedio de 1,9 y la ubica dentro de la categoría de desarrollo parcial, es decir que, cuenta con algunos recursos tecnológicos básicos y prácticas iniciales de convergencia digital, como la publicación de contenidos en plataformas digitales y el uso de formatos complementarios; sin embargo, dichas acciones no están consolidadas de manera integral.

Después de realizar una revisión de las redes sociales se evidencia que, la Radio Salinerito mantiene actividad en Facebook con 15 mil seguidores, realiza de 2 a 3 publicaciones diarias o cada 2 días, además de transmisiones en vivo para interactuar con la audiencia. En Instagram registra 163 seguidores, 152 cuentas seguidas y 283 publicaciones, con una frecuencia de publicación variable de dos a tres contenidos diarios o cada tres días. En TikTok la emisora dispone de 2.434 seguidores, con una frecuencia de una a tres publicaciones, es decir, tiene incursión progresiva en formatos audiovisuales de mayor consumo. No obstante, en la red X (antes Twitter) la actividad es limitada, con 196 seguidores y ausencia de publicaciones desde el año 2022. Adicionalmente, disponen de una página web, pero la misma presenta un bajo nivel de

actualización y desarrollo de contenidos, esto restringe su potencial como plataforma de difusión y archivo digital.

### **Radio La Propia**

Según la **Tabla 53** la Radio La Propia registró un promedio de 1,9 en la ficha de observación es decir en desarrollo parcial en cuanto a la incorporación de la convergencia digital, la emisora dispone de ciertas prácticas digitales activas en redes sociales, que le permiten ampliar su alcance y mantener una relación cercana con su audiencia; sin embargo, dichas acciones aún no se encuentran consolidadas dentro de una estrategia digital integral que fortalezca su sostenibilidad y proyección a largo plazo.

Después de realizar una revisión de las redes sociales se evidencia que, la radio La Propia tiene su principal canal de comunicación, donde cuenta con 38 mil seguidores, mantiene una actividad constante, con 2 a 3 publicaciones diarias y la realizan de forma frecuente transmisiones en vivo para favorecer la interacción con la audiencia local. En Instagram la emisora presenta una presencia limitada con 78 seguidores, ausencia de historias destacadas y una baja frecuencia de actualización, se registra su última publicación el 7 de noviembre de 2025.

En la plataforma X la Radio La Propia cuenta con 5 seguidores su última publicación fue realizada en 2024, es un canal poco desarrollado y con escasa incidencia comunicacional, por su parte, en TikTok dispone de 5.433 seguidores, tiene una actualización de contenidos irregular y su última publicación el 25 de diciembre de 2025. La emisora no cuenta con una página web, esto limita la posibilidad de ofrecer transmisión en línea permanente y centralizar su contenido digital.

### **4.2 Análisis y discusión de resultados**

A partir de los resultados obtenidos, se procede a realizar la contrastación de resultados, considerando que los instrumentos aplicados fueron: encuestas, entrevistas y a observación. A continuación, se procede de la siguiente manera:

De la encuesta aplicada a los radioyentes, se destaca que la audiencia que predomina es femenina, lo que se convierte en punto clave para la aplicación de estrategias

digitales. Al existir mayor índice de público femenino se fortalece la identidad local, gracias a la conexión emocional y nivel de preferencia existente.

En este contexto, generalmente las mujeres que escuchan radio lo hacen por entretenimiento, por mantenerse informadas y por sentir compañía durante actividades cotidianas y laborales. Esto se convierte en un indicador de éxito, pues las mujeres influyen en las decisiones de compra, por lo que pasan de ser radioyentes a canales de publicidad efectiva.

Al emitirse en la radio temas sobre salud, seguridad, crecimiento personal, del hogar, educación, ventas y entretenimiento, la radio se convierte en un espacio donde las voces femeninas son escuchadas, fortaleciendo el empoderamiento femenino e igualdad social. Es decir que, el rol de la mujer es muy significativo, ya que favorece a la captación de nuevos usuarios y a la fidelización de radioyentes.

En este ámbito, también resalta el público joven como una audiencia que consumen con mayor frecuencia contenido por redes sociales, convirtiéndose en un factor clave para el desarrollo de contenidos. En relación a esto, Zapata (2024) afirma que, los medios tradicionales que están en proceso de adaptación digital no deben preocuparse solo por el entorno digital para crear contenido, sino también, en generar conexiones emocionales con la audiencia, identificar las preferencias de su público, interactuar de acuerdo al grupo etario y de género y, sobre todo, responder a las expectativas de los radioyentes.

En lo que concierne a la entrevista, un hallazgo importante es la brecha entre la urgencia de migrar digitalmente y limitaciones de infraestructura tecnológica. A pesar de que, las audiencias deseen tener sus espacios de participación, la radio no cuenta con un equipamiento especializado para procesos digitales, lo que se convierte en una situación que afecta significativamente a la toma de decisiones.

Sin embargo, es importante recalcar que la convergencia digital no debe entenderse como la urgencia de reemplazar un espacio tradicional por un digital, sino como una oportunidad de transformación social. Tal y como lo menciona Moreno (2023) “se

configura como una oportunidad para diversificar las estrategias discursivas del medio radiofónico y fortalecer el diálogo con los oyentes” (p.1261).

Por último, la observación reveló que, aunque las radios comunitarias poseen un canal de digital sus contenidos son poco atractivos y sus publicaciones no son frecuentes, lo podría provocar que la audiencia actual desaparezca. Esta situación evidencia la importancia de aplicar estrategias digitales que garanticen la sostenibilidad radial y el desarrollo de habilidades mixtas en los radiodifusores para brindar contenidos de calidad que cumplan con las expectativas de las audiencias.

Para contrastar, es importante mencionar que la convergencia digital tiene un rol importante en el crecimiento de los medios de comunicación, especialmente en las radios comunitarias. A través de la digitalización, quienes forman parte de las radios comunitarias junto a la audiencia obtienen beneficios bidireccionales: fortalecimiento del interés por el bienestar común, potenciación en el desarrollo de habilidades mixtas, identidad cultural y mejoramiento de las estructuras sociales.

## CONCLUSIONES

1. El estado de la infraestructura tecnológica y recursos digitales utilizados por las radios comunitarias son insuficientes y mal aplicados. La falta de conectividad estable y el uso incorrecto de implementos de digitales ha provocado que gran parte de sus audiencias escuchen la radio solo para saber qué sucede en el medio, mas no porque se identifican con la emisora. Este problema repercute sobre la fidelización de audiencias, identidad de marca, producción de contenidos y en la motivación para desarrollar nuevas habilidades tecnológicas.
2. La incorporación de la convergencia digital en gestión, producción e interacción con las audiencias de las radios comunitarias carecen de una planificación estratégica, debido a que el uso de las plataformas digitales no es uniforme, las páginas web están incompletas y el uso de recursos tecnológicos es limitado. Sin embargo, las radios comunitarias son flexibles para la incorporación de nuevas estrategias que mitiguen esta situación y lograr que los modelos de comunicación sean híbridos y sostenibles.
3. El impacto de la convergencia digital en las audiencias de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Salinas y Simiatug es positiva y urgente; la audiencia recurre a escuchar con mayor frecuencia las radios locales por motivos de entretenimiento y por mantenerse informados. Sin embargo, los radioyentes requieren otros espacios de participación donde sus voces sean escuchadas y que su vez, la interacción sea la clave para fortalecer la cohesión social, en virtud de que, las radios comunitarias son el pilar de la cultura e historia local.
4. El impacto de la convergencia digital en las audiencias locales puede ser positivo solo si se diseñan estrategias comunicacionales que garanticen su visibilidad y sostenibilidad. Es por ello que, las estrategias que se han establecido son las siguientes: Omnicanalidades, Narrativas Transmedia y Marketing de contenidos, para fortalecer la presencia digital y la participación de las audiencias.

## RECOMENDACIONES

1. Potenciar el uso de la infraestructura técnica disponible en cada estación mediante programas de mantenimiento preventivo y la capacitación en el manejo de herramientas digitales de libre acceso. Es fundamental aprovechar al máximo las aplicaciones de edición y las funciones nativas de las redes sociales para fortalecer la producción de contenidos, se prioriza la eficiencia operativa antes de gestionar nuevas inversiones económicas de gran escala.
2. Establecer un modelo de gestión comunicacional que integre la programación radial tradicional con el entorno virtual de forma estructurada. Para ello, se recomienda la creación de cronogramas de publicación y protocolos de producción que definan horarios, formatos y temáticas específicas. Esta organización permitirá una transición fluida hacia la convergencia, se asegura que la actividad en plataformas digitales sea constante, profesional y complementaria a la señal abierta.
3. Ampliar la oferta de contenidos digitales basándose en los hábitos de consumo y preferencias de las audiencias locales identificadas en el estudio. Las emisoras deben priorizar el uso de formatos participativos, tales como transmisiones en vivo, encuestas interactivas y foros de discusión comunitaria en redes sociales. El objetivo es consolidar una comunidad virtual activa que no solo consuma información, sino que participe directamente en la construcción de la agenda mediática local.
4. Adoptar de manera inmediata la propuesta de estrategias de comunicación digital diseñada en este estudio para asegurar la vigencia y sostenibilidad de las radios comunitarias. La migración hacia los entornos convergentes debe asumirse como una prioridad estratégica, fortaleciendo inicialmente las plataformas con mayor incidencia y expandiendo gradualmente la presencia en sitios web y otros espacios transmedia. Este proceso de transformación es esencial para ampliar el alcance de las emisoras más allá de sus límites físicos y garantizar su impacto social en la era digital.

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1 Tema**

Estrategias de comunicación digital para fortalecer la presencia de las radios comunitarias en entornos digitales.

#### **5.2 Antecedentes**

El presente proyecto analiza el impacto de la convergencia digital en los procesos de transformación de las radios comunitarias Salinerito, Crisólito Celestial, Runacunapac y La Propia del cantón Guaranda, medios que desempeñan un rol fundamental en la difusión de información, promoción en el desarrollo social, cultural y participación. No obstante, estas emisoras enfrentan desafíos relacionados con la incorporación de tecnologías digitales y la adaptación a las nuevas dinámicas de consumo mediático.

La investigación contempló un diagnóstico del estado de la infraestructura tecnológica, los recursos digitales, procesos de producción de contenidos y relación con las audiencias, con el fin de comprender el nivel de incorporación de la convergencia digital y sostenibilidad mediática en la gestión de las radios comunitarias del cantón Guaranda.

Bajo este contexto, los resultados obtenidos a partir de la aplicación de encuestas a la población de las parroquias Gabriel Ignacio Veintimilla, Simiatug y Salinas evidenciaron que el 96,8% de las personas si tienen conocimiento y consumen el contenido de las radios comunitarias del cantón Guaranda, del mismo modo, existe una valoración positiva de su aporte informativo, social y cultural. Se identificó una percepción en su mayoría favorable del 76,1% respecto a la necesidad de que las radios comunitarias migren hacia entornos digitales para facilitar el acceso a la información y ampliar el alcance de la programación radial.

El diagnóstico también identificó que las radios comunitarias del cantón Guaranda están en un proceso de incorporación progresiva a la convergencia digital, sin embargo, presentan limitaciones económicas, tecnológicas y de personal capacitado que

dificultan su consolidación. Se evidenció que existe una valoración positiva sobre la importancia de la digitalización como mecanismo para fortalecer la sostenibilidad, ampliar el alcance y mejorar la interacción con las audiencias; no obstante, su implementación aún no responde a una planificación integral e integración con la programación radial tradicional.

En este sentido, se evidenció que las emisoras mantienen presencia en un nivel parcial (1,7 y 1,9) y deficiente (1,5) en plataformas digitales y redes sociales, ya que, su uso es operativo y no acoplado con la programación radial tradicional. Las radios analizadas presentan limitaciones en infraestructura tecnológica, conectividad a internet y gestión de contenidos digitales, estas dificultades influyen en la capacidad de las radios para fortalecer su presencia en entornos digitales y responder a las nuevas dinámicas de consumo mediático.

Frente a este escenario, se plantea la propuesta “Estrategias de comunicación digital para fortalecer la presencia de las radios comunitarias en entornos digitales.”, misma que busca diseñar estrategias de comunicación digital que permitan organizar, planificar y optimizar el uso de los recursos disponibles en cada emisora.

### **5.3 Justificación**

#### ***5.3.1 Justificación social***

Las radios comunitarias constituyen espacios fundamentales para la participación ciudadana, fortalecer la identidad cultural y cohesión social en los territorios locales; en el cantón Guaranda, estos medios cumplen un papel relevante en la difusión de información de interés comunitario y en la promoción de procesos participativos, por ello fortalecer su presencia en entornos digitales es necesario para ampliar el acceso a la información, diversificar los canales de comunicación y reducir las brechas comunicacionales existentes entre las zonas urbanas y rurales.

La propuesta es pertinente porque responde a una necesidad identificada en las radios comunitarias del cantón Guaranda de fortalecer su proceso de convergencia digital sin afectar su carácter comunitario, participativo y cultural. El diseño de estrategias de

comunicación digital permite fortalecer la presencia de las emisoras en plataformas digitales, mejorar el acceso a los contenidos radiofónicos y promover mayores niveles de participación de las audiencias. Asimismo, contribuye a garantizar la continuidad y difusión de la programación digital al ampliar su alcance y su función social dentro del territorio.

Los principales beneficiarios de la propuesta son las radios comunitarias del cantón Guaranda, al contar con lineamientos que orienten la mejora de su presencia digital, interacción con las audiencias y gestión de contenidos. De manera indirecta, se beneficia la población de las parroquias rurales, en especial mujeres, jóvenes, organizaciones comunitarias y actores locales, quienes tendrán mayores oportunidades de participación, acceso a información pertinente y fortalecimiento de la identidad cultural a través de entornos digitales accesibles.

### ***5.3.2 Justificación académica***

La propuesta se vincula con la línea de investigación de Comunicación y Medios Digitales, promovida por la carrera de Comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar. En este sentido, la propuesta aporta conocimientos sobre los procesos de transformación de los medios comunitarios en el contexto de la convergencia digital, a su vez genera insumos para utilizarse en futuras investigaciones relacionadas con la comunicación comunitaria e innovación en medios.

Del mismo modo, la propuesta fortalece el trabajo del Observatorio de Medios de la carrera de Comunicación que tiene como objetivos evaluar el cumplimiento de estándares, protocolos de análisis y disposición a colaboración, para ello, se aplicó la encuesta mediante Google forms para aportar información sobre la situación actual de las radios comunitarias del cantón Guaranda y su proceso de adaptación a los entornos digitales, de este modo, se promueve la vinculación entre la investigación universitaria y las necesidades reales de los medios locales.

### ***5.3.3 Justificación tecnológica***

La propuesta permite identificar las principales brechas existentes en infraestructura, competencias digitales y gestión de contenidos en las radios comunitarias del cantón Guaranda. A partir de este diagnóstico, se plantean estrategias orientadas a optimizar el uso de las herramientas digitales disponibles y a fortalecer las capacidades tecnológicas de los equipos de trabajo de las emisoras.

Las estrategias de convergencia digital de la presente propuesta contribuyen a impulsar procesos de modernización sostenible en las radios comunitarias, además, favorecen a una mejor articulación entre la radio tradicional y las plataformas digitales; esto permite mejorar la difusión de contenidos, ampliar el alcance de la programación y fortalecer la interacción con las audiencias, de este modo, se responde a las nuevas dinámicas de consumo informativo en la era digital.

## **5.4 Objetivos**

### ***5.4.1 Objetivo general***

- Fortalecer la convergencia digital para medios comunitarios como: La Propia, Salinerito, Runacunapac y Crisólito Celestial del cantón Guaranda, para fortalecer su presencia digital, acceso de información y participación activa de las audiencias.

### ***5.4.2 Objetivos específicos***

- Optimizar la gestión operativa y tecnológica de las radios comunitarias para mitigar las brechas de conectividad e integrar la frecuencia radial con las plataformas digitales y de esta manera, brindar contenidos de calidad.
- Desarrollar contenidos con enfoque de género y pertinencia local, adaptados a redes sociales como: Facebook y TikTok para dar respuesta a las necesidades de los radioyentes.
- Establecer mecanismos de participación e interacción ciudadana para promover espacios de co-creación y garantizar la complicidad entre las audiencias y radios comunitarias, aportando al desarrollo local e impacto social.

## 5.5 Desarrollo de propuesta

### 5.5.1 Estrategia 1 - Omnicanalidad real

La estrategia de omnicanalidad real se plantea como el punto de partida para mejorar la parte estructural y tecnológica de los medios radiofónicos tradicionales, ya que permite preparar a las radios comunitarias para su integración efectiva en entornos digitales. Su implementación responde a la necesidad evidenciada en el diagnóstico, donde se identificaron brechas en conectividad, equipamiento técnico y uso limitado de herramientas digitales, esto dificultaba la transición hacia modelos de comunicación convergente. En este sentido, la omnicanalidad implica una integración adecuada entre la radio tradicional (FM) y los canales digitales.

Esta estrategia se ejecutará mediante acciones orientadas a la mejora técnica y operativa como las auditorías internas, actualización tecnológica, capacitación al personal y creación de sitios web; la estrategia es necesaria porque sin una base tecnológica adecuada, las radios no se adaptarían a la convergencia digital y tampoco podrían responder a las nuevas formas de consumo mediático; en consecuencia, la omnicanalidad real fortalece la sostenibilidad mediática al modernizar la estructura operativa de las radios comunitarias.

**Tabla 55**

Omnicanalidad real

Estrategia	Objetivos específicos	Actividades	Indicadores	Medios de verificación	Respuestas	Resultados esperados
Omnicanalidad Real	Optimizar la gestión operativa y tecnológica de las radios comunitarias para mitigar las brechas de	Auditoría interna y actualización de softwares de cabina. Formación técnica y producción transmedi	Evaluación de procesadores para transmisión digital Fm y Digital. Número de participantes en capacitacio	Registros en fichas técnicas o inventarios. Enlace web actualizado. Informe de	Directivos, técnicos y gerentes de las radios comunitarias.	Mitigar brechas de conectividad y mejorar el desarrollo técnico radial.

conectividad e integrar la frecuencia radial con las plataformas digitales y de esta manera, brindar contenidos de calidad	a para plataformas de: streaming, podcasting y redes sociales. Creación de página web y usuario streaming.	temas digitales. Nivel de consumo de datos para procesos streaming.	personas capacitadas
--	--	---	----------------------

*Nota:* Elaborado: Abata A & Navarro A.

### ***5.5.2 Estrategia 2 - Narrativas Transmedia.***

Esta segunda estrategia se enfoca en la transformación de los contenidos radiales tradicionales en productos comunicacionales que se usen en múltiples plataformas digitales, de esta forma, se promueve una comunicación más dinámica, participativa e inclusiva. Mencionada estrategia surge a partir de los resultados del estudio, donde se evidenció que, aunque existe presencia en redes sociales, esta es limitada, poco planificada, desvinculada de la programación radial, esto reduce el alcance y la interacción con las audiencias.

Por este motivo, se propone la creación de contenidos diversificados y modificables a distintos formatos y plataformas como la producción de cápsulas audiovisuales, interacción directa mediante WhatsApp, participación del público a través de audios y mensajes. La estrategia es pertinente porque las audiencias actuales, en especial las más jóvenes, consumen contenidos en formatos digitales breves, visuales e interactivos, de esta manera, las narrativas transmedia contribuyen a que las radios comunitarias generen experiencias comunicativas integrales y participativas.

**Tabla 56**

## Narrativas Transmedia

<b>Estrategia</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Actividades</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medios de verificación</b>	<b>Responsables</b>	<b>Resultados esperados</b>
Narrativas transmedia	Desarrollar contenidos con enfoque de género y pertinencia local, adaptados a redes sociales como: Facebook y TikTok para dar respuesta a las necesidades de los radioyentes.	Creación de red informativa vía WhatsApp para interacción con oyentes.  Creación de capsulas para TikTok y Facebook sobre temas culturales y empoderamiento de género  Recepción de audios y mensajes del público.	Cantidad de mensajes recibidos.  Número de participaciones de oyentes en programas.  Producción de videos cortos donde mujeres, hombres y género que pertenecen a zonas rurales den protagonismo al contenido.	Registro de métricas  Informe de alcance género	Productores de contenido y redes sociales.  Locutores.	Incremento de interacción de la audiencia a través de contenidos atractivos.

*Nota:* Elaborado: Abata A & Navarro A.

### **5.5.3 Estrategia 3 – Marketing de contenido**

Esta tercera estrategia se orienta a la consolidación de la relación entre las radios comunitarias del cantón Guaranda y sus audiencias mediante la generación de contenidos de valor que fomenten la participación, fidelización y crecimiento de la comunidad digital. La estrategia responde a la necesidad identificada en el diagnóstico de fortalecer la interacción con los oyentes y mejorar el posicionamiento de las radios en entornos digitales, se tomó en consideración que en la actualidad su uso de plataformas digitales es mayormente informativo y no estratégico.

En este sentido, la estrategia se aplica a través de acciones enfocadas en la producción y difusión constante de contenidos como la producción de podcast, microprogramas digitales y publicación de contenidos en redes sociales. Además, esta estrategia es

necesaria porque el marketing de contenidos permite transformar a la audiencia en un actor activo dentro del proceso comunicativo, a este aspecto, se apoya a consolidar el proceso de transformación digital y se asegura la sostenibilidad y pertinencia de las radios comunitarias en el contexto actual.

**Tabla 57**  
*Marketing de contenidos*

<b>Estrategia</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Actividades</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medios de verificación</b>	<b>Responsables</b>	<b>Resultados esperados</b>
Marketing de contenidos	Establecer mecanismos de participación e interacción ciudadana para promover espacios de co-creación y garantizar la complicitad entre las audiencias y radios comunitarias, aportando al desarrollo local e impacto social.	Producción de podcasts y microprogramas digitales con temas sociales y culturales. Producción y publicación de contenidos radiales en redes sociales.	Número de podcasts producidos. Cantidad de publicaciones digitales. Número de reproducciones e interacciones.	Archivos digitales. Estadísticas de redes sociales. Reportes de plataformas digitales.	Comunitario y manager y locutores	Fidelización de audiencia y captación de nuevos radioyentes. Aumentar niveles de participación ciudadana.

*Nota:* Elaborado: Abata A & Navarro A.

## 5.6 Resultados de la propuesta

La implementación de estas estrategias permitirá que las radios comunitarias del cantón Guaranda fortalezcan su presencia en el entorno digital, mejoren la comunicación con sus audiencias y promuevan una mayor participación de la comunidad en la producción y difusión de contenidos radiales.

## 5.7 Cronograma de implementación de las estrategias

El cronograma permite organizar las actividades necesarias para la implementación de las estrategias de convergencia digital en las radios comunitarias del cantón Guaranda, las actividades se desarrollarán de manera progresiva durante el año 2026, con el propósito de fortalecer la presencia digital de las radios, mejorar el acceso a los contenidos y fomentar la participación activa de las audiencias.

**Tabla 58**

*Cronograma de implementación de estrategias*

<b>Actividades</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>
Diagnóstico del uso y funcionamiento de herramientas digitales en las radios comunitarias	X					
Planificación de estrategias de convergencia digital	X	X				
Creación o actualización de redes sociales de las radios		X	X			
Capacitación básica en herramientas digitales para el personal de las radios		X	X			
Implementación de transmisiones en línea (streaming)			X	X		
Creación de grupos de interacción con la audiencia (WhatsApp u otras plataformas)			X	X		
Producción de podcasts y				X	X	

microprogramas digitales			
Publicación y difusión de contenidos digitales en redes sociales	X	X	X
Evaluación de la participación de la audiencia y resultados de las estrategias			X

*Nota:* Elaborado: Abata A & Navarro A.

Este cronograma organiza las actividades en diferentes etapas; en primer lugar, se realiza un diagnóstico y planificación de las estrategias digitales, luego se implementan acciones relacionadas con la presencia digital de las radios, como la creación de redes sociales y las transmisiones en línea. Se desarrollan contenidos digitales y se evalúan los resultados obtenidos en términos de participación y alcance de las audiencias.

## 5.8 Presupuesto de la propuesta

El presupuesto estimado contempla los recursos necesarios para la implementación de las estrategias de convergencia digital en las radios comunitarias del cantón Guaranda, estos recursos incluyen capacitación, herramientas tecnológicas básicas y producción de contenidos digitales que permitan fortalecer la presencia de las radios en plataformas digitales y mejorar la interacción con las audiencias.

**Tabla 59**  
*Presupuesto de la propuesta*

Concepto	Cantidad	Costo unitario (USD)	Costo total (USD)
Capacitación en manejo de herramientas digitales	2 talleres	100	200
Servicio de internet para transmisiones y gestión digital	6 meses	40	240
Micrófono para grabación de podcasts	2	60	120
Software básico de edición de audio	1	50	50
Material didáctico para capacitaciones	1 paquete	40	40
Promoción de contenidos en redes sociales	6 meses	30	180
<b>Total, estimado</b>			<b>830 USD</b>

*Nota:* Elaborado: Abata A & Navarro A.

El presupuesto estimado para la implementación de la propuesta es de 830 dólares, destinados principalmente a capacitación, herramientas tecnológicas básicas y promoción de contenidos digitales. Estos recursos permitirán fortalecer las capacidades del personal de las radios comunitarias y mejorar la producción y difusión de contenidos a través de plataformas digitales, se facilita así una mayor participación de las audiencias.

### **5.9 Impacto**

El proyecto fortalece la vinculación universidad–territorio, genera conocimiento aplicado sobre comunicación y plataformas digitales, aporta soluciones estratégicas a medios comunitarios locales, se consolida la investigación como herramienta de transformación social. Su impacto es altamente positivo porque garantiza el derecho a mantenerse informados y fomenta la evolución digital en audiencias que pertenecen a zonas rurales, además, lidera la comunicación comunitaria como parte del buen vivir.

### **5.10 Conclusiones**

La transformación digital de las radios comunitarias del cantón Guaranda se encuentra en una fase inicial, debido a la carencia de conocimientos técnicos, falta de estrategias digitales y procesos operativos poco sistemáticos. Con la adaptación digital lograrán mitigar barreras comunicacionales favoreciendo a su capacidad profesional, fidelización de audiencias y desarrollo local.

La convergencia digital representa una oportunidad para ampliar participación, visibilidad y sostenibilidad, siempre que se articule con la identidad comunitaria y la planificación estratégica institucional. Si bien, las radios comunitarias hasta la actualidad siguen siendo parte de la identidad local, por lo cual, al migrar a lo digital potenciarán el sentido de pertinencia, confianza y sintonía radial.

## BIBLIOGRAFÍA

- Amankwah-Amoah, J., Khan, Z., Wood, G., & Knight, G. (2021). COVID-19 and digitalization: The great acceleration. *Journal of Business Research*, 136, 602. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2021.08.011>
- Andrade, F. J., Alarcón, J. C., Ortega, X. F., & González, J. L. (2024). Teoría general de sistemas: un enfoque estratégico para la planificación institucional. *Revista Venezolana de Gerencia*, 29(105), 388–400. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.29.105.24>
- Arias, J. (2021). *Diseño y metodología de la investigación* (1a ed.). Biblioteca Nacional del Perú. [https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias\\_S2.pdf](https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias_S2.pdf)
- Armas, S., Narváez, E., Herrera, E., & Vallejos, R. (2022). Comunicación para el desarrollo: al encuentro del eslabón perdido. *Comuni@cción*, 13(3), 223–232. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.13.3.723>
- Arrieta-Castillo, C., & Rubio, A. (2023). Periodismo de verificación en formato vertical: narrativas multimedia de los verificadores en TikTok. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (60), 13–32. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2023.i60.01>
- Balsebre-Torroja, A., Ortiz-Sobrino, M., & Soengas-Pérez, X. (2022). Radio crossmedia y radio híbrida: la nueva forma de informarse y entretenerse en el escenario digital. *Revista Latina de Comunicación Social*, (81), 119–141. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1848>
- Barranquero, A., & Martínez, M. (2021). Participación ciudadana, servicio público y convergencia digital. La percepción de los profesionales de Radio Nacional de España. *adComunica*, 22, 235–256. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2021.22.13>
- Barrios-Rubio, A., & Reyes, J. (2023). El podcast como estrategia de creación y distribución de contenidos sonoros dentro del entorno digital de la radio en Colombia. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(1), 1–25. <https://doi.org/10.5209/esmp.84639>
- Broseta, B., Escribá, A., López, G., Maudos, J., & Pascual, F. (2023). *Los medios de comunicación en la era digital* (F. Pérez, Ed.; 1a ed.). Fundación BBVA.

[https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2023/07/DE\\_2023\\_MediosComunicacion\\_Ivie.pdf](https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2023/07/DE_2023_MediosComunicacion_Ivie.pdf)

- Caisaguano, B. (2024). *Transformaciones de la radio en la era digital: caso Radio Riobamba Stereo 89.3 FM, año 2020*. [Universidad Nacional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/13319/3/Caisaguano%20Cushpa%2C%20OB%282025%29%20Transformaciones%20de%20la%20radio%20en%20la%20era%20digital%20caso%20Radio%20Riobamba%20Stereo%2089.3%20FM%2C%20a%20C3%20B1o%202020.%20%28Tesis%20de%20Pregrado%29%20Universidad%20Nacional%20de%20Chimborazo%2C%20Riobamba%2C%20Ecuador.pdf.crdownload.pdf>
- Campines, B. (2023). Marketing digital en redes sociales y su influencia en el comportamiento de compra del consumidor. *Revista Colegiada de Ciencia*, 5(1), 36–45. <https://doi.org/10.48204/j.colegiada.v5n1.a4400>
- Cañon, L. (2023). La sinergia entre la emisora t radio 102.4 fm y las redes sociales: una mirada al impacto de la convergencia mediática [Universidad Nacional Abierta y a Distancia]. En *Diplomado de profundización para grado*. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/56499>
- Carrasco-Campos, Á. (2021). La Escuela de Frankfurt y la investigación crítica de la comunicación y la cultura. En *Economía Política de la Comunicación. Teoría y Metodología* (pp. 67–94). Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. [https://www.researchgate.net/profile/Angel-Carrasco-Campos/publication/376758861\\_La\\_Escuela\\_de\\_Frankfurt\\_y\\_la\\_investigacion\\_critica\\_de\\_la\\_comunicacion\\_y\\_de\\_la\\_cultura/links/659145a20bb2c7472b21fcfc/La-Escuela-de-Frankfurt-y-la-investigacion-critica-de-la-comunicacion-y-de-la-cultura.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Angel-Carrasco-Campos/publication/376758861_La_Escuela_de_Frankfurt_y_la_investigacion_critica_de_la_comunicacion_y_de_la_cultura/links/659145a20bb2c7472b21fcfc/La-Escuela-de-Frankfurt-y-la-investigacion-critica-de-la-comunicacion-y-de-la-cultura.pdf)
- Castillo, O., & Haber, Y. (2025). Radio comunitaria en Cuba: una propuesta para el cambio. *Question/Cuestión*, 3(80), e968–e968. <https://doi.org/10.24215/16696581E968>
- Castro, W. (2023). *La plataforma digital Whatsapp y la interacción con la audiencia en las radios públicas FM de la ciudad de Ambato*. [Universidad Técnica de Ambato].

<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstreams/bc4f5a8c-234d-43f0-8a33-e2e5f3b6d695/download>

- Chang, B., Vizuite, W., Vergara, C., & González, A. (2023). La industria de la radiodifusión digital y su gran desafío para el siglo XXI. *Multiverso journal*, 3(4), 9–19. <https://doi.org/10.46502/ISSN.2792-3681/2023.4.1>
- Cholango, P. (2021). Radio comunitaria en pandemia: aprendizajes y experiencias. En E. Grijalva (Ed.), *Radio comunitaria en pandemia: aprendizajes y experiencias* (pp. 59–78). Abya-Yala. <https://doi.org/10.7476/9789978106808.0005>
- Consejo Nacional Electoral. (2025). *Referéndum y Consulta Popular 2025. Delegación Provincial Electoral de la provincia Bolívar*.
- Constitución de la República del Ecuador, Legislation Registro Oficial 449 de 20-oct.2008. Última modificación: 25-ene.2021 (2008).
- Córdova, J. (2025). *Análisis de las necesidades de las audiencias digitales en relación al fenómeno de las nuevas tecnologías de información y comunicación en las radiodifusoras del cantón Cayambe* [Universidad Central del Ecuador]. <https://www.dspace.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/3dc63050-2eaf-4028-91b9-5ff464c10d2c/content>
- Cortez, L., & Córdova, H. (2024). *Análisis del discurso de los portales el Universo y el Comercio durante la campaña referéndum y consulta popular 2024* [Universidad de Guayaquil]. <https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/0252a678-be0b-48de-bea8-c38a887e77cb/content>
- Cruz, M. (2021). Radios comunitarias en América Latina, una historia de las luchas populares de un continente. *Historia Actual Online*, 54(1), 53–62. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7907373>
- Dávila, É. (2022). Vigencia de la Radio Online en Pandemia: Un espacio conquistado por jóvenes. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 151(151), 163–176. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8822178&info=resumen&idioma=SPA>

- de la Cruz, J. (2024). *Aplicabilidad de la teoría de la acción comunicativa de Jürgen Habermas al impacto social y ético de la inteligencia artificial*. [Tesis de Doctorado, Universidad del País Vasco]. <http://addi.ehu.eus/handle/10810/75764>
- Duquelsky, M. (2022). La cultura de la convergencia en el marco del debate anglosajón entre la Economía Política de la Comunicación y los Estudios Culturales. *Dixit*, 36(1), 41–54. <https://doi.org/10.22235/D.V36I1.2804>
- Espada, A. (2022). El contenido radiofónico por otros medios. Estrategias de distribución y comunicación en redes de actores radiofónicos argentinos (2019-2020). *Comunicación y medios*, 31(46), 120–134. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2022.66863>
- Flores, J. (2024). *Habermas; teoría de la acción comunicativa, sus implicaciones hacia el fortalecimiento de la educación para la democracia. Estudio de caso en el bachillerato José Antonio Jiménez de las Cuevas. Puebla, Puebla* [Benemérita Universidad Autónoma de Puebla]. <https://hdl.handle.net/20.500.12371/23703>
- Fuentes, D., Estrada, O., & Delgado, N. (2021). Las redes sociales digitales: una valoración socioeducativa. Revisión sistemática. *Revista Fuentes*, 1(23), 41–52. <https://doi.org/10.12795/revistafuentes.2021.v23.i1.11947>
- GAD Guaranda. (2020). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Guaranda*. <https://www.guaranda.gob.ec/newsiteCMT/plan-de-desarrollo-y-ordenamiento-territorial-2020-2025/>
- Gauna, P. (2022). Rasgos epistemológicos del trabajo de Claude Lévi-Strauss. *Revista Scientific*, 7(25), 285–302. <https://doi.org/10.29394/SCIENTIFIC.ISSN.2542-2987.2022.7.25.15.285-302>
- Gil, F., Pérez, B., & Pitarch, P. (2021). Fragmentos para una etnografía de las radios comunitarias e indígenas en América Latina. *Disparidades. Revista de Antropología*, 76(2), e015c. <https://doi.org/10.3989/dra.2021.015c>
- Giménez, S. (2023). Redes Sociales, estado actual y tendencias 2023. En *OBS Business.school*. <https://www.marketeroslatam.com/wp-content/uploads/2023/07/Informe-Redes-Sociales.pdf>

- González, E. (2024). La Convergencia Digital en la Radio Pública y Universitaria en México. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(1), 6972–6989. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i1.10054](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.10054)
- Grisales, J. (2025). Dimensiones filosóficas de los términos Handeln y Handlung en la teoría de la acción comunicativa de Habermas: entre praxis, lenguaje y juicio moral [Universidad Tecnológica de Pereira]. En *eidos* (Vol. 23). <https://doi.org/10.14482/EIDOS.23.189>
- Guerrero, S., Rodríguez, N., Pereira, J., Ruiz, M., Ulpo, A., Salcedo, A., Barzola, D., & Merchán, J. (2025). Radio Digital Comunitaria y Desarrollo Local: Cocreación Socioeducativa para la Alfabetización Digital y la Participación Ciudadana. *Multidisciplinary Journal of Sciences, Discoveries, and Society, ISSN-e 3091-1699, Vol. 2, N.º. 4, 2025 (Ejemplar dedicado a: Edición Regular: Estudios Multidisciplinarios; e-286)*, 2(4), 1. <https://doi.org/10.71068/yxr0ah41>
- Gumucio, A. (2001). *Haciendo Olas: Historias de Comunicación Participativa para el Cambio Social*. Plural Editores.
- Gutiérrez, E. (2024). La convergencia digital en la radio pública y universitaria en México. *Ciencia Latina: Revista Multidisciplinar*, 8(1), 6972–6989. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i1.10054](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.10054)
- Haro, A. F., Chisag, E. R., Ruiz, J. P., & Caicedo, J. E. (2024). Tipos y clasificación de las investigaciones. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(2), 956–966. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i2.1927>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2023). *Metodología de la Investigación. Las Rutas Cuantitativas, Cualitativas y Mixtas* (2a ed.). McGraw-Hill Book Company. <https://www.libreria-universomedico.com/products/hernandez-sampieri-roberto-metodologia-de-la-investigacion-las-rutas-cuantitativas-cualitativas-y-mixtas-2a-edicion-2023-novedad-novedad-novedad>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.

- Leiva, Z., Cárdenas, A., Durán, K., & Ortega, M. (2022). Medio de comunicación radial y competencias comunicativas en estudiantes del Perú. *Revista de ciencias sociales*, 28(5), 390–401. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8471699&info=resumen&idioma=SPA>
- Lévi-Strauss, C. (1995). *Anthropologie structurale* (E. Verón, Ed.; 2a ed.). Ediciones Paidós.
- Ley Orgánica de Comunicación, Legislation Registro Oficial Suplemento 22 de 25-jun.2013. Última modificación: 20-feb.2019 (2013).
- Londoño, C. (2024). Desafíos y oportunidades de la industria de la radio.: Caso radio pública de Ecuador. *Correspondencias & Análisis*, (19), 14–46. <https://doi.org/10.24265/cian.2024.n19.01>
- López. (2025). *Convergencia digital de la radio y su incidencia en el público de la ciudad de Cuenca - Ecuador caso: “La Mega” FM* [Universidad Politécnica Salesiana]. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/30665>
- López, J., & Lescay, D. (2023). Estrategia de comunicación para el desarrollo del lenguaje de los niños del subnivel II de Inicial. *VARONA*, 4(76), 450–460. <https://doi.org/10.33996/REVISTAHORIZONTES.V4I16.128>
- Loreto, C. (2023). Las redes sociales online como medio de comunicación y su utilidad percibida durante la pandemia en la provincia de A Coruña. *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, 27(1), 134–153. <https://doi.org/10.17979/redma.2023.27.1.9536>
- Lozada, D., & Villagómez, E. (2025). Medios, cultura y sociedad: la convergencia de los estudios culturales en el contexto de la comunicación social. *Revista Social Fronteriza*, 5(1), e-623. [https://doi.org/10.59814/RESOFRO.2025.5\(1\)623](https://doi.org/10.59814/RESOFRO.2025.5(1)623)
- Marcos-García, S., Alonso-Muñoz, L., & López-Meri, A. (2021). Periodismo y nuevas narrativas. Storytelling como formato de difusión informativa en redes sociales. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 553–567. <https://doi.org/10.5209/esmp.71193>

- Martens, C., Venegas, C., & Salvio, E. (2022). *Activismo digital, medios comunitarios y comunicación sostenible en América Latina*. Universidad del Valle. [https://confeniae.net/wp-content/uploads/2023/08/ActivismoDigitalMediosComunitariosyComunicacionSostenibleenAmericaLatina\\_USFQ\\_FINAL.pdf](https://confeniae.net/wp-content/uploads/2023/08/ActivismoDigitalMediosComunitariosyComunicacionSostenibleenAmericaLatina_USFQ_FINAL.pdf)
- Martinez, A. (2024). Teoría de la Acción Comunicativa de Jürgen Habermas para el Fortalecimiento de las Competencias Ciudadanas en los Estudiantes del Grado 5°. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(1), 1624–1634. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i1.9556](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.9556)
- Martínez, O., Guzmán, C., & Lara, G. (2023). Una revisión sistemática de la comunicación para el cambio social (2015-2021). *Cuadernos.info*, (55), 332–354. <https://doi.org/10.7764/cdi.55.56201>
- Merino, L., & Valdiviezo, V. (2022). Tendencias en el uso de redes sociales como estrategia de marketing digital, 2013-2022: una revisión bibliográfica. *Horizonte Empresarial*, 9(2), 32–41. <https://doi.org/10.26495/rce.v9i2.2320>
- Moncayo, D., & Argudo, F. (2025). Análisis de la transformación digital de medios de comunicación en Riobamba y su influencia en la producción de contenidos. *Pacha. Revista de Estudios Contemporáneos del Sur Global*, 6(17), 365–378. <https://doi.org/10.46652/pacha.v6i17.365>
- Montalván, D., & Galán, J. (2021). Medios tradicionales: abrirse al mundo digital o sucumbir. *Media Education*, 12(1), 101–113. <https://doi.org/10.36253/me-10222>
- Moreno-Gudiño, B. (2023). Innovación y convergencia: el uso de herramientas multidimensionales en la radio online de Ecuador. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(3), 1263–1275. [https://doi.org/10.37811/CL\\_RCM.V7I3.6272](https://doi.org/10.37811/CL_RCM.V7I3.6272)
- Murdock, G., & Golding, P. (1981). Comunicaciones, capitalismo y relaciones de clase. En *Sociedad y comunicación de masas* (pp. 22–57). Fondo de Cultura Económica.
- Noval, L., Contreras, F., & Montero, D. (2022). Patrones de participación ciudadana en la radio cubana. Una aproximación desde la Comunicación para el Cambio Social. *Revista*

- Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 10(3), 1–16.  
<http://scielo.sld.cu/pdf/reds/v10n3/2308-0132-reds-10-03-e17.pdf>
- Olivares-García, F., & Majuelos, I. (2022). Periodistas y comunicadores en Twitch: medios más allá de las redes sociales. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 66, 45–61. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3473>
- Oro, P. (2021). *La radio en tiempos de Internet: modalidades de comunicación digital interactiva emergentes* [Universidad Nacional de Rosario]. <https://rehip.unr.edu.ar/server/api/core/bitstreams/a75cebb7-b7e4-4016-aa0f-35452ab122ab/content>
- Oro, P., & Centeno, M. (2021). *La radio en tiempos de Internet: modalidades de comunicación digital interactiva emergentes* [Universidad Nacional de Rosario]. <https://rehip.unr.edu.ar/server/api/core/bitstreams/a75cebb7-b7e4-4016-aa0f-35452ab122ab/content>
- Ortega, C. (2024). La nueva teoría crítica de Hartmut Rosa a la luz de la temprana Escuela de Frankfurt. *Fragmentos de Filosofía*, (21), 141–152. [https://doi.org/https://dx.doi.org/10.12795/fragmentos\\_filosofia.2024.02.14](https://doi.org/https://dx.doi.org/10.12795/fragmentos_filosofia.2024.02.14)
- Ouellet, M. (2025). Marx, los marxistas y la crítica de la economía política de la comunicación. *Diversidad Económica Nicolaita*, (2), 27–54. <https://publicaciones.umich.mx/revistas/diversidad-economica/den/article/view/15>
- Palmett, A. (2020). Métodos inductivo, deductivo y teoría de la pedagogía crítica. *Petroglifos. Revista Crítica Transdisciplinar*, 3(1), 36–42.
- Peña-Fernández, S., Larrondo-Ureta, A., & Moraes-i-Grass, J. (2022). Current affairs on TikTok. Virality and entertainment for digital natives. *El Profesional de la información*, 31(1), e310106. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.ene.06>
- Peña, J. (2022). Comunicación Comunitaria. Una Crítica a los procesos comunicativos y situación real de los pueblos y sectores minoritarios. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 1(149), 199–212. <https://doi.org/10.16921/CHASQUI.V1I149.4661>

- Pérez, D., Mantilla, D., & Godoy, D. (2025). Convergencia digital: Radio SuperTropicana 105.9, contenido multimedia y producción audiovisual. *Sapiens Studies Journal*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.71068/RR2J7T35>
- Pérez-Escolar, M. (2023). Reseña: Vuelta a las teorías de la comunicación para superar los actuales dilemas sociales. *Sphera Publica*, 1(23), 107–111. <https://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01/article/view/485>
- Pérez, J. (2023). Radiodifusión convergente y su impacto en las relaciones de poder: Desigualdades y desconexiones entre los tres sectores de la radiodifusión salvadoreña. *ComHumanitas: revista científica de comunicación*, 14(2), 87–107. <https://doi.org/10.31207/rch.v14i2.407>
- Pérez, S., & García, S. (2023). La investigación cuantitativa ¿Cómo investigar en Didáctica de las Ciencias Sociales? Fundamentos metodológicos, técnicas e instrumentos de investigación? En *La investigación cuantitativa* (pp. 121–196).
- Purizaca, A. (2024). Influencia del marketing digital en el comercio internacional del área de ventas de una empresa. *Revista Ñeque*, 7(17), 97–110. <https://doi.org/10.33996/revistaneque.v7i17.129>
- Quintas-Froufe, N., & González-Neira, A. (2021). Evolución de la medición digital de la audiencia en el mercado español: estado de la cuestión y retos de futuro. *El profesional de la información*, 3(1), e300102. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.02>
- Reglamento a la Ley de Radiodifusión y Televisión, Legislation 3398, 11 (2008).
- Rizo, M. (2022). Comunicación, cuerpo y emociones. La incorporación de la dimensión emocional en la investigación de la comunicación. *Comunicación y sociedad*, 19, 1–22. <https://doi.org/10.32870/CYS.V2022.8258>
- Robles, S. (2023). *Comunicación responsable para la esfera pública desde la acción comunicativa de Habermas y el principio de responsabilidad de Jonas* [Benemérita Universidad Autónoma de Puebla ]. <https://repositorioinstitucional.buap.mx/items/204bc0ce-5585-4d34-9d69-62df29d0d1c1>

- Rodríguez, A., & Maldonado, N. (2025). Alfabetización mediática para el fortalecimiento de la esfera pública. Caso: Estudiantes Universitarios en México. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 13(159).  
<https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i159.5197>
- Rodríguez, E. (2023). Sociedades en red: usos de internet y transformaciones en las prácticas socioculturales a través del diario tapatío El Informador (1994-2000). *Comunicación*, (48), 59–75. <https://doi.org/10.18566/comunica.n48.a07>
- Rodríguez, L., & Tinitana, L. (2025). *Comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias en los medios privados Ecuavisa, El Universo y radio Sucre de Guayaquil* [Universidad Estatal Península de Santa Elena].  
<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/12478>
- Roldão, B. (2025). *A convergência tecnológica e as transformações no processo de produção de conteúdo radiofónico* [Universidade Católica Portuguesa].  
<https://repositorio.ucp.pt/entities/publication/331afe7d-0341-4ff5-8c6c-fded5c1afd1b>
- Ronquillo, C. L., Ballesteros, L. G., Vera, R. Y., & Román, F. G. (2024). Teoría General de Sistemas, supuestos subyacentes y no subyacentes para el crecimiento económico empresarial. *ULEAM Bahía Magazine (UBM)*, 5(9), 70–78.  
<https://doi.org/10.56124/ubm.v5i9.010>
- Rubiano, R. (2023). La teoría crítica de la Escuela de Frankfurt. *Revista De La Universidad Autónoma Latinoamericana*, 4(12), 223–244.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.24142/unaula.n43a12>
- Sandoval, E. (2022). El trabajo de campo en la investigación social en tiempos de pandemia. *Espacio Abierto. Cuaderno Venezolano de Sociología*, 31(3), 11–22.  
[https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-00062022000300010](https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-00062022000300010)
- Sandoya, C. (2022). La radio comunitaria como promotora del desarrollo local en Puyango, Ecuador. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), 2234–2258.  
[https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i2.1953](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.1953)

- Santillán-Aguirre, J. (2022). La importancia de la comunicación oral y escrita en el siglo XXI. *Polo del Conocimiento*, 7(2), 2060–2077. <https://doi.org/10.23857/pc.v7i2.3696>
- Solorzano, A., Alava, N., & Zambrano, L. (2024). Traditional media and digital convergence. *Universidad Ciencia y Tecnología*, 28(123), 72–81. <https://doi.org/10.47460/uct.v28i123.806>
- Solórzano, A., Vélez, N., & Zambrano, Z. (2024). Los medios comunicativos tradicionales y la convergencia digital. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 28(123), 72–81. <https://doi.org/10.47460/UCT.V28I123.806>
- Solórzano, m. (2021). *Migración de medios tradicionales a redes sociales. Caso de estudio: Diario El Mercurio de Manta* [Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí]. <https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/4290/1/ULEAM-POSG-C.CD-0013.pdf>
- Suntaxi, M. (2023). Inclusión de nuevas herramientas digitales en la comunicación comunitaria: comunas de Olón y Cadeate, provincia de Santa Elena, Ecuador. *Ñawi: arte diseño comunicación*, 7(1), 215–228. <https://doi.org/10.37785/NW.V7N1.A11>
- Tacuri, H., & Urvina, H. (2023). *Estudio de factibilidad para la creación del medio digital Killa Radio TV – Guaranda 2023* [Universidad Estatal de Bolívar]. <https://dspace.ueb.edu.ec/handle/123456789/5866>
- Tusa, F., Carvajal, J., Tenezaca, G., & Pacheco, A. (2023). Formas narrativas de las radios comunitarias de Guayaquil y su nivel de incidencia en el fortalecimiento de las identidades locales. *Polo del Conocimiento*, 8(8).
- Tusa, F., Carvajal, J., Tenezaca, G., & Pacheco, P. (2023). Formas narrativas de las radios comunitarias de Guayaquil y su nivel de incidencia en el fortalecimiento de las identidades locales. *Polo del Conocimiento*, 8(8), 2054–2078. <https://doi.org/10.23857/pc.v8i8.5956>
- Úzqueda, I. (2025). Redes sociales y sociedad del espectáculo: Conexión y vulnerabilidad. En J. Sierra, I. Rodrigo, & A. Bartolomé (Eds.), *Realidades conectadas: Medios, cultura y sociedad en la era digital* (1a ed., pp. 14–33). McGraw Hill.

[https://www.researchgate.net/profile/Clara-Sanchez-Rebato-Valiente/publication/390836164\\_SUBJECTIVITY\\_IN\\_BOOKTUBERS'\\_VERBAL\\_COMMUNICATION\\_INTERNATIONAL\\_STUDY\\_OF\\_YOUNG\\_ADULT\\_BOOK\\_REVIEWS/links/67ffcb49df0e3f544f4259fc/SUBJECTIVITY-IN-BOOKTUBERS-VERBAL-COMMUNICATION-INTERNATIONAL-STUDY-OF-YOUNG-ADULT-BOOK-REVIEWS.pdf#page=468](https://www.researchgate.net/profile/Clara-Sanchez-Rebato-Valiente/publication/390836164_SUBJECTIVITY_IN_BOOKTUBERS'_VERBAL_COMMUNICATION_INTERNATIONAL_STUDY_OF_YOUNG_ADULT_BOOK_REVIEWS/links/67ffcb49df0e3f544f4259fc/SUBJECTIVITY-IN-BOOKTUBERS-VERBAL-COMMUNICATION-INTERNATIONAL-STUDY-OF-YOUNG-ADULT-BOOK-REVIEWS.pdf#page=468)

Valdés, J. (2023). *La radio comunitaria como alternativa de comunicación para el desarrollo en la entidad zacatecana* [Universidad Autónoma de Zacatecas]. [http://ricaxcan.uaz.edu.mx/jspui/bitstream/20.500.11845/3584/1/Vald% c3% a9s% 20R odr% c3% adguez% 20Juan% 20Enrique.pdf](http://ricaxcan.uaz.edu.mx/jspui/bitstream/20.500.11845/3584/1/Vald%c3%a9s%20Rodr%c3%adguez%20Juan%20Enrique.pdf)

Vargas, G. (2025). Teoría integrada de la comunicación humana como proceso interdependiente, contextual e intencional. *Arandu UTIC*, 12(3), 4284–4305. <https://doi.org/10.69639/ARANDU.V12I3.1622>

Verón, E. (1983). Il est là, je le vois, il me parle. *Communications*, (38), 98–120. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5553543>

Vila, G., & Benito, S. (2025). Más allá de la radio. El papel de las redes sociales en la estrategia informativa de cope durante la dana que impactó a España el 29 de octubre de 2024. En J. Sierra, I. Martín, & A. Muñoz (Eds.), *Realidades conectadas: medios, cultura y sociedad en la era digital* (1a ed., pp. 467–487). McGraw Hill.

Villanueva, F. (2022). *Metodología de la investigación* (1a ed.). Klik Soluciones Educativas . [https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=6e-KEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=tipos+de+investigaci%C3%B3n++investigacion+de+campo&ots=WHJR\\_KGzcs&sig=DbG8ObdoWqUBr8xTft6d4\\_hjH5w&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=6e-KEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=tipos+de+investigaci%C3%B3n++investigacion+de+campo&ots=WHJR_KGzcs&sig=DbG8ObdoWqUBr8xTft6d4_hjH5w&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

Villavicencio, E. (2018). El tamaño muestral para tesis. ¿cuantas personas debo encuestar? *Odontología Activa Revista Científica*, 2(1), 59–62. <https://doi.org/10.31984/oactiva.v2i1.175>

Zapata, J. (2024). Propuestas de gestión para la sostenibilidad de radioemisoras y canales de televisión universitarios ante las diversas demandas y preferencias de los segmentos de audiencia en Bolivia. *Saberes y Diálogos*, 4(4), 9–25.  
<https://doi.org/10.53287/qutk8671eb83n>

# ANEXOS

## Anexo 1: CERTIFICADO ANTIPLAGIO

**C** Certificado de análisis  
Compilatio Magister+ | UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR (UEB)

**ANGIE NICOLE ABATA PULLAS -ANDREA PAULETTE NAVARRO OSORIO**  
ID : cda029af508ce8fdbf2d0c50bbc280dda22613fe


**7%**  
Textos sospechosos

Nombre del fichero : ANGIE NICOLE ABATA PULLAS - ANDREA PAULETTE NAVARRO OSORIO.txt  
Tamaño del archivo original : 20,35 MB  
Número de palabras : 40,661  
Número de caracteres : 279213

Depositante : PILAR JANETH CHAVEZ CHACAN  
Fecha de depósito : 24 de marzo de 2026  
Tipo de carga : interface  
fecha de fin de análisis : 24 de marzo de 2026

**Resumen** (sección 1/2)

Localización de los textos sospechosos en el documento :



Incluido en el porcentaje de textos sospechosos :

- Similitudes** 2%
  - Sintáctica 2%
  - Semántica No medidoPasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.
- Detección de IA** 3%

Textos estilísticamente próximos a un texto generado por una IA. Este índice es un indicador y no una prueba. Comprueba con el autor si domina los conocimientos mencionados en el documento.
- Idiomas no reconocidos** 2%

Pasajes en los que parte del vocabulario utilizado no forma parte del diccionario de la lengua. Puede tratarse de un intento del autor de modificar el texto para evitar ser detectado.

No incluido en el porcentaje de textos sospechosos :

- 99** **Textos entre comillas**  
Pasajes entre comillas, a menudo indicativos de una cita.

*Pilar Janeth Chavez Chacan*  
24/03/2026

## **Anexo 2: FORMATO DE GUÍA DE ENTREVISTA Y ENCUESTA PARA EXPERTOS EN COMUNICACIÓN Y PÚBLICO EN GENERAL**



Universidad Estatal de Bolívar  
Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática  
COMUNICACIÓN



**Universidad Estatal de Bolívar**

**Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática**

**Nombre y apellido:**

**Cargo y tiempo:**

**Objetivo específico:** Describir la incorporación de la convergencia digital en la gestión interna, los procesos de producción de contenidos y la interacción con las audiencias de las radios comunitarias del cantón Guaranda

**Guía de entrevista**

- 1. ¿Cuáles son las plataformas digitales que utiliza actualmente la radio comunitaria para la distribución de sus contenidos?**
  
- 2. ¿Cómo influye el uso de plataformas digitales en el acceso, la participación y el consumo de los contenidos radiofónicos comunitarias por sus audiencias?**
- 3. Desde su experiencia, ¿Cuál es el alcance que tienen los contenidos en plataformas digitales en comparación con la transmisión tradicional?**
  
- 4. ¿Qué tipo de planificación estratégica y operativa debe implementar la radio para la producción, gestión y difusión de contenidos digitales?**
  
- 5. ¿Qué criterios técnicos, comunicacionales y culturales se deben considerar para la adaptación de los contenidos radiofónicos a formatos digitales?**

**6. ¿Cuáles son los principales objetivos comunicacionales que persigue la radio comunitaria al incorporar plataformas digitales en su modelo de comunicación?**

---

**7. ¿Qué desafíos técnicos, económicos y organizativos enfrenta una radio comunitaria analógica en su proceso de transición hacia un entorno digital?**

**8. ¿Por qué considera importante que las radios comunitarias migren hacia lo digital en función de los cambios y preferencias de consumo en las audiencias?**

**9. ¿Cuan conveniente es la migración de un medio tradicional comunitario a un medio digital comunitario?**

## ENCUESTA

**Encuesta dirigida a:** Población del cantón Guaranda y sus parroquias urbanas: Ignacio Veintimilla, y parroquias rurales: Simiatug y Salinas

**Objetivo específico:** Determinar el impacto de la convergencia digital en las audiencias locales, considerando los niveles de acceso, consumo, interacción y percepción de los contenidos radiofónicos comunitarios.

## DATOS INFORMATIVOS

**Lugar de residencia:** \_\_\_\_\_

**Edad:** \_\_\_\_\_

**Sexo:** \_\_\_\_\_

**Nivel de instrucción:** Primaria  Secundaria  Superior  4to Nivel

## Cuestionario

1. **¿Conocen las radios comunitarias del cantón Guaranda?**  
Si  No

2. **Marque con el numeral tomando en cuenta el nivel de frecuencia siendo 4 mayor frecuencia, 3 menor frecuencia, 2 eventual frecuencia, 1 rara vez y 0 nunca, ¿Cuál es la radio comunitaria que usted escucha con mayor frecuencia?**

Radio La Propia 92.7 FM   
Radio Salinerito 89.90 FM   
Radio Crissolito 93.1 FM   
Radio Runacunapac Yachana 97.9 FM

3. **¿Con que frecuencia escucha las radios comunitarias locales?**  
Siempre   
Casi siempre   
Nunca

4. **¿Considera que la radio comunitaria difunde contenidos importantes para las audiencias locales?**  
Si  No

5. Considera que la radio comunitaria debería manejar espacios de participación de diferentes grupos sociales: ¿jóvenes, adultos, organizaciones, comunidades?

Si

No

6. ¿Considera que las radios comunitarias deberían migrar a la digitalización?

Urgente

Medianamente urgente

Nada urgente

7. ¿Considera que el acceso a las radios comunitarias es mejor de forma digital?

Si

No

8. ¿A través de qué medios accede con mayor frecuencia a la radio comunitaria La Propia 92.7 FM, Radio Salinerito 89.90 FM, Runacunapac Yachana 97.9 FM y Crisolito 93.1 FM?

Medio tradicional

Medios digitales

9. ¿Considera que el uso de plataformas digitales por parte de las radios comunitarias facilitaría el acceso a la información para la población del cantón?

Si

No

10. ¿Ha interactuado alguna vez con la radio comunitaria a través de redes sociales o llamadas?

Si

No

En caso de su respuesta ser afirmativa porque medio ha interactuado \_\_\_\_\_

11. ¿Considera que la radio comunitaria contribuye al desarrollo social y cultural de Guaranda?

Si

No

Gracias

### Anexo 3: FORMATO DE FICHA DE OBSERVACIÓN



**Universidad Estatal de Bolívar**

**Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática**

**Objetivo específico:** Diagnosticar el estado de la infraestructura tecnológica y los recursos digitales utilizados por los medios de comunicación radiofónicos comunitarios del cantón Guaranda.

**Datos informativos**

**Nombre de la radio:** \_\_\_\_\_

**Cantón:** \_\_\_\_\_

**Parroquia:** \_\_\_\_\_

**TIEMPO DE DIFUSION:**

**FECHA DE APLICACIÓN FICHA:**

- 3 = Funciona / se desarrolla adecuadamente
- 2 = Funciona / se desarrolla parcialmente
- 1 = Funciona / se desarrolla de forma deficiente
- 0 = No dispone / no se desarrolla

<b>Equipamiento tecnológico</b>					
<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
1	La radio dispone de equipos tecnológicos actualizados para la producción radiofónica y digital				
2	Cuenta con micrófonos de tecnología avanzada que permiten una adecuada calidad de audio				

3	Dispone de consolas o sistemas digitales que facilitan la integración con plataformas virtuales				
4	Posee computadoras con capacidad suficiente para edición y difusión de contenidos digitales				
5	Mantiene conectividad a internet estable, adecuada para transmisiones y gestión digital				


<b>Contenidos y convergencia digital</b>					
<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
1	La radio produce contenidos adaptados a entornos digitales				
2	Integra la programación radial tradicional con contenidos digitales				
3	Publica contenidos radiofónicos en plataformas digitales de manera sistemática				
4	Utiliza formatos digitales complementarios (videos, audios grabados, transmisiones en vivo)				
5	Evidencia una planificación de contenidos digitales vinculada a su programación radial				

## Anexo 4: Evidencia de revisión digital de las radios comunitarias

### Radio Salinerito

**RADIO SALINERITO 89.90 FM** está en Salinas, Provincia De Bolívar. 29 ene · 🌐


Un versito voy a cantar a mi querida parroquia 🥳🥳  
Taita y mama carnaval... más



👍 34    💬 3    ➦ 13

**RADIO SALINERITO 89.90 FM** está en Salinas, Provincia de Bolívar. 28 ene · 🌐

"¡Cantaremos carnaval ya que Dios ha dado vida que viva el Carnaval! 🥳... más




👍 81    💬 2    ➦ 5

radiosalinerito89.9fm

**RADIO SALINERITO 89.9 FM**  
283 publicaciones    163 seguidores    152 seguidos

Seguir    Mensaje



08:47


**radiosalinerito89.9**  
@radiosalinerito

64 Siguiendo    2,436 Seguidores    21.3 mil Me gusta

Seguir    Mensajes

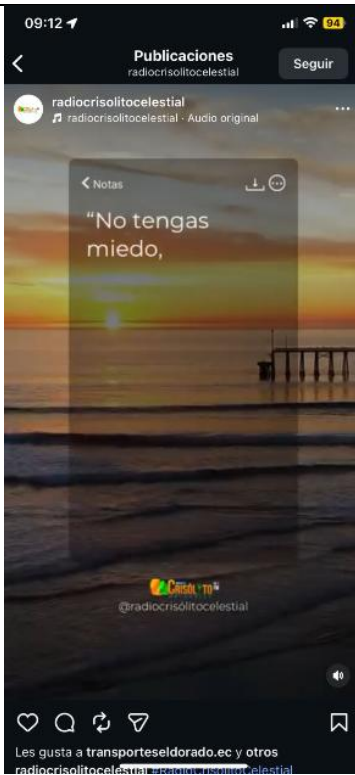
La voz de un pueblo de economía solidaria

LIVE





# Radio Crisolito Celestial





# Radio Runacunapac

## Todas las publicaciones

**Radio Runacunapac** ... transmitió en vivo. 12 h · 🌐

CON ALCIDAS AYME



13 👍 4 💬 1 🔄

**Radio Runacunapac** ... transmitió en vivo. 20 h · 🌐

Elección de los personajes del Pawkar Raymi - Guaranda Coliseo Municipal



**RUNACUNAPAC YACHANA** 🔍

1510 AM - 97.9 FM

ENTREVISTAS REPORTAJES LIVES

**Radio Runacunapac 1510 AM 97.9 FM**

43 mil seguidores · 1 mil seguidos · 3.5 mil publicaciones

Radio Runacunapac Simiatug  
Sintonizanos 1510 AM y 97.9 FM... Ver más

Emisora de radio

Teffo Tuapanta, Rosy Bayas, Juliana Vargas y 1 persona más siguen este perfil

[Seguir](#)

Todo Fotos Reels Más ▾

## Datos personales

🗣️ Quechua

## Detalles

- ★ 1 opinión
- 🕒 Abierto ahora
- 📍 Simiatug

radiorunacunapac.com

### MISIÓN

Somos una emisora comunitaria con espacios de participación colectiva en beneficio de las organizaciones, impulsando las diversas expresiones culturales a través de una programación innovadora intercultural y formativa.

### VISIÓN

Ser una radio difusora líder en comunicación comunitaria a nivel regional, con programación innovadora, que contribuya al sumak kawsay.



La radio en la parroquia Simiatug ha sido como un cacho, un cacho más grande que nos ha ayudado con la comunicación comunitaria.

**QUIÉNES SOMOS**




### NOSOTROS




**WILY QUSHPE**  
DIRECTOR

**RADIO RUNACUNAPAC YACHANA 1510 AM - 97.9 FM**

«EL SABER DEL HOMBRE»

La radio en la parroquia Simiatug



**Radio Runacunapac 1510 AM - 97.9 FM**  
 @RadioRunacunapa

La radio en la parroquia Simiatug ha sido como un cacho, un cacho más grande que nos ha ayudado con la comunicación comunitaria.

Simiatug-Bolivar Ecuador [radiorunacunapac.com](http://radiorunacunapac.com)

Se unió en marzo de 2012 >

2.177 Siguiendo 568 Seguidores

**Posts** Respuestas Videos Fotos

Radio Runacunapac 1510 AM - 97.9 FM reposted **CORAPE** @CorapeEC · 30/10/22

El 34% de la publicidad Estatal tiene que destinarse para los medios comunitarios en el #Ecuador y se deberá trabajar para evitar la concentración de medios por parte de los monopolios y oligopolios.

**radio\_runacunapac**

Radio Runacunapac

1 publicación 16 seguidores 1 seguidos

La radio en la parroquia Simiatug ha sido como un cacho, un cacho más grande que nos ha ayudado con la comunicación comunitaria.

[www.facebook.com/runacuna...](http://www.facebook.com/runacuna...) y 1 más

Seguir Mensaje

**Radio - Runacunapac 1510 AM**  
 @radio\_runacunapac

13 Siguiendo 4,652 Seguidores 5,078 Me gusta

Seguir Mensajes

Radio Runacunapac 1510 AM Y 97.9 FM

Teléfono Correo electrónico Dirección

LIVE

en el pasado las comunidades indígenas

Radio - Runacunapac 1... - 2024-11-1

las wawas de pan - finados  
 #IMPORTANTE #cuidadores #finados

# Radio La Propia

Radio La Propia 92.7 FM  
2 días · 🌐

#Defrenteconlapropia... más




Enviar un regalo

8 5 2

Radio La Propia 92.7 FM  
2 días · 🌐

#Defrenteconlapropia



**Radio La Propia 92.7 FM**  
38 mil seguidores · 33 seguidos  
· 8.2 mil publicaciones

Desde Guaranda, Provincia De Bolívar, Radio La Propia 92.7 Fm, Con Toda La Variedad Musical e Información.

Emisora de radio

Angie Bravo, Bri Macías, Cristofer Maximiliano y 13 personas más siguen este perfil

Seguir Suscribirte

Todo Fotos Reels Más ▾

Detalles

Abierto ahora

Av.Candido Rada y 23 de Abril , Guaranda, Ecuador, 020103

Enlaces

lapropiaradio.com

Servicios

lapropiafm y coello.design.studio  
7 de noviembre de 2025



Les gusta a lissandr7\_tht y otros

lapropiafm

Radio La Propia 92.7 FM  
409 publicaciones 78 seguidores 4 seguidos

Emisora de radio  
www.lapropiafm.com

Seguir Mensaje

Sugerencias para ti Ver todo

Recibe notificaciones d... SAQUISILÍ 10K La...  
Activar Seguir





**Anexo 5: Logos de las radios comunitarias analizadas**

**Radio Salinerito**



**Radio Crisólito Celestial**



**Radio Runacunapac**



**Radio La Propia**



## Anexo 6: Encuesta a periodistas y medios de comunicación

Se aplicó la encuesta por medio de Google Forms a periodistas y medios de comunicación de las cuatro radios comunitarias en estudio.

Pregunta	Opción Mayoritaria	Detalle de Resultados
Ubicación (Cantón)	Guaranda (100%)	Todos pertenecen al cantón Guaranda
Ubicación (Parroquia)	Veintimilla (50%)	Salinas (25%), Simiatug (25%).
1. ¿Cuenta con manual de ética?	Dividido (50% / 50%)	2 dijeron "Sí", 2 dijeron "No".
2. Procesos de verificación de datos antes de publicar	Siempre (75%)	3 "Siempre", 1 "A veces".
3. Uso de múltiples fuentes en reportajes	Siempre (75%)	3 "Siempre", 1 "A veces".
4. Calidad general del medio	Buena - Nivel 4 (75%)	3 calificaron con 4, 1 calificó con 2.
5. Equilibrio de opiniones en contenidos publicados	Sí (75%)	3 "Sí", 1 "Parcialmente".
6. Lineamientos de inclusión para promover inclusión y equidad	Sí (100%)	Los 4 encuestados confirmaron existencia.
7. Monitoreo de representación de grupos vulnerables en los contenidos	Sí (75%)	3 "Sí", 1 "Parcialmente".
8. Colaboración con Observatorio de medios	Sí (75%)	3 "Sí", 1 "Probablemente".
9. Participación en capacitaciones sobre calidad informativa	Sí (75%)	3 "Sí", 1 "Probablemente".
10. Utilidad de informes periódicos de evaluación	Sí (100%)	Unanimidad en la importancia de recibirlos.

**Interpretación:** Existe un compromiso del 100% por parte de las radios comunitarias sobre la inclusión, apertura a la capacitación e interés en recibir informes periódicos de evaluación, también está el interés del 75% para colaborar con el Observatorio de Medios. Mientras que, el 50% de los medios consultados carece de un manual de ética periodística y, el 75% de los medios aplica procesos de verificación y usa múltiples fuentes de manera constante.

**Anexo 7: Aplicación de la Guía de Observación a radios comunitarias del cantón Guaranda**



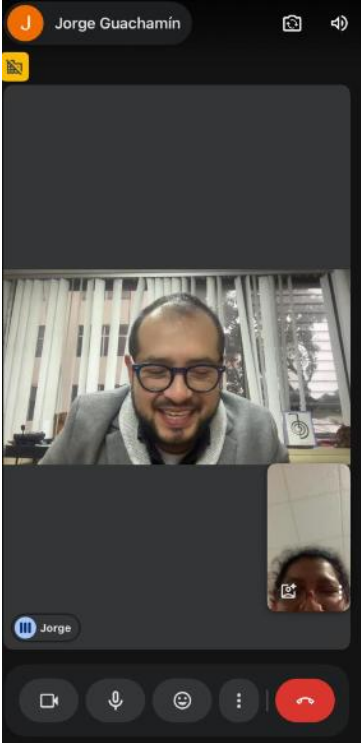


**Anexo 8: Aplicación de encuestas a la población de Simiatug, Salinas y Gabriel Ignacio Veintimilla**

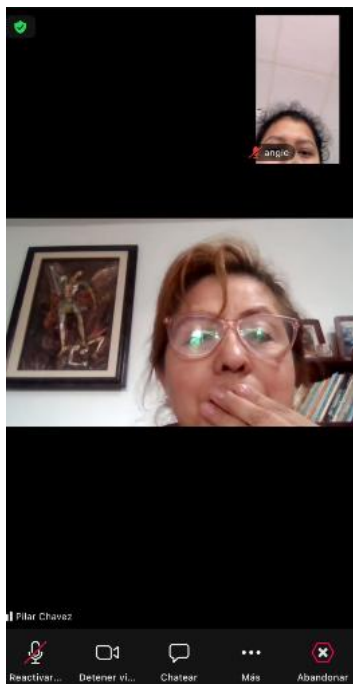




**Anexo 9: Aplicación de entrevista a expertos**



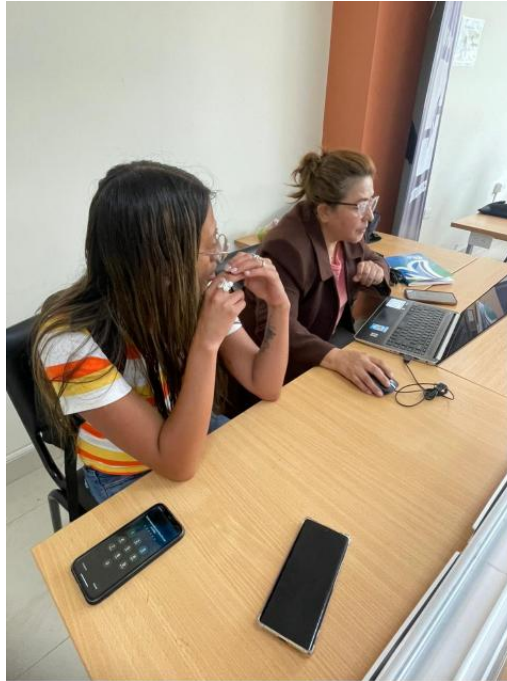
## Anexo 10: Tutorías



Tutorías: Lic Pilar Chávez, tutora (29/11/2025)



Tutorías: Lic Pilar Chávez, tutora (03/12/2025)



Tutorías: Lic Pilar Chávez, tutora (08/12/2025)



Tutorías: Lic Pilar Chávez, tutora (15/12/2025)



Tutorías: Lic Pilar Chávez, tutora (17/12/2025)



Tutorías: Lic Pilar Chávez, tutora (28/01/2026)



Tutorías: Lic Pilar Chávez, tutora (18/02/2026)



Tutorías: Lic Marcelo Barriga, par académico (20/01/2026)



Tutorías: Lic Marcelo Barriga, par académico (03/02/2026)



Tutorías: Lic Marcelo Barriga, par académico (19/02/2026)



Tutorías: Lic Marcelo Barriga, par académico (25/02/2026)



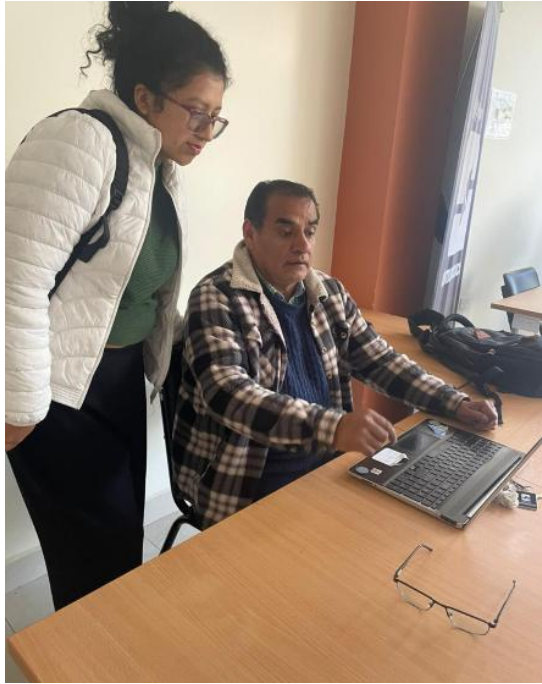
Tutorías: Lic Marcelo Barriga, par académico (28/02/2026)



Tutorías con el Lic: Bladimir Guarnizo, par académico (04/12/2025)



Tutorías con el Lic: Bladimir Guarnizo, par académico (15/12/2025)



Tutorías con el Lic: Bladimir Guarnizo, par académico (29/12/2025)



Tutorías con el Lic: Bladimir Guarnizo, par académico (26/01/2026)



Tutorías con el Lic: Bladimir Guarnizo, par académico (03/02/2026)



Tutorías con el Lic: Bladimir Guarnizo, par académico (19/02/2026)