



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE: COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

“LA EDUCOMUNICACIÓN Y SU IMPACTO EN LA AUDIENCIA DE RADIO
LA VOZ DEL SANTUARIO EN EL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA”.

Trabajo de Graduación Previo a la Obtención del título de Licenciado en
Comunicación Social.

AUTOR

Luis Fernando Culqui Vega.

TUTOR

Dr. Mg. Byron Orlando Naranjo Gamboa.

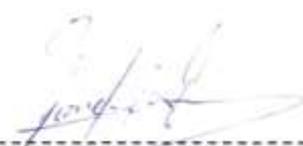
Ambato - Ecuador

2017

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el tema “**LA EDUCOMUNICACIÓN Y SU IMPACTO EN LA AUDIENCIA DE RADIO LA VOZ DEL SANTUARIO EN EL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA**”, del señor Luis Fernando Culqui Vega, egresado de la Carrera de Comunicación Social, de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho Trabajo de Graduación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a evaluación del Tribunal de Grado, que el Honorable Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, 16 de mayo de 2017.

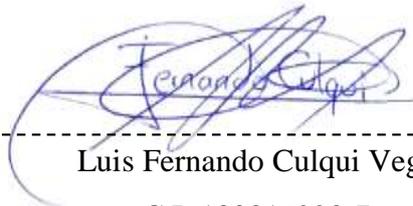


Dr. Mg. Byron Orlando Naranjo Gamboa.
TUTOR

AUTORÍA

La información presentada en el Trabajo de Investigación “**LA EDUCOMUNICACIÓN Y SU IMPACTO EN LA AUDIENCIA DE RADIO LA VOZ DEL SANTUARIO EN EL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA**”, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis y síntesis de datos; conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona como autor.

Ambato, 16 de mayo de 2017



Luis Fernando Culqui Vega

C.I: 180316223-7

AUTOR

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Concedo los derechos en línea patrimonial de mi proyecto de investigación con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, 16 de mayo de 2017



Luis Fernando Culqui Vega

C.I: 180316223-7

AUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los Miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN EL Trabajo de Investigación sobre el tema “**LA EDUCOMUNICACIÓN Y SU IMPACTO EN LA AUDIENCIA DE RADIO LA VOZ DEL SANTUARIO EN EL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA**”, presentado por la Sr. Luis Fernando Culqui Vega, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la U.T.A.

Ambato,.....2017

Para constancia firman:

.....

Presidente

.....

Miembro

.....

Miembro

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a la persona que me dio la vida y la herencia más grande que es los estudios mi querida madre...

A mi padre que aunque no estuvo porque Dios lo llevo a un mejor lugar pero que siempre nos cuida desde el cielo.

A todo el equipo de Radio la Voz del Santuario por su apertura y colaboración.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios que me dio la fortaleza para culminar esta carrera.

A mis amigos por su ayuda con diversas inquietudes en toda esta etapa de elaboración del proyecto.

Al Dr. Byron Naranjo por su asistencia y tolerancia en el transcurso de la elaboración del presente proyecto.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICAS	xii
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
ABSTRACT	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	3
EI PROBLEMA.....	3
TEMA DE LA INVESTIGACIÓN	3
PLANTEAMINETO DEL PROBLEMA	3
CONTEXTUALIZACIÓN.....	3
MACRO.....	3
MESO	4
MICRO	5
ÁRBOL DE PROBLEMAS	7
ANÁLISIS CRÍTICO.....	8
PROGNOSIS	9
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	9
INTERROGANTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
DELIMITACIÓN.....	10

Delimitación del contenido	10
Delimitación Temporal:	10
JUSTIFICACIÓN	11
OBJETIVOS	14
OBJETIVO GENERAL	14
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
CAPITULO II	15
MARCO TEÓRICO	15
ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	15
FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA	16
FUNDAMENTACIÓN LEGAL	17
CATEGORÍAS FUNDAMENTALES:	21
CONSTELACIÓN DE IDEAS V.I.:	23
CONSTELACIÓN DE IDEAS V.D.:	24
MARCO CONCEPTUAL, VARIABLE INDEPENDIENTE	25
MARCO CONCEPTUAL, VARIABLE DEPENDIENTE	28
CAPITULO III	38
METODOLOGÍA	38
ENFOQUE	38
MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN	38
NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN	39
POBLACIÓN Y MUESTRA	39
OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	42
PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	44
PLAN DE RECOLECCIÓN DE DATOS	45
CAPITULO IV	46
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	46
VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	55

CAPITULO V	59
CONCLUSIONES	59
RECOMENDACIONES	60
CAPITULO VI	61
PROPUESTA	61
DATOS INFORMATIVOS	61
ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	61
JUSTIFICACIÓN	62
OBJETIVOS	63
OBJETIVOS GENERAL.....	63
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	63
ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD.....	63
FUNDAMENTACIÓN	66
FUNDAMENTACIÓN LEGAL	66
FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO-TÉCNICA.....	67
MODELO OPERATIVO	68
Programación Salud	71
PRESUPUESTO Y FINANCIACIÓN	73
PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN	74
Referencias Bibliográfica.....	75
ANEXOS	
PAPER	

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla 1. Matriz de Operacionalización de Variables V.I.	42
Tabla 2. Matriz de Operacionalización de Variables V.D.	43
Tabla 3. Matriz de plan de recolección de datos.....	45
Tabla 4. Considera usted que Radio incentiva la transformación social de un pueblo.....	46
Tabla 5. Cree usted que la radio la Voz del Santuario debe aumentar el aprendizaje de su audiencia	47
Tabla 6. ¿Opina usted que los contenidos radiales de la radio la Voz del Santuario motivan el razonamiento de su audiencia?.....	48
Tabla 7. ¿Cree que la radio la Voz del Santuario cumple con la función de informar?	49
Tabla 8. ¿Piensa usted que la radio la Voz del Santuario tiene un público objetivo?	50
Tabla 9. ¿Usted cree que la variedad de contenidos garantiza una programación radial exitosa?	51
Tabla 10. ¿Cómo califica usted a los programas de opinión en cuanto a su orientación a los temas de interés social?.....	52
Tabla 11. ¿Opina usted que la radio ofrece contenidos según un público objetivo determinado?.....	53
Tabla 12. ¿Cree usted que Radio La Voz del Santuario está preparada para aportar contenidos educativos para su comunidad?.....	54
Tabla 13. Frecuencias Observadas	56
Tabla 14. Frecuencias Esperadas.....	57
Tabla 15. Calculo del Chi cuadrado	57
Tabla 16. Factibilidad Económica-Financiera.....	65
Tabla 17. Modelo Operativo	68
Tabla 18. Presupuesto	73
Tabla 19. Previsión de la evaluación	74

ÍNDICE DE GRÁFICAS

CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico 1. Análisis de consistencia / Árbol de Problemas	7
Gráfico 2. Categorías Fundamentales V.I	21
Gráfico 3. Categorías Fundamentales V.D.	22
Gráfico 4. Constelación de Ideas Variable Independiente	23
Gráfico 5. Constelación de Ideas Variable Dependiente	24
Gráfico 6. La Radio Incentiva la Transformación Social de un pueblo	46
Gráfico 7. Aprendizaje en su audiencia.....	47
Gráfico 8. Motivación del razonamiento de su audiencia.....	48
Gráfico 9. Cumple con la función de informar.....	49
Gráfico 10. Público objetivo	50
Gráfico 11. Contenidos garantizan una programación exitosa	51
Gráfico 12. Programa de orientación en temas de interés social	52
Gráfico 13. Contenido según el público objetivo	53
Gráfico 14. Contenidos educativos	54
Gráfico 15. Campana de Gaus.....	58

RESUMEN EJECUTIVO

La edu-comunicación ha constituido un nuevo paradigma en la difusión radial puesto que la programación de las estaciones radiales ha comenzado a difundir temas de interés social que benefician a los radioescuchas y por ende permite la participación de los mismos durante la programación radial.

A partir de los albores de las Tecnologías de Información y Comunicación el acceso a la información a nivel mundial se ha tornado accesible y por ende los medios de comunicación han logrado un sistema de comunicación que permite satisfacer las expectativas de los radioescuchas, a través de la difusión de contenidos de carácter informativo, educativos, y cultural.

Es por ello que el objetivo principal de la presente investigación es identificar si la programación de Radio la Voz del Santuario está estructurada con aspectos educativos para su audiencia. Por lo cual, a través de una encuesta a los habitantes del Cantón Baños de Agua Santa se analizó la opinión de la audiencia sobre la importancia de la difusión de contenidos edu-comunicativos y recreativos.

Posterior al análisis realizado los resultados dan a conocer que la audiencia de radio la Radio la Voz del Santuario considera que es necesario planificar mejores espacios de entrevistas y de opinión para la audiencia; que permita informar de una mejor manera.

Por otro lado, los contenidos vertidos de opinión que transmita la estación radial permitan una interacción con la participación de los radioescuchas en cada una de las programaciones.

Palabras claves: edu-comunicación, programación, cultural, medios de comunicación.

ABSTRACT

Edu-communication has constituted a new paradigm in the radial diffusion that the programming of the radial stations has initiated a diffusion of subjects of social interest that benefit the listeners and therefore to make the participation of the same during the radial programming.

From the dawn of information technology and communication access to world-class information by the accessible tornado and the effort of the media have achieved a communication system that meet the expectations of listeners, Through the dissemination of informative, educational and cultural content.

This is why the main objective of the research is identified and the programming of the Voice of the Sanctuary Radio is structured with education for its audience. Therefore, through a survey of the inhabitants of the Canton Baños de Agua Santa analyzed the opinion of the audience on the importance of the dissemination of educational-communicative and recreational contents.

Subsequent to the analysis made the results of a knowledge that the audience of the Voice of the Sanctuary Voice considered that it is necessary to plan better spaces of interviews and opinion for the audience; What can I say in a better way?

On the other hand, the contents are transmitted to the radio of the radio station, they allow an interaction with the participation of the listeners in each one of the schedules.

Keywords: Edu-communication, programming, cultural, media.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación plantea un nueva formar de informar a la audiencia en donde se difunda contenidos educativos y culturales por parte de la estación Radial la Voz del Santuario. En este sentido, hoy en día la audiencia mantiene mayor acceso a los medios de comunicación, por lo cual resulta imprescindible la difusión de temas de interés social en donde se genere la participación de los radioescuchas.

Capítulo I.- se analiza el uso de los medios de comunicación en la divulgación de la información y los contenidos vertidos en los mismos. Se realiza un análisis de lo general a lo específico con respecto a las estaciones radiales y la descripción del problema de investigación.

Capítulo II.- Para una mayor comprensión de las variables en estudio se realiza la fundamentación científico técnica, antecedentes investigativos, marco conceptual sobre la edu-comunicación, la programación con la finalidad de tener una mayor comprensión.

Capítulo III.- Se describe la metodología utilizada para el análisis de la investigación planteado, descripción de la población y muestra. De igual manera se describe los niveles o tipos de investigación.

Capítulo IV.- Análisis y procesamiento de datos. Dentro de este capítulo se incluye la tabulación de la información recolectada a partir de las encuestas realizadas expresadas en tablas y gráficas para una mayor comprensión de los resultados.

Capítulo V.- Se describen las principales conclusiones a las que se llegaron luego de realizar el análisis de la información obtenida. Seguidamente las recomendaciones que debe tomar en consideración Radio la Voz el Santuario para una mejor difusión en cuanto a temas sociales y culturales.

Capítulo VI.- Se plantea la incorporación de temas educativos y culturales a la programación de Radio la Voz del Santuario como propuesta y alternativa de solución al problema investigado. Dentro de este capítulo se incluye información relacionada a la estación radial, antecedentes de la propuesta, justificación, objetivos factibilidad y el contenido de los temas que se trataran en la programación.

Línea de Investigación: Educación Comunicativa

CAPÍTULO I

EI PROBLEMA

TEMA DE LA INVESTIGACIÓN

“La educomunicación y su impacto en la audiencia de radio la Voz del Santuario en el Cantón Baños de Agua Santa”.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

CONTEXTUALIZACIÓN

MACRO

Para entender la verdadera problemática que se plantea en el proyecto de investigación se debe detectar los distintos factores por los cuales se presentan un inadecuado uso de los medios de comunicación específicamente la radiodifusión en el medio nacional, este ámbito comunicacional es muy importante, ya que por medio del mismo se puede lograr un sistema de comunicación con altas expectativas y con resultados a corto y mediano plazo.

Los contenidos vertidos con alcance nacional son muy variados porque ya que hay varias estaciones radiales que transmiten programas de contenido religioso, educativo, cultural, científico, político, informativo y participativo, cabe recalcar que los espacios musicales más exitosos tiene un contenido nacional, alternativo, clásico, romántico y documental.

Según la histórica de las diferentes radios en el Ecuador han estado sujetas a constantes cambios que van de la mano con la sociedad a lo largo de los años, su evolución está proyectada por hechos históricos y descubrimientos importantes en 1920 aparece la primera estación de radio llamada:

La KDKA continúa al aire gozando de un prestigio bien ganado. Fue la primera en transmitir un acontecimiento político, un servicio religioso, una obra teatral, un combate de boxeo, etc. La radio como hoy la conocemos nació de las manos de KDKA. Su éxito fue de tal resonancia que dos meses después, a principios de 1921, cinco estaciones más estaban emitiendo, En 1923 la radiodifusión americana contaba con el respetable número de 576 emisoras y en 1924 había alcanzado la cifra de 1.400. (Brett, 2010)

La radio en el Ecuador se basa fundamentalmente en la experimentación de los radioaficionados, los cuales mostraron un gran incentivo en el diseño y ensamblaje de equipos, la primera radio en el país inicio en 1929 con el nombre de Radio Prado en la provincia de Chimborazo en la década siguiente se incrementa el número de emisoras de radio. (Andrade P. , 1995)

Entre los años 30 y 40, surgen las siguientes emisoras: Radio HCJB, La voz de los Andes, Radio Quinta Piedad, Radio la voz del Litoral, Radio la voz de Tome bamba, Radio el Palomar, Radio América, Radio El Telégrafo, Radio Ortiz, Radio Bolívar, Radio Ondas el Pacífico, Radio H.I.R.S.A., Radio la voz del Alma, Radio la voz de Imbabura, Radio Nariz del Diablo, Radio Colón. (Yaguana & Delgado, 2013)

MESO

En la provincia del Tungurahua los programas radiales son necesarios para el conocimiento colectivo, se puede argumentar que una buena parte de la población sintoniza la amplitud am (Amplitud modulada) comprendida entre los 535 a 1.705 kHz en la que transmiten las emisoras de radio nacionales y la Fm. (Frecuencia modulada) comprendida entre los 88.000 a 108.000 kHz en la que transmiten las emisoras de radio locales para transmitir su programación en las varios cantones de la provincia e informar y compartir los diferentes contenidos generados en programas radiales.

Existen diferentes estaciones de radio Am. de Tungurahua entre ellas están Radio Centro, Radio Líder, Radio Paz y Bien, Radio Dorada, Radio Continental.

Mientras las radios Fm son: Radio Canela, Radio Bandida, Radio Melodía, Radio Bonita Fm, Radio Fantástica, Radio la voz y la ventana de los Andes, Sistema radial Olímpica, Radio Formula Tres, Radio Amor Fm Estéreo, Alegría Fm, Radio La voz del Santuario, Radio Caravana, entre las más conocidas.

En la actualidad se dispone de diferentes programas radiales, entre lo más sintonizado está el espacio de Noticias, Deportes, Musicales, Farándula, Románticos, Consejos, Religiosos e Interculturales entre otros, creando antecedentes informativos de varios profesionales radiodifusores de distintas partes del Ecuador y la provincia.

MICRO

En Tungurahua existen varias estaciones dedicadas a intervenir en la comunidad de radio-difusión, entre ellas se puede citar a la radio “LA VOZ SANTUARIO “del cantón Baños de Agua Santa, como objeto de estudio con la frecuencia 98.7 Fm.

La estación de radio; La voz del el Santuario ofrece programación de todo tipo de contenidos actualmente, entre ellos están el de noticias de la comunidad local, nacional e internacional, entrevistas, deportes, música nacional e internacional, también se transmiten programas de contenido de entretenimiento entre otros programados.

En el cantón Baños de Agua Santa uno de los nueve cantones perteneciente a la provincia del Tungurahua existen dos estaciones radiales que son: La Voz del Santuario y Olímpica cada una con un gran porcentaje de radio escuchas.

La radio La Voz del Santuario Fm; actualmente también se difunde vía on-line y cuenta con una buena programación y promoción publicitaria, podemos decir que el nivel actual de alcance radial tiene una meritoria acogida y aceptación por parte de la población del cantón Baños, Los programas expuestos en la radio tienen variedad y son muy escuchados.

La radio la voz del Santuario tiene una programación religiosa, cultural musical e informativa, dirigido a toda clase de audiencia del campo y en la ciudad, labor que se viene realizando desde 1993. Hoy en día con la ayuda de la tecnología la radio tiene cobertura internacional y su programación se dirige a los oyentes, con contenidos que orientan a la colectividad en su quehacer diario, el discurso radiofónico que emite en sus programas logra una mejor relación con el público oyente. En el año 2011 se le denomina “Sistema Radial Santuario” con sus dos frecuencias AM y FM Hasta que hoy en día retoma su nombre inicial y contamos con radio “La Voz del Santuario”.

Esta estación radial es muy conocida y brinda una información verídica y concerniente a la del cantón Baños de Agua Santa, la cual también oferta programas de interés social generalmente, la radio es una herramienta de difusión poderosa actualmente es una de las mejores a nivel de la provincia y del país y cuenta con excelentes profesionales que desempeñan un buen trabajo.

ÁRBOL DE PROBLEMAS

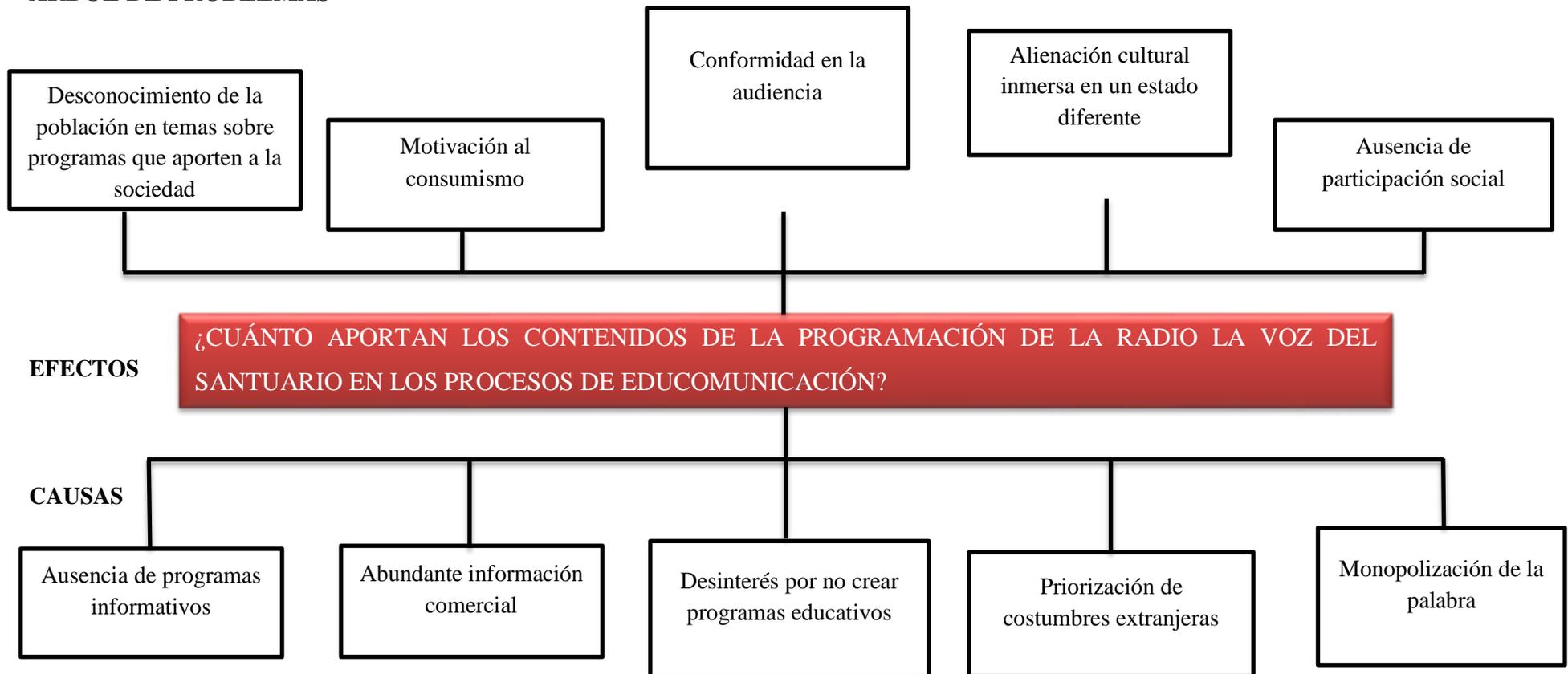


Gráfico 1. Análisis de consistencia / Árbol de Problemas

Elaborado por: Culqui L. (2017)

ANÁLISIS CRÍTICO

La ausencia de programas informativos radiales, genera un desconocimiento de la población en temas nuevos, que pueden ser útiles para la sociedad y, que a su vez despertaran el interés de los radioescuchas.

La abundancia de información comercial, como los spots publicitarios, inciden al consumo masivo de productos “ya sean estos, necesarios o no “, limitando el espacio donde se pudiera colocar productos educativos.

El desinterés de no crear programas radiales educativos, genera conformidad en la audiencia tornándola pasiva.

La proliferación de costumbres extranjeras ha producido una pérdida cultural y de identidad de un país nativo, dando a la no valoración de tradiciones propias que conlleva a la desaparición de la misma, y así adoptando hábitos extranjeros.

La monopolización de la palabra disminuye la participación del individuo en un espacio de comunicación radial, impidiendo un aporte de opinión y desarrollo social.

PROGNOSIS

El manejo de la información que se emiten las estaciones radiales debe ser claro y conciso y brindar un contenido bien elaborado, pensado e informativo sin descuidar que la producción deberá ofrecer un contenido nítido y simplificado.

La finalidad de los programas informativos es compartir un contenido investigativo y bien elaborado en relación a la planificación, la edu-comunicación es una plataforma con un extenso contenido enriquecedor, de este modo el locutor o exponente tratará de generar una inclusión radial y social mediante una información veraz y precisa.

Se puede decir que no todas la estaciones de radio generan un contenido intelectual y fuerte para sus oyentes, y por lo contrario solo pretenden incluir a la sociedad por nuevas vías de acceso social, como las más bien llamadas redes sociales que si bien es cierto se obtiene una información directa pero por otro lado el mensaje no es fundamentado y tergiversa la información original.

Si en el futuro la estación a investigar no llega a resolver estos problemas informativos y sociales la misma audiencia dejara de consumir estos espacios radiales degenerando en su totalidad el prestigio de la estación en cuestión, lo más óptimo es que con este diagnóstico se pueda implementar esos programas de contenidos informativos y educativos que se incluya en el diario vivir con un aporte científico y cultural.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuánto aportan los contenidos de la programación de la Radio la Voz del Santuario en los procesos de Edu-comunicación en el cantón baños de Agua Santa en el año 2016?

INTERROGANTES DE LA INVESTIGACIÓN

- ¿Qué importancia tiene la difusión de contenidos expuestos por los comunicadores de la Radio la Voz del Santuario del cantón Baños?
- ¿Cuál es el nivel de interés de la población radio-escucha en temas relacionados con la edu-comunicación y su aceptación?
- ¿Qué nuevos mecanismo de comunicación se deberían implementar en el desarrollo de esta nueva propuesta en la cual se incluya contenidos un poco más informativos?
- ¿Qué rango de edad de la población del cantón baños estaría más interesada en este tipo de contenidos edu-comunicacionales?

DELIMITACIÓN

Provincia: Tungurahua

Cantón: Baños

Zona: Urbana

Sector: Universidad Técnica de Ambato

Delimitación del contenido

Campo: Ciencias Sociales

Área: Comunicación Educativa

Aspecto: Difusión de contenidos inmersos en la Edu-comunicación.

Delimitación Temporal:

Periodo Académico: Abril- Septiembre 2016

Sujetos de Investigación:

-Población radio-escucha del cantón Baños de Agua Santa.

-Miembros y dirigentes involucrados directa e indirectamente con la radio la Voz del Santuario del cantón Baños de agua Santa.

JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se realiza con el firme propósito de conocer, evaluar los contenidos expuestos en la radio La voz del Santuario del cantón Baños de Agua Santa, para lo cual se realiza un análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y aptitudes acerca de los diferentes programas y contenidos de los mismos.

Investigar sobre la difusión y la participación inmersa en el entorno social y los contenidos generados para el mismo, para lograr mejorar este tipo de espacios radiales y plantear una solución al conflicto poco informativo y participativo que tiene la comunidad del cantón Baños.

La población como eje fundamental de la investigación puede brindar varias fuentes de información concernientes a la propuesta planteada, entonces se puede determinar los puntos de vista, las distintas reacciones y el nivel de impacto para el fortalecimiento de la investigación.

La perspectiva de la comunicación tiene que ser integral ante las políticas y planes comunicativos, procesos de diálogo e intercambios de información y construcción de contenidos y conocimiento mutuo entre comunidades y grupos sociales.

La presente problemática estipula diferentes campos demandantes de una investigación variable y cuantitativa partiendo desde la incidencia de los distintos contenidos y el aporte de cada uno de estos expuestos en los programas radiales presentados.

La difusión realizada actualmente utiliza nuevas tecnologías de la información como redes sociales como medio o canal para lograr información y difusión práctica, la investigación actual servirá de forma directa a la población del cantón Baños, para

tener un precedente de todos los procesos planteados y las soluciones con los nuevos contenidos incorporados en la propuesta.

El conocimiento general ayuda al fortalecimiento de la comunicación entre varios sectores, esto incluye en la participación y el compromiso de generar nuevos contenidos sociales como soporte para alcanzar el desarrollo humano, la interculturalidad como elementos que acompañan a un incremento intelectual y a una democracia participativa.

Los procesos para lograr espacios y nuevos contenidos son un tanto retardados por el hecho de que no hay la iniciativa de la autogestión como motor funcional de nuevos procesos juveniles de inclusión social que busquen un cambio generacional en la manera de presentación y programación de programas radiales en el cantón Baños, por este hecho hay que considerar la propuesta programada por el investigador.

En la actualidad son pocos los medios de radiodifusión que ofrezcan un servicio completo de programación con varias plataformas radiales que generen una variación de contenidos que hacen posible la aceptación musical por parte de los radio escuchas de la provincia del Tungurahua.

En la creación de la propuesta se implementó para modificar los antiguos sistemas de programación radial cambiando un concepto vetusto por la adopción de una nueva propuesta radial que genera contenidos edu-comunicacionales que aporten a la colectividad del cantón baños y la provincia de Tungurahua.

La investigación tiene un gran interés en el complejo campo de la comunicación social, en este caso nos encaminamos en el medio de comunicación radial que establece un contacto personal con los oyentes, porque ofrece al radio-escucha cierto grado de participación en el acontecimiento o noticia que se esté transmitiendo, mismo se puede sentir, expresar, comunicar, informar, interactuar y educar.

“Los medios de comunicación pueden ser una voz nacional, un medio por el cual una sociedad o un país puede aprender acerca de sí mismo y construir un sentido de comunidad” (Jiménez, 2005).

La importancia que muestra el tema de investigación es conocer sobre cada uno de los formatos en lo que se desenvuelve el medio los mismos que pueden educar a sus oyentes, también conocer si el medio crea productos donde muestre que a través de la comunicación se puede transformar hábitos, costumbres y que la gente aprenda algo nuevo para su entorno, además es importante que las personas se identifiquen con la radio así aporte al desarrollo de la sociedad.

“La educación, un factor decisivo de cohesión social. En ella, las personas pueden reconocerse mutuamente, cultivarse, crecer el conjunto y desarrollar la autoestima colectiva” (Kliksberg, 2012, pág. 18)

El trabajo que se realizará es necesario dentro del campo comunicacional, ya que uno de los puntos importantes es conocer los programas que produce el medio radial y todo lo que se conforma, los mismo que deben ser de interés, informativos, creíbles de fuentes adecuadas para la seguridad de sus oyentes; la creación de excelentes mensajes es la base fundamental para el beneficio del cantón , evitar caer en la monotonía, pues deben ser constructivos y diferentes frente a los cambios que sean dado en los últimos años.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Identificar si la programación de Radio la Voz del Santuario está estructurada con aspectos educativos para su audiencia.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los contenidos que difunde Radio la Voz del Santuario hacia su audiencia.
- Analizar el impacto, en las audiencias, sobre la información que emite Radio La Voz del Santuario.
- Diseñar una propuesta incorporando nuevos contenidos de interés social en la programación de la Radio la Voz del Santuario cantón Baños de Agua Santa.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

En la presente investigación se pudo realizar un estudio en base un problema que vive la localidad, se puede decir que no mantiene directa relación con anteriores tesis ya antes planteadas en la Universidad Técnica de Ambato, sin embargo es oportuno presentar trabajos acordes al tema, citando varios estudios planificados en la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales previo a la obtención del título de Licenciatura en Comunicación Social:

En la investigación realizada por Pico (2012): *“La poca comunicación para el desarrollo que realizan los informativos radiales en am de la ciudad de Ambato limitan la participación ciudadana en el sector de la ciudadela España durante el periodo enero- julio 2010”*. Se detalla a continuación las conclusiones vertidas sobre el contenido investigado del autor ya antes mencionado.

Este proyecto pretende diseñar el segmento de la comunidad “El Guaytambito”, a través de que se permita la comunicación para el desarrollo en los contenidos de los informativos radiales de la ciudad de Ambato para que coadyuven generar participación ciudadana en la ciudad de Ambato en el sector de la ciudadela España.

Uno de los objetivos y compromisos es concretar el aspecto estructuralista o más conocido el carácter social, cual es la esencia de los mismos, interrelación e interacción de la participación de la comunidad con los medios de comunicación y la sociedad garantice cambios profundos ente los actores; este es un aporte muy Bien planteado por parte del autor ya que realiza un desarrollo adecuado de su problemática asociando a la comunidad en su trabajo de graduación.

Garzón (2016) realizó la investigación con el tema: *“La participación en la producción radial y la comunicación para el desarrollo de las personas privadas de la libertad del centro de rehabilitación social Cotopaxi”*; se puede argumentar que este es un antecedente que pretende comunicar y rehabilitar a personas privadas de la libertad que no tienen una vinculación e información directa con la sociedad a la que fueron excluidos por sus faltas y errores, pero por medio de este proceso de radiodifusión interna se podrá lograr de cierto modo cambiar y corregir conceptos erróneos para transfórmalos en aportes a largo plazo con la sociedad.

Diseñar una plataforma virtual gratuita para la difusión de los productos comunicacionales creados por las personas privadas de la libertad en el interior del Centro de Rehabilitación Social Cotopaxi. El concepto que maneja el autor es muy amplio pero los productos comunicacionales manejados en este proyecto deben ser carácter educativo para una correcta rehabilitación del individuo.

FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

La presente investigación se basa en un paradigma de investigación crítico propositivo y estructuralista como alternativa para el desarrollo de la investigación, el fundamento se basó en los cambios de los esquemas sociales, Edu-comunicacionales y culturales con un enfoque de solución a la presente problemática donde la sociedad actúe como participante y beneficiario.

Esta investigación es crítica porque cuestiona y argumenta aspectos sociales ya antes planteados en información y comunicación radial, para esto se crea nuevas alternativas de solución para una mejor comprensión sobre problemas de comunicación.

La investigación es propositiva y estructuralista porque promueve una nueva propuesta sobre productos comunicacionales basados en la Edu-comunicación como eje principal de la sociedad regido por la leyes nacionales de comunicación y

estructurado por el comunicador con plataformas de entretenimiento y participación basados en contenidos educativos, culturales, y científicos compartidos a los radioescuchas.

Se requiere intervenir en aspectos sociales como la educación y el conocimiento general como lo están realizando organismos gubernamentales por medio de la comunicación tanto en radio como televisión, el comunicador propone un espacio de entretenimiento donde en el transcurso del mismo se promueva la variación de temáticas y se desarrolle el aporte de conocimiento social donde el comunidad interactúe directa e indirectamente con el receptor de la frecuencia radial y así fomentar un espacio de convivencia comunitaria educacional y de entretenimiento favorito promoviendo una memoria colectiva.

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Políticas para una Revolución Cultural, Capítulo II Derechos culturales, Sección 4 Derecho al acceso y uso del espacio público, *Promover el acceso a los espacios públicos a toda la ciudadanía, sin ningún tipo de discriminación.* (Ecuador, Políticas para una revolución Cultural, 2011)

- *Promover el derecho a la expresión cultural en los espacios públicos de todos los grupos sociales, especialmente de aquellos discriminados por políticas intolerantes y excluyentes por su condición étnica, de género, etaria, opción sexual, capacidades especiales y colectivas y tribus urbanas.*
- *Promover, en coordinación con los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD), el diseño de espacios públicos adaptados a las necesidades de las personas con capacidades especiales.*
- *Desarrollar alianzas interinstitucionales para promover el desarrollo de rutas e itinerarios turísticos culturales en los espacios públicos a nivel nacional, regional y local.*

(Ecuador, Ley orgánica de comunicación, 2013), Disposiciones preliminares y definiciones, Art. 7.- Información de relevancia pública o de interés general.- *Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general.*

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

En el Título I, Disposiciones preliminares y definiciones, en el Art. 8.- Prevalencia en la información de contenidos, *Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.* (El consejo de regulación y desarrollo de la información y comunicación, 2015)

En el Capítulo II, Derechos de la comunicación, Sección I; Derechos de la Libertad; Art. 17.-Derecho a la libertad de expresión y opinión; *Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.*

Reglamento de la Ley orgánica de comunicación, art. 14.- Contenidos interculturales, *Para cumplir con la obligación que tienen todos los medios de comunicación, de difundir contenidos que expresen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afro-ecuatorianas y montubias, establecidas en el art. 36 de la ley orgánica de comunicación.* (Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

En el Reglamento de la Ley orgánica de comunicación, art. 15.-Acceso a personas con discapacidad; *Los medios de comunicación presentarán hasta el 15 de Enero de cada año, ante la Superintendencia de la Información y Comunicación, un plan de acción destinado a mejorar progresivamente las condiciones para el acceso y ejercicio de los derechos a la comunicación de personas que tengan discapacidades auditivas o visuales.*

Para la realización de dicho plan, los medios de comunicación aplicarán progresivamente los mecanismos para acceder a los beneficios de la comunicación, sus medios y tecnologías, establecidos en la convención de la ONU sobre Derechos de las personas con discapacidad.

Título II Parámetros para la difusión de contenidos interculturales (El consejo de regulación y desarrollo de la información y comunicación, 2015); Cap. 1; art. 6 Parámetros de contenidos interculturales; *Los medios de comunicación social, incluidos los sistemas de audio y video por suscripción que operen un canal propio, podrán difundir contenidos educativos, formativos, culturales, informativos, de entretenimiento, deportivos, de opinión o de publicidad, de conformidad con los siguientes parámetros:*

- 1. Resaltar valores de las culturas.*
- 2. Fomentar los derechos de la naturaleza, la Pacha Mama.*
- 3. Promover el derecho a la difusión y a la reserva cultural de saberes ancestrales y ciencias milenarias.*
- 4. Difundir expresiones culturales, a partir de la investigación y contextualización de las mismas.*
- 5. Promover el reconocimiento de las identidades diversas del Estado Plurinacional y la sociedad intercultural.*

6. *Fomentar la interrelación y convivencia entre los pueblos, colectivos y nacionalidades, a partir de sus propios espacios de diálogo cultural, con sus propias voces y en su propio territorio.*
7. *Difundir la producción simbólica de pueblos y nacionalidades a través de representaciones y auto representaciones reproducidas desde el territorio de los pueblos y nacionalidades.*
8. *Recrear la memoria social de pueblos y nacionalidades a través de representaciones artísticas y otras expresiones estéticas.*
9. *Promover usos diversos de los saberes, conocimientos y ciencias milenarias, prácticas festivas y expresiones orales en sus idiomas originarios.*
10. *Difundir el patrimonio cultural de los pueblos y nacionalidades.*
11. *Difundir conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.*
12. *Difundir técnicas artesanales tradicionales.*
13. *Producir contenidos desde la propia cosmovisión de los pueblos y nacionalidades.*

CATEGORÍAS FUNDAMENTALES:

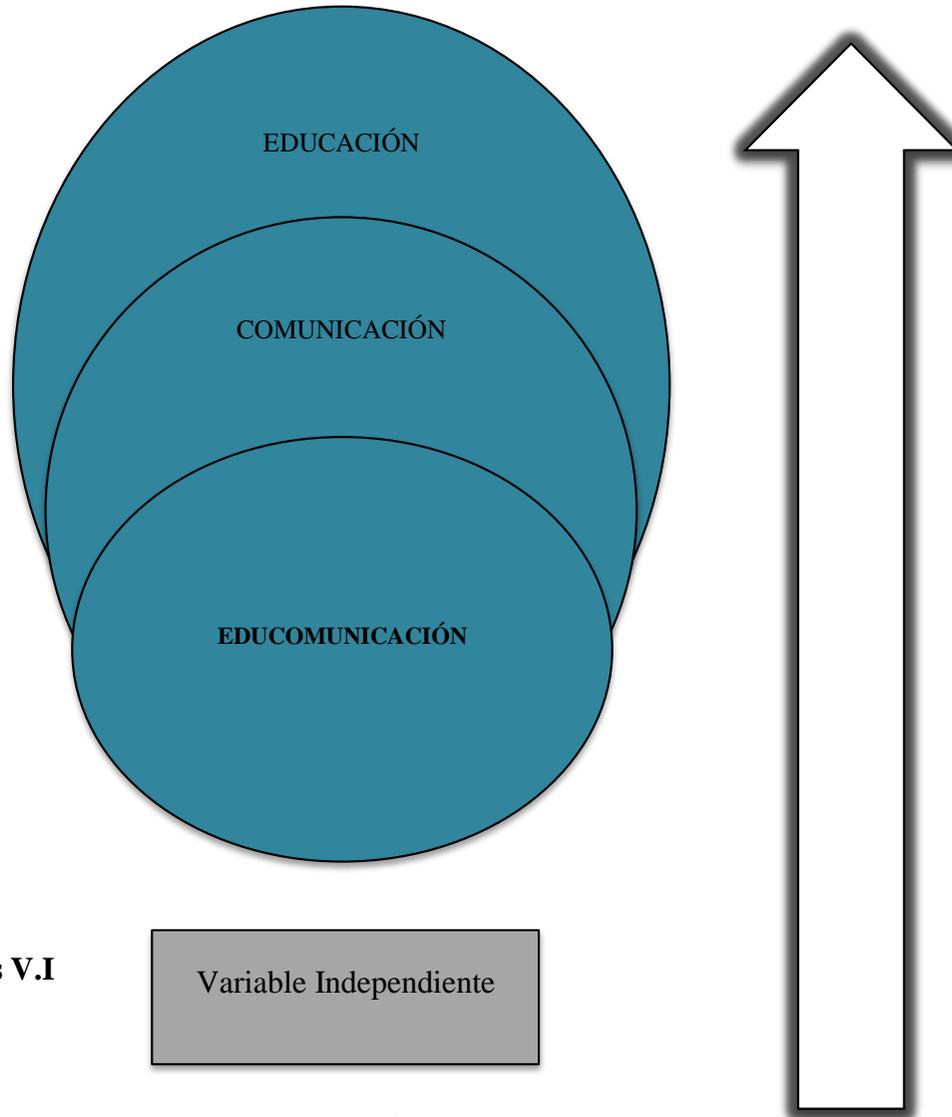


Gráfico 2. Categorías Fundamentales V.I

Elaborado por: Culqui L. (2017)

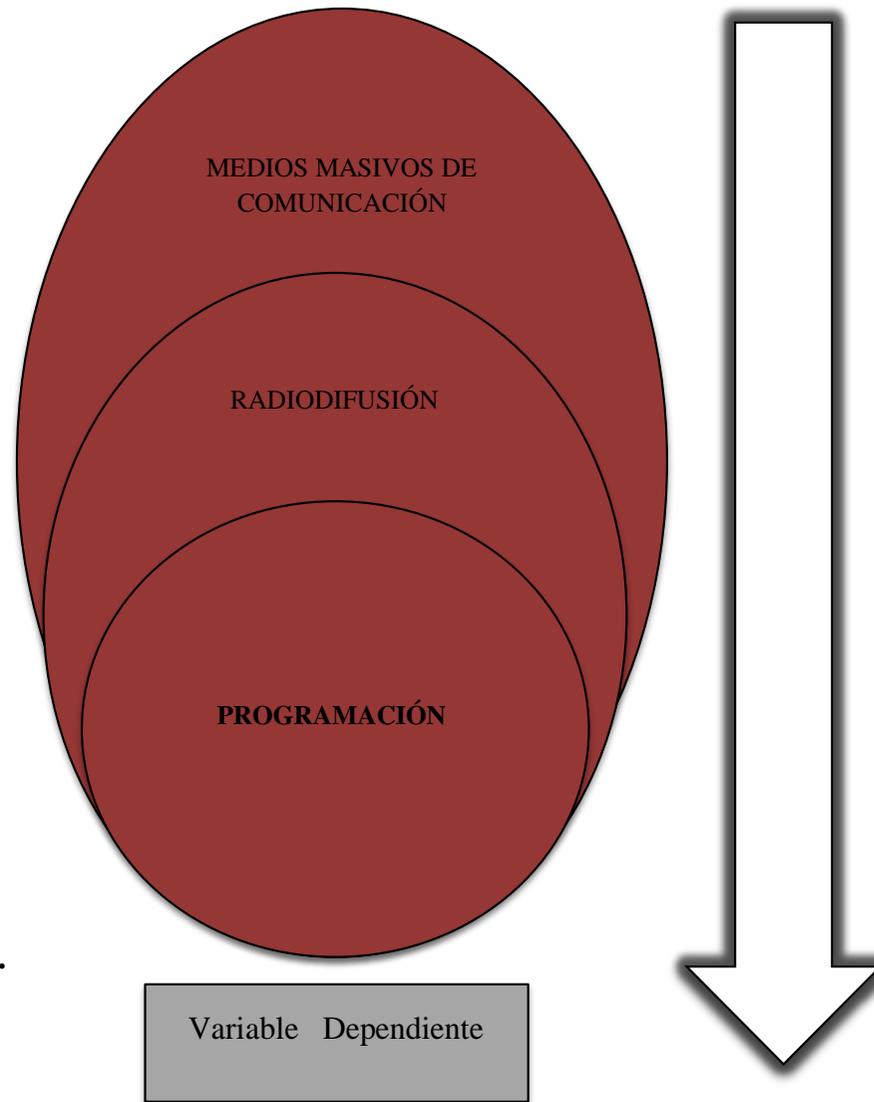


Gráfico 3. Categorías Fundamentales V.D.

Elaborado por: Culqui L. (2017)

CONSTELACIÓN DE IDEAS V.I.:

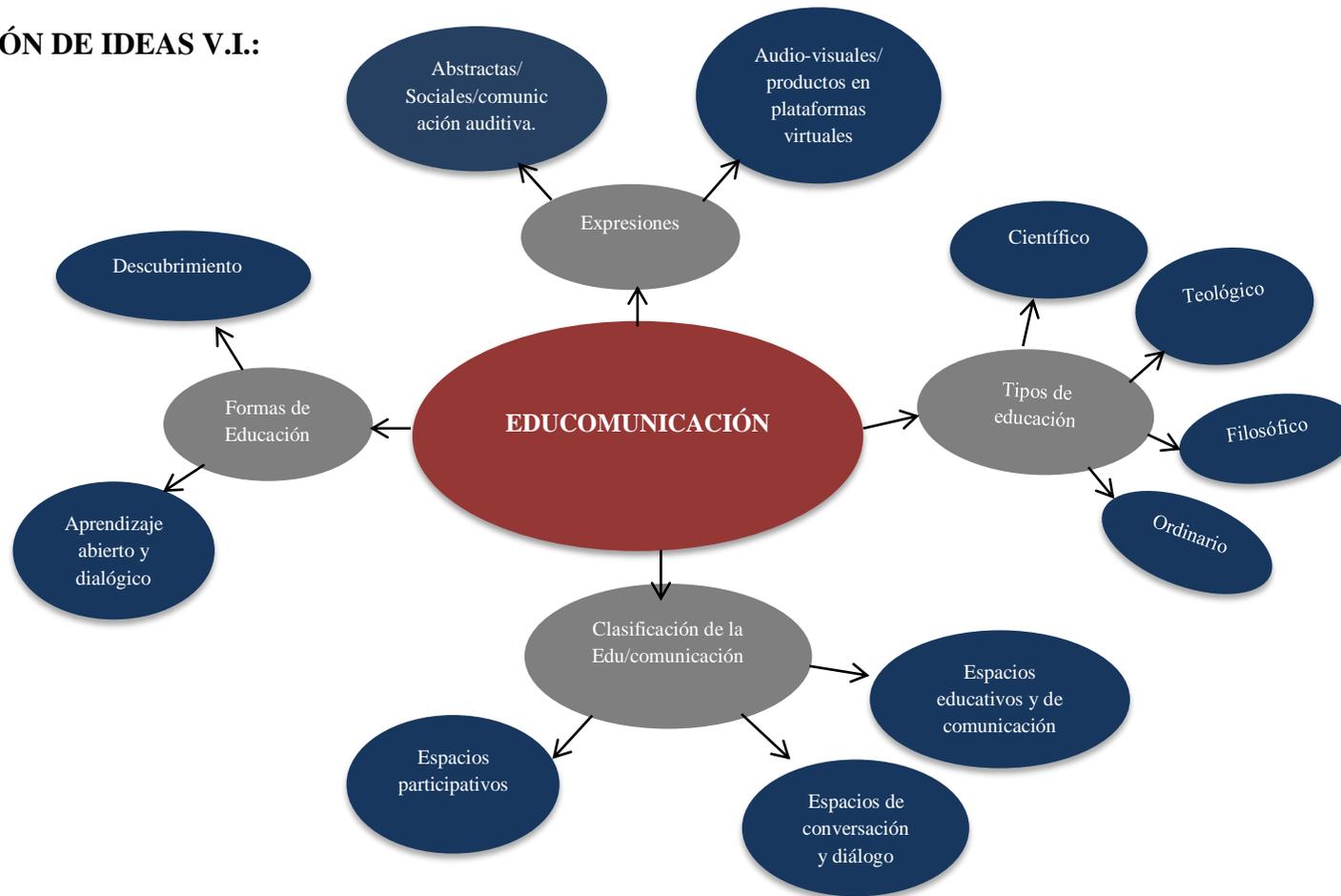


Gráfico 4. Constelación de Ideas Variable Independiente
Elaborado por: Culqui L. (2017)

CONSTELACIÓN DE IDEAS V.D.:

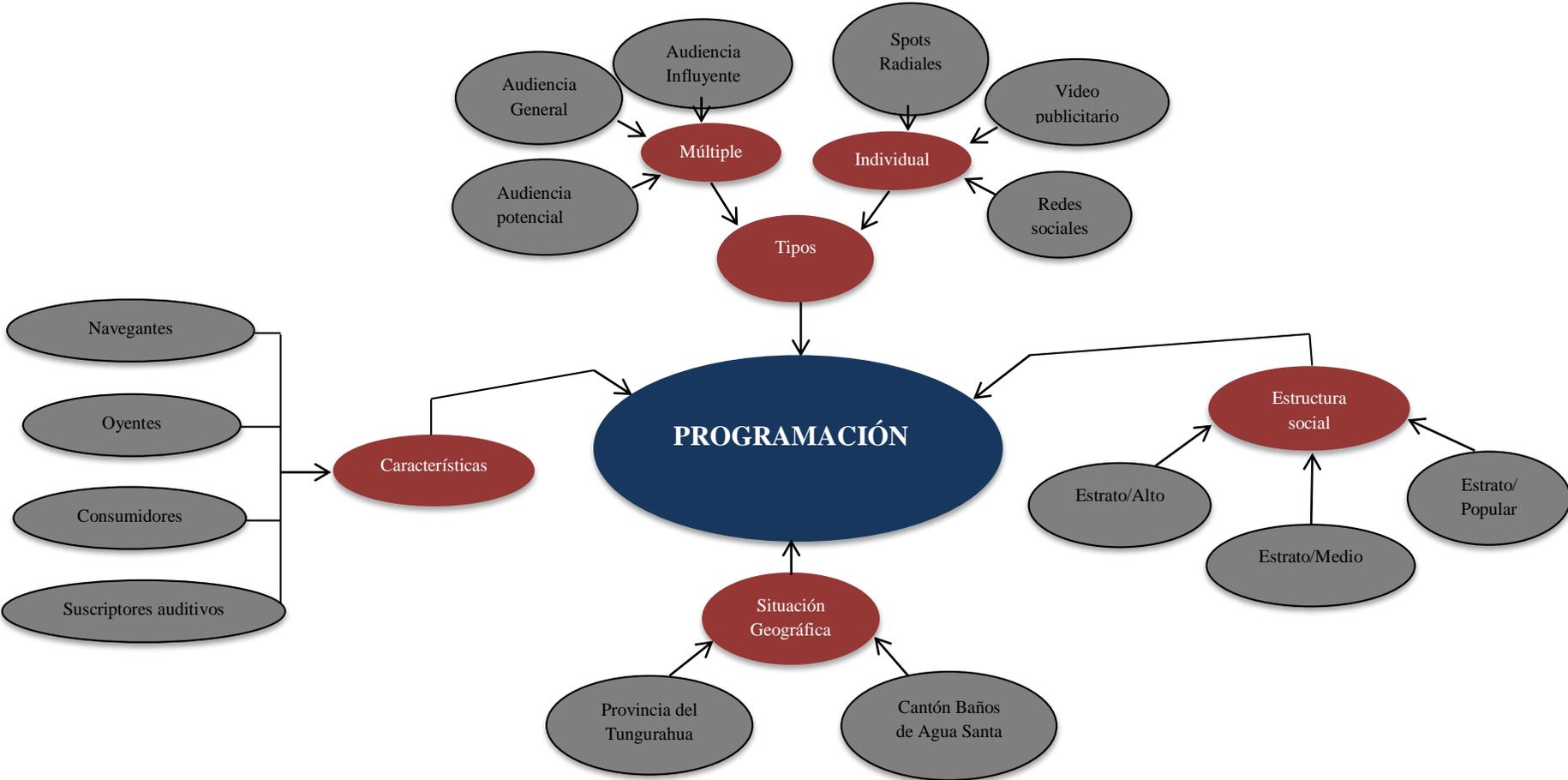


Gráfico 5. Constelación de Ideas Variable Dependiente

Elaborado por: Culqui L. (2017)

MARCO CONCEPTUAL, VARIABLE INDEPENDIENTE

¿QUÉ ES LA EDUCACIÓN?

El modo en que se confirma si el proceso educativo ha tenido los resultados esperados es el de la evaluación. En ella se pretende estimar que alcances ha tenido en el educando las disciplinas impartidas mediante la medición de los conocimientos. Este proceso aspira a ser sistemático y lo más objetivo posible, aunque es muy difícil dejar de pensar en la subjetividad y dejarla de lado. (Andrade, 2003).

Este es uno de los antecedentes conocidos por el medio común de las personas, este autor confirma que siempre un buen aprendizaje se debe demostrar para que el evaluador determine el nivel de aprendizaje del individuo.

TIPOS DE EDUCACIÓN

En el medio conocido, existen varios tipos de educación entre ellos destacan la educación: formal, no formal e informal a continuación haremos mención a algunas de sus características generales, (Torres, 2009)

La educación formal también conocida como formación reglada, es el proceso de educación integral correlacionado que abarca los niveles educativos y que conlleva una intención deliberada y sistemática que se concretiza en un currículo oficial, aplicado con definidos calendario y horario, es el aprendizaje ofrecido normalmente por un centro de educación o formación, con carácter estructurado (según objetivos didácticos, duración o soporte) y que concluye con una certificación.

Podemos argumentar que la educación formal con referencia a la cita anterior que hace sobre los dos tipos de educación, comenzando por la formal la cual pretende planificar un sistema de trabajo cuyo resultado sea una certificación por el desarrollo del mismo.

La educación no formal es el aprendizaje que se obtiene en las actividades de la vida cotidiana relacionadas con el trabajo, la familia o el ocio. No está estructurado (en objetivos didácticos, duración ni soporte) y normalmente no conduce a una

certificación, ha sido creado expresamente para satisfacer determinados objetivos, surge a partir de grupos u organizaciones comunitarias.

Este tipo de aprendizaje es el no formal referente a lo que expresa el autor es un aprendizaje empírico y de auto-educación que se plantea a un individuo y aglomeración de personas.

LA COMUNICACIÓN

“La verdadera comunicación no comienza hablando si no escuchando, la principal condición de un buen comunicador es saber escuchar”. La Comunicación no es sólo una «especialidad», un coto exclusivo de los profesionales formados en ella. Toda acción educativa, aun aquella que se realiza en el aula y sin uso de medios, implica un proceso comunicativo. Un buen educador también necesita comprender este proceso., (Kaplún, 2002)

En la cita anterior realizada por Kaplún Mario como profesional en la educación en cual argumenta la condición de un comunicador, y toda acción educativa requiere de un buen proceso comunicativo y que el educador encargado debe estar al tanto de todos estos aspectos.

La educación y la comunicación debían servir para alcanzar estas metas. Por ejemplo, debían ser empleadas para persuadir a los campesinos "atrasados" a abandonar sus métodos agrícolas primitivos y adoptar rápidamente las nuevas técnicas”, (Kaplún, 1985)

Kaplún en esta cita se refiere a que la educación debería utilizarse para renovar los antiguos sistemas de aplicación en varias formas de vida como lo es el cultivo, que es muy bien recomendado, se puede decir que en la actualidad ciertos sectores sociales todavía conservan sistemas de cultivo anterior pero también existen ciertos sectores que han implementado tecnología y cambios en la manera de cultivar la tierra a una manera de educación muy bien aprendida.

COMUNICACIÓN SOCIAL

En el campo comunicativo se consolidan los Estudios Culturales y ello conduce a reivindicar las prácticas culturales y populares y a plantear nuevas formas de relacionamiento comunicativo. Medina señala que los estudios culturales se oponen al determinismo economicista, que ve toda cultura e ideología determinada por las condiciones económicas, *Comunicación desarrollo y cambio social*; (Obregón, 2007)

Se puede argumentar que la comunicación social tiene diferentes conclusiones, entre ella el autor hace referencia a los estudios sobre cultura con su diferente ideología sujeta a una autonomía.

Hay un periodismo que se dirige al poder. Es un periodismo que no satisface su misión social, Porque la comunicación social es la comunicación con la gente, el público, los lectores, (Granados, 2008)

El autor se refiere con este concepto a que un periodismo debe ser fundamentado, ya que la comunicación es un grupo muy grande y se debe determinar una acción para un desarrollo colectivo y social.

LA EDU-COMINICACIÓN

La edu-comunicación solamente se puede entender en un contexto de cambio cultural, revolucionario, dialógico, que nunca se acaba, dialéctico, global, interactivo, que adquiere su pleno sentido en la educación popular, en la que comunicadores/educadores y receptores/alumnos, enseñan y aprenden al mismo tiempo, pues son alternativamente emisores y receptores. La relación pedagógica se convierte en una situación de aprendizaje compartido entre los que se comunican entre sí y que, al hacerlo, construyen el hecho educativo, cuyo principal objetivo es el de desarrollar un pensamiento crítico ante la situación del mundo y sus mensajes, (Freire, 1970)

La Implementación de este criterio por parte del autor hace alusión a que el comunicador debe comprender desde un cambio revolucionario que se enfoca en la

educación popular, la relación pedagógica se transforma en un aprendizaje compartido indispensable para el desarrollo del pensamiento crítico del comunicador.

La comunicación es un complemento directo de la educación, proceso de aprendizaje que dura toda la vida. Al igual que la educación, la comunicación es un acto creador, un acto cognoscitivo y un acto político, dirigidos al cambio social. Los medios de comunicación, las imágenes, fotografías e ilustraciones, son claves para generar un diálogo existencial. Los participantes de los círculos de cultura dialogaban entre sí y con quien dirigía el debate, sobre los contenidos asociados a las diferentes figuras, y la repercusión en su propia vida. En ocasiones, cuando había posibilidades, se trabajaba con películas y grabaciones que se convertían en generadoras de diálogo, (Freire M. , 1997)

El autor define que la edu-comunicación es un proceso de aprendizaje cognitivo, que facilita las posibilidades de participar en círculos de cultura, y en debates sobre contenidos diferentes o asociados.

MARCO CONCEPTUAL, VARIABLE DEPENDIENTE

PROGRAMACIÓN

Parte de la identidad de la emisora se refleja en la selección de sus contenidos, un elemento que necesita una organización conforme a unos criterios de armonía y coherencia según los objetivos institucionales de la emisora y el modelo programático elegido. Junto al criterio de selección, también se aplica un criterio de dosificación y ordenación del contenido en el tiempo radiofónico de la antena con respecto de los tiempos sociales, las características del tipo de audiencia a lo largo de las diferentes horas del día, sus expectativas radiofónicas y los recursos de la emisora, (Bernal, 2014)

La programación se configura como una parte más del proceso productivo en el que entran en juego la estrategia, la investigación y la intuición para adelantarse a los gustos y necesidades de los oyentes en el proceso informativo de la radio-difusión.

Para profundizar en el concepto, esta investigación parte de una revisión bibliográfica del término por los manuales y autores de referencia en la materia radiofónica, usando aquellas definiciones que mejor ilustran el fundamento del término. Se constata que, incluso con definiciones dispares en cuanto a la extensión y profundidad, todas guardan entre sí unos elementos comunes y sustanciales, (Sánchez, Julio, 2010)

El autor hace una referencia sobre la programación de las diferentes emisoras y sus contenidos, concebidos en términos absolutos sin limitar a eso sostienen como comunicación ajustada al particular sistema de creación que integre varios sectores sociales en una sola forma de comunicación.

La emisora de radio especializada es aquella que emite contenidos monotemáticos (radio fórmula) y especializados para un público muy segmentado por la variable de contenidos. (Martí, 2010)

En esta parte el autor hace referencia a la oferta de contenidos que se realiza en una emisora de radio promoviendo contenidos variados para una mejor aceptación del público radio-escucha.

RADIODIFUSIÓN

Se puede decir que la radiodifusión es la Transmisión a distancia, por medio de ondas hercianas, de voz y sonido en forma de programas, de información, música, etc., destinada al público. Como medio de comunicación de masas comenzó a extenderse rápidamente en Europa y América entre los años 1920 y 1930. En España la primera emisora fue Radio Barcelona, en 1925. (The Free Dictionary, 2016)

La radio es un medio de comunicación masivo que permite una interacción entre los encargados de la transmisión y la sociedad, de manera que se puede lograr una dinámica informativa entre los radio-escuchas, se requiere una planeación para que se logre una radiodifusión estas misma se define como un conjunto de técnicas de emisión de ondas Hertzianas que permiten la transmisión de la palabra y los sonidos. (Romulo, Gil, 1987)

El autor brinda un aporte comprensivo que pretende dar a conocer lo que existe una vinculación directamente con la sociedad de manera que se puede lograr dinámicas informativas entre un conjunto de técnicas de palabras y sonidos del locutor y el radio-escucha.

También a la radio se le considera un elemento a la que se le dio por llamar “comunicación social”, debido a que tiene la posibilidad de poner en relación a grupos sociales grandes en esto, Alejandro Avilés (Poeta, maestro y Director de la Escuela de periodismo Carlos Septién durante 21 años) “Comunicación colectiva o social” en el sentido en el que esta última lleva implícitos conceptos concientizadores y personalizantes. (Anda, Gutiérrez, 2004)

Podemos decir que la radiodifusión se relaciona con la comunicación social como un elemento fundamentalmente en el contexto de comunicación, este en sí regula los diferentes contenidos expuestos en el mismo entre uno de estos esta la radiodifusión como un medio radial con alta importancia al transmitir temas de interés social, cultural, deportivo entre otros este es un medio muy comercializado y de fácil aceptación social.

La programación radial es una secuencia de mensajes codificados siguiendo ciertas reglas y luego descodificados como discursos comprensibles. El momento de la producción se convierte en un vehículo simbólico construido dentro de las reglas del lenguaje, medio en el que la sociedad o cultura intenta imponer a sus miembros de la sociedad sus propias segmentaciones clasificaciones y visiones del mundo social, (González, 2011).

“Prácticas y creencias, el conocimiento cotidiano de las estructuras sociales, el cómo deben funcionar las cosas desde el punto de vista práctico en esta cultura, la jerarquía de poder e intereses y una estructura de legitimaciones y sanciones”.

MEDIOS MASIVOS O *MASS MEDIA*

Los medios masivos son parte de la vida diaria de las personas promedio, otorgan sustento económico a un gran número de la población mundial, y permiten la comunicación a grandes distancias, (Goya, 2012)

Las Mass Media se los puede definir como aquellos que dirigen a una colectividad. No es claro entender que los aparatos han evolucionada, sino que a partir de la década de los 90 una pista podría estar en la convergencia. Ya que hoy en día confluye la telefonía fija, la radio, el cine, la televisión y la prensa. (Osorio, 2011)

A partir de la homogenización de los medios que permite desviar las relaciones de clases, donde el éxito de la comunicación es medido sólo cuantitativamente y los medios se utilizan para promover el desarrollo en el marco de la hegemonía de la televisión y la privatización de la radio. (Baca, 2011, pág. 9)

En el año de 1995, se creó una revista precisamente con el nombre de convergencia Su subtítulo es “revista internacional de investigación en tecnologías de new media”. Por lo cual el concepto de new media ha venido a reemplazar el de Mass Media. (Osorio, 2011, p. 47)

En este sentido se puede entender su evolución como la incorporación en este medio de elementos nuevos frente a lo existente. Por otro lado, está la transformación de las tecnologías de la comunicación en relación con la sociedad y la cultura de nuestro tiempo.

Los principales rasgos de los medios de comunicación es poder “llegar a cualquier persona que tenga acceso a ellos, la comunicación se transmite a través de medios técnicos: impresos, sonoros, visuales y audiovisuales estableciendo una comunicación indirecta con los receptores que se encuentran a distancia espacial o temporal del emisor” (Prado, 2001, págs. 162-163).

Los medios de comunicación se han convertido en una pieza fundamental para la transmisión del conocimiento para la configuración de una cultura en la sociedad. Por otro lado estos han sustituido la diversificación de muchas fuentes de información que alimentaron los primeros días de la transmisión del conocimiento.

Los principales medios masivos:

- La publicidad.
- La propaganda de ideas.
- La prensa.
- El cine.
- La radio.
- La televisión
- El internet.

La publicidad: Es la actividad que se caracteriza intencionalmente por el mensaje que se elabora, buscando el cambio de actitudes, rasgos cognitivos y comportamiento de los destinatarios, utilizando para ello diversos soportes tecnológicos.

La propaganda de ideas: Se llama propaganda al conjunto de técnicas destinadas a propagar ideas, doctrinas y opiniones para hacer que esos conceptos sean aceptados por la gente, y que como consecuencia, las personas y los grupos convencidos se adhirieran a ellas y practiquen el consumismo.

La prensa: El periódico comparte con la radio y la televisión la mediación entre el conocimiento de la realidad y los sujetos. La mayoría de los acontecimientos son conocidos por los lectores a través del periódico. La realidad es dada a conocer parcializada en noticia. Esta es la materia prima fundamental con la que trabaja la prensa periodística para realizar artículos de calidad para el lector.

El cine: Probablemente sea el medio que ha sufrido menos las presiones de los distintos tipos de poder social en comparación con la gran audiencia que tiene. La imagen en movimiento es una macro estructura que al combinar varios sistemas de

signos: icónico, cinético, verbal, siendo este medio el que monopoliza gran parte de los recursos mundiales.

La radio: La radio es un medio esencialmente auditivo: dentro de la jerga audiovisual se conoce como "audio". Por la rapidez con que se difunde, la economía del servicio y el alcance de su emisión, la radio es un valioso elemento de información y educación, en el cual se comparte contenidos de interés social en general.

La televisión: La atracción que ejerce sobre las masas es de naturaleza psicológica y artística en el sentido de un arte popular con características muy particulares y distintas a la convencional hace que este medio de comunicación sea muy cotizado.

La T.V nos ha puesto frente a algo totalmente nuevo. Es preciso idear nuevos métodos para estos nuevos medios en los cuales la comercialización de productos bienes y servicios están en el orden de la vida diaria.

El internet: El internet hoy en día es un medio global de comunicación y se está necesitando básicamente por una base de datos digital en línea, este medio es muy necesario como un servicio básico de las personas sea cual sea el país, raza o condición social.

Este medio de comunicación está distribuido en varios en la red y preferentemente es bien utilizado en consultas, servicios y negocios, pero también atrae otros tipos de contenidos sexuales, juegos, apuestas y contenidos degenerativos.

Estos son los medios masivos de comunicación en los cuales el hombre puede desarrollar su capacidad óptima de comunicación a nivel globalizado, el uso de estos medios es completamente opcional según el consumidor, lo recomendable es actuar con precaución ante las diferentes fuentes de información y manejo acertados de redes sociales, libros, y contenidos de la web.

Formas de la Edu-comunicación.

La edu-comunicación tiene varias formas de aprendizaje como el descubrimiento, el mismo que realiza el comunicador cuando tiene que crear información para varias fuentes, pero también está el aprendizaje que se lo realiza por parte del comunicador por medio del diálogo basado en entrevistas cortas realizadas a personajes de interés social.

Tipos de Educación.

Los tipos de educación que se investigó son científicos; Teológicos, Filosóficos; y Ordinario; La educación científica se basa en descubrimientos reales considerados por el hombre; Teológico se trata de una creencia suprema y sobre el conocimiento del ser humano, un conocimiento científico e intelectual.

La educación filosófica es la que ofrece conocimiento en grandes obras escritas en libros y después interpretadas musicalmente, la educación ordinaria es un proceso el cual se basa en el conocimiento empírico o popular obtenido por el vulgo.

Expresiones

Las expresiones que se plantean son abstractas refiriéndonos a la comunicación visual publicitaria, tiene que ver una parte con el aspecto social mediante la comunicación auditiva, ya que en la actualidad en comunidades pequeñas del cantón se pregona por medio de un megáfono.

Las expresiones audio-visuales empleadas en el proyecto son productos realizados en plataformas virtuales, la producción se aplica mediante un sistema de proyección, la creación de spots publicitarios audio-visuales y radiales.

Clasificación de la Edu-comunicación

La clasificación de la edu-comunicación se la maneja en tres espacios globales, los espacios participativos son espacios donde el oyente o radio-escucha participa

mediante llamadas o redes sociales; Los espacios de conversación y diálogo son foros, entrevistas, video llamadas, chat.

Los espacios educativos y de comunicación son aquello en los cuales la audiencia tiene una participación pero el exponente requiere toda la atención, no obstante se crea un ambiente entrevistativo.

La Programación Radial

La programación radial es el proceso de planear, organizar y transmitir música y programas afines de entretener a sus radioescuchas y que sea de su agrado.

En la radio hay varios tipos de programación y esto va según la estación radial que difunde sus contenidos, entre ellos están:

- **Modelo generalista:** Lo forman las emisoras que ofrecen todo tipo de espacios. En España se asocian a este modelo la COPE, RNE, SER.
- **Modelo especializado:** Aquella emisora que se dedica a emitir contenidos monotemáticos, es decir, de un solo tema. Como ejemplos españoles estaría Cadena Dial y los Cuarenta Principales (musicales), Radio 5 Todo Noticias (informativo).
- **Modelo mixto:** En él se combinan programas típicos del modelo generalista con períodos en los que solo se trata un tema. Se suele encontrar este modelo de programación en las cadenas locales.

La programación de una estación de radio esta modulada o establecida según las políticas de la estación radial a exponer este tipo de programas de variedad; entre estos contenidos y modelos se comunican claramente de fuentes fidedignas de información para una mejor comprensión por parte del radio-escucha en el momento de la programación.

Situación Geográfica

La situación geográfica en la que se encuentra la audiencia potencial del proyecto, está en la provincia del Tungurahua en el cantón Baños de Agua santa donde se emite la frecuencia de la radio “La voz del Santuario” del cantón Baños.

Características de la Programación

Existen varias características en que la audiencia se vincula como el grupo de personas navegantes los cuales realizan un tipo de investigación que complementa cierta información inconclusa, las personas oyentes las cuales permanecen a la expectativa de la información expuesta en el momento.

También está el grupo de consumidores a los cuales se puede definir como personas interesadas en promociones, ofertas laborales, como personas interesadas en promociones, ofertas laborales, trabajos profesionales, o temas de interés del oyente en progreso; para finalizar también se puede citar al grupo de suscriptores auditivos, los cuales siguen la trayectoria de cierta banda radial sonora por un largo transcurso de tiempo, estas personas son fieles radio-escuchas que actualizan su información y participan en un espacio definido por su progresividad latente.

Tipos de programación

En la actualidad existen diferentes programas de radio-difusión que cuentan con una variedad de contenidos, entre ellos los más destacados son los informativos, deportes, noticias, farándula, culturales, musicales nacionales y extranjeros, entre otros.

Cabe decir que una emisora para poder brindar un servicio profesional a sus oyentes debe presentar opciones de variedad en sus programas y contenidos abiertos para un público general.

Estructura Social

La estructura social es algo sólido y duradero es la base en la que nos movemos. La podemos definir diciendo que es un conjunto relativamente estable de interrelaciones o interacciones sociales distribuidas de una manera o siguiendo un orden dinámico que facilite la asociación de una comunidad determinada.

Al mismo tiempo y sin embargo el concepto de 'estructura social', o quizá por eso mismo, es uno de los términos más abstractos y uno de los más polémicos de la disciplina: nos encontramos ante uno de los conceptos más polisémicos de la Sociología. Y, todo parece indicar que, aunque nos acercamos, todavía estamos lejos

de conseguir un significado relativamente unívoco, claro y consensuado para el significante 'estructura social'.

En conclusión podemos argumentar que una estructura social esta determina en varios campos no solo en la radiodifusión y este término o sistema tiene una utilidad polivalente, y su valor original es la organización y conglomeración de personas; en el área de la difusión es la demanda de radio escuchas dispuestos a participar de los contenidos de una emisora de radio determina.

HIPÓTESIS

H1 = Hipótesis alterna. **H0** = Hipótesis nula.

Los contenidos de la programación de Radio La Voz del Santuario si contienen aspectos edu-comunicacionales para su audiencia.

H1: Los contenidos de la programación radial se consideran edu-comunicacionales para la audiencia de la Radio la Voz del Santuario.

H0: Los contenidos de la programación radial no se consideran edu-comunicacionales para la audiencia en la Radio la Voz del Santuario.

SEÑALAMIENTO DE VARIABLES

-Variable Independiente

Edu-comunicación

-Variable Dependiente

Programación radial

CAPITULO III

METODOLOGÍA

ENFOQUE

En la presente investigación se enfocó en identificar la percepción de la audiencia en cuanto a los contenidos de la programación que realiza Radio la Voz el Santuario mediante un enfoque cualitativo que permitió una correcta utilización de las técnicas que ayudaron a analizar los resultados obtenidos en la investigación, tomando un sentido más objetivo para llegar a captar la información que se receptara de la audiencia.

Se asumirá una visión múltiple sobre las opiniones que mantiene la audiencia en cuanto a la información difundida para posteriormente evaluar dato por dato y así llegar a una perspectiva más general sobre el impacto de la edu-comunicación en la audiencia de Radio la Voz del Santuario. Se establecieron escalas de medición para discernir la información previamente a la obtención de resultados, en base a la información se crearon maneras para detectar ciertas deficiencias en un pronóstico de lo que sucedió a partir de indicios previamente planteados por parte de las personas suscritas en este espacio radial.

MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

De campo:

Con esta modalidad de investigación se logró recolectar información mediante la aplicación de instrumento de investigación como la encuesta estructurada en base a la información obtenida en la investigación bibliográfica documental. “Este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, encuestas y observaciones” (Marín, 2008).

Se aplicó esta modalidad por el lugar donde se estableció la investigación, con los respectivos resultados analizados hacia la población involucrada en el proyecto en el cantón Baños de Agua Santa.

Documental y bibliográfico:

Esta modalidad de investigación se llevó a cabo para la elaboración del estado del arte, donde se comprendió los fundamentos científicos-técnicos sobre la Educación y los tipos de programación mediante una revisión de la literatura de fuentes primarias, secundarias y terciarias.

Por medio de libros, tesis de grados revistas científicas, entre otros documentos que han aportado al proyecto debidamente fundamentado con antecedentes reales para una presentación original.

NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

En el siguiente proceso se elige el nivel Exploratorio por reconocer las variables y generar una hipótesis, para luego proceder a una entrevista de varias preguntas que brindan información a varias personas vinculadas directa e indirectamente.

También se tomó en consideración la investigación descriptiva ya que este plantea intervenir en la historia natural del problema enmarcado a la difusión de programas edu-comunicacionales y participativos; Las técnicas estadísticas del control de calidad apuntan a evaluar el éxito de la intervención sobre la población en cuanto al: proceso, resultados e impacto en la comunidad del cantón Baños.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Determinación de la población

La población de habitantes existentes en el cantón “Baños de Agua Santa” en el año 2016 cuenta con 20.000 habitantes tanto en la zona urbana como la zona rural. El

estudio investigativo tiene el propósito de dar a conocer el mayor porcentaje de personas que consideran una necesidad el crear espacios radiales que sean educativos y recreativos donde el radio escucha, sienta el interés de la sintonía de la estación por un fresco aporte investigativo.

En la inclusión del universo de estudio se realizó un muestreo de la población del catón Baños de Agua Santa con un correcto proceso y con la fórmula adecuada, obteniendo un resultado final de 377 personas.

Determinación de la muestra

En la presente investigación aplicamos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N x P x Q x Z^2 x / 2}{(N x e^2) + P x Q x Z^2 x / 2}$$

➤ **Proceso para obtener la muestra total para la población.**

$$n = \frac{N x P x Q x Z^2 x / 2}{(N x e^2) + P x Q x Z^2 x / 2}$$

$$n = \frac{20.000 x 0,05 x 0,05 x 1,92^2}{(20.000 x 0,05^2) + 0,5 x 0,5 + 1,96^2}$$

$$n = \frac{5.000 x 3,84}{(20.000 x 0,0025) + 0,25 x 3,84}$$

$$n = \frac{19.200}{500 + 0,96}$$

$$n = \frac{19.200}{500,96}$$

$n = 380$ personas.

Simbología

PQ= Constante de Probabilidad de ocurrencia y no Ocurrencia -0.5

E= Error de muestreo -0.5

N= Población; 20.000

K= Coeficiente de corrección del error 1.96

Zx/2 = Coeficiente de la variable – 1,96

Población a encuestar: 380 personas

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable Independiente: La edu-comunicación y su impacto en la audiencia de radio la voz del santuario en el Cantón Baños de Agua Santa.

Tabla 1. Matriz de Operacionalización de Variables V.I.

CONTEXTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TECNICAS E INSTRUMENTOS
<p>La edu-comunicación:</p> <p>La edu-comunicación se puede entender en un contexto de cambio cultural, revolucionario, dialógico, que nunca se acaba, dialéctico, global, interactivo, que adquiere su pleno sentido en la educación popular, en la que comunicadores/educadores y receptores/alumnos, enseñan y aprenden al mismo tiempo, pues son alternativamente emisores y receptores.</p>	<p>-Cambio Cultural</p> <p>- Cambio Dialógico</p> <p>-Educación Popular</p> <p>-Comunicadores Educadores.</p>	<p>- Costumbres</p> <p>- transformación social.</p> <p>- Aprendizaje</p> <p>- razonamiento.</p> <p>- informar.</p>	<p>¿Considera usted que la radio debe incentivar la transformación social de un pueblo?</p> <p>¿Cree usted que la radio la Voz del Santuario debe aumentar el aprendizaje en su Audiencia?</p> <p>¿Opina usted que los contenidos radiales de la radio la Voz del Santuario motivan el razonamiento de su audiencia?</p> <p>¿Está de acuerdo que en la actualidad la radio la Voz del Santuario cumple la función de informar?</p> <p>¿Piensa usted que la radio la Voz del Santuario tiene un público objetivo?</p>	<p>-Encuesta/Cuestionario</p>

Elaborado por: Culqui L. (2017)

Variable Dependiente: La edu-comunicación y su impacto en la programación de radio la voz del santuario en el Cantón Baños de Agua Santa.

Tabla 2. Matriz de Operacionalización de Variables V.D.

CONTEXTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TECNICAS E INSTRUMENTOS
<p>La Programación:</p> <p>Programa que procede del vocablo latino programma, es un término con diversos usos. Cuando nos referimos a un programa de radio, estamos haciendo referencia a una serie o atmosfera de emisiones que se transmiten por vía radiofónica con una cierta periodicidad (todos los días, una vez por semana), esta está regida por una estructura social bien planteada por el exponente.</p>	<p>-Atmósfera de emisiones</p> <p>-Transmisiones</p> <p>-Vía radiofónica</p> <p>-Estructura Social.</p> <p>-Exponente</p>	<p>- Publico Objetivo</p> <p>- contenidos</p> <p>- Opinión.</p> <p>- Estrato social</p> <p>- Comunicador</p>	<p>¿Usted cree que la variedad de contenidos garantiza una programación radial exitosa?</p> <p>¿En qué medida los programas de opinión son orientados con temas de interés a la sociedad?</p> <p>¿Opina usted que la radio ofrece contenidos según un público objetivo determinado?</p> <p>¿Cree usted que Radio La Voz del Santuario está preparada para aportar contenidos educativos para su comunidad?</p> <p>¿Qué temas debería difundir la radio para aportar a la educación de su público objetivo?</p>	<p>-Encuesta/Cuestionario</p>

Elaborado por: Culqui L. (2017)

PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

El presente trabajo investigativo se realizó, mediante la encuesta realizada a la población del cantón Baños de Agua Santa de la provincia de Tungurahua, donde se proporcionara la debida información pertinente a la estación de radio y los niveles de audiencia establecidos.

Se procedió a la revisión crítica, analítica de la información recogida; es decir, limpieza de las encuestas y los posibles defecto de la misma así también como contradicciones impuestas o información incompleta, y pertinente.

También se tabularon los datos según las variables de cada hipótesis: y el manejo de la información, un estudio estadístico de datos para presentación de resultados reales y definidos.

En las preguntas y respuestas se abrevió se tomaron en consideración los siguientes temas de interés:

- 1.** Diseño y planificación del instrumento.
- 2.** Validación del instrumento.
- 3.** Revisión de la información recogida.
- 4.** Separación y clasificación de la información defectuosa.
- 5.** Repetición de la recolección en caso de fallas.
- 6.** Tabulación de datos.
- 7.** Codificación de los datos en tablas.
- 8.** Creación de cuadros en Excel sobre de los datos obtenidos.
- 9.** Presentación en cuadros y gráficos.
- 10.** Interpretación de datos.

PLAN DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Tabla 3. Matriz de plan de recolección de datos

a) ¿Para qué?	Conocer el impacto social sobre la creación de programas de radio que transmitan educación.
b) ¿De qué personas u Objetos?	Personas de la zona y varias regiones del país, radio escuchas de la provincia de Tungurahua.
c) ¿Sobre qué aspectos?	Acerca de la difusión educativa que se transmite actualmente el cantón Baños de Agua Santa.
d) ¿Quién o quiénes?	El investigador: Luis Fernando Culqui Vega.
e) ¿Cuándo?	La recolección de la investigación de campo, en los meses de Noviembre-Diciembre del 2016.
f) ¿Dónde?	En el cantón Baños de Agua Santa y las zonas cercanas con sintonía.
g) ¿Cuántas veces?	La recolección ha sido aplicada una sola vez, por ser un extenso grupo a entrevistar.
h) ¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta
i) ¿Con qué?	Cuestionario, Guión estructurado.
j) ¿En qué situación?	En el desarrollo de la investigación.

Elaborado por: Culqui L. (2017)

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En la presente encuesta de investigación se plantea las siguientes preguntas con el fin de poder determinar la solución a la problemática planteada: En cuanto a si los contenidos edu-comunicacionales tienen impacto en la audiencia de la Radio La Voz del Santuario

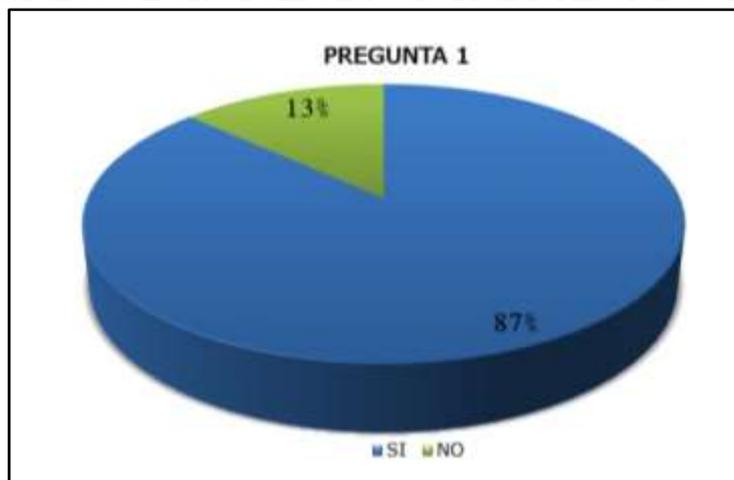
Tabla 4. Considera usted que Radio incentiva la transformación social de un pueblo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	330	87%
NO	50	13%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón Baños de Agua Santa.

Elaborado por: Culqui F. (2017)

Gráfico 6. La Radio Incentiva la Transformación Social de un pueblo



Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón Baños de Agua Santa.

Elaborado por: Culqui F. (2017)

Análisis e interpretación

A partir de los resultados expresados en la tabla se puede deducir que la mayoría de los encuestados considera necesario incentivar la transformación social en un pueblo

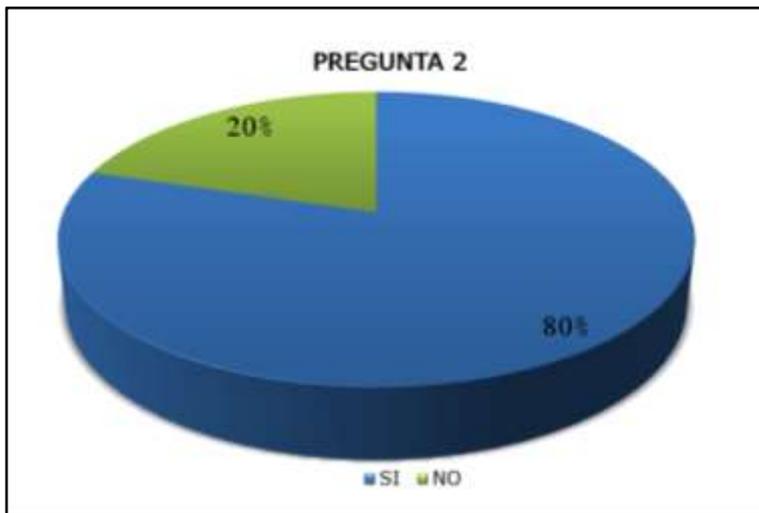
Pues del total de las personas encuestadas, el 87% considera que es necesario el incentivar la transformación de un pueblo por otro lado el 13% considera que no es necesario.

Tabla 5. Cree usted que la radio la Voz del Santuario debe aumentar el aprendizaje de su audiencia

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	303	80%
NO	77	20%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón Baños de Agua Santa.
Elaborado por: Culqui F. (2017)

Gráfico 7. Aprendizaje en su audiencia



Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón Baños de Agua Santa.
Elaborado por: Culqui F. (2017)

Análisis e interpretación

Tomando en consideración el análisis de los resultados de la tabla y del gráfico expresados se puede deducir que de un porcentaje total de personas encuestadas que corresponde al 100%, el 80% opina que si se debería aumentar el aprendizaje en la audiencia, más el 20% de la población no piensa igual. Se puede concluir que hay un mayor porcentaje de la población que tiene interés en obtener información que aporte con un contenido de aprendizaje para los radioescuchas que sintonizan la radio La Voz del Santuario del Cantón Baños de Agua Santa.

Tabla 6. ¿Opina usted que los contenidos radiales de la radio la Voz del Santuario motivan el razonamiento de su audiencia?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	260	68%
NO	120	32%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón Baños de Agua Santa.

Elaborado por: Culqui F. (2017)

Gráfico 8. Motivación del razonamiento de su audiencia



Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón Baños de Agua Santa.

Elaborado por: Culqui F. (2017)

Análisis e interpretación

A partir de los resultados expresados en la tabla y en el gráfico se puede deducir que el total de las personas encuestadas equivalen al 100%, ya que el 68% que corresponde a las personas que respondieron que los contenidos de la radio si motivan a la reflexión y al razonamiento de la audiencia; mientras el 32% no está de acuerdo con este precedente.

El mayor porcentaje de personas encuestadas se sienten motivadas a la sintonía de la radio por sus espacios de información y razonamiento que aportan en cierta parte a la colectividad del cantón.

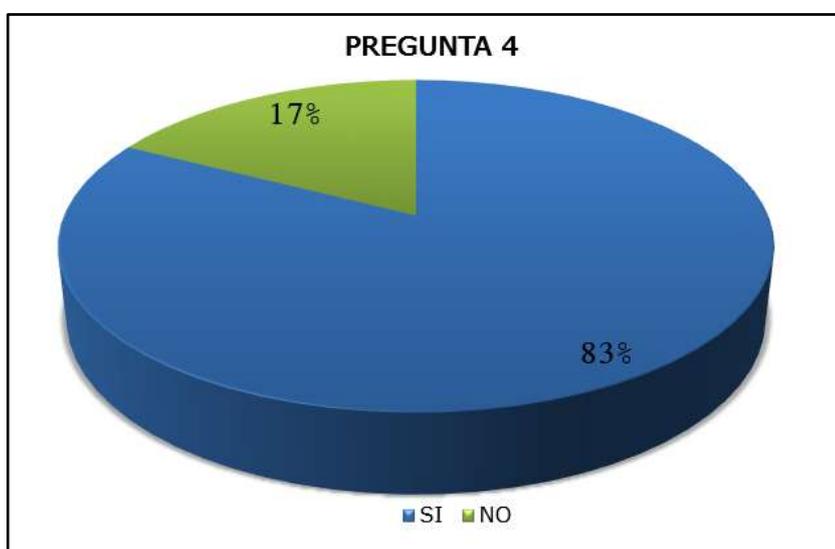
Tabla 7. ¿Cree que la radio la Voz del Santuario cumple con la función de informar?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	314	83%
NO	66	17%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón Baños de Agua Santa.

Elaborado por: Culqui F. (2017)

Gráfico 9. Cumple con la función de informar



Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón Baños de Agua Santa.

Elaborado por: Culqui F. (2017)

Análisis e interpretación

A partir de los resultados expresados en la tabla y en el gráfico se puede deducir que el total de las personas encuestadas equivalen al 100%, el 83% de las personas opina favorablemente en que la radio si cumple con la tarea de informar, mientras que el 17% de las personas encuestadas opina que la radio no cumple con este rol necesario.

Por otro lado, el mayor porcentaje de la población actual está informada del acontecer nacional y mundial mediante la radio la voz del Santuario del Cantón Baños de Agua Santa y su variada programación informativa

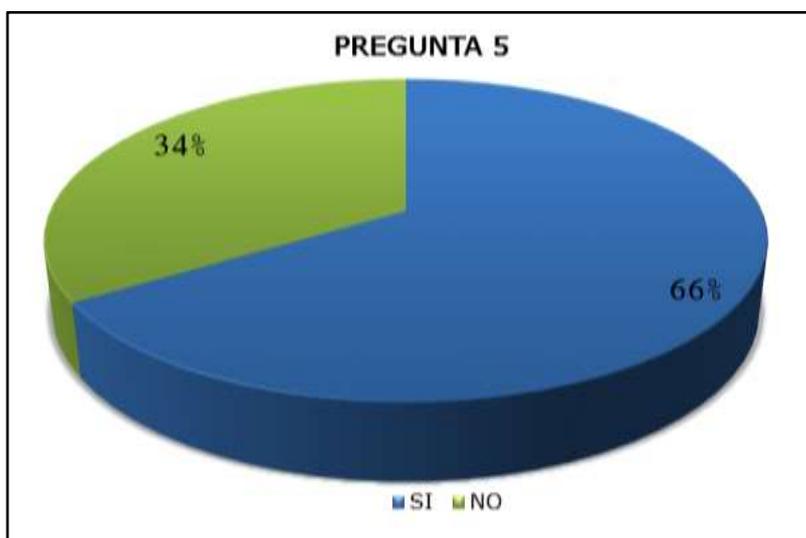
Tabla 8. ¿Piensa usted que la radio la Voz del Santuario tiene un público objetivo?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	251	66%
NO	129	34%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón Baños de Agua Santa.

Elaborado por: Culqui F. (2017)

Gráfico 10. Público objetivo



Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón Baños de Agua Santa.

Elaborado por: Culqui F. (2017)

Análisis e interpretación

En la observación de los datos tomados mediante la pregunta por medio de la tabla y del gráfico podemos deducir que la población total corresponde al 100%, el 66% de la población encuestada está de acuerdo que la radio la Voz del Santuario tiene un público objetivo, pero el 34% de las personas encuestadas expresa que la radio no cuenta con un público objetivo determinado en el que se comparta la información.

Es por eso que el grupo objetivo al que van dirigidos los contenidos de la radio, son para una gran variedad de personas de distinta edad y de clase social, los cuales se informan y participan en la distinta programación radial prevista.

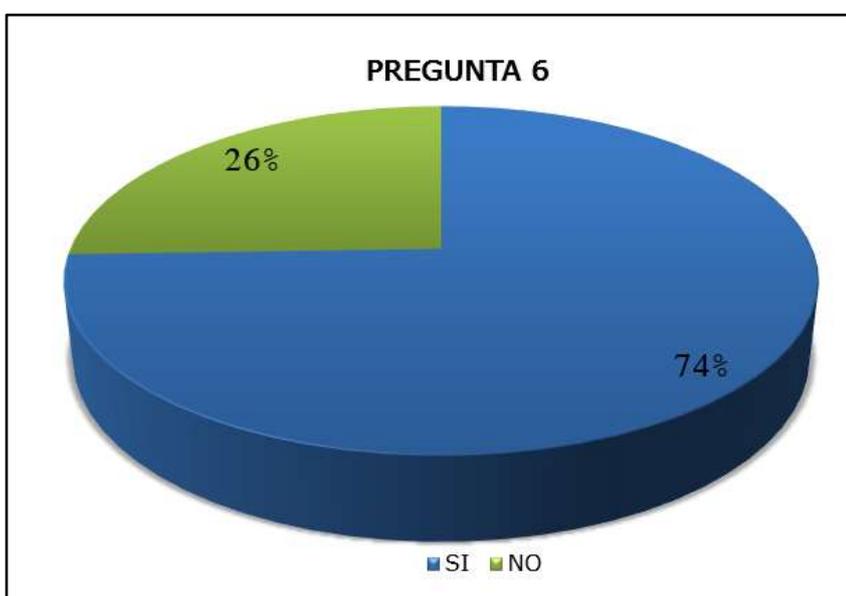
Tabla 9. ¿Usted cree que la variedad de contenidos garantiza una programación radial exitosa?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	283	74%
NO	97	26%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón Baños de Agua Santa.

Elaborado por: Culqui F. (2017)

Gráfico 11. Contenidos garantizan una programación exitosa



Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón Baños de Agua Santa.

Elaborado por: Culqui F. (2017)

Análisis e interpretación

Tomando en consideración el análisis de los resultados de la tabla y del gráfico expresados se puede deducir que de un porcentaje total de personas encuestadas que corresponde al 100%, el 74% de las personas encuestadas opina que la variedad de contenidos si garantiza una programación radial exitosa, y el 26% de los encuestados informa que no es indispensable la variación de contenidos para una programación exitosa.

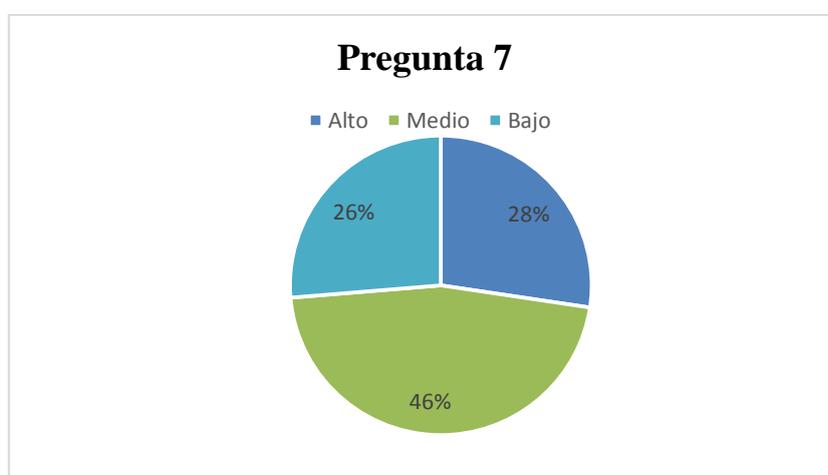
En conclusión una programación variada de contenidos informativos y educativos si garantiza una programación exitosa y no solo para la audiencia local.

Tabla 10. ¿Cómo califica usted a los programas de opinión en cuanto a su orientación a los temas de interés social?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alto	104	28%
Medio	176	46%
Bajo	100	26%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón Baños de Agua Santa.
Elaborado por: Culqui F. (2017)

Gráfico 12. Programa de orientación en temas de interés social



Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón Baños de Agua Santa.
Elaborado por: Culqui F. (2017)

Análisis e interpretación

En la observación de los datos tomados mediante la pregunta por medio de la tabla y del gráfico podemos deducir que la población total corresponde al 100%, el 46% de la población califica como medio a la orientación que genera la radio en cuanto a los temas de interés, mientras que el 28% de la población encuestada opina que mantienen un nivel alto los temas de interés dirigidos a la sociedad actual. Por otro lado, el 26% considera que mantiene un nivel bajo en los temas de interés dirigido a la sociedad.

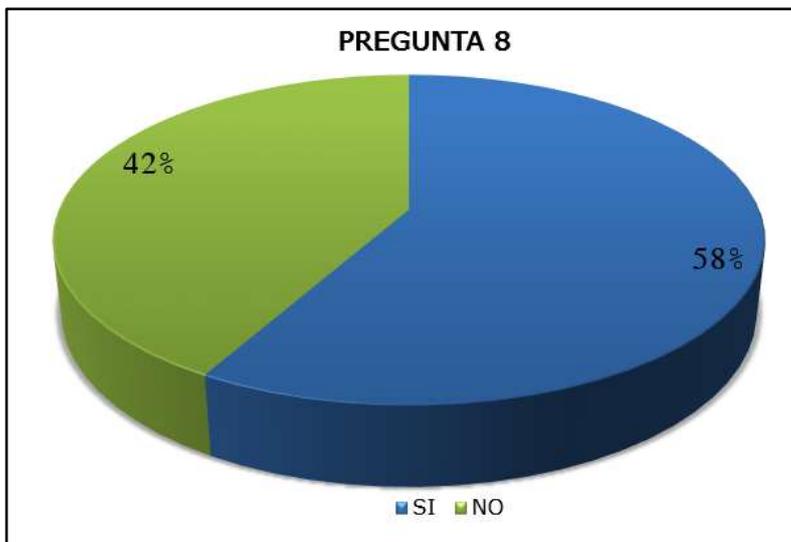
Podemos decir que la programación de la radio necesita incluir temas de mayor interés para la sociedad en el que garantice la comprensión y participación de la ciudadanía.

Tabla 11. ¿Opina usted que la radio ofrece contenidos según un público objetivo determinado?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	221	58%
NO	159	42%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón Baños de Agua Santa.
Elaborado por: Culqui F. (2017)

Gráfico 13. Contenido según el público objetivo



Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón Baños de Agua Santa.
Elaborado por: Culqui F. (2017)

Análisis e interpretación

En la observación de los datos tomados mediante la pregunta por medio de la tabla y del gráfico podemos deducir que la población total corresponde al 100%, el 58% de la población encuestada opina que la radio ofrece contenidos para un público objetivo determinado, al contrario el 42% de las personas expresa que no ofrece contenidos a un público objetivo determinado.

En determinación el mayor porcentaje de personas opinan que la radio La Voz del Santuario del cantón Baños de Agua Santa si ofrece contenidos para un público objetivo

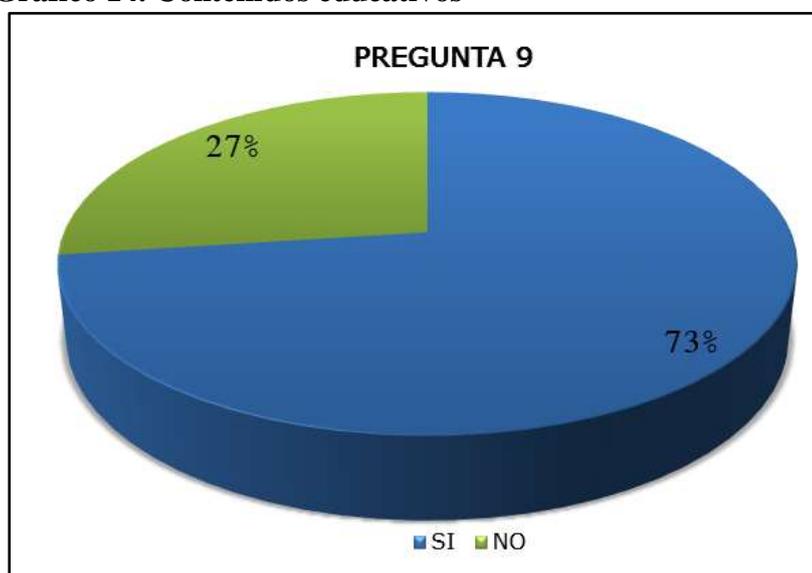
Tabla 12. ¿Cree usted que Radio La Voz del Santuario está preparada para aportar contenidos educativos para su comunidad?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	277	73%
NO	103	27%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón Baños de Agua Santa.

Elaborado por: Culqui F. (2017)

Gráfico 14. Contenidos educativos



Fuente: Encuesta dirigida a la población del cantón Baños de Agua Santa.

Elaborado por: Culqui F. (2017)

Análisis e interpretación

A partir de los resultados expresados en la tabla y en el gráfico se puede deducir que el total de las personas encuestadas equivalen al 100%, el 73% de las personas opina favorablemente en que la radio si está preparada para aportar contenidos a la comunidad del cantón, lo contrario del 27% de las personas en desacuerdo en que la radio no está preparada para aportar este tipo de contenidos.

Para finalizar decimos que el mayor porcentaje de la población opina que la radio si cumple las expectativas de la audiencia y está preparada para aportar nuevos contenidos.

10.- ¿Qué temas debería difundir la radio para aportar a la educación de su público objetivo?

En la información estimada se ha determinado que estas son las opiniones más importantes para un análisis mejor elaborado por parte del investigador

Temas que requieren difusión:

- Salud
- Sexualidad
- Drogas
- Embarazos en la Juventud a temprana edad

Todos estos temas y precedentes deben ser realizados y expuestos por un profesional en cada una de estas áreas para que se pueda dar un conocimiento general y explícito de las causas y efectos de cada uno de estos temas.

Se recomienda que para el desarrollo de estos proyectos expositivos de información se los planifique mejor para una correcta aplicación en la radio La Voz del Santuario del cantón Baños de Agua Santa.

VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Comprobación de hipótesis mediante análisis.

La hipótesis de la investigación se comprobaba con los métodos tradicionales como lo es la prueba del Chi cuadrado, esto debido a que la investigación posee una población finita de 380 personas.

El proceso para el cálculo del Chi cuadrado es el siguiente:

Modelo lógico:

H1: Los contenidos de la programación radial se consideran edu-comunicacionales en la Radio la Voz del Santuario.

H0: Los contenidos de la programación radial no se consideran educacionales en la Radio la Voz del Santuario.

Modelo matemático

Ho: O = E

H1: O ≠ E

Modelo estadístico

$$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Regla de decisión

1-0,05 = 0,95;

gl = (c-1) (r-1)

gl = (3-1) (2-1) = 2

Al 95% y con 2 gl X^2_t es igual a 5,991

Se acepta la hipótesis nula si, X^2_c es menor o igual a X^2_t , caso contrario se rechaza, α de 0,05

Cálculo de X^2 :

Tabla 13. Frecuencias Observadas

		7. ¿Cómo califica usted a los programas de opinión en cuanto a su orientación a los temas de interés social?				
3. ¿Opina usted que los contenidos radiales de la radio la Voz del Santuario motivan el razonamiento de su audiencia?		Opinión	Bajo	Medio	Alto	Total
	Si		64	113	83	260
	No		36	63	21	120
Total			100	176	104	380

Explicación: Todos los valores expresados en la tabla se conocen como Frecuencias Observadas, estas frecuencias son el resultado de la tabulación de la encuesta aplicada a la audiencia de la Radio la Voz del Santuario en el Cantón Baños de Agua Santa

Tabla 14. Frecuencias Esperadas

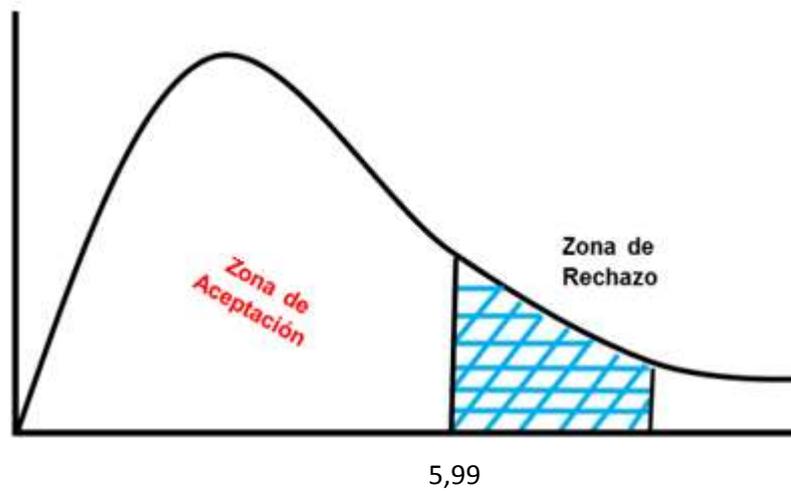
		7. ¿Cómo califica usted a los programas de opinión en cuanto a su orientación a los temas de interés social?			
3. ¿Opina usted que los contenidos radiales de la radio la Voz del Santuario motivan el razonamiento de su audiencia?	Opinión	Bajo	Medio	Alto	Total
	Si	64	113	83	260
	No	36	63	21	120
	Total	100	176	104	380

Explicación: las Frecuencias Esperadas son las que debieran presentarse si la hipótesis fuera verdadera, es decir las variables fueran independientes una de la otra.

Tabla 15. Calculo del Chi cuadrado

Calculo del chi cuadrado				
FO	FE	FO-FE	(FO-FE)²	(FO-FE)²/FE
64	68,42	-4,42	19,54	0,29
36	31,58	4,42	19,54	0,62
113	120,42	-7,42	55,06	0,46
63	55,58	7,42	55,06	0,99
83	71,16	11,84	140,19	1,97
21	32,84	-11,84	140,19	4,27
Total		0,00	429,56	8,59

Gráfico 15. Campana de Gaus



Conclusión

Como el valor del Chi cuadrado calculado (X^2_c) es igual a 8,59 este valor es mayor a X^2_t 5,99 con 2 grado de libertad y un α de 0,05.

Se RECHAZA la hipótesis nula y se ACEPTA la alterna, es decir, “Si existe relación significativa entre **edu-comunicación** y la programación de radio la Voz del Santuario en el Cantón Baños de Agua Santa”

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Dentro de los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a las personas habitantes del Cantón Baños de Agua Santa se destacan los siguientes resultados:

Las preguntas de interés general exponen que la radio la voz del Santuario debe ofrecer más información a la audiencia para lo cual se definirá un cronograma mejor justificado,

Además con respecto a los programas de opinión de interés social para la población del cantón Baños, se concluye que todos los contenidos vertidos de opinión que transmita la estación radial tiene el objetivo de la participación de la audiencia en temas de interés social.

Se necesita planificar mejores espacios de entrevistas y de opinión para la audiencia de la radio la Voz del Santuario del Cantón Baños, en los cuales se pueda informar de una mejor manera.

Incorporar temas de interés social de la actual, para adolescentes y jóvenes sobre actividades de salud mental y física con el fin de capacitar interactuando con la audiencia y la radio.

Comunicar y publicitar mejor el manejo de contenidos edu-comunicacionales creados en sus diferentes espacios de programas radiales, que beneficien a la audiencia de la radio la Voz del Santuario.

RECOMENDACIONES

- Con el análisis de los diferentes interrogantes planteados a la población del cantón Baños de Agua Santa se pudo determinar que hay que elaborar mejor segmentos y contenidos mejor estructurados para el interés social.
- Se recomienda la aplicación de los temas encuestados anteriormente dirigidos al interés social y comunitario como salud, sexualidad, drogas y embarazos a temprana edad a tratar en el medio local.
- Adaptar los temas de los resultados obtenidos para un mejor conocimiento colectivo que beneficie a la audiencia de la radio del cantón Baños de Agua Santa.
- Difundir temas de interés en redes sociales promoviendo el interés juvenil para receptar comentarios y nuevos contenidos que aporten al desarrollo de la radio local.
- Dirigir varios contenidos a diferentes grupos de públicos objetivos para que se interesen en temas sociales y contenidos edu-comunicacionales que vinculen a la audiencia y la radio.

CAPITULO VI

PROPUESTA

TEMA: Incorporación de nuevos contenidos de interés social en la programación de la Radio la Voz del Santuario promoviendo el interés de los radioescuchas.

DATOS INFORMATIVOS

Área: Comunicación Social

Institución Ejecutora: Radio La Voz del Santuario

Dirección Teléfono: Calle 12 de Noviembre y Ambato

Responsable: Luis Fernando Culqui Vega

Página web (Nacional): www.radiosantuario.com

Beneficiarios: Radioescuchas

Ubicación: Radio la Voz del Santuario.

ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

La Radio la Voz el Santuario es una estación radial que ofrece a su radio escuchas programación de todo tipo con un alcance a nivel local, nacional e internacional. El tipo de contenido que se transmite es cultural, musical y religioso; a más de ello, gracias a las TIC's la radio hoy en día mantiene una cobertura internacional al igual que una difusión on-line.

No obstante, la difusión de contenido de interés educativo con temas que ayuden a generar nuevos conocimiento e informar a la sociedad, es uno de los ejes que se debe fortalecer en la radio. Además mejoraría las perspectivas del público objetivo al cual va dirigido los temas de interés social.

La difusión de información con contenidos educativos constituye una estrategia fundamental para captar la atención de los radioescuchas promoviendo el interés

juvenil receptando los comentarios y obteniendo una mayor sintonía por parte de la audiencia.

JUSTIFICACIÓN

La difusión de información que genere interés y conocimiento transmitida a la ciudadanía constituye un factor fundamental para el aprendizaje educativo y cultural. Por lo cual, gran parte de la audiencia analizada y sugiere la incorporación de contenidos edu-comunicacionales dirigidos a gran variedad de personas de distintas edades e identificando el público objetivo para cada transmisión.

Generar la participación y acceso a la información educativa, cultural y de interés social ayuda a aumentar el aprendizaje de los radioescuchas al igual que su participación mediante opiniones, motivando al razonamiento de la audiencia con los contenidos de la programación.

El sector informativo y comunicacional radial contribuye de forma significativa con información de interés hacia la audiencia con la ayuda de las tecnologías de información, lo cual incentiva la transformación social de un pueblo generando nuevas perspectivas en la audiencia.

Dentro de este contexto, la difusión de una programación en la cual se imparta contenidos educativos que ayuden e incentiven el aprendizaje de la audiencia está siendo instituida en las diferentes estaciones radiales. Esto se debe a que les ayuda a generar una programación radial exitosa con gran acogida de la audiencia.

La Radio la Voz del Santuario carece de programas informativos lo que genera el desconocimiento de la audiencia en temas útiles para la sociedad que ayuden al aprendizaje y la participación del radioescucha. Por tal motivo se plantea la propuesta ante la necesidad de fortalecer la difusión de programas educativos de aprendizaje, que brinde interés social y la socialización de temas como: salud, sexualidad, embarazos, drogas entre otros con miras a la concientización y aplicación de la información difundida por los profesionales expertos en el tema.

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERAL

Incorporar contenidos de interés social con temas sugeridos por la audiencia de la Radio Voz del Santuario del Cantón Baños.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Recoger la opinión ciudadana para incorporar en la producción radial de la Radio Voz del Santuario.
- Gestionar la presencia de profesionales especializados en cada uno de los temas captados del público objetivo de la Radio Voz del Santuario del Cantón Baños.
- Difusión de la programación edu-comunicacional a la audiencia de la Radio Voz del Santuario del Cantón Baños.

ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

Factibilidad Política: Las normas institucionales que guían las acciones de la Radio La Voz del Santuario son:

- Proporcionar información veraz y oportuna a la audiencia fidelizando la sintonía de la radio.
- Fortalecer la emisión de información en el ámbito educativo incentivando la transformación social en los radio escuchas.
- Generar la participación e interacción con los radio escuchas motivando el razonamiento y aprendizaje de la audiencia.

Factibilidad Socio-Cultural: La información difundida por la radio La Voz del Santuario es emitida de forma veraz y oportuna hacia la audiencia ya que con la investigación se identificó una buena perspectiva del radioescucha sobre la

programación que emite la radio mencionando que está preparada para emitir programas educativos y culturales.

Además existe la predisposición del equipo técnico de la radio para la difusión de la programación educativa y cultura. De igual manera se trabajará de forma conjunta interactuando con la audiencia en cuanto a los temas que se captaran de acuerdo a sus diferentes perspectivas.

Factibilidad Tecnológica: Gracias a las tecnologías de información y comunicación la Radio La Voz del Santuario cuenta con los insumos tecnológicos necesarios para llevar a cabo la emisión como: estudio de grabación, consola, comrex, frecuencia modulada, acceso a internet y demás insumos necesarios para una frecuencia sin inconvenientes.

Conectividad mediante vía telefónica para la interacción de los radioescuchas en el transcurso de la difusión de la programación. Esto hace que la audiencia sea participe y resuelva inquietudes sobre temas de su interés con la ayuda del profesional experto en la temática.

Factibilidad Organizacional: Para la difusión de la programación se contara con la colaboración del equipo de trabajo y ese espíritu de liderazgo que denota La Voz del Santuario. El estudio estará preparado para la intervención de cada profesional invitado satisfaciendo las expectativas de los ciudadanos.

A más de ello el equipo de trabajo con el que cuenta la radio La Voz del Santuario, considerado interdisciplinario, promueven la aplicación de las políticas y métodos con mayor viabilidad para la consecución de los objetivos de la radio para una mayor sustentabilidad a largo plazo de la programación radial.

Factibilidad Equidad de Género: Se contara con la presencia de profesionales especializados en las diferentes áreas temáticas solicitadas por la audiencia de la radio. Dentro de este contexto la participación de los radio escuchas es de vital importancia para cubrir temas de su interés.

Factibilidad Ambiental: Con respecto a este punto con la finalidad de precautelar el medio ambiente, se estableció el uso del papel de forma moderada en lo que respecta a la elaboración del texto y las preguntas que mantiene la audiencia se las realiza en vivo.

Factibilidad Económica – Financiera: La financiación del presente proyecto será por parte del investigador, quien asumirá los diferentes costos en los cuales se incurrirá tras el desarrollo de la investigación. Por lo cual en el cuadro adjunto se detallara de forma resumida los costos y gastos necesarios para el desarrollo de la presente propuesta.

Tabla 16. Factibilidad Económica-Financiera

Recurso Humano				
DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Investigador	1	Meses	-	\$200.00
Recursos Materiales				
Útiles de oficina	-	-	-	\$60.00
Subtotal				\$ 260.00
10% Imprevistos				\$26.00
TOTAL				\$286.00

Elaborado por: Culqui L. (2017)

FUNDAMENTACIÓN

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Una de las políticas para la revolución cultural es la de promover el derecho a la expresión cultural en los espacios públicos de todos los grupos sociales, especialmente de aquellos discriminados por políticas intolerantes y excluyentes por su condición étnica, de género, etaria, entre otras.

La Constitución de la República del Ecuador de 2008 en el Título II de los Derechos, capítulo segundo de los derechos del buen vivir, sección tercera de la comunicación e información en su artículo 16 señala que todas las personas, tienen derecho a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma.

En la misma constitución menciona el derecho a la creación de los medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión pública, privada y comunitaria.

En el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 en su objetivos 2 sobre sus políticas y lineamientos menciona

- La creación de mecanismos de comunicación y educativos que promuevan el respeto y el reconocimiento de diversidad y afirmen el diálogo intercultural y el ejercicio de los derechos colectivos de las nacionalidades y los pueblos indígenas, afro ecuatorianos y montubios.
- Implementar mecanismos de educación y comunicación desde el Estado para la transformación de patrones socioculturales, evitando la interiorización de imaginarios sociales que reproduzcan la violencia de todo tipo, incluyendo la de género y la intergeneracional.

Por otro lado, en la Ley Orgánica de Comunicación (2013) en su artículo 49 menciona que el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación tendrá como atribución determinar mecanismos que permitan la variedad de programación, con orientación a programas educativos y/o culturales.

De igual manera, dentro de la misma ley en el artículo 7 menciona que los contenidos considerados de entretenimiento, que sean difundidos a través de los medios de comunicación, adquieren la condición de información de relevancia.

FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO-TÉCNICA

Al realizar una breve contextualización la programación radial que es el proceso de planear, organizar y transmitir música y programas afines de entretener a sus radioescuchas y que sea de su agrado.

En la actualidad gracias a las nuevas tecnologías de información y comunicación la transmisión de la información se hace cada día más visible y accesible, por otro lado la edu-comunicación es un campo interdisciplinario ya que aborda la dimensión teórico-práctica tanto de la educación y la comunicación.

Los espacios educativos y de comunicación son aquellos en los cuales la audiencia tiene una participación pero el exponente requiere toda la atención, no obstante se crea un ambiente entretenido.

Para cualquier estación radial la transmisión de temas educativos y culturales, que permita compartir conocimiento con el radioescucha al igual que la participación de estos en temas de interés social es de suma importancia. Impulsar el proceso de comprensión, integración y transformación de las diferentes sociedades y culturas mirando a la comunicación como un entorno de los procesos culturales. De igual manera debe de existir una responsabilidad social por parte de los medios de comunicación, que no se enfoque solo en comunicar e informar, sino un compromiso con los radioescuchas al brindar información veraz con contenidos educativos y culturales.

MODELO OPERATIVO

Tabla 17. Modelo Operativo

ETAPAS	OBJETIVOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLES	TIEMPO
Socialización	Socializar a la autoridad máxima de la Radio la Voz del Santuario la incorporación de programas educativos y culturales para su difusión, con el apoyo de los resultados de la investigación realizada.	Reunión con el Director de la estación radial de la Radio la Voz del Santuario para la socialización previa de la propuesta y el posible acceso a las instalaciones de para poder interactuar con el equipo técnico.	Computador Proyecto de investigación Encuestas	Investigador	Primera semana de marzo de 2017
Planificación	Elaborar la Propuesta de la inclusión de temas educativos dentro de la programación de la Radio la Voz del Santuario tomando en consideración	Recopilación de la información con respecto a temas de opinión de la audiencia sobre interés social. Estructurar la guía de preguntas en base a las	Computador Proyecto de investigación. Documentación	Investigador Equipo Técnico	Tercera semana de marzo 2017

	los aspectos necesarios para el desarrollo.	inquietudes de la audiencia para realizar al profesional competente.			
Ejecución	Programar de forma cronológica la participación en la programación con los diferentes temas de interés social la participación de los profesionales expertos en los diferentes temas para la transmisión radial en la Radio la Voz del Santuario.	Elaboración del cronograma de programación en base a los temas de interés social solicitados por la audiencia. Contactar al profesional competente dependiendo del tema que se va a tratar.	Computador. Equipo Técnico. Programación.	Investigador Equipo Técnico	Cuarta semana de marzo de 2017
Evaluación	Validar la propuesta a través de la	Análisis de la propuesta con Fray Gonzalo	Computador	Investigador	Primera y

	socialización de los diferentes contenidos educativos de comunicación para la Radio la Voz del Santuario.	Suárez Director de la estación radial de la Radio la Voz el Santuario para el diálogo sobre los aspectos emitidos por la audiencia.	Encuestas Recurso Humanos		segunda semana de abril de 2017
--	---	---	------------------------------	--	---------------------------------

Elaborado por: Culqui L. (2017)

Programación Salud

Tema: Actividad Física

Profesional: Dra. Ximena Yáñez

Doctora Ximena Yáñez en compañía de los taps hablan sobre la actividad física que se debe realizar tanto como niños, jóvenes, adultos y adultos mayores para que no tengan problemas de salud, explicando la definición y recomendación para cada grupo de edades.



Para quienes no lograron captar alguna información relevante durante la programación, el video se encuentra colgado en la siguiente dirección:

<https://www.facebook.com/Radio-La-Voz-del-Santuario-126394484061111/?fref=ts>



Programación de cultura legal

Tema: Arrendamientos

Profesional: Abg Rocio Rumipamba

En el noticiero de radio la voz del santuario tanto en la mañana como al medio día se ha incrementado invitados profesionales con diferentes temas como la Abogada Rocio Rumipamba que da a conocer sobre los arrendamientos, que para poder una persona arrendar un inmueble primero debe realizarlo el “contrato de arrendamiento notariado” para que así no tenga problemas en el transcurso del tiempo.



El video sobre este tema se encuentra colgado en la siguiente dirección:

<https://www.facebook.com/Radio-La-Voz-del-Santuario-126394484061111/?fref=ts>

PRESUPUESTO Y FINANCIACIÓN

La presente propuesta va a ser financiado por el estudiante investigador y se detalla a continuación:

Tabla 18. Presupuesto

N°	Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Computador	240 Horas	1	240 dólares
2	Impresiones	700	0.05	35 dólares
3	Copias	500	0.03	15 dólares
4	Transporte	50	3.00	150 dólares
TOTAL				440 dólares

Elaborado por: Culqui L. (2017)

PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

Tabla 19. Previsión de la evaluación

PREGUNTAS	EXPLICACIÓN
a) ¿Qué evaluar?	Los contenidos de la programación referentes a temas edu-comunicacionales y culturales
b) ¿Por qué evaluar?	Porque es importante realizar un análisis del programa para verificar si este ha transferido información de interés social en beneficio de la audiencia.
c) ¿Para qué evaluar?	Para conocer la opinión de la audiencia en cuanto a la programación de temas de interés social.
d) ¿Con qué criterios evaluar?	Validez, confiabilidad de la información transmitida.
e) ¿Con que indicadores?	Cualitativos: Interés por los temas.
f) ¿Quién evalúa?	Investigador: Luis Fernando Culqui
g) ¿Cuándo evaluar?	Segundo semestre del año 2017
h) ¿Cómo evaluar?	Mediante la opinión de la audiencia.
i) ¿Fuentes de información?	Equipo técnico de la Radio la Voz del Santuario que con su capacidad y profesionalismos de santuario llevan a cabo las diversas actividades dentro de la estación radial.
j) ¿Con qué evaluar?	Entrevistas.

Elaborado por: Culqui L. (2017)

Referencias Bibliográfica

1. El consejo de regulación y desarrollo de la información y comunicación. (2015). *Parámetros para difusión de contenidos interculturales*. Quito.
2. Anda, Gutiérrez. (2004). El periodismo y la radio.
3. Andrade, P. (1995). Escritor, Chile. En P. Andrade, *Historias de mi vieja radio* (pág. 208). Santiago .
4. Andrade, P. (2003). Ing. Periodismo. En P. Andrade, *Educación Intelectual*. Mexico.
5. Baca, C. (2011). De los Medios a las Mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonía. Jesús Martín Barbero (1987). *Libros Básicos en la Historia del Campo Iberoamericano de Estudios en Comunicación*, 1-19.
6. Bernal, J. (julio de 2014). Definición temática de programación. *Communications society*, pág. 12.
7. Brett, D. (2010). *KDKA: Broadcasting`s Pioneer Station*. Obtenido de Pabook2.libraries: <http://pabook2.libraries.psu.edu/palitmap/KDKA.html>
8. Carrera, P. (2009). Comunicador social y periodista. En P. Carrera, *Comunicación e integración*. Quito.
9. Ecuador, M. d. (2011). *Políticas para una revolución Cultural*. Quito.
10. Ecuador, M. d. (2013). Ley orgánica de comunicación. En M. d. Ecuador, *Disposiciones preliminares y definiciones*. Quito.
11. Freire, M. (1997). Investigador. En M. Freire. Paraguay.
12. Freire, P. (1970). Investigador. En M. Freire, *La educocomunicación* (pág. 208). Paraguay.
13. Garzón, C. A. (2016). Lic. Comunicación Social. En C. A. López Garzón, *La participación en la producción radial y la comunicación para el desarrollo de las personas privadas de la libertad del centro de rehabilitación social Cotopaxi* (págs. 38-42). Ambato.
14. González, M. (2011). Comunicador. En M. González , *La relación con la audiencia*.
15. González, M. (2011). Locutor. En M. González, *Relación con la audiencia*.
16. Goya, E. D. (2012). Escritora y periodista. En D. G. Emilia, *Medios de comunicación masiva* (pág. 125). Mexico: Red tercer milenio.

17. Granados, M. (2008). Ing. Investigación y periodismo. En M. Granados , *Periodismo para América latina* (pág. 254). Mexico: Tihuacan.
18. Herrera, P. (2004). La audiencia y su definición. En H. Portilla. España.
19. Jiménez, O. (2005). Revista de Educación número extraordinario. *Revista de Educación*, 9-14.
20. Kaplún, M. (1985). Educomunicador, radialista y escritor. En M. Kaplún, *El comunicador Popular* (pág. 261). Quito: Ciespal.
21. Kaplún, M. (2002). Educomunicador, Radialista y escritor. En K. Mario, *Una pedagogía de la Educación* (pág. 241). La Habana: Caminos la Habana.
22. Klare, J. (1960). El termino de comunicación se utiliza aqui como tranferencia de información. *Journal of communication Klare*, pág. 2.
23. Kliksberg, B. (09 de Febrero de 2012). *El Capital Social y la Cultura. Las Dimensiones Postergadas del Desarrollo*. Obtenido de http://www.econo.unlp.edu.ar/uploads/docs/el_capita_social_y_lacultura_las_dimensiones_postergadas_del_desarrollo_bernardo_kliksberg.pdf
24. Marín, A. (7 de Marzo de 2008). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de Métodos y estrategias de Investigación: <https://metinvestigacion.wordpress.com/>
25. Martí. (2010). Enisoras y su impacto en el medio social. *Revista Latina comunicación social*, 380.
26. Meyano, J. (1992). Radiodifusor. *La audiencia*, pág. 2.
27. Obregón, R. (2007). Catedrático Unesco de la comunicación 2003; Profesor Asociado de la School of Media Arts & Studies, Ohio. En R. Obregón, *Comunicación desarrollo y cambio social* (págs. 47-48). Argentina: Portal comunicación.
28. Osorio, F. (2011). La Evolución de los Mass Media. *Revista Mad: Universidad de Chile*, 43-50.
29. Pico, O. S. (2012). Lic. Comunicación Social. En O. S. Pico Llerena, *La poca comunicación para el desarrollo que realizan los informativos radiales en am de la ciudad de Ambato* (pág. 158). Ambato.
30. Prado, J. (2001). Hacia un nuevo concepto de alfabetización. El lenguaje de los medios. *Comunicar*, 161-170.
31. Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación. (2013). Registro Oficial N° 22. Ecuador.

32. Romulo, Gil. (1987). La radiodifusión en Latinoamérica.
33. Sánchez, Julio. (2010). Estudio de la oferta de programación de las radios autonómicas en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 378.
34. The Free Dictionary. (2016). *Radiodifusión*. Obtenido de <http://es.thefreedictionary.com/radiodifusi%C3%B3n>
35. Torres, M. (2009). Investigador. En M. Torres, *Tipos de Educación*. Argentina.
36. Yaguana, H., & Delgado, W. (2013). *85 años de la radiodifusión en Ecuador*. Quito: Intiyan.

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales

Carrera de Comunicación Social



OBJETIVO:

Recopilar información para determinar el impacto de la edu-comunicación en la audiencia de radio la voz del santuario en el Cantón Baños de Agua Santa.

A. INSTRUCCIONES:

- Lea detenidamente con atención cada pregunta.
- Marque con una X la respuesta que usted considere apropiada.

Persona Encuestada:

Rango de edad: 16-18 () 18-27 () 28-37 () 38-52 () 53 y más ()

Género: Masculino () Femenino () Otro ()

Ocupación:.....
.....

Interrogantes:

1.- ¿Considera usted que la radio debe incentivar la transformación social de un pueblo?

SI () NO ()

2.- ¿Cree usted que la radio la Voz del Santuario debe aumentar el aprendizaje en su Audiencia?

SI () NO ()

3.- ¿Opina usted que los contenidos radiales de la radio la Voz del Santuario motivan el razonamiento de su audiencia?

SI () NO ()

4.- ¿Está de acuerdo que en la actualidad la radio la Voz del Santuario cumple la función de informar?

SI () NO ()

5.- ¿Piensa usted que la radio la Voz del Santuario tiene un público objetivo?

SI () NO ()

6.- ¿Usted cree que la variedad de contenidos garantiza una programación radial exitosa?

SI () NO ()

7.- ¿Cómo califica usted a los programas de opinión en cuanto a su orientación a los temas de interés social?

Alto

Medio

Bajo

8.- ¿Opina usted que la radio ofrece contenidos según un público objetivo determinado?

SI () NO ()

9.- ¿Cree usted que Radio La Voz del Santuario está preparada para aportar contenidos educativos para su comunidad?

SI () NO ()

10.- ¿Qué temas debería difundir la radio para aportar a la educación de su público objetivo?

(Abierta)

.....
.....
.....
.....

FOTOS Y ENTREVISTAS



ARTÍCULO (PAPER)

“LA EDUCOMUNICACIÓN Y SU IMPACTO EN LA AUDIENCIA DE RADIO LA VOZ DEL SANTUARIO EN EL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA”

Luis Fernando Culqui Vega

Universidad Técnica de Ambato
Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales
Carrera de Comunicación Social

RESUMEN

La edu-comunicación ha constituido un nuevo paradigma en la difusión radial puesto que la programación de las estaciones radiales ha comenzado a difundir temas de interés social que benefician a los radioescuchas y por ende permite la participación de los mismos durante la programación radial.

A partir de los albores de las Tecnologías de Información y Comunicación el acceso a la información a nivel mundial se ha tornado accesible y por ende los medios de comunicación han logrado un sistema de comunicación que permite satisfacer las expectativas de los radioescuchas, a través de la difusión de contenidos de carácter informativo, educativos, y cultural.

Es por ello que el objetivo principal de la presente investigación es identificar si la programación de Radio la Voz del Santuario está estructurada con aspectos educativos para su audiencia. Por lo cual, a través de una encuesta a los habitantes del Cantón Baños de Agua Santa se analizó la opinión de la audiencia sobre la importancia de la difusión de contenidos edu-comunicativos y recreativos.

Posterior al análisis realizado los resultados dan a conocer que la audiencia de radio la Radio la Voz del Santuario considera que es necesario planificar mejores espacios

de entrevistas y de opinión para la audiencia; que permita informar de una mejor manera.

Por otro lado, los contenidos vertidos de opinión que transmita la estación radial permitan una interacción con la participación de los radioescuchas en cada una de las programaciones.

Palabras claves: edu-comunicación, programación, cultural, medios de comunicación.

ABSTRACT

Edu-communication has constituted a new paradigm in the radial diffusion that the programming of the radial stations has initiated a diffusion of subjects of social interest that benefit the listeners and therefore to make the participation of the same during the radial programming.

From the dawn of information technology and communication access to world-class information by the accessible tornado and the effort of the media have achieved a communication system that meet the expectations of listeners, Through the dissemination of informative, educational and cultural content.

This is why the main objective of the research is identified and the programming of the Voice of the Sanctuary Radio is structured with education for its audience. Therefore, through a survey of the inhabitants of the Canton Baños de Agua Santa analyzed the opinion of the audience on the importance of the dissemination of educational-communicative and recreational contents.

Subsequent to the analysis made the results of a knowledge that the audience of the Voice of the Sanctuary Voice considered that it is necessary to plan better spaces of interviews and opinion for the audience; What can I say in a better way?

On the other hand, the contents are transmitted to the radio of the radio station, they allow an interaction with the participation of the listeners in each one of the schedules.

Keywords: Edu-communication, programming, cultural, media.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación plantea un nueva formar de informar a la audiencia en donde se difunda contenidos educativos y culturales por parte de la estación Radial la Voz del Santuario. En este sentido, hoy en día la audiencia mantiene mayor acceso a los medios de comunicación, por lo cual resulta imprescindible la difusión de temas de interés social en donde se genere la participación de los radioescuchas.

La interacción de la audiencia en los medios de comunicación es cada vez mayor, por lo que resulta necesario difundir temas educativos y culturales que contribuyan con el aprendizaje y satisfacer inquietudes que permitan el mejor desarrollo en su diario vivir.

METODOLOGÍA

El enfoque aplicado a la investigación es cuantitativo, ya que la finalidad fue conocer la opinión de la audiencia en cuanto a los temas vertidos por la Radio la Voz del Santuario, al igual que conocer la opinión sobre el requerimiento de los radioescuchas en cuanto a temas informativos, culturales y educativos.

Para la evaluación a la audiencia se empleó el instrumento de evaluación conocido como la entrevista. A partir del análisis de la información se pudo apreciar una visión general sobre las perspectivas que mantiene la audiencia.

El tipo de investigación que se aplicó fue exploratorio, donde se determinó la importancia y los contenidos que difunde Radio la Voz del Santuario contribuyendo información de interés hacia los radioescuchas.

RESULTADOS ALCANZADOS

Casi el cien por ciento de la población analizada considera que la información vertida por la radio incentiva la transformación social de un pueblo, Por lo que el 80% de la población encuestada considera que debería aumentar el aprendizaje de la audiencia a través de la difusión de información edu-comunicacional y cultural. Entre los temas señalados por los encuestados mencionaron: salud, sexualidad, drogas y demás temas educativos que contribuyan al aprendizaje y participación de los radioescuchas.

Más de la mitad de las personas encuestadas consideran que los contenidos vertidos por Radio la Voz del santuario motivan el razonamiento de los radioescuchas pues tienen la posibilidad de ser partícipes en las distintas programaciones aportando su opinión a la radio y a la colectividad. Por otro lado consideran que la radio cumple con la función de informar a partir de la difusión del acontecer nacional e internacional garantizando para un 74% una programación radial exitosa, puesto que la transmisión está conformada con una variedad de contenidos informativos.

CONCLUSIONES

Dentro de los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a las personas habitantes del Cantón Baños de Agua Santa se destacan los siguientes resultados:

Las preguntas de interés general exponen que la radio la voz del Santuario debe ofrecer más información a la audiencia para lo cual se definirá un cronograma mejor justificado,

Además con respecto a los programas de opinión de interés social para la población del cantón Baños, se concluye que todos los contenidos vertidos de opinión que

transmita la estación radial tiene el objetivo de la participación de la audiencia en temas de interés social.

Se necesita planificar mejores espacios de entrevistas y de opinión para la audiencia de la radio la Voz del Santuario del Cantón Baños, en los cuales se pueda informar de una mejor manera.

Incorporar temas de interés social de la actual, para adolescentes y jóvenes sobre actividades de salud mental y física con el fin de capacitar interactuando con la audiencia y la radio.

Comunicar y publicitar mejor el manejo de contenidos edu-comunicacionales creados en sus diferentes espacios de programas radiales, que beneficien a la audiencia de la radio la Voz del Santuario.

RECOMENDACIONES

- Con el análisis de los diferentes interrogantes planteados a la población del cantón Baños de Agua Santa se pudo determinar que hay que elaborar mejor segmentos y contenidos mejor estructurados para el interés social.
- Se recomienda la aplicación de los temas encuestados anteriormente dirigidos al interés social y comunitario como salud, sexualidad, drogas y embarazos a temprana edad a tratar en el medio local.
- Adaptar los temas de los resultados obtenidos para un mejor conocimiento colectivo que beneficie a la audiencia de la radio del cantón Baños de Agua Santa.
- Difundir temas de interés en redes sociales promoviendo el interés juvenil para receptar comentarios y nuevos contenidos que aporten al desarrollo de la radio local.

- Dirigir varios contenidos a diferentes grupos de públicos objetivos para que se interesen en temas sociales y contenidos edu-comunicacionales que vinculen a la audiencia y la radio.

DISCUSIÓN O REFLEXIÓN CRÍTICA

La participación de la ciudadanía en los medios de comunicación radial contribuye de forma significativa, puesto que se puede captar su opinión, requerimientos y sugerencias que a diario la realizan. Los contenidos vertidos por las estaciones radiales están direccionando su accionara hacia temas de interés social que contribuya al aprendizaje de sus oyentes.

Por lo que, resulta necesario transmitir información educativa y cultural, permitiendo una mayor sintonía y participación por parte de los radioescuchas. Esto hace que mejore la interacción que mantiene la radio con sus oyentes.

Es por ello que, la iniciativa de contar con un profesional especializado dentro de la programación para satisfacer diversas inquietudes de la ciudadanía, que en ocasiones por falta de tiempo o trabajo no obtienen respuesta, resulta una contribución hacia la transformación social.