



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL



**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE
GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO
EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**IMPORTANCIA DE LA RADIO COMO MEDIO TRADICIONAL EN SECTORES
RURALES VINCES 2020**

AUTOR:

OMAR ENRIQUE GARCÍA MENDOZA

TUTOR:

MSC. ALEJANDRA CAMPI MALDONADO

BABAHOYO - ECUADOR

2020



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
EXAMEN COMPLEXIVO



DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación quiero dedicarlo con todo mi amor y cariño en primer lugar a DIOS porque sin él nada es posible a mis abuelos que desde el cielo me cuidan y me guían por el camino correcto a mis padres Amanda Mendoza Macías y Félix García Santillán, mis hermanos Armando y Jenny por siempre estar conmigo, a mis sobrinos Jostin, Josué y Jordy por ser mi motivo de inspiración y quienes me impulsan a superarme cada día para cumplir con cada uno de mis logros, a mis mejores amigos y compañeros que siempre estuvieron allí incondicionalmente.

Omar García



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
EXAMEN COMPLEXIVO



AGRADECIMIENTO

Son tantas expresiones que quisiera dar a conocer mediante este escrito, “GRACIAS” es una palabra tan significativa y de mucho valor que sale desde el fondo de mi corazón para aquellos que son la razón por la cual luché cada día para salir adelante, mis padres Amanda Mendoza Macías y Félix García Santillán gracias por su apoyo incondicional en todos mis largos años de estudio, por sus consejos de motivación, a mis hermanos Armando, Jenny, a mi cuñada Shirley, por supuesto a mis sobrinos Jostin, Josué y Jordy, por sacarme una sonrisa en los momentos de estrés por tantas cosas que debía hacer en la Universidad.

Gracias queridos padres, familia en general también a mis mejores amigas Kerly, Melissa, Dayana y a todos mis amigos que de una u otra manera forman parte de mi crecimiento profesional, para cada uno de ellos mi fuerza moral, inspirado en mi DIOS que jamás me ha dejado solo, siempre estaré agradecido y sobre todo en deuda con cada uno de ustedes.

Por el amor y la fe que tengo puedo entender y sobre todo comprender el verdadero significado de esta frase tan significativa “MUCHAS GRACIAS DIOS Y FAMILIA”, ahora puedo entender que nunca hay premio sin un verdadero esfuerzo.

Omar García

RESUMEN

El presente estudio de caso parte del análisis de la importancia que tiene la radio en el sector rural del cantón Vinces, puesto que la zona rural abarca aproximadamente más de la mitad de su población. Se planteó una investigación de enfoque mixto: cualitativo-cuantitativo, de tipo documental y descriptiva, con el uso de los métodos inductivo-deductivo, aplicando las técnicas de la encuesta y la entrevista, la muestra del estudio se la constituye en 384 personas a quienes se les aplicó la encuesta teniendo como resultado que la mayoría de los encuestados escucha la radio, de las radios locales la radio más sintonizada es Radio París, le sigue radio La Noticia, la mayoría sintoniza estos medios en el horario de la mañana, los encuestados en su mayoría manifiestan que si consideran que hay manipulación en las noticias, la mayoría cree que debería haber programas de contenido cultural, y de forma mayoritaria cree que se deberían dar espacios a la ciudadanía para que participe activamente dando su opinión. Como conclusiones una vez realizado el estudio de caso se ha podido observar que las comunidades de los sectores rurales de Vinces tienen en la radio el medio de comunicación masiva de mayor credibilidad porque no han podido experimentar con otras tecnologías debido a la deficiente cobertura que tienen, es por ello que consideran muy importante la radio para recibir información en sus lugares de residencia.

Palabras clave: Radio, Vinces, Ruralidad, Comunicación social.

ABSTRACT

This case study is based on the analysis of the importance of radio in the rural sector of the Vinces canton, since the rural area comprises approximately more than half of its population. A research with a mixed approach was proposed: qualitative-quantitative, documentary and descriptive, with the use of inductive-deductive methods, applying survey and interview techniques, the study sample is made up of 384 people to whom The survey was applied to them, with the result that the majority of respondents listen to the radio, of the local radios the most tuned radio is Radio Paris, followed by radio La Noticia, the majority tune in to these media in the morning, the respondents Most of them state that if they consider that there is manipulation in the news, the majority believe that there should be programs with cultural content, and the majority believe that spaces should be given to citizens so that you participate actively giving your opinion. As conclusions, once the case study has been carried out, it has been observed that the communities of the rural sectors of Vinces have the most credible mass communication medium on the radio because they have not been able to experiment with other technologies due to the poor coverage they have. That is why they consider radio very important to receive information in their places of residence.

Keywords: Radio, Vinces, Rurality, Social communication.

ÍNDICE GENERAL

I.	INTRODUCCIÓN	1
II.	DESARROLLO	3
	2.1 JUSTIFICACIÓN	3
	2.2 OBJETIVO	4
	2.3 SUSTENTOS TEORICOS	4
	2.4 TÉCNICAS APLICADAS	12
	2.5 RESULTADOS OBTENIDOS	14
III.	CONCLUSIONES	18
IV.	RECOMENDACIONES	19
V.	BIBLIOGRAFÍA	20
VI.	ANEXOS	22

I. INTRODUCCIÓN

El acceso a la información es un derecho de todos los ciudadanos, el cual se hace efectivo con la radio, al ser un medio de comunicación masivo de largo alcance y bajo costo para los usuarios, siendo uno de los equipos más utilizado en las zonas rurales por la facilidad al acceso. A través de la radio las personas que se encuentran en el campo o en zonas de poca cobertura pueden acceder a la programación, cosa que no se puede realizar con otros medios masivos de comunicación.

El cantón Vinces tiene su población de forma mayoritaria en el área rural, encontrándose dispersa en 168 recintos a lo largo de la extensión territorial, hallándose lugares que son más lejanos por lo que no tienen acceso a los otros medios tradicionales locales como lo son los canales de televisión por cable o los semanarios, que en muchos casos los adquieren cuando llegan de compras de alimentos, insumos agrícolas o de otros productos al centro urbano de Vinces (Dután, Amaya, Nugra, & Palacios, 2015).

En el presente estudio de caso se analiza la importancia de la radio como medio tradicional en los sectores rurales Vinces 2020, puesto que en los actuales momentos con las nuevas tecnologías que se van desarrollando el sector rural tiene la dificultad de no tener acceso directo en sus lugares a estos nuevos métodos de comunicación con el acceso a los nuevos dispositivos tecnológicos, por la falta de conectividad la radio se constituye como la principal –y en muchos casos la única– opción para recibir la información de noticias del acontecer internacional, nacional, provincial y local.

Se ha utilizado la metodología de la investigación científica para el presente estudio de caso, por lo que se ha considerado un enfoque cualitativo y cuantitativo, mediante el tipo de investigación: documental y descriptiva, que permite hacer un estudio de las diferentes investigaciones realizadas con relación al tema, así como la oportunidad de tener un

acercamiento con los involucrados, es decir, personas que viven en el sector rural de Vinces, para conocer sus puntos de vista sobre esta problemática de las limitaciones del acceso a los medios de comunicación masivos en el campo.

Una de las limitaciones más fuertes que se ha tenido en el estudio de caso, es que por motivos del Covid-19 se ha restringido el acceso a información en ciertas zonas por las limitantes de movilidad, los vehículos deben cumplir con las restricciones lo cual ha hecho que sea difícil llegar a algunas comunidades rurales que hubieran permitido acceder a un mayor conocimiento sobre sus condiciones de acceso a la información.

La línea de investigación del presente estudio de caso que se ha seguido es la de la Universidad Técnica de Babahoyo: Educación y Desarrollo Social. Por otro lado, se ha considerado necesaria la línea de investigación de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación: Talento Humano, Educación y Docencia. En este marco se ha utilizado la línea de investigación de la carrera Comunicación Social: Lenguaje y Comunicación y Estilos Periodísticos.

II. DESARROLLO

La radio desde hace varias décadas, es el medio de comunicación tradicional de mayor capacidad de alcance y facilidad de acceso en las zonas rurales, para las diferentes comunidades, que requieren estar informadas sobre los acontecimientos que ocurren en el mundo y en el país de manera general, además de los programas de entretenimiento que se desarrollan como parte de la programación radial.

Los medios tradicionales de comunicación son quienes transmiten diferentes programas para la audiencia, entre estos se consideran: la prensa escrita, radio, y televisión. La función social que tienen estos medios es fundamental para la ciudadanía, la radio es el medio de bajo costo para producir los programas, por lo que los auspiciantes cancelan valores menores con relación a la televisión o prensa escrita.

2.1 JUSTIFICACIÓN

El presente estudio de caso se lo realiza considerando que la radio es importante para mantener informados a los habitantes del sector rural en las diferentes ciudades, debido a que se dificulta el acceso a otros medios de comunicación masiva, es por ello que con la investigación se recoge información de la población de las zonas rurales para conocer sus criterios y puntos de vista sobre los motivos por los que utilizan la radio como medio tradicional de comunicación.

La población rural por décadas ha tenido dificultades para acceder a los diferentes medios de comunicación tradicionales, debido a las complicaciones que genera vivir en un sector poco poblado, hay lugares que se recibe deficiente la señal de las ondas televisivas, no llegan los vendedores de prensa escrita, la internet es deficiente y se la recibe por medio de la señal

de teléfonos celulares con la banda 3G, lo que hace que sea muy lento, no se puede realizar videollamadas, ver videos en línea, etc.

El estudio de caso aporta a la comunidad con una investigación que determina la realidad del campo ecuatoriano en la costa, de forma particular en el cantón Vinces, en donde los habitantes de la zona rural necesitan estar informados de los acontecimientos de interés público que ocurren a nivel nacional e internacional, sin embargo, no pueden acceder a otros medios de comunicación masiva por su condición geográfica.

El beneficio que se da con el presente estudio es para los habitantes del sector rural, puesto que mediante el análisis de caso se puede trasladar a los propietarios de las radios diferentes aspectos fundamentales de los gustos y preferencias de los radioyentes, para que ellos puedan incluirlos en la programación o hacer adaptaciones que aporten al desarrollo de las comunidades.

2.2 OBJETIVO

Analizar la importancia de la radio como medio tradicional en los sectores rurales de Vinces en el año 2020.

2.3 SUSTENTOS TEORICOS

La radio

La radio es una tecnología que permite la transmisión y recepción de las ondas electromagnéticas, según lo que expresa Garza (2009) “la radio es una tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación de ondas magnéticas. Por su alcance electromagnético le era mucho más fácil el poder llegar a lugares lejanos” (p. 5). Un aspecto fundamental de la radio es que es una tecnología que es de bajo costo, tiene una buena calidad del sonido que recibe el receptor, permite a los oyentes sintonizar noticias, música, variedades, publicidades, entre otras.

Yaguana y Delgado (2014) sobre la radio expresan que “pese a los últimos avances, gracias a las tecnologías de la información y de la comunicación sigue siendo, hasta el día de hoy, la más rápida e instantánea fuente de información la hora de transmitir noticias de última hora” (p. 16). Es importante mencionar que la radio por ser un medio de mayor alcance y bajo costo tiene mayor audiencia en las zonas rurales donde otras tecnologías no tienen cobertura por su alta inversión y baja rentabilidad es que se mantiene como el principal medio de comunicación masiva.

La radio es considerada como el espacio que permite a las comunidades rurales tener la información de forma inmediata a los acontecimientos, por lo que las radios nacen de la necesidad que tiene la población para acceder a la información en tiempo real. En los actuales momentos existen muchas radios, que les permite a los oyentes tener la opción para sintonizar el dial que prefieren, por lo que existe una sana competencia entre sí para ofrecer una variedad de programas.

Buendía (2003) señala que “la radio es un medio de cobertura masiva y gracias a su lenguaje fresco, directo y descomplicado ha logrado calar en el imaginario de miles de personas. Incluso hay quienes la han integrado a su cotidianidad” (p. 1). Muchas generaciones han crecido con la radio, siendo esta que ha evolucionado en su forma y contenido, más no en su finalidad, la sociedad actual cuenta con una radio digital que ha mejorado la nitidez del sonido, ha sido incorporada a la internet, pero aun así sigue teniendo vigencia y audiencia que día a día la utiliza.

La radio permite que el oyente pueda imaginar los diferentes escenarios que se plantean, puesto que los relatos radiales hacen que el receptor pueda imaginarse lo que el locutor manifiesta, otro aspecto favorable es que tiene una inversión baja tanto para la persona que la escucha como para el propietario del medio, puesto que los costos de producción son bajos, esto hace que sea uno de los medios preferidos por su bajo precio que conlleva a que se tenga

mayor ahorro en su economía, por lo que se tiene mayores oportunidades para el consumidor debido a que está a su alcance.

Frecuencias radiales

Dentro de la radiodifusión se encuentran diferentes frecuencias que son las que permiten la transmisión de las ondas electromagnéticas. Dentro de los tipos de frecuencias se encuentra la Amplitud Modulada (AM) y la Frecuencia Modulada (FM).

La Amplitud Modulada AM según lo manifestado por Londoño (2001) “es el sistema de transmisión de señales electromagnéticas mediante el cual, la información va codificada o modulada en la variación de la amplitud de la onda electromagnética, la relación es inversamente proporcional en su alcance, a mayor frecuencia, menor alcance” (p. 17). Estas bandas se encuentran en el rango de frecuencias entre 535 y 1700 KHz, esta frecuencia en ciertos momentos, dependiendo de condiciones de la ionosfera que en las noches tiene una mayor cobertura de terreno para la transmisión de la señal, considerándose que la calidad del audio es mejor que la FM.

La Frecuencia Modulada (FM) tiene un rango de banda entre 88 y 108 MHz, este sistema transmite las ondas de mayor frecuencia aunque son de menor tamaño, Blake (2004) señala que “una onda FM recorre menores distancias y es más sensible a los obstáculos físicos en el desplazamiento de su señal, por cuanto en su desarrollo se utilizó la banda de VHF, la cual es de menor alcance” (p. 130). Este sistema FM a diferencia de la AM tiene mayor frecuencia, por lo que, al ubicarse la antena en mayor altura, tiene mayor alcance, permitiendo al receptor mayor nitidez en la calidad del audio.

La radio como medio de comunicación social

La radio es uno de los principales medios que facilita al usuario, puesto que puede realizar otras actividades mientras escucha las noticias o músicas de sus programas radiales favoritos, por lo que de acuerdo con Cardoso (2009) se “escucha radio en cualquier lugar: en la oficina,

en el vehículo o en el hogar. Una radioemisora, por sus características, posibilita su sintonía en cualquier sitio sin convertir al público en cautivo, como sucede con otros medios de comunicación” (p. 71). Esta es una de las ventajas que tiene la radio por sobre las diferentes opciones de medios tradicionales de comunicación, por lo que se considera que las personas prefieren utilizar la radio debido a que les permite realizar sus actividades cotidianas, logrando una mejor eficiencia en el desarrollo de las mismas.

Sobre la radio como medio de comunicación social Cañizares (2018) manifiesta que “ha jugado un papel importante constituyéndose parte de los cambios sociales, los elementos que integran el proceso de comunicación a través de la radiodifusión son enfocados dentro de un proceso sociológico, económico, cultural, movilidad física y social de determinada época” (p. 22). Siendo parte de la sociedad ecuatoriana, que nace antes de la televisión, con un alcance mayor, y por necesitarse de un pequeño receptor le permite a cualquier persona en cualquier lugar tener acceso a sus ondas y sintonizar su radio favorita en la frecuencia establecida para escuchar su programación.

En muchas comunidades rurales se ha optado por establecer radios comunitarias que permitan transmitir la información de manera eficaz, sin ningún sesgo o manipulación, en las que todos tienen la oportunidad de ser parte de ello, una de las debilidades que presentan estos medios de comunicación es que existen muchos comunicadores empíricos que no han estudiado para ejercer el periodismo, otra de las debilidades es que son sin fines de lucro por lo que posee escasos recursos económicos para los trabajadores responsables de su programación.

En el siglo XX la radio se ha convertido en el medio más eficaz para la transmisión de la información tal como lo señala Dávila (1995) “Se podía conocer masivamente lo que sucedía al otro lado del planeta. La radio fue el medio que más aportó a la inicial construcción de lo que hoy se conoce como aldea global” (p. 35). Es que la radio ha permitido que la

información fluya desde un lugar a otro, puesto que desde sus inicios ha facilitado la comunicación de lo que sucede en tiempo real, transmitiendo las noticias en cuestión de segundos, por lo que se puede estimar que ha facilitado al desarrollo de la humanidad y ha servido de base para el desarrollo de las nuevas tecnologías.

Por otro lado Rodero (2005) expresa que “La radio es el medio de comunicación que se adapta con mayor precisión a la dinámica de un actualidad en continuo cambio... basa todo su potencial en la rapidez con que es capaz de transmitir la información” (p. 193). La radio es un medio que facilita la transmisión de los sucesos que conlleva al uso de equipos que tienen la capacidad de llegar a diferentes lugares, donde no hay otro medio de información, por lo que su importancia radica en la capacidad que tiene de llegar a sitios inaccesibles.

Historia de la radio

La necesidad de comunicación masiva para transmitir un mensaje por un mecanismo de largo alcance para que los seres humanos puedan informarse, hizo que se realicen diferentes experimentos para contar con un medio que facilite la comunicación, siendo la radio uno de los medios que se ha convertido para la sociedad en el espacio para masificar la información, llegando a convertirse en ese canal de transmisión del mensaje que tiene mucha influencia en la población.

Según Rubio (2011) el uso de las señales de radio eran utilizadas por los militares y ellos tenían el uso exclusivo para sus actividades por el año 1912. Por otro lado Camargo (1998) expresa que a partir de 1920 las ondas radiales llegaron a utilizarse como medios de comunicación masiva constando la radio KDKA en Estados Unidos como la primera estación, el siguiente año según Sierra y Paredes (2011) se realizó la primera transmisión deportiva por la radio RCA, siendo la disciplina del box la que fue transmitida en vivo cuando peleó Jack Dempsey y George Carpentier.

Para 1923 la radio ya había llegado a Argentina, siendo las radios: Colón y Sudamérica que tenían sus matrices en Buenos Aires, desde donde se comenzó a transmitirse diferentes programas, luego en ese mismo año la radio llegó a Brasil, Chile y México, en estos dos últimos países fueron comerciantes sus propietarios quienes las utilizaban para dar a conocer sus productos, contaban con programas de entretenimiento e informativos (Silva & Yépez, 2011).

Historia de la radio en Ecuador

En el año 1925 la familia Cordovez siendo un medio de comunicación radial que inicia como una afición más no como una empresa. También se conoce que en el año 1932 se inició la primera radiodifusora estatal, que realizaba transmisiones deportivas de diferentes disciplinas Sierra y Paredes (2011). Para el año 1938 se tuvo la primera transmisión deportiva fuera de los estudios, la emisora pionera fue Radio Ondas del Pacífico, el encuentro de básquet se realizó en el Coliseo Huancavilca entre los seleccionados nacionales. Para 1960 en Quito estaban las emisoras: Radio Tarqui, Radio Nueva Emisora Central y Radio Quito que tenían programa deportivo (Vasconcellos, 2014).

Medios tradicionales

Elizalde (2019) señala que “los medios de comunicación viabilizan la transmisión de un mensaje que se produce en un lugar y se lo conduce a otro, la comunicación es muy variada puesto que existen diferentes tipos o géneros” (p. 14). La comunicación en el contexto de la sociedad es importante puesto que conlleva a la transmisión de un mensaje, el cual al utilizarse un medio de comunicación tradicional se realiza una masificación del mensaje que llega a una amplia audiencia en una determinada extensión territorial, lo que conlleva al desarrollo de un conocimiento sobre aspectos específicos.

Tipos de medios tradicionales

La radio se la considera como el medio de comunicación masiva de mayor cobertura en el territorio nacional, algunas estaciones radicales tienen un alcance nacional, mientras que otras llegan a una región determinada por la capacidad de sus equipos. Las radios en el Ecuador pueden ser de tipo: Pública, privada y comunitaria; siendo la mayoría de éstas de tipo privado, la mayor sintonía de estas emisoras es en el sector rural, y de quienes realizan actividades fuera del hogar como lo son los transportistas, albañiles, agricultores, artesanos, entre otras profesiones (Endara, 2006, pág. 89).

Los medios públicos son aquellos que se financian por el Estado, según UNESCO citada por Elizalde (2019) manifiesta que “son medios hechos, financiados y controlados por el público, para el público. No son comerciales ni de propiedad gubernamental, son libres de la interferencia política y la presión a partir de las fuerzas comerciales” (p. 44). Estos medios públicos al tener el financiamiento del estado, no requieren de inversionistas que pauten publicidades por lo que la línea editorial siempre va a tratar de ser neutral para que los ciudadanos puedan utilizarlos con el fin de que se informe o se desarrolle la cultura, o aspectos educativos para el bien de toda la sociedad.

Los medios privados se financian por la inversión particular, Macaroff (2010) expresa que “los grandes grupos de comunicación no se limitan a las actividades infocomunicacionales, sino que se ramifican al conjunto de la economía, que incluyen bancos, grandes almacenes, inmobiliarias o aseguradoras” (p. 4). Los medios comerciales basan su negocio en rentabilidad, cada uno de los espacios que se generen dentro de estos programas deben producir un bien económico de por medio, es por ello que se tienen programas que les gusten a la gente para tener mayores ingresos; Por otro lado, al considerarse que tienen un financista, siempre va a haber una línea editorial que se ve influenciada por el patrocinador, cuando hay ciertas situaciones que entren en conflictos de intereses se sobrepondrán los de quienes sean los propietarios.

Los medios comunitarios son administrados por comunidades y son sin fines de lucro, Galán (2016) señala que “estos medios se encuentran dirigidos por organizaciones comunitarias, la línea editorial la dirige la comunidad, en donde se busca exponer la información que prima el desarrollo social y cultural” (p. 11). Estos medios se los vincula a la comunidad, por lo general son de menor alcance que los otros, caracterizándose por brindar a la población mayores espacios para su participación, puesto que no persiguen lucro, sino que son realizados para el bien común entre todos.

Sector rural

Para Lambí y Pérez (2007) el sector rural está “asociado a tres fenómenos interrelacionados: una baja densidad demográfica, el predominio de la agricultura en la estructura productiva de una localidad y unos rasgos culturales (valores, creencias y conductas) diferentes a los que caracterizan a la población de las ciudades” (p. 2). Por lo expresado la ruralidad tiene sus características únicas que la hacen diferente a la ciudad, puesto que cada habitante puede tener grandes parcelas de terreno, esto hace que la densidad poblacional sea baja, por lo que las grandes empresas invierten en las ciudades, dejando a un lado a las poblaciones pequeñas.

El sector rural se encuentra en un nivel bajo de desarrollo por lo que para North (2007) “existe una correlación fuerte entre la falta de desarrollo rural, expresada en la pobreza y la desigualdad, y la concentración de tierras” (p. 194). Esta situación de vulnerabilidad del sector rural hace que la pobreza sea alta, las oportunidades para superarla se vean limitadas a las decisiones de los políticos, que siempre priman el interés del capital por encima del agricultor o del sencillo hombre que vive del día a día, lo que debe cambiar para que la ruralidad tenga un verdadero desarrollo a nivel social, cultural, educativo y tecnológico.

Debido a esa falta de oportunidades se ha tenido un fenómeno migratorio en el interior del país, en donde según lo señala Morales (2018) “el sector rural se ha caracterizado por la

reducción progresiva de su población, desde los años 50 con mayor intensidad, y un incremento excesivo de la población urbana. Un fenómeno que implica el abandono en los sectores socioeconómicos, educativos, político y productivo” (p. 47). Estas situaciones hace que la pobreza sea alta en la zona rural, donde los agricultores cultivan la tierra para pagar sus deudas quedando un margen mínimo de utilidad por su trabajo, considerándose como un elemento del engranaje productivo solamente, olvidando que debe ser el fin mismo del proceso productivo, para mejorar sus condiciones de vida, en lo referente a la educación, salud, acceso a las tecnologías, mejorando las condiciones para la producción, en donde se le capacite para producir más, entre otros aspectos.

Medios de comunicación y su acceso a la zona rural

Girard (2000) señala que “en muchas áreas rurales la radio es la única fuente de información sobre precios de mercado para productos agropecuarios, constituyéndose en la única defensa contra los especuladores” (p. 37). La radio en muchas comunidades rurales es el único medio de comunicación que tienen para recibir información de los acontecimientos nacionales, además de transmitir los mensajes personales, publicidades, canciones, programas informativos y culturales.

La zona rural cuenta con muchas dificultades y una de ellas es el acceso a la información que se transmiten en los medios de comunicación tradicionales, por lo que la radio se constituye en el elemento más utilizado para su desarrollo, se ve influenciado el campesino por la información que recibe de las radios más influyentes que en ciertos casos ocultan ciertas noticias para favorecer a un político determinado, mientras que en otras ocasiones exponen información que perjudica a otros.

2.4 TÉCNICAS APLICADAS

La metodología que se aplica dentro de la presente investigación es de enfoque mixto: cualitativo-cuantitativo, por cuanto se plantea un análisis considerando el criterio de los

propietarios de las radios y de la ciudadanía que habita en la zona rural del cantón Vinces sobre la importancia de la radio como medio de comunicación masiva tradicional que tiene alcance en la zona rural.

Los tipos de investigación que se utilizan son: documental y descriptiva. Documental porque se considera importante revisar contenidos teóricos sobre la radio y la ruralidad, expuestos por diferentes autores de libros, revistas, tesis, u otros textos científicos para la elaboración del sustento teórico, y descriptiva porque se expresará los resultados de la encuesta en forma numérica de porcentaje, agrupando las respuestas de los investigados sin que sean manipulados los datos obtenidos.

Como métodos de la investigación se considera la aplicación del método inductivo – deductivo por cuanto se requiere analizar la problemática presentada desde los aspectos cualitativos y cuantitativos, en donde se hace la descomposición desde lo particular hacia lo general y viceversa para tener una idea clara sobre elementos fundamentales que ayuden a comprender la necesidad existente.

Las técnicas que se aplican para obtener los resultados de la investigación son: la encuesta y la entrevista. La encuesta se aplica a los habitantes del sector rural según la muestra que se determine, se plantean 10 preguntas con opción de respuestas cerradas, para hacer la tabulación de dichos resultados expresándolos en términos porcentuales; la entrevista se la realiza a los propietarios de las 3 radios del cantón Vinces, mediante la aplicación de una ficha de entrevista que permite tener las preguntas cuya respuesta es abierta.

La población para la encuesta es aproximadamente del 60% de la población total del cantón Vinces, es decir, 51.000 habitantes, que se estima que viven en el sector rural según datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, elaborado por Dután, Amaya, Nugra, y Palacios (2015, p. 7), por lo que para obtener una muestra representativa se aplica la fórmula

muestral para poblaciones infinitas, de donde se establece que deben encuestarse 384 personas.

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.5 \times 0.5}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384$$

2.5 RESULTADOS OBTENIDOS

Una vez aplicada la encuesta a los habitantes de la zona rural del cantón Vinces, considerando los recintos que se ubican al Norte, Sur, Este y Oeste para que se pueda recoger con mayor confiabilidad de los resultados, se obtuvo los siguientes resultados:

En la zona rural existe una mayoría de la población que accede a la radio como medio de comunicación tradicional que les permite obtener información sobre el acontecer nacional, provincial y cantonal, así como para tener un elemento para la diversión por medio de los programas de entretenimiento.

Por otro lado, se tiene que en la zona rural hay mayor sintonía de las radios locales de Vinces, por lo que se presenta una mayor oportunidad, para que se tenga una mejor calidad

de la información que llegue a sus hogares, pudiendo permitirles que compartan los sucesos o acontecimientos por medio de mensajes de textos, llamadas o mensajes de whatsapp.

De igual forma, se ha podido considerar que en la zona rural tienen mayor sintonía de la radio en la mañana y en la tarde, esto se debe a que en la mañana la escuchan mientras realizan sus trabajos sea en la agricultura o en la casa, esto les da la posibilidad de sintonizar la radio para escuchar las noticias o programas de entretenimiento.

También se ha considerado que en la zona rural existen deficiencias de conectividad por vía terrestre, así como de las diferentes tecnologías, que se han ido desarrollando, existiendo lugares que pueden acceder a la televisión, por otro lado hay otros sectores que no tienen acceso a la internet y por ende a las redes sociales debido a la deficiencia de la señal de la telefonía móvil, habiendo sectores que no tienen cobertura ni de la señal de celular para llamadas, de forma general la mayoría sólo tienen acceso a la radio como medio de comunicación.

Las personas encuestadas en su mayoría prefieren escuchar programación variada que les permita tener diversos programas durante el día, habiendo casos en los que se tiene los gustos por programas musicales, en otros las noticias, en otros programas de variedades, para otros les agradan los programas deportivos.

Es importante manifestar que las radios locales en su programación si mencionan a las comunidades rurales, señalando diferentes problemas que presentan de forma muy clara para apoyarles en sus reclamos por falta de atención de ciertas autoridades gubernamentales, que hay ocasiones que los tienen en el abandono.

De manera general, la ciudadanía en la zona rural considera que la radio es el medio de comunicación más importante al que tienen acceso para recibir la información que se genera a nivel nacional e internacional, por lo que la sintonizan de manera permanente.

En el campo, los ciudadanos tienen mucha facilidad para brindar su confianza a las personas que no conocen, por lo que las radios tienen la oportunidad de llegar a estos hogares, existiendo un alto índice de credibilidad que tienen los habitantes de la ruralidad hacia la radio.

Se considera de manera general que la programación de las radios les hace falta un complemento de programas para tener mayor sintonía por parte de las comunidades rurales, estos programas de entretenimiento, educativos, culturales ayudan mucho a que no exista una rutina definida y monótona en las radios, sino que tengan la participación activa de la comunidad de forma permanente.

Luego de la aplicación de la entrevista a los directivos de las tres radios del cantón Vinges: Radio París, Radio Eiffel y Radio La Noticia. Las respuestas se encuentran en Anexos, en el presente análisis se consideran los aspectos más relevantes de las respuestas que dieron de forma general, con lo que se puede tener un criterio global de la importancia de la radio en las zonas rurales del cantón Vinges.

La radio tiene un rol fundamental para la sociedad, puesto que mantiene informada a la ciudadanía de los acontecimientos que suceden en el día a día, además de la programación que se tiene para lograr entretener a los oyentes de diferentes comunidades, logrando tener al día en las noticias que se generan a nivel nacional e internacional.

Por otro lado, se pudo conocer que las radios no tienen compromisos con terceras personas, por lo que si son independientes, debido a lo cual pueden invitar a cualquier ciudadano para hacer las entrevistas o recoger sus opiniones de manera general desde cualquier sector de la población.

Se ha tenido la libertad de exponer los diferentes problemas que tienen los sectores rurales y agrícolas del cantón y la provincia, por lo que se ha brindado la ayuda a estos lugares

cuando han presentado necesidades, se les ha dado espacios a sus líderes para que se expresen de manera democrática y libre a las autoridades, que en muchos casos han sido escuchados y atendidos sus requerimientos.

Los programas educativos lamentablemente no tienen mucho rating, por lo que no son muy frecuentes, tienen dificultades para sostenerlos al aire durante mucho tiempo, pese a que en una radio ofrecen incentivos para quienes realicen programas educativos o culturales se tienen dificultades para el pago de los gastos que se incurren.

Hay programas de opinión en donde se les da espacios a quienes los solicitan, sean de cualquier sector de la sociedad para que se expongan las problemáticas y las gestiones realizadas. No existe un programa tipo tribuna abierta debido a que hay personas que no se controlan en lo que dicen y acarrea dificultades legales para quien emite la opinión.

III. CONCLUSIONES

Se analizó la importancia de la radio como medio tradicional en los sectores rurales de Vinges en el año 2020, se tuvo que la radio en efecto es el único medio de transmisión masiva de bajo costo que en la zona rural tienen acceso de manera permanente, a diario, pudiendo ellos sintonizar los diferentes programas que se generan en las estaciones radiales.

Se encontró que en las zonas rurales de Vinges la internet móvil es deficiente, por lo que el acceso a las redes sociales es muy limitado, logrando conectarse en ciertos sectores, mientras que en la mayoría si tiene acceso a la televisión pero hay lugares que no la tienen; por otro lado se ha podido conocer que la radio es sintonizada con mayor frecuencia en la mañana y en la tarde.

Si existen espacios o segmentos de opiniones y denuncias para que las personas del sector rural se expresen de manera libre.

Los habitantes de la zona rural de Vinges si confían en la radio, debido a que la información que transmiten no va con sesgos para beneficiar a sectores políticos de la población, sino que se mantiene un equilibrio para que llegue la información a las autoridades para la búsqueda de solución a los problemas.

IV. RECOMENDACIONES

A las autoridades municipales para que realicen cadenas enlazando las radios para que den una hora de programación de contenido cultural e histórico, difundiendo la diversidad cultural del Ecuador, de la provincia y del cantón Vinces debido a su bajo costo de producción y a la alta credibilidad que tiene en el área rural.

Al gobierno nacional que se consideren proyectos para incluir al sector rural en el acceso a las nuevas tecnologías para que puedan tener acceso a la internet y a la telefonía móvil, llegando de esta forma con mayor desarrollo y oportunidades para la ruralidad del Ecuador mejorando su conectividad.

A los propietarios de las radios de Vinces que aprovechen la credibilidad y confianza que tiene la audiencia en ellos para seguir trabajando de manera que se beneficie a estas comunidades, dándoles la oportunidad de seguir llegando a sus micrófonos para denunciar los problemas que tuvieran en sus sectores para encontrar soluciones con las autoridades.

V. BIBLIOGRAFÍA

- Blake, R. (2004). *Sistemas electrónicos de comunicación*. México: Editorial Thompson.
- Buendía, A. (2003). *La radio se hizo joven: Una mirada a los jóvenes, la radio y la ciudad*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Camargo, J. (1998). *El mundo de la radio*. Quito: Editorial Quipus.
- Cañizares, M. (2018). *Proyección de la radio como medio de entretenimiento, terapia y herramienta de aprendizaje para las personas no videntes y con deficiencia visual aguda*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Cardoso, M. (2009). *Historias de radio*. Quito: Ediciones Ciespal.
- Dávila, L. (1995). *La radio: aquellos primeros años*. Quito: Editorial Quipus - Ciespal.
- Elizalde, G. (2019). *Incidencia del medio de comunicación radial París 103.9 FM en la cultura política juvenil, en jóvenes de 18 a 29 años, en la ciudadela Los Mirtos, del cantón Vinces, en el año 2018*. Guayaquil: Universidad Laica Vicente Rocafuerte.
- Endara, M. (2006). *El papel de la comunicación social en el fortalecimiento de la democracia en el Ecuador*. Quito: Instituto de Altos Estudios Nacionales.
- Galán, J. (2016). *Los medios comunitarios, un reto para la comunicación en el Ecuador*. Quito: Sociedad estudiantil de la UPS.
- Garza, R. (2009). *La radio del siglo XXI*. México: Editorial Libro para todos S.S.
- Girard, B. (2000). *La radio no está amenazada por internet*. Quito: Editorial Quipus - Ciespal.
- Lambí, L., & Pérez, E. (2007). *Nuevas ruralidades y viejos campesinismos*. Bogotá: Cuadernos de desarrollo rural.
- Londoño, H. (2001). *Marketing radial: cómo incrementar la rentabilidad y la competitividad de las empresas*. México: Editorial McGraw Hill.
- Macaroff, A. (2010). ¿Es posible democratizar la comunicación? Debates sobre los medios públicos y privados en Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, 3-14.
- Morales, E. (2018). *El posicionamiento y aceptación de la Revolución Ciudadana en el Sector Rural, a través de los medios de comunicación en la sociedad*. Quito: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- North, L. (2007). El desarrollo rural: sine qua non del desarrollo nacional. *Revista de Centro Andino de Estudios Internacionales*, 187-205.
- Rodero, E. (2005). *Producción radiofónica*. Madrid: Editorial Cátedra.

- Rubio, A. (2011). *De la onda a la web: paralelo entre la radio convencional y la radio virtual*. Bogotá: Fundación Universidad de Bogotá.
- Sierra, R., & Paredes, D. (2011). *Análisis de la profesionalización del periodismo deportivo en Quito desde el año 2000 hasta la actualidad alrededor de los éxitos futbolísticos de las selecciones nacionales y Liga Deportiva Universitaria de Quito*. Quito: Universidad Internacional del Ecuador.
- Silva, L., & Yépez, R. (2011). *Implementación de la radio online "La Fonola" en el centro de medios de la carrera de comunicación de la UPS, campus el Girón*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana.
- Vasconcellos, R. (2014). La primera transmisión deportiva radial fuera de estudios. *El Universo*, pág. <http://www.eluniverso.com/deportes/2014/04/06/nota/2609096/primeratransmision-deportiva-radial-fuera-estudios>.
- Yaguana, H., & Delgado, W. (2014). *85 años de la radiodifusión en el Ecuador*. Quito: INTIYAN - CIESPAL.

RESULTADOS OBTENIDOS EN LA ENCUESTA.

PREGUNTAS	RESPUESTAS					
	1	2	3	4	5	6
¿Escucha la radio?	241	63	80			
¿Qué emisora sintoniza más usted?	133	86	110	55		
¿En qué horario usted sintoniza la radio?	216	129	39			
¿En su comunidad a más de la radio a qué otros medios de comunicación tienen acceso?	91	0	28	265		
¿Cuál es el tipo de información que le gusta escuchar en la radio?	127	16	8	84	52	97
¿En la radio se transmiten noticias de las comunidades rurales de cantón y de la provincia?	234	63	87			
¿Cuál es el nivel de importancia que usted le da a la radio para mantenerse informado de los sucesos internacionales y nacionales?	231	114	18	21		
¿Confía usted en la información que le llega por la radio?	217	93	74			
¿Qué tipo de contenidos cree usted que le falta a la radio para complementar la información que difunden?	97	33	87	122	41	4
¿La ciudadanía debería participar más en los programas de radio para exponer la información real de la comunidad?	324	60				

1) ¿Escucha la radio?

Tabla 1 Escucha la radio

Opciones de respuestas	Resultados	
	Frecuencia	Porcentaje
Sí	241	63%
No	63	16%
A veces	80	21%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a habitantes de la zona rural de Vinces

Elaborado por: Omar García.

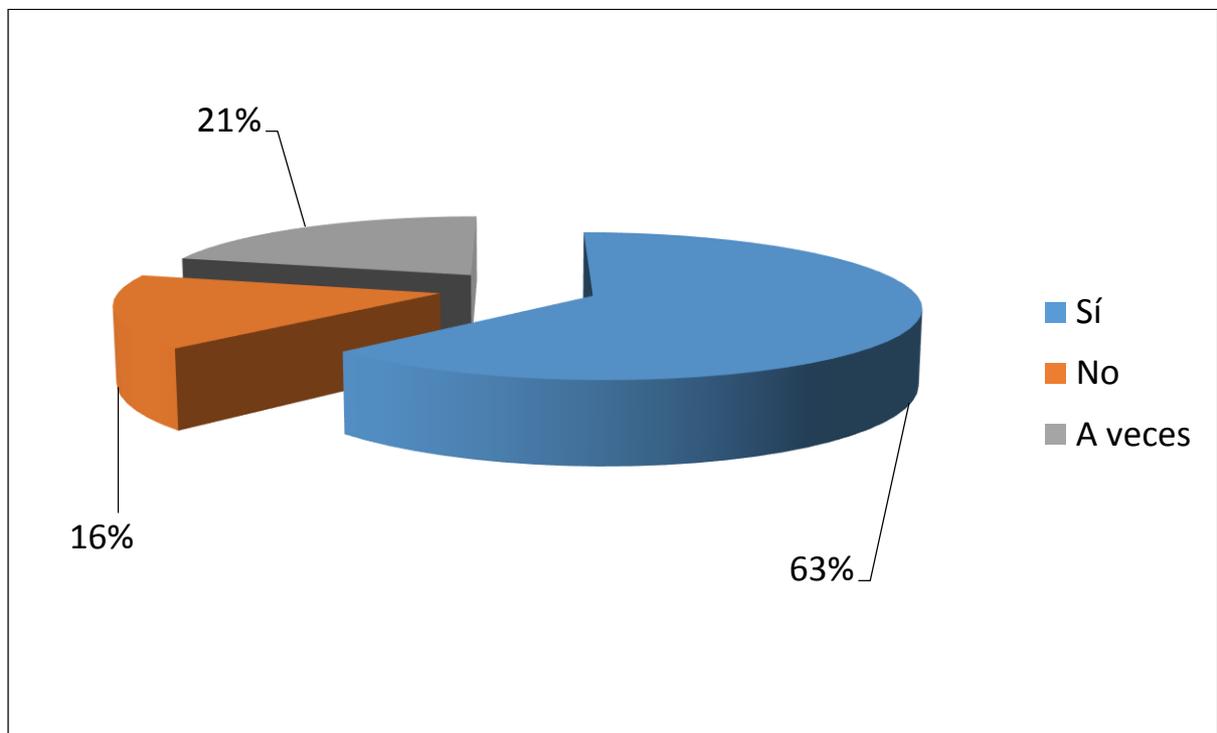


Figura 1 Escucha la radio

Análisis: Según lo expresado en la tabla 1 y figura 1, se indica que el 63% de los encuestados manifiesta que sí escucha la radio, el 21% expresa que no escucha la radio, y el 16% señala que el 16% dice que a veces. De acuerdo con estos resultados se tiene que en la zona rural existe una mayoría que accede a la radio como medio de comunicación tradicional que les permite obtener información sobre el acontecer nacional, así como tener un elemento para la diversión por medio de los programas de entretenimiento.

2) ¿Qué emisora sintoniza más usted?

Tabla 2 Sintonía de radio

Opciones de respuestas	Resultados	
	Frecuencia	Porcentaje
Radio París	133	35%
Radio Eiffel	86	22%
Radio La Noticia	110	29%
Otra	55	14%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a habitantes de la zona rural de Vinces

Elaborado por: Omar García.

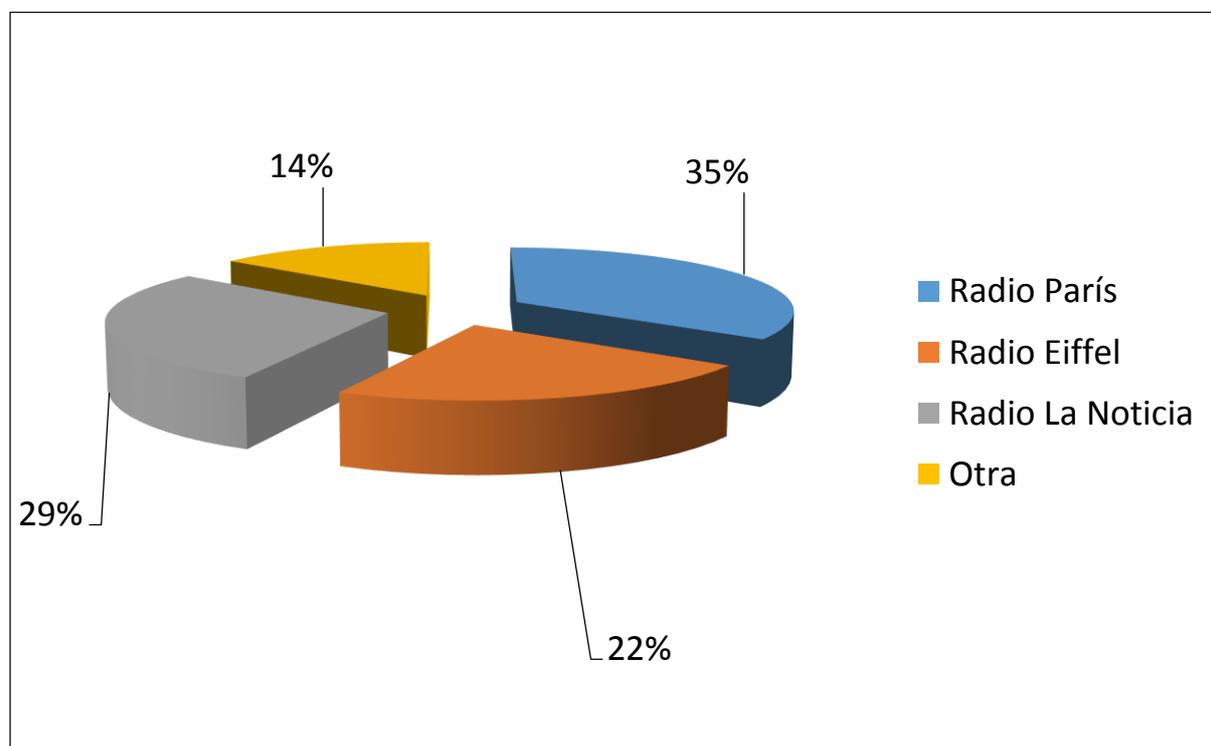


Figura 2 Sintonía de radio

Análisis: Según lo expresado en la tabla 2 y figura 2, se indica que el 35% de los encuestados manifiesta que sintoniza la emisora Radio París, el 29% expresa que sintoniza la Radio La Noticia, el 22% dice que sintoniza Radio Eiffel y el 14% señala que sintoniza otra Radio. De acuerdo con estos resultados se tiene que en la zona rural hay mayor sintonía de las radios locales de Vinces, por lo que se presenta una mayor oportunidad.

3) ¿En qué horario usted sintoniza la radio?

Tabla 3 Horario

Opciones de respuestas	Resultados	
	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	216	56%
Tarde	129	34%
Noche	39	10%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a habitantes de la zona rural de Vinces

Elaborado por: Omar García.

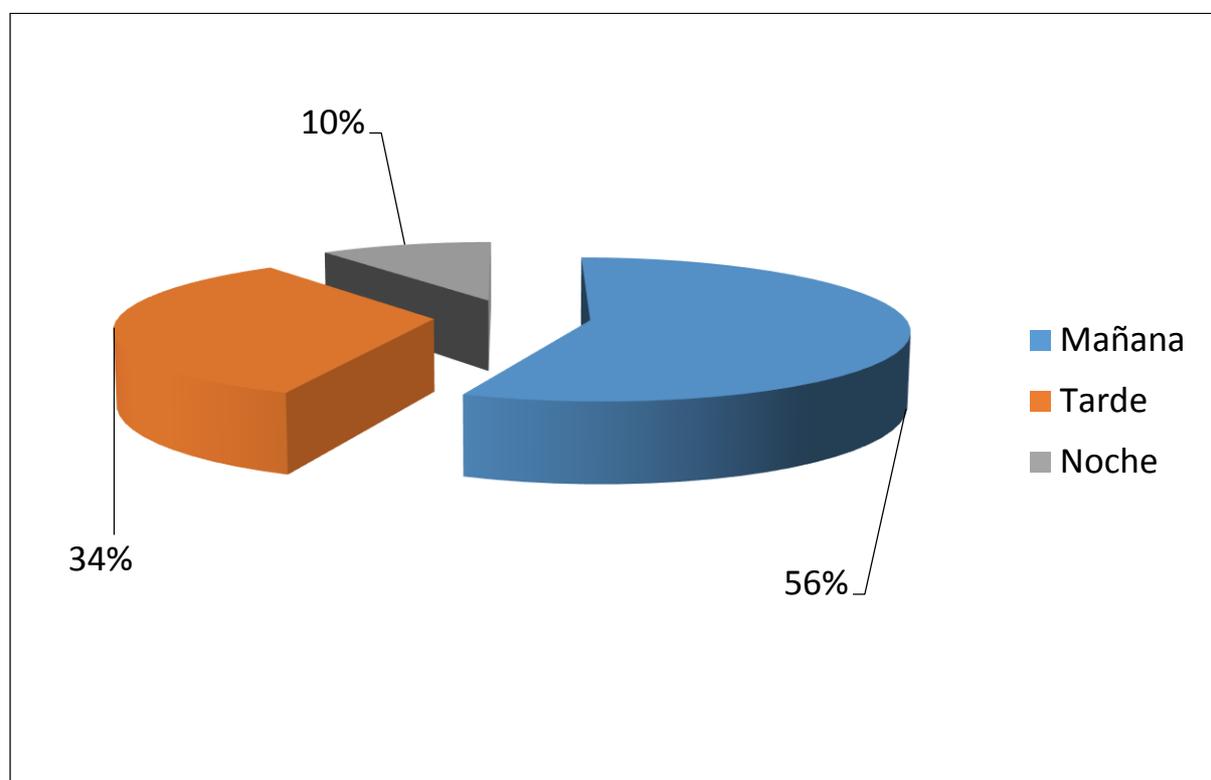


Figura 3 Horario

Análisis: Según lo expresado en la tabla 3 y figura 3, se indica que el 56% de los encuestados manifiesta que sintoniza la radio en la mañana, el 34% expresa que sintoniza en la tarde, y el 10% señala que en la noche. De acuerdo con estos resultados en la zona rural tienen mayor sintonía de la radio en la mañana y en la tarde, esto se debe a que en la mañana mientras realizan sus labores sea en la agricultura o en la casa.

4) ¿En su comunidad a más de la radio a qué otros medios de comunicación tienen acceso?

Tabla 4 Acceso a otros medios de comunicación

Opciones de respuestas	Resultados	
	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	91	24%
Prensa escrita	0	0%
Redes sociales	28	7%
Ninguna	265	69%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a habitantes de la zona rural de Vinces

Elaborado por: Omar García.

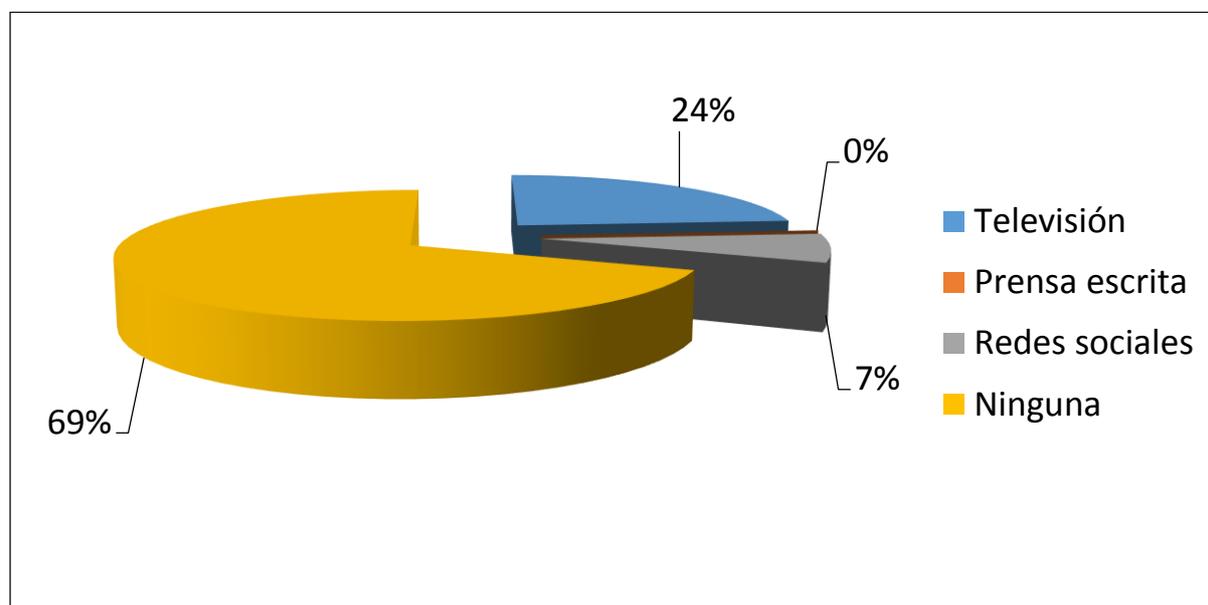


Figura 4 Acceso a otros medios de comunicación

Análisis: Según lo expresado en la tabla 4 y figura 4, se indica que el 69% de los encuestados manifiesta que en su comunidad no tiene acceso a ningún otro medio de comunicación a parte de la radio, el 24% expresa que la televisión, y el 7% dice que las redes sociales. De acuerdo con estos resultados se tiene que en la zona rural acceden a la televisión en ciertos lugares, hay otros que logran acceder a las redes sociales debido a la deficiencia de la señal de la internet, de forma general la mayoría sólo tienen acceso a la radio como medio de comunicación.

5) ¿Cuál es el tipo de información que le gusta escuchar en la radio?

Tabla 5 Tipo de información

Opciones de respuestas	Resultados	
	Frecuencia	Porcentaje
Variada	127	33%
Comedia	16	4%
Salud y sexualidad	8	2%
Noticias	84	22%
Deportes	52	14%
Música	97	25%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a habitantes de la zona rural de Vinces

Elaborado por: Omar García.

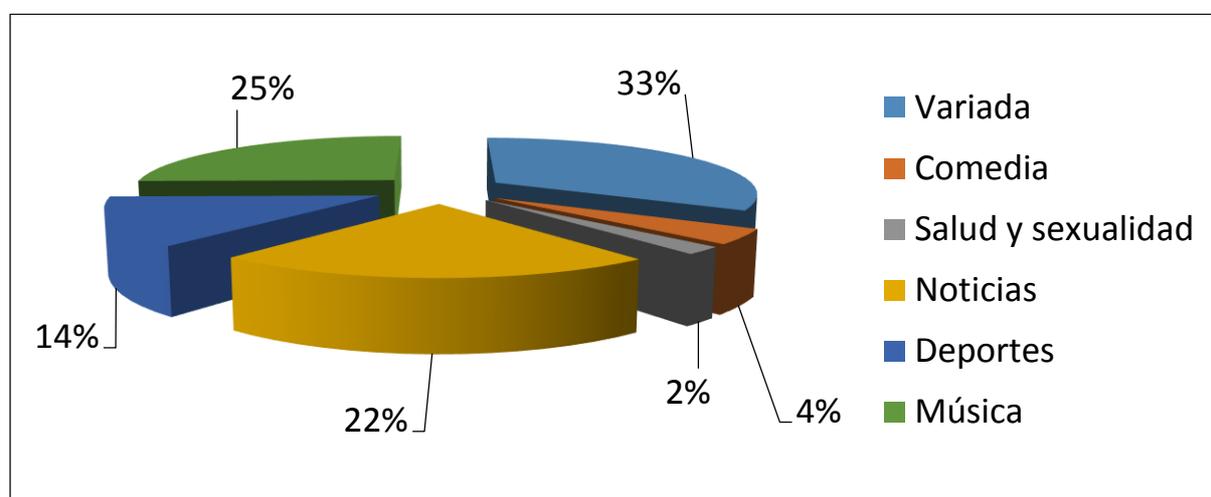


Figura 5 Tipo de información

Análisis: Según lo expresado en la tabla 5 y figura 5, se indica que el 33% de los encuestados manifiesta que le gusta escuchar la información variada, el 25% expresa que le gusta escuchar música en la radio, el 22% dice que le gusta escuchar noticias, el 14% señala que escucha los deportes, el 4% manifiesta que escucha programas de comedia, y el 2% dice que escucha programas de salud y sexualidad. De acuerdo con estos resultados se tiene que en la zona rural existe una mayoría que le gusta escuchar en la radio los programas de información variada, música, noticias, deportes, esto demuestra que en la población tiene buena acogida los programas radiales.

- 6) ¿En la radio se transmiten noticias de las comunidades rurales del cantón y de la provincia?

Tabla 6 Transmisión de noticias

Opciones de respuestas	Resultados	
	Frecuencia	Porcentaje
Sí	234	61%
No	63	16%
A veces	87	23%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a habitantes de la zona rural de Vinces

Elaborado por: Omar García.

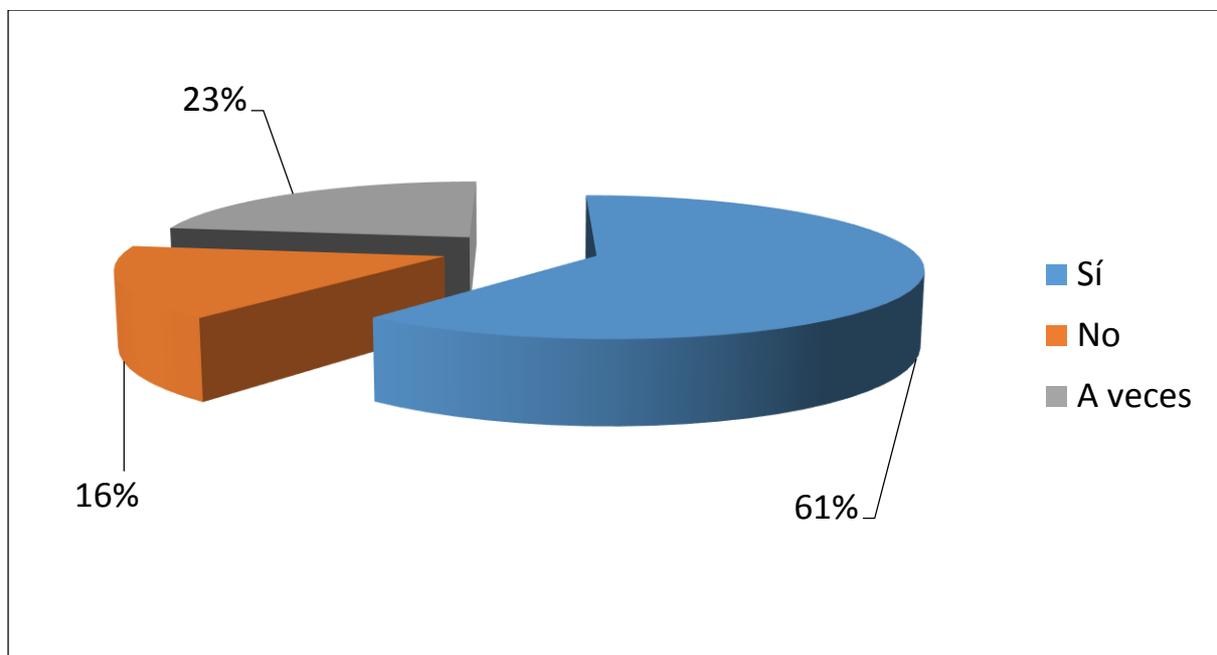


Figura 6 Transmisión de noticias

Análisis: Según lo expresado en la tabla 6 y figura 6, se indica que el 61% de los encuestados manifiesta que en la radio sí se transmiten noticias de la comunidad, el 23% expresa que a veces lo hacen, y el 16% señala que no ha escuchado este tipo de noticias. De acuerdo con estos resultados se tiene que en la zona rural existe una mayoría que considera que sí existe la información de los sucesos de sus comunidades por parte de las estaciones radiales que escuchan, esto conlleva a que las personas que escuchan la radio se sientan respaldados porque los acontecimientos de su sector salen en las noticias.

- 7) ¿Cuál es el nivel de importancia que usted le da a la radio para mantenerse informado de los sucesos internacionales y nacionales?

Tabla 7 Importancia de la radio

Opciones de respuestas	Resultados	
	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	231	60%
Importante	114	30%
Poco importante	18	5%
Nada importante	21	5%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a habitantes de la zona rural de Vinces

Elaborado por: Omar García.

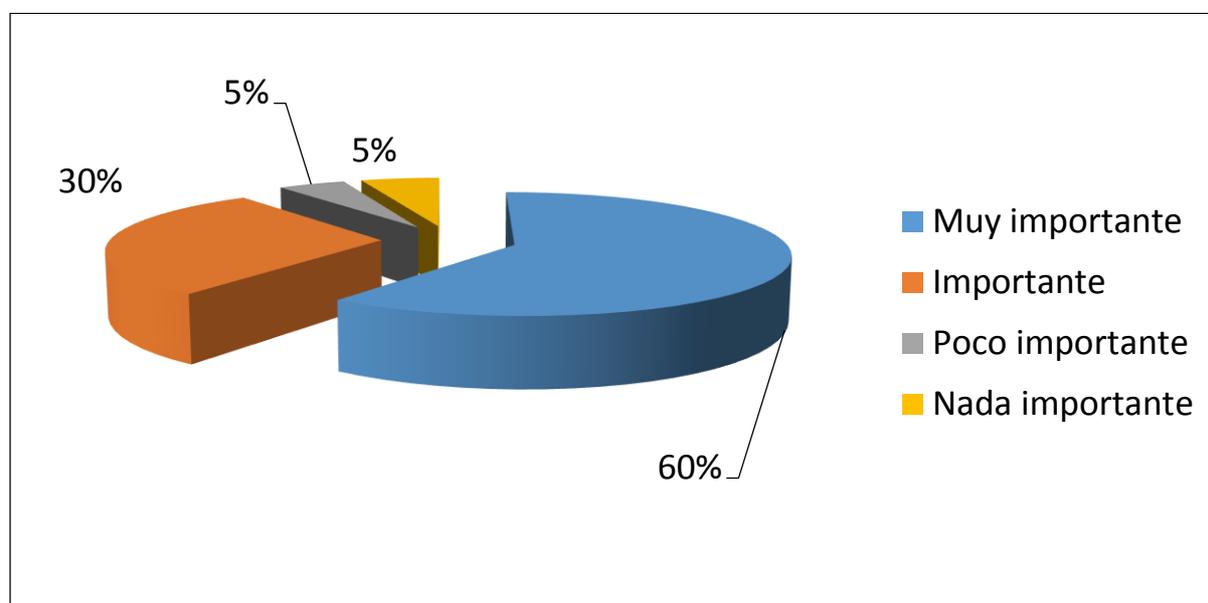


Figura 7 Importancia de la radio

Análisis: Según lo expresado en la tabla 7 y figura 7, se indica que el 60% de los encuestados manifiesta que la radio es muy importante para recibir las noticias tanto nacionales como internacionales, el 30% expresa que considera que es importante, el 5% dice que es poco importante y el 5% señala que no es nada importante. De acuerdo con estos resultados se tiene que en la zona rural existe una mayoría que considera que la radio es importante por ser un medio de comunicación tradicional que tiene mayor alcance en el campo.

8) ¿Confía usted en la información que le llega por la radio?

Tabla 8 Confía en la información

Opciones de respuestas	Resultados	
	Frecuencia	Porcentaje
Sí	217	57%
No	93	24%
A veces	74	19%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a habitantes de la zona rural de Vinces

Elaborado por: Omar García.

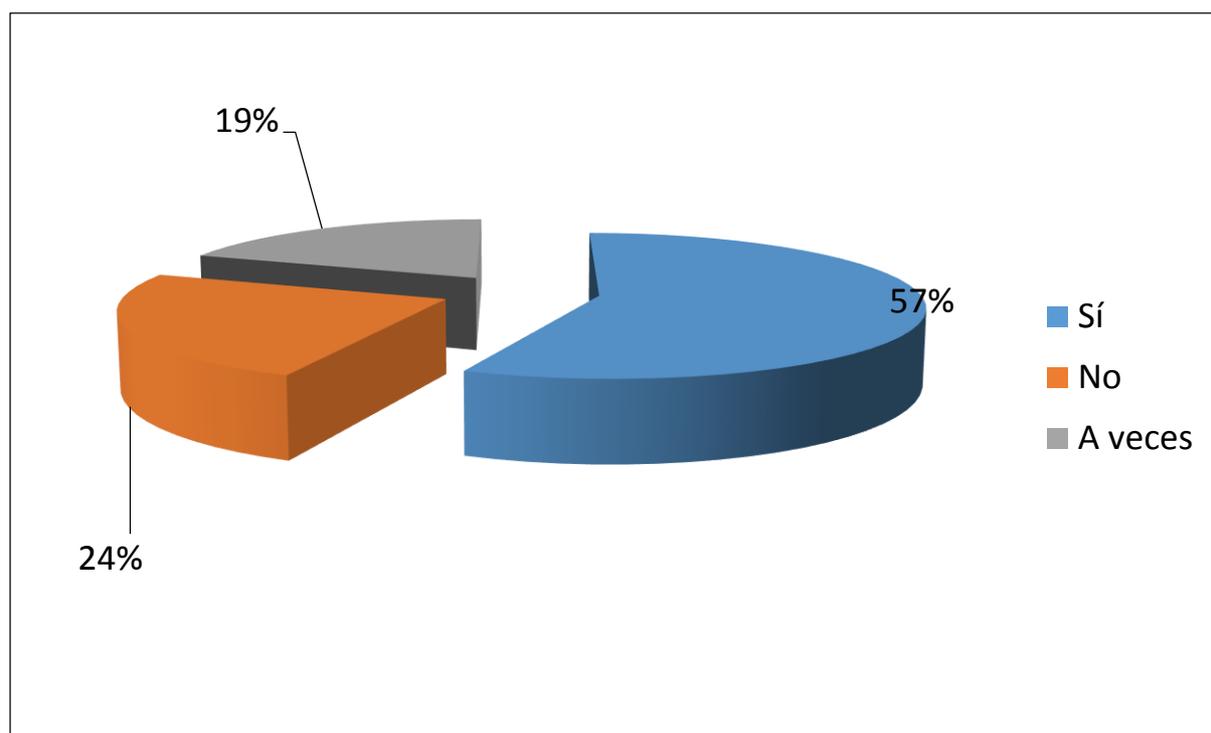


Figura 8 Confía en la información

Análisis: Según lo expresado en la tabla 8 y figura 8, se indica que el 57% de los encuestados manifiesta que considera que si confía en la información que le llega por la radio, el 24% expresa que no confía, y el 19% señala que a veces le cree. De acuerdo con estos resultados se tiene que en la zona rural existe una mayoría que considera que la radio es un medio confiable para recibir información de acontecimientos nacionales, provinciales y locales, por lo que la escuchan de manera permanente.

- 9) ¿Qué tipo de contenidos cree usted que le falta a la radio para completar la información que difunden?

Tabla 9 Tipo de contenidos

Opciones de respuestas	Resultados	
	Frecuencia	Porcentaje
Culturales	97	25%
Sociales	33	8%
Educativos	87	23%
Entretenimiento	122	32%
Religiosos	41	11%
Otros	4	1%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a habitantes de la zona rural de Vinces

Elaborado por: Omar García.

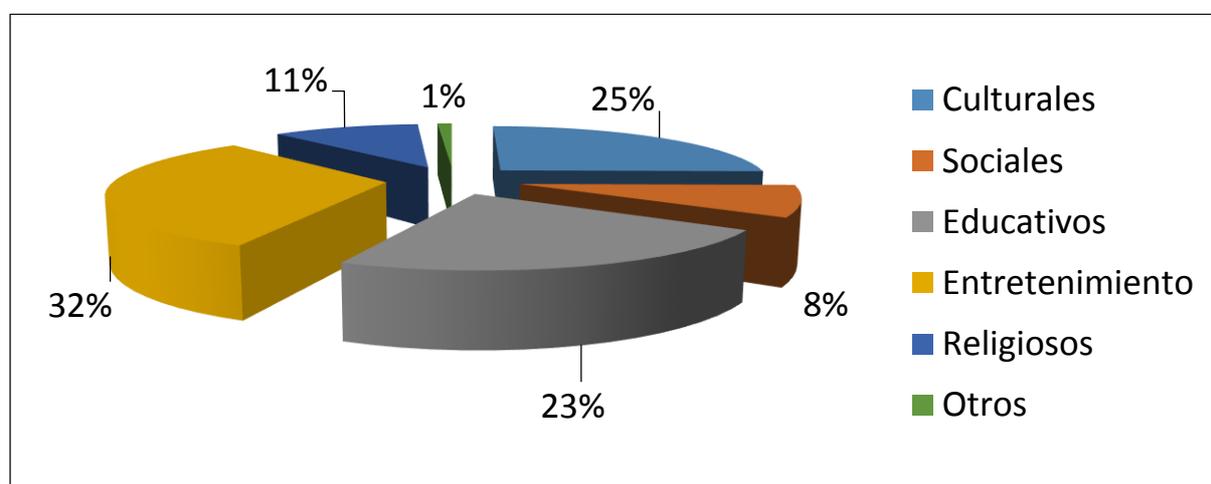


Figura 9 Tipo de contenidos

Análisis: Según lo expresado en la tabla 9 y figura 9, se indica que el 32% de los encuestados manifiesta que se debe tener programas de entretenimiento, el 25% señala que debe haber programas culturales, el 23% expresa que debe haber programas educativos, el 11% considera que deben haber programas religiosos, el 8% expresa que debería contarse con programas sociales, y el 1% dice que otros programas. De acuerdo con estos resultados se tiene que en la zona rural se considera que la radio debe tener más programas de tipo de entretenimiento, educativo y culturales para que la audiencia pueda tener más variedad.

10) ¿La ciudadanía debería participar más en los programas de radio para exponer información real de la comunidad?

Tabla 10 Programas de radio

Opciones de respuestas	Resultados	
	Frecuencia	Porcentaje
Sí	324	84%
No	60	16%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta realizada a habitantes de la zona rural de Vines

Elaborado por: Omar García.

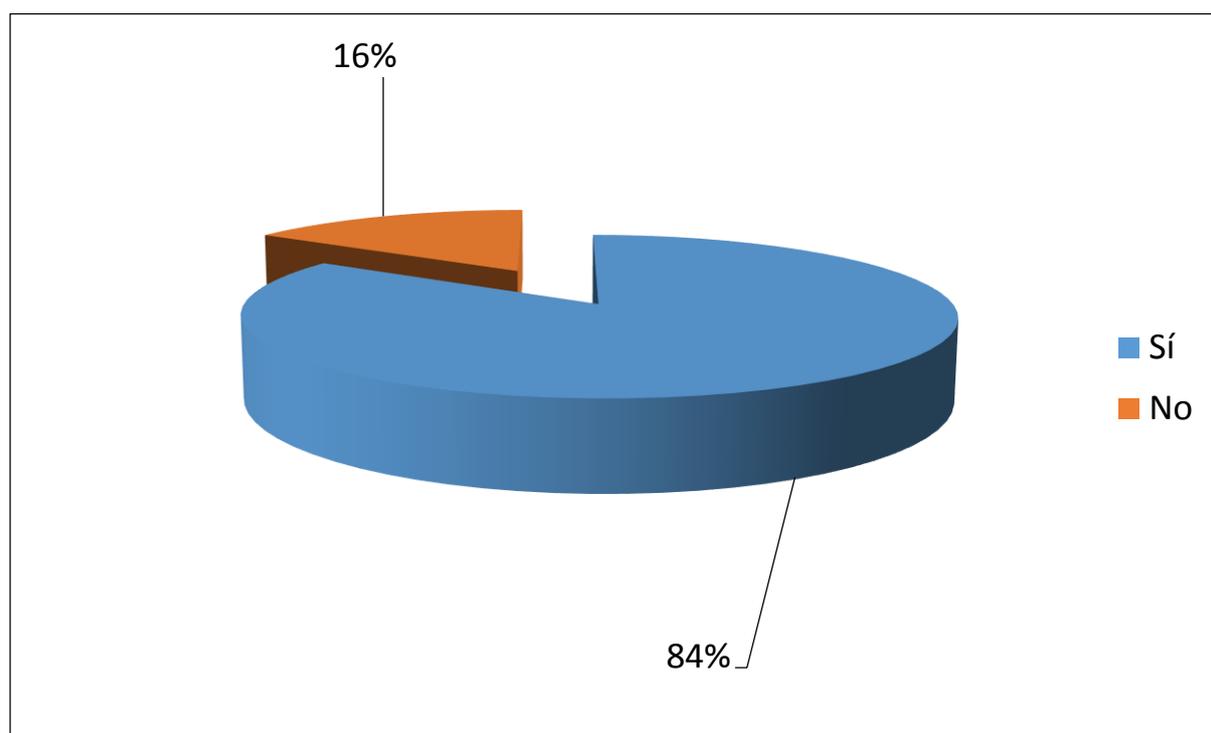


Figura 10 Programas de radio

Análisis: Según lo expresado en la tabla 10 y figura 10, se indica que el 84% de los encuestados manifiesta que la ciudadanía debería participar más en los programas de radio para exponer la información real de la comunidad, el 16% expresa que no. De acuerdo con estos resultados se tiene que en la zona rural no son invitados de forma continua a las radios para exponer la información real de las problemáticas que presentan en la zona rural, es por ello que se debe generar espacios de opinión en las radios.

Entrevista a los propietarios de radios del cantón Vines.

RESULTADOS OBTENIDOS EN LA ENTREVISTA AL GERENTE DE RADIO

PARÍS. Lic. Álvaro Elizalde Peralvo

PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Cuál es el rol de la radio en la sociedad?	Ser el medio que transmita información a las zonas rurales y urbanas a la población.
¿La información que se transmite es realmente independiente?	Sí, en nuestra estación radial no tenemos compromiso con nadie más que con la gente.
¿Qué temas abarca la radio en cuestiones rurales y con qué frecuencia los abordan?	En nuestra radio se informa sobre la problemática que hay en la zona rural, cuando ha existido dificultades de manera frecuente se han expuesto a la comunidad.
¿El contenido de las radios debe ser más educativo, fomentando la cultura?	Considero que sí, en nuestra radio ofrecemos descuentos para quienes realizan programas culturales y educativos, por lo que consideramos con el incentivo que haya más programas.
¿Por qué no existe un segmento de opinión por parte de los agricultores, u otros sectores de la población?	Porque no se maneja una línea de entrevistas, se las realiza de manera más frecuente cuando existen campañas para que los ciudadanos puedan conocer las propuestas de los candidatos.

**RESULTADOS OBTENIDOS EN LA ENTREVISTA AL PERIODISTA DE RADIO
EIFFEL. JOFFRE GARCIA**

PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Cuál es el rol de la radio en la sociedad?	Es el de transmitir las noticias, llevar alegría a los hogares por medio de una programación variada para todos los gustos.
¿La información que se transmite es realmente independiente?	Sí, nuestra emisora no tiene compromisos con partidos o con políticos.
¿Qué temas abarca la radio en cuestiones rurales y con qué frecuencia los abordan?	En la radio se informa sobre la situación que viven los agricultores y las zonas rurales, se lo abordan con mucha frecuencia en los noticieros.
¿El contenido de las radios debe ser más educativo, fomentando la cultura?	Sí, lamentablemente los programas educativos no tienen mucha audiencia, por lo que no se los puede sostener en el aire.
¿Por qué no existe un segmento de opinión por parte de los agricultores, u otros sectores de la población?	Sí existe, cuando alguien pide entrevista se la concede para que puedan expresar sus puntos de vista.

RESULTADOS OBTENIDOS EN LA ENTREVISTA AL GERENTE DE RADIO LA NOTICIA. Lic. Javier Granados Romero

PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Cuál es el rol de la radio en la sociedad?	La radio es fundamental para la sociedad, puesto que transmite información de manera permanente, por lo que los oyentes están informados de manera permanente sobre los acontecimientos.
¿La información que se transmite es realmente independiente?	Sí, nuestra radio no tiene como auspiciantes a personas, políticos o empresas que impongan algún criterio, eso no lo aceptamos.
¿Qué temas abarca la radio en cuestiones rurales y con qué frecuencia los abordan?	Se habla de forma general de noticias o acontecimientos de interés para la comunidad con mucha frecuencia.
¿El contenido de las radios debe ser más educativo, fomentando la cultura?	Sí, pero lamentablemente no existen esos espacios porque la audiencia prefieren programas de tipo musicales o de variedad.
¿Por qué no existe un segmento de opinión por parte de los agricultores, u otros sectores de la población?	Sí existen programas de opinión en donde el ciudadano tiene espacio para pronunciarse.



Entrevistando a él periodista Joffre García de Radio EIFEL



Entrevistando al Lcdo. Javier Granados, Gerente de la Radio la NOTICIA



Entrevistando al Lcdo. Álvaro Elizalde, gerente de la radio PARÍS .