



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:

Análisis de Contenido del Medio Radial “La propia” en la parroquia
Catarama durante el 2020

AUTOR:

Humberto Epifanio Sánchez Castro

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

Dedico es trabajo a Dios y mis padres por haberme dado la vida ser el pilar fundamental que me alienta a salir adelante todos los días sin importar nuestras diferencias de opiniones.

A mi tío Mariano y hermanos por compartir conmigo siempre estar dispuesto a escucharme y ayudarme en cualquier momento. porque sin el apoyo de todos ustedes no hubiera podido lograr mi meta.

Humberto Epifanio Sánchez Castro



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



AGRADECIMIENTO

Doy infinitamente gracias a Dios, por haberme dado fuerzas y valor para culminar esta etapa de mi vida.

Agradezco también la confianza y el apoyo brindado por parte de mis padres, que sin duda alguna en trayectoria de mi vida me han demostrado su amor.

Agradezco especialmente a mi Tío Mariano quien con su ayuda, cariño y comprensión han sido parte fundamental de mi vida.

A mis hermanos que con sus consejos me han ayuda a afrontar los retos que se me han presentado a lo largo de mi vida.

Humberto Epifanio Sánchez Castro

Resumen

El presente estudio de caso análisis de Contenido del Medio Radial “La propia” en la parroquia Catarama durante el 2020 aplicó el método deductivo porque se aplicaron preguntas que nos ayudarían a comprender un poco más sobre el tema y así analizar a través de los investigado obtener el fundamento de la información indicando cuales fueron los procedimientos que se siguieron para su desarrollo, la técnica que se aplicó fue la entrevista dirigida al gerente de la radio La Propia. Se aplicó un cuestionario de 11 preguntas previamente elaboradas.

La mayoría de los pobladores de la parroquia Catarama piensa que debería haber más programas de contenido cultural, y 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

La radio La Propia debe mejorar en la redacción y analizar sus contenidos, se debe destacar dentro de la radio los programas con corte educativo y de variedad, se decidió a través de reuniones semanales y elaboración de libreto con programas bien producidas en lo que se refiere al programa deportivo al programa de música Porque estos son la debilidad de la radio y debe ser mejorada.

Palabras clave: Análisis, desarrollo, Catarama, contenidos, creatividad

Summary

The present case study content analysis of the Radio Medium "Own" in the Catarama parish during 2020 applied the deductive method because questions were applied that would help us understand a little more about the subject and thus analyze through the investigated obtain the basis of the information indicating which were the procedures that were followed for its development, the technique that was applied was the interview directed to the manager of radio La Propia. A questionnaire of 11 previously elaborated questions was applied.

Most of the inhabitants of the Catarama parish think that there should be more programs with cultural content, and that spaces should be given to citizens to participate actively by giving their opinion. As conclusions, once the case study has been carried out, it has been possible to observe

La Propia radio must improve its writing and analyze its contents, programs with an educational and variety nature should be highlighted within the radio, it was decided through weekly meetings and elaboration of a booklet with well-produced programs in what refers to the sports program to the music program Because these are the weakness of the radio and it must be improved.

Keywords: Analysis, development, Catarama, content, creativity

ÍNDICE

Contenido

| | |
|--|----|
| ÍNDICE..... | 6 |
| INTRODUCCIÓN..... | 7 |
| DESARROLLO..... | 8 |
| 2.1 JUSTIFICACIÓN..... | 8 |
| 2.2 OBJETIVO..... | 8 |
| 2.3 SUSTENTO TEÓRICO..... | 8 |
| 2.1 Qué es la radio..... | 8 |
| 2.3.1 Importancia de la radio..... | 13 |
| 2.3.2 La radio y sus características..... | 13 |
| 2.3.3 Cinco errores que una radiodifusora no debe cometer..... | 13 |
| 2.4 Técnicas aplicadas..... | 14 |
| 2.5 Resultados obtenidos..... | 14 |
| III CONCLUSIONES..... | 16 |
| IV. RECOMENDACIONES..... | 17 |
| Contenido..... | 18 |
| ANEXOS..... | 20 |

INTRODUCCIÓN

La parroquia Catarama es un ejemplo de superación, cada día personas luchadoras llevan el pan a sus hogares, buscan un poco de diversión por esta razón ven televisión, navegan por internet o buscan lo simple escuchar la radio, donde para algunos es un mundo en el que se va a descubrir mucho talento a través del sonido de la voz pacífica que está del otro lado. Hacer el Análisis de Contenido del Medio Radial “La propia” en la parroquia Catarama durante el 2020 es muy importante no solamente es equipo tecnológico también hay equipo humano personas que conocen y perciben todas las necesidades que tiene el cantón y que las dan a conocer a través de sus voces.

Toda la información recopilada buscará ayudar a determinar Análisis de Contenido del Medio Radial “La propia” en la parroquia Catarama durante el 2020 fue factible para que esta haga un mejoramiento a los contenidos que emite a los oyentes para que no pase desapercibida. Dentro de las actividades que se realizaron fue la reunión de análisis de contenido que se hace para ver los pros y contras de la programación con el fin de fortalecer el programa radial haciendo énfasis en la debilidad para convertirla en fortaleza. Existe mucha creatividad solo hay que unir bien las directrices para una potencialización de la radio La Propia.

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.

DESARROLLO

2.1 JUSTIFICACIÓN

Estamos viviendo continuos cambios relacionados tanto con la forma de vida a situaciones cotidianas. En la comunidad, estos cambios afectan en la forma de enseñar, de aprender y de fomentar diferentes valores entre los radios oyentes. Las nuevas tecnologías evolucionan de forma vertiginosa y todos partícipes de ello. La radiodifusión es una actividad privada comercial que funciona en régimen de competencia, ha formado parte importante dentro de la comunicación considerándola como uno de los medios de publicidad más económicos. Las radios precisan de mayor articulación tanto en lo humano como en sus instancias de dirección, es por esta razón que se hace evidente la realización del análisis de contenido del medio radial “La propia” en la parroquia Catarama durante el 2020.

El estudio de caso contribuye a la Parroquia Catarama con una exploración que establece las falencias que deben ser mejoradas en la radio La Propia, de forma específica se necesita estar informados de los acontecimientos que en los que están inmersos de interés público y de la cotidianidad, no obstante, algunos no pueden acceder a otros medios de comunicación solamente a la radio.

El beneficio que se da con el presente estudio es para los pobladores de la Parroquia Catarama, puesto que mediante el análisis de caso se puede mejorar la programación regular de la radio La Propia en diferentes aspectos fundamentales como los gustos y preferencias de los radioyentes, adaptándolos como aporte al desarrollo de las comunidades.

2.2 OBJETIVO

Analizar el contenido de la programación de la radio La Propia durante el 2020.

2.3 SUSTENTO TEÓRICO

2.1 Qué es la radio

Garza (2009) 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). Hay que destacar que la radio es un medio de mayor alcance y poco costo, tiene mayor cantidad de audiencia en los sectores rurales donde algunas tecnologías no tienen la

cobertura suficiente por su alto costo y bajo rendimientos que se mantiene como el principal medio de comunicación masiva.

La radio es un espacio que permite a las parroquias rurales tener la información de los acontecimientos, ya que nacen de la necesidad que tiene la población para tener 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 des complicado 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, convirtiéndolo en uno de los medios más populares de la zona y por mayor economía, teniendo oportunidades para el consumidor debido a que está a su alcance.

2.2 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 se “escucha Cardoso (2009) 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). En la sociedad actual nace antes de la televisión, y solo se necesitaba 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 muchas oportunidades, 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 una 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 en Ecuador

En el año 1925 la familia Cordobés 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

señala que Elizalde (2019) “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.

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, 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). Los medios de comunicación están en constante vínculo con 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.

2.3.1 Importancia de la radio

(Omar, 2019) Expresa que:

“se concentra en lo que ésta representa y que la mayoría de los otros medios no tienen., estas características nos permiten utilizar diversos elementos creativos como voces, música y anunciadores en los comerciales”

De acuerdo a Omar la radio es un medio de comunicación que está inmerso en un mundo interesante ya que la información que genera es crucial para entender como debe ser los contenidos que los locutores emiten a los oyentes, a veces se crea discrepancias en la información el uso de esta debe tratarse con cautela ya que si se genera un contenido que no ha sido previamente investigado puede constituir un problema tanto en credibilidad como legal.

2.3.2 La radio y sus características

(Ejemplode.com, 2012) Expresa que:

“Forma de telecomunicación (comunicación a distancia) de carácter público, representada por la emisión, el transporte y la recepción de voces, música y efectos sonoros que, sin el empleo de cables y conexiones desde una fuente localizada hasta el radioescucha.”

De acuerdo a Ejemplos de.com la radio es un conjunto de instrumentos de transmisión de sonido sin embargo una de las características fundamentales es dar alegría a los radios oyentes cuando en el transcurso del día analizan el contenido informativo que este le trasmite en cada uno de sus programas llamando la atención e incrementando sus seguidores por su expresividad y don de gente que la hace muy popular entre otras radios.

2.3.3 Cinco errores que una radiodifusora no debe cometer

(Garduño, 2020) Expresa que:

“si la planificación es incorrecta se invertirá más tiempo al aire, lo que con lleva a gastar una suma inmensa de dinero y no generará las ganancias que desea una emisora. Es por ello que el tiempo y la planeación se deben ejecutar de forma eficaz y ordenada.”

De acuerdo a Garduño La radio sigue siendo un medio que te hace imaginar, pero sobre todo logra que pases momentos agradables y estés informado; el ritmo, la calidad y los locutores son piezas claves en una emisora para que se diferencie de otra, La mayoría de los oyentes escuchan la radio cuando están conduciendo o realizando alguna actividad, por lo que les resulta complicado recordar información muy extensa. En muchas de las ocasiones es necesario transmitirlo, así que una manera eficaz y adecuado es por medio de jingles que sean pegajosos.

2.4 Técnicas aplicadas

En la presente investigación se aplicó el método deductivo ya que se utilizó preguntas, para poder analizar a través de los resultados obtenidos. La utilización del método teórico ayudó a obtener el fundamento de la información indicando los procedimientos adecuados a seguir para su desarrollo. La técnica que se aplicó, fue la entrevista estructuradas que fue dirigida al Licenciado Vicente Zambrano gerente de la radio La Propia mediante un cuestionario de 11 preguntas que fueron elaboradas con anterioridad.

Luego se explicó al gerente que realizar reuniones semanales para preparar un libreto con cada uno de los programas enfatizando que se tiene dos programas muy buenos que hay que explotar el programa educativo y el de farándula, se debe hacer más producción en lo que se refiere al programa deportivo al programa de música se debe hacer una reestructuración haciéndolo más atractivo al público Porque estos son la debilidad de la radio y debe ser mejorada urgentemente.

2.5 Resultados obtenidos

Como resultado de la entrevista realizada al gerente de la radio la propia podemos obtener los siguientes resultados:

Cada programa se desarrollado en la radio detectando inconveniente en lo que es el desarrollo de los contenidos, estos deben ser más profundos y mejor redactados, es importante recalcar que los locutores que intervienen en la programación son empíricos, con deseos de expresar sus habilidades dentro de cada uno de los programas planteados. Los habitantes de la parroquia Catarama están emocionados por el funcionamiento de la radio ya que de un momento a otro se formo un grupo de soñadores que demuestran el talento innato que poseen a través de sus programas La lectura por Licenciado Vicente Zambrano aquí se destaca el buen gusto por leer desde cuentos hasta poesías narrativas muy bien interpretadas llevando a los radios oyentes hasta las lágrimas. El programa de farándula producido y dirigido por el Licenciado Ángelo Jaén es un programa ameno donde se destaca la farándula Cataramaña, variedad de concursos y farándula interprovincial, es muy querido por los radioescuchas, un programa deportivo Sporting club dirigido por el señor Hugo Yarleque donde se dan a conocer los torneos tanto de la parroquia Catarama como los demás sectores del cantón Urdaneta, Un programa de música rocolera a cargo del señor José Ríos funciona los jueves y viernes en la noches se envían saludos e interactúan con los radioyentes, las pautas publicitarias son adquiridas por el gerente quien hace publicidad a todos los negocios del casco comercial de Urdaneta.

El programa deportivo tiene acción de demostrar la capacidad futbolística que hay en la parroquia Catarama, pero le hace falta más investigación les da menos importancia a los jugadores de la parroquia y prioridad a los que vienen de afuera. siempre repite los mismos partidos, hablan de los mismos jugadores, pero no se esmera en exaltar las habilidades que tienen los jugadores de la parroquia, lo que ha hecho que muchos padres incluso los mismos jugadores discrepan con los reporteros de la radio por esta situación.

Programa de farándula se refiere Es lo mejor que hay ya que el conductor del programa es muy activo trabaja con los radioyentes hace la programación muy amena es muy interactivo el mismo que es muy seguido por redes sociales de Facebook e Instagram.

Los programas educativos hacen concientizar a los padres para que mejore la lectura en los niños, pero a veces queda solamente en palabras ya que no todo lo ponen en la práctica, deberían utilizar otro tipo de enseñanza que sea más participativa, otro estilo de enseñanza en la lectura y escritura ya que son la base de la educación.

III CONCLUSIONES

Se han obtenido las siguientes conclusiones:

- La radio La Propia debe mejorar en la redacción y analizar sus contenidos para que mejore la programación propuesta.
- Los programas que más se destacan dentro de la radio son el de educación y el de farándula.
- Se realizaron reuniones semanales y preparar un libreto con programas apropiados en cada una de las ramas que están ejecutando ya que lo único que destaca es el programa educativo y el de farándula debemos hacer más producción en lo que se refiere al programa deportivo al programa de música Porque estos son la debilidad de la radio y debe ser mejorada.

IV. RECOMENDACIONES

Se recomienda lo siguiente:

- Capacitar a los trabajadores de la radio La Propia en lo que a desarrollo de contenido y libretos de programación se refiere ya que la programación y el estilo que abarca dentro de la radio es muy pobre y necesitamos algo más actualizado que llame la atención sea más creativos y lo más importante satisfactorio para quienes lo escuchan. Esto se debe al análisis que se hizo a través de las reuniones semanales con los locutores de cada programa.
- El gerente de la radio debe tomar la responsabilidad de mejorar el personal o remover personal que no le sirve para laborar en esta radio ya que toda empresa para ser exitosa necesita de personal de calidad es muy importante que las personas que ingresen a trabajar lo hagan con el deseo de hacer de la radio La Propia una de las mejores de la parroquia Catarama y del cantón Urdaneta para poder expandirse hasta la provincia de Los Ríos.
- Se debe fomentar la locución a través de talleres interactivos para que las personas que laboran en la radio La Propia sean más expresivos más divertidos y que sus programas sean amenos llamen la atención.
- El gerente debe Buscar trabajadores capacitados en las ramas de conducción, desarrollo de contenido y libreto de la radio porque solamente así la radio aumentará de radioescuchas, será más querida entre los habitantes de la parroquia Catarama.

V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Contenido

Buendía, A. (2003). *La radio se hizo joven: Una mirada a los jóvenes, la radio y la ciudad*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.

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.

Ejemplode.com, R. (- de - de 2012). *La radio y sus características*, 1,5. (R. Ejemplode.com, Editor, R. Ejemplode.com, Productor, & Ejemplode.com, Redacción) Recuperado el 02 de 09 de 2019, de -: https://www.ejemplode.com/53-conocimientos_basicos/2048-la_radio_y_sus_caracteristicas.html

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.

Galán, J. (2016). *Los medios comunitarios, un reto para la comunicación en el Ecuador*. Quito: Sociedad estudiantil de la UPS.

Garduño, M. (24 de 02 de 2020). *5 Errores que una radiodifusora no debe cometer*, 1.5. (M. Garduño, Editor, M. Garduño, Productor, & Garduño, Maritza) doi:-

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.

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.

Omar, O. (- de - de 2019). *Importancia e influencia la radio*, 1.5. (O. Omar, Editor, O. Omar, Productor, & Omar, Owil) doi:-

Rodero, E. (2005). *Producción radiofónica*. Madrid: Editorial Cátedra.

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.

ANEXOS

Anexo 1



Entrevistando al Gerente de la radio La Propia Licenciado Vicente Zambrano Aguilar



Con los moradores de la parroquia Catarama

Anexo 2

| ENTREVISTA | |
|--|--|
| Nombre: Licenciado Vicente Zambrano Aguilar | Cargo: Gerente de la radio La Propia |
| PREGUNTAS | RESPUESTAS |
| 1. Cómo surgió el nombre de la propia | El nombre de la propia surgió por la coordinación de quienes tuvimos la iniciativa de poner en marcha este proyecto obtuvimos de una persona del Cantón Buena Fe. |
| 2. Qué los motivó a realizar este proyecto | La motivación nace cuando llega el contacto de buena fe a ver si teníamos capacidad para poder estructurar este tipo de emprendimiento. |
| 3. Quiénes fueron los Pioneros de radio la propia | Aquí varios personas jóvenes que ayudaron a alimentar lo que la experiencia te da la vida el primer lugar Gustavo veloz, Luis Sánchez y quién les habla que fue quién los invito a ellos a formar parte de este proyecto una vez que ellos hicieron contacto tratamos de dar facilidad a aquellas personas que venían a entregarnos esa oportunidad y fueron ellos los que me ayudaron a que este proyecto vaya no en beneficio de ellos, ni mío sino de esta sociedad qué necesita y sigo sosteniendo que es importante tener este medio de comunicación. |
| 4. En qué fecha y año fue creada la radio | El 23 de diciembre del 2018, actualmente tiene 1 año 5 meses |
| 5. Para el puesto de locutor hay alguna cualidad o habilidad especialmente importante. | Claro para ser locutor se necesita tener vocación iniciativa debe de ser preparado para afrontar cualquier situación |
| 6. Se ha obtenido beneficios en la creación de la radio | El mejor beneficio es brindar a los Catarameños una estación radial que aporte a la comunidad |
| 7. Qué hace falta en la radio La Propia | Instalaciones y equipo sofisticado para un mejor servicio |
| 8. Cuantas personas laboran en la radio | Actualmente laboran 4 personas, el gerente Licenciado Vicente Zambrano, Ángelo Jaén, José Ríos, Hugo Yarleque |
| 9. Se debe fomentar la radiodifusión en el cantón Urdaneta | Por supuesto que sí ya que la radio es un medio de comunicación muy solicitado en el público. |
| 10. Las personas que laboran son profesionales en la rama o no | 2 son licenciados el gerente y el de programa de farándula, los otros dos son empíricos con muchos deseos de aprender |
| 11. Cómo se visualiza la radio en el futuro | Como una radio exitosa y expandida por toda la provincia de los Ríos |

Anexo 3

Ficha de observación

| Programas radiales | Responsable | Descripción | Horario de programación |
|---|------------------------|---|--------------------------------|
| Programas educativos Aprendiendo a leer | Lcdo. Vicente Zambrano | Capacitación a los padres de familia de como enseñar a leer a sus hijos | 08:00 am a 10:00 am |
| Programas musicales Noches rocolera | Lcdo. Gustavo Veloz | Interactuar con los radios oyentes seleccionando el tipo de música, | 19:00 pm a 21:00 pm |
| Programas deportivos Sporting club | Sr. Hugo Yarleque | Resumen deportivo sobre torneo deportivos | 11:00 am a 12:00 am |
| Programas de farándula Chisme fresco | Lcdo. Ángelo Jaén | Entrevista a los artistitas Urdanetences | 16:00 pm a 18:00 pm |