



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO

“EL PROGRAMA RADIAL CHIMBORAZO HABLA Y SU INCIDENCIA EN
LOS HABITANTES DE LAS PARROQUIAS SAN LUIS Y PUNÍN DEL
CANTÓN RIOBAMBA, EN EL PERÍODO COMPRENDIDO ENERO A JULIO
DEL 2015”

TESIS DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTORA

Elizabeth Fabiola Maggi Cevallos

TUTOR

Mba. Carlos Larrea Naranjo

Riobamba-Ecuador

2016

INFORME DEL ASESOR

En mi calidad de asesor y luego de haber revisado el desarrollo de la tesis elaborado por Elizabeth Fabiola Maggi Cevallos, tengo a bien informar que el trabajo indicado cumple con los requisitos exigidos para ser expuesta al público luego de ser evaluado por el tribunal designado por la Comisión

Riobamba, octubre 17 del 2016



Msc Carlos Larrea

TUTOR

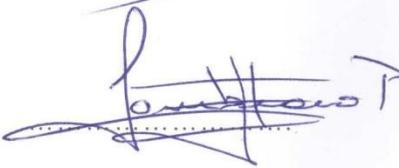


UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO:

“EL PROGRAMA RADIAL CHIMBORAZO HABLA Y SU INCIDENCIA EN
LOS HABITANTES DE LAS PARROQUIAS SAN LUIS Y PUNÍN DEL
CANTÓN RIOBAMBA, EN EL PERÍODO COMPRENDIDO ENERO A JULIO
DEL 2015”

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: LICENCIADO EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

PRESIDENTE	10	
	Calificación	Firma
Miembro N: 1	10	
	Calificación	Firma
Miembro N: 2	10	
	Calificación	Firma
NOTA FINAL.....	10	

DERECHOS DE AUTOR

Yo, Elizabeth Fabiola Maggi Cevallos, soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados señalados en la presente Tesis; y, los derechos de autoría le pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo.



Elizabeth Fabiola Maggi Cevallos

CI 0603094467

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a todas las personas que me apoyaron
Y que me impulsaron a conseguir una de las metas planteadas en mi vida.

AGRADECIMIENTO

A Dios, a mi hija, mi madre, a mi esposo que con su apoyo incondicional me enseñó que todo sueño que inicia debe ser concluido a pesar de las dificultades, a todos los que de una u otra forma estuvieron a mi lado en el transcurso de esta carrera profesional y que me empujaron a llegar a la meta deseada.

A mis profesores que por cuatro años me enseñaron este noble oficio y en especial a mi tutor por la ayuda, paciencia y dedicación en guiarme.

Elizabeth Fabiola Maggi Cevallos

ÌNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÀGINA
PORTADA	i
INFORME DEL ASESOR	ii
CERTIFICACIÒN	iii
AUTORIA	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÌNDICE GENERAL	vii
ÌNDICE DE TABLAS	ix
ÌNDICE DE GRÀFICOS	xi
RESUMEN	xii
SUMMARY	Xv
INTRODUCCIÒN	Xvii

CAPÌTULO I

1. MARCO REFERENCIAL -----	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA -----	1
1.2 FORMULACIÒN DEL PROBLEMA -----	2
1.3 OBJETIVOS -----	2
1.3.1 OBJETIVO GENERAL -----	2
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÌFICOS -----	2
1.4 JUSTIFICACIÒN E IMPORTANCIA -----	22

CAPÍTULO II

2.MARCO TEÓRICO -----	3
2.1FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA -----	3
2.1.1 LA COMUNICACIÓN -----	4
2.1.1.1 TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN -----	4
2.1.1.2 TRASMISIÓN DE SEÑALES Y COMUNICACIÓN -----	5
2.1.1.3 TEORÍA DE LA INFORMACIÓN-----	7
2.1.1.4. TEORÍA DE LA AGUJA HIPODÉRMICA O “BALA MÁGICA”-----	9
2.1.1.1.5COMUNICACIÓN AUDITIVA -----	11
2.1.2 LA RADIO-----	12
2.1.2.1 HISTORIA DE LA RADIO -----	12
2.1.2.2EL MENSAJE RADIAL -----	13
2.1.2.3INMEDIATEZ EN LA TRASMISIÓN DEL MENSAJE-----	16
2.1.2.4ELEMENTOS DE LA RADIO -----	17
2.1.2.5EL LENGUAJE RADIOFÓNICO-----	18
2.1.3PROGRAMAS-----	18
2.1.3.1PROGRAMA RADIAL -----	18
2.1.3.2INFLUENCIA DE UN PROGRAMA RADIAL EN LA POBLACIÓN --	19
2.1.3.2.1 INFLUENCIA DE LA MEDIACIÓN TÉCNICA -----	20
2.1.3.2.2 FORMATOS RADIOFÓNICOS: -----	20
2.1.3.3 PROGRAMA RADIAL CHIMBORAZO HABLA-----	21
2.1.3.3DEFINICIÓN DEL EQUIPO DE TRABAJO -----	22
2.1.3.4JUSTIFICACIÓN -----	23
2.1.3.5OBJETIVOS -----	24
2.1.3.5.1 OBJETIVO GENERAL-----	24
2.1.3.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS -----	24
2.1.3.6INDICADORES-----	24
2.1.3.7META A CUMPLIRSE-----	24
2.1.3.8CONCEPTO DE RENDICIÓN DE CUENTAS -----	24
2.1.3.8.1 OBJETIVOS DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS -----	25
2.1.3.8.2 ASPECTOS EN LO QUE SE RINDE CUENTAS -----	25

2.1.3.9RENDICIÓN DE CUENTAS, UN PROCESO PARTICIPATIVO DE CONTROL SOCIAL -----	26
2.1.4 ÁREA DE ESTUDIO -----	26
2.1.4.1 GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA SAN LUIS -----	26
2.1.4.2RESEÑA HISTÓRICA DE LA PARROQUIA SAN LUIS -----	27
2.1.4.3ASPECTOS FÍSICOS DE LA PARROQUIA SAN LUIS-----	28
2.1.4.3.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA-----	28
2.1.4.3.2 COORDENADAS -----	29
2.1.4.3.3 LÍMITES POLÍTICOS ADMINISTRATIVOS -----	29
2.1.4.4DIVISIÓN TERRITORIAL INTERNA DE SAN LUIS-----	30
2.1.4.5. ANalfabetismo en San Luis-----	31
2.1.4.5.1 GRUPOS ÉTNICOS SAN LUIS-----	32
2.1.4.5.2 IDIOMA-----	32
2.1.4.6 FUENTES DE TRABAJO-----	33
2.1.4.6.1 RAMA DE ACTIVIDADES -----	33
2.1.4.7GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA PUNÍN -----	34
2.1.4.7.2 CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA PARROQUIA PUNÍN -37	
2.1.4.7.3 FUENTES DE TRABAJO-----	37
2.1.4.7.4 RELIGIÓN-----	37
2.1.4.7.5 ETNIA -----	37

CAPÍTULO III

3.MARCO METODOLÓGICO-----	38
3.1 MÉTODO-----	38
3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN -----	38
3.2.1 DESCRIPTIVA -----	38
3.2.2 DE CAMPO -----	38
3.3 TIPO DE LA INVESTIGACIÓN-----	38
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA-----	39

3.4.1 POBLACIÓN -----	40
3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS -----	41
3.5.1 ENCUESTA -----	42
3.5.3 OBSERVACIÓN -----	42
3.6 TÉCNICAS DE PROCEDIMIENTO PARA EL ANÁLISIS -----	43
3.6.1 PROCESAMIENTO Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS -----	43
3.6.2 COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS -----	43
3.6.3 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN -----	43
3.6.3.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS -----	43

CAPÍTULO IV

4.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES-----	83
4.1 CONCLUSIONES-----	83
4.2 RECOMENDACIONES-----	84

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA-----	85
5.1 DATOS INFORMATIVOS-----	85
5.2 TÍTULO DE LA PROPUESTA-----	86
5.3 JUSTIFICACIÓN-----	87
5.4 FUNDAMENTACIÓN-----	88
5.5 ESTRATEGIAS-----	88
5.6 ACTIVIDADES-----	90
6. BIBLIOGRAFÍA-----	91
7. ANEXOS-----	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1 División territorial interna de San Luis.....	31
Tabla N°2 Grupos étnicos.....	32
Tabla N°3 Actividades de los habitantes de San Luis.....	33
Tabla N°4 Características generales de la parroquia Punín.....	36
Tabla N°5 Asentamiento humano de la parroquia Punín.....	37
Tabla N°6 Ingresos familiares.....	38
Tabla N°7 Grupos étnicos.....	39
Tabla N°8 Aplicación de fórmula.....	40
Tabla N°9 Distribución de barrios de la parroquia San Luis.....	41
Tabla N°10 Distribución de las comunidades parroquia Punín.....	42

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1 Género de los encuestados.....	44
Gráfico N°2 Ocupación de los encuestados.....	45
Gráfico N°3 Escucha usted radio.....	46
Gráfico N°4 En qué horario escucha usted radio.....	47
Gráfico N°5 Esta de acuerdo en que la radio trasmite rendición de cuentas del Gobierno Nacional.....	48
Gráfico N° 6 Ha escuchado el programa Chimborazo Habla.....	49
Gráfico N°7 El programa cumplió con las expectativas.....	50
Gráfico N°8 Esta de acuerdo que el programa se enfoque solo en el Gobierno Nacional.....	51

Gráfico N°9 Contribuyó en la formación de conocimiento ciudadano.....	52
Gráfico N°10 Se sintió identificado con los temas del programa.....	53
Gráfico N°11 El programa hubiese tenido más impacto si era en kichwa.....	54
Gráfico N°12 En qué lengua le hubiese gustado escuchar.....	55
Gráfico N°13 Confianza en el programa.....	56
Gráfico N°14 Frecuencia del programa.....	57
Gráfico N°15 Temas del programa.....	58
Gráfico N°16 Nombre de los presentadores.....	59
Gráfico N°17 Llamadas telefónicas fueron reales.....	60
Gráfico N°18 Encuestados parroquia Punín.....	61
Gráfico N°19 Actividades parroquia Punín.....	62
Gráfico N°20 Escucha usted radio.....	63
Gráfico N°21 Horario del programa.....	64
Gráfico N°22 Rendición de cuentas.....	65
Gráfico N°23 Programa Chimborazo Habla.....	66
Gráfico N°24 Expectativas del programa.....	67
Gráfico N°25 Enfoque en el Gobierno Nacional.....	68
Gráfico N°26 Formación ciudadana.....	69
Gráfico N°27 Temas del programa.....	70
Gráfico N°28 Programa en kichwa.....	71
Gráfico N°29 Preferencia del idioma.....	72
Gráfico N°30 Confianza en el programa.....	73

Gráfico N°31 Frecuencia del programa.....	74
Gráfico N°32 Temas del programa.....	75
Gráfico N° 33 Formación ciudadana.....	76
Gráfico N°34 Identificación del programa.....	77
Gráfico N°35 Nombres de los presentadores.....	78
Gráfico N°36 Llamadas telefónicas al programa.....	79

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto de investigación se divide en cinco capítulos, en cuyos contenidos se efectúa un análisis comunicativo y cultural de la problemática planteada.

En el primer capítulo se abarca el problema, el objetivo general, los objetivos específicos y justifico la importancia del tema, todo esto constituye el eje sobre el cual se guía la investigación.

En el segundo capítulo desarrollo la fundamentación teórica; esta abarca la sustentación teórica, científica y conceptual para defender mi trabajo investigativo, dentro de este se desarrollan cuatro unidades, en la primera traté las teorías de la comunicación, la transmisión de las señales, teoría de la información, teoría de la aguja hipodérmica o bala mágica, en la segunda unidad abarco la historia de la radio, lo que significa el mensaje radial, la influencia e inmediatez de un mensaje.

En la unidad tres, me centro en el programa radial, la influencia de este en la sociedad y el tema en cuestión, es decir el programa radial Chimborazo Habla, sus objetivos, su organización y sus metas.

Finalmente la unidad cuatro abarca aspectos de las poblaciones en estudio, San Luis y Punín, la historia de cada una de ellas, sus habitantes, sus autoridades, su lengua y las labores que desarrollan, parte importante de su sustento diario.

El tercer capítulo, dedico la explicación del proceso metodológico de la investigación, aquí comento todo lo que utilice para realizar el estudio, la información que recabé, el trabajo de campo lo que me permitió comprobar la hipótesis del tema presentado.

En el capítulo cuatro específico las conclusiones que se basan en los resultados del estudio aplicado, las mismas que me permiten realizar las recomendaciones apropiadas, en los anexos expongo entrevistas, así como fotografías que respaldan el trabajo de investigación realizado en territorio.

El capítulo cinco hace alusión a una propuesta presentada por mi persona, en base a los resultados de la investigación, en esta se mencionan aspectos que podrían tomarse en cuenta al momento de establecer un proyecto de comunicación.

SUMMARY

This research project is divided into five chapters, whose communicative and cultural analysis of the issues raised is made.

In the first chapter the problem arises, the overall objective, specific objectives and justifies the importance of the subject, this is the axis on which the investigation is guided.

In the second chapter the theoretical foundation development; This includes the theoretical , scientific and conceptual support to defend my research work within this four units are developed, at first tried theories of communication, signal transmission , information theory , theory of the hypodermic needle or magic bullet.

On the second drive spanned the history of radio,, which means the radio message , influence and immediacy of a message.

In Unit Three, I focus on the radio program, the influence of this on society and the subject matter, Chimborazo Talk radio program , its objectives, its organization and its goals.

Finally unit four covers aspects of the study populations, San Luis and Punín, the history of each, its people, its authorities, their language and the work they carry out, an important part of their livelihood.

The third chapter, devoted to explaining methodological process of the research, commented here everything you use to conduct the study, the information I collect, the field work which allowed me to test the hypothesis of the topic presented

In chapter four specific conclusions based on the results of applied research, the same that allow me to make appropriate recommendations in Annexes I expound interviews and photographs support the research work carried out in the territory

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación han sido considerados de gran importancia en la sociedad debido a su influencia, particularmente la radio ha logrado alcanzar sitios a los cuales la televisión o el periódico no son accesibles.

La radio ha sido tomada en cuenta para informar así como para incidir en la toma de decisiones públicas, es el medio de mayor alcance ya que llega a todas las clases sociales.

De ahí parten diferentes programas que se realizan con el objetivo de entretener y otros que se enfocan en la trasmisión de mensajes con diferentes propósitos ya sean políticos o de persuasión comercial.

Laswell (1927) afirma que la teoría de la aguja hipodérmica otorgaba, “un poder a los medios, el cual permitía conseguir la adhesión de los ciudadanos a planes políticos sin recurrir a la violencia sino mediante la manipulación”.

En el año 2013 en el Ecuador se implementó, diferentes esquemas radiales con un enfoque de propaganda gubernamental, en la provincia se ejecutó el programa Chimborazo Habla, el cual permitía que los ministros, directores, directoras de 20 carteras de Estado dieran a conocer su labor a través de 11 frecuencias radiales.

El programa radial Chimborazo Habla buscaba incidir en la población de las parroquias San Luis y Punín del cantón Riobamba, a fin de que las políticas públicas del actual régimen sean reconocidas por este grupo y mostrarán su favor al Gobierno de turno.

En el caso de la parroquia San Luis según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos su población es mestiza y el 90% de sus pobladores se dedican a la agricultura, mientras que los habitantes de Punín son indígenas, su idioma oficial es el kichwa pero también dominan el español.

López (1997) indica que la “forma en la que se trasmite un mensaje y la manera en cómo se lo hace, evalúa si este cumplió su misión de llegar al oyente”. Y de nos ser así qué fue lo que faltó para que este incidiera en su opinión.

Para la investigación planteada se evaluó la incidencia del programa y si al ser transmitido en parroquias rurales tuvo efecto en sus oyentes y reconocen o sienten simpatía con el actual Gobierno.

CAPÍTULO I

1. MARCO REFERENCIAL

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La presente investigación se centra en el programa radial Chimborazo Habla y su incidencia en los habitantes de las parroquias San Luis y Punín del cantón Riobamba.

El Gobierno Nacional a través de la Secretaría de Comunicación (Secom), dispuso una estrategia de difusión con el objetivo de que 20 carteras de Estado rindan cuentas a sus mandantes sobre las obras que realiza cada una de ellas, con su autoridad correspondiente.

Estas acciones se las ejecutaría en un programa radial denominado Ecuador Habla, posterior a ello la propuesta se extendió a las 24 provincias del país, cada una enfocada en los requerimientos de su territorio.

Desde el 2013, el programa radial Chimborazo Habla inició con su transmisión, cada lunes desde las 07:00 hasta las 08:00, para ello se contrató 11 frecuencias radiales por un costo de \$1200,00 cada una.

Durante la hora y media que el programa estaba al aire, se presentaban entrevistas, peticiones directas de las personas a las autoridades y llamadas telefónicas, así como un resumen de las labores ejecutadas por las instituciones en la provincia de Chimborazo, adjuntando cifras, costos y financiamientos, también se recalca los proyectos futuros.

Según el plan inicial de trabajo de los productores, Chimborazo Habla debía enfocarse en los habitantes de la zona urbana de cada cantón, por ello la estructura del programa y el vocabulario utilizado pretendía llegar a un target de oyentes con un mínimo de estudios.

Sin embargo los directores aducen que el programa se escuchaba con mayor énfasis en las parroquias San Luis y Punín del cantón Riobamba, en el caso de los habitantes de la parroquia San Luis, estos se dedican en su mayoría a la agricultura, el 60% de

la población es indígena mientras que el 40% son mestizos, dominan el español y el kichwa.

Mientras que en la parroquia Punín, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Inec), el analfabetismo en mujeres alcanza el 41.43% y 43.8% en los hombres sus habitantes son 96% indígenas, su idioma oficial es el kichwa pero existen grupos que dominan el español.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo incide el programa radial Chimborazo Habla en los habitantes de las parroquias San Luis y Punín del cantón Riobamba, periodo enero a julio del 2015?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar cómo incide el programa radial Chimborazo Habla en los habitantes de las parroquias San Luis y Punín del cantón Riobamba, periodo enero a julio del 2015.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1.-** Identificar la influencia del programa Chimborazo Habla en los habitantes de San Luis y Punín del cantón Riobamba.
- 2.-** Analizar la aceptación del programa Chimborazo Habla en los habitantes de las parroquias San Luis y Punín del cantón Riobamba.
- 3.-** Proponer nuevas e innovadoras estrategias de comunicación y de difusión para el programa, las mismas que sean de impacto para las parroquias.

1.4 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

Ante el problema planteado, esta investigación se propone identificar, analizar y obtener datos sobre la incidencia que tuvo el programa Chimborazo Habla en los habitantes de las parroquias San Luis y Punín del cantón Riobamba.

Además fortalecerá el conocimiento adquirido en las aulas al plasmarlo en un trabajo investigativo que requerirá poner en práctica cada una de las asignaturas impartidas en los ocho semestres de carrera.

La importancia de este trabajo también abarca conocer el alcance de un mensaje radial y el efecto que mantiene una estrategia de comunicación, los resultados obtenidos servirán de base de consulta para colegas, historiadores, investigadores, estudiantes etc.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

Los medios de difusión han aparecido como instrumentos indispensables para la gestión gubernamental, el programa Chimborazo Habla es uno de ellos, el mismo que ha generado opinión tanto de las poblaciones aliadas como de sus opositores, este programa radial surge de la necesidad del actual régimen de implementar técnicas de comunicación que le beneficien directamente y moldeen el pensamiento público.

2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Armand Mattelart en su libro Historia de las Teorías de Comunicación hace alusión a la sociología funcionalista de los medios de comunicación, ¿quién dice qué, por qué canal a quién y con qué efecto?, en la práctica se ha dado prioridad a dos puntos específicos, el análisis de los efectos, y en estrecha correlación con estos el análisis de contenidos que aporta el investigador, elementos susceptibles que ayudan a orientar al público.

La observación de los efectos de los medios de comunicación en los receptores, la evaluación constante, con fines prácticos que aporten datos para estructurar un mensaje es necesaria y aplicable. Las emociones, conocimiento y actos están sometidos a la exigencia de resultados formulados por quienes financian dicha propaganda, preocupados por evaluar la eficacia de una campaña de información

gubernamental, publicidad, relaciones públicas utilizan todo lo necesario para llegar a las masas. (Mattelart, 1997)

“La necesidad de las masas es lo que busca satisfacer los medios de comunicación, este proceso va cambiando con la sociedad y en el se genera una realidad de la posturas de dominación a través del mensaje” (Barbero, 1987).

- La Psicología de las multitudes

Los debates que surgen sobre la naturaleza política de una opinión pública liberada de las coacciones impuestas a la libertad de prensa y de reunión suscitan la parición de la psicología de las masas, y refleja la manipulación de la sociedad.

“En la muchedumbre, hay dirigentes y dirigidos, hipnotizadores e hipnotizados, solo la sugestión explica que los segundos sigan ciegamente a los primeros, Las nuevas formas de sugestión representado por la prensa, el contagio, la sugestión y la alucinación transforman en autómatas y hasta en sonámbulos a los individuos tomados de la masa” (Mattelart, 1998).

2.2 LA COMUNICACIÓN

2.2.1 TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN

La Teoría de la Comunicación es una reflexión científica nueva, pero su objeto de estudio, la comunicación es una actividad muy antigua, el manejo de la información es una capacidad que aparece tempranamente en las especies, existen numerosos seres vivos capaces de relacionarse unos con otros, sin embargo estos solo lo hacen con materias y energías, pero todavía no han llegado al estado evolutivo que les capacita para la interacción. (Serrano, Piñuel, Gracia, Arias; 1982).

Los medios de difusión han aparecido como instrumentos indispensables para la gestión de los gobiernos, han moldeado opiniones y han logrado cambiar la visión de los votantes tanto de sus allegados como de sus enemigos, de forma general ha avanzado considerablemente las técnicas de comunicación, que han ido desde el telégrafo, teléfono, el cine pasando por la radiocomunicación.

Harold Laswell en su libro *Propaganda Techniques in the World War*, la propaganda y la democracia van de la mano, de hecho es el único medio para suscitar la adhesión de las masas, además es más económica que la violencia, la corrupción u otras técnicas de gobierno de esta índole.

Esta técnica puede ser utilizada para fines buenos como malos, esta visión instrumental consagra una representación de la omnipotencia de los medios de comunicación considerados, instrumentos de circulación de un mensaje. (Laswell, 1978).

La propaganda bien estructurada ejerce un efecto o impacto directo sobre los individuos, en el segundo conflicto más fuerte de la historia, los hombres fueron presa de la propaganda gubernamental (Tchakhotine, 1939).

- Sociología Funcionalista

2.2.1.1 Transmisión de Señales y Comunicación

La transmisión de señales es importante en la comunicación, su objetivo principal es intercambiar información entre dos o más entidades, en todo sistema deben encontrarse tres elementos válidos, que son; canal de comunicación (el medio físico por el cual se envía la señal), el receptor y el trasmisor.

EMISOR: También puede identificarse como fuente es quien emite el mensaje, datos o información que se quiere comunicar. El emisor utiliza un código para elaborar sus mensajes; como el idioma, o el lenguaje de programación en una radio.

RECEPTOR: Es quien recibe la información a quién va dirigido el mensaje, el receptor debe entender el código del mensaje para recibirlo de forma adecuada.

CANAL: El medio físico por el cual se trasmite el mensaje.

CÓDIGO: Conjunto de signos y reglas que conocen el emisor y el receptor y que se utiliza para representar el mensaje.

El origen de la comunicación humana se puede ubicar en la prehistoria cuando los primeros hombres hicieron uso de lenguajes e intentaban transmitir señales para iniciar un intercambio de ideas.

En el mundo animal la comunicación y la transmisión de señales juegan un papel importante en su reproducción, alimentación y defensa de los depredadores, dado lo útil e insustituible de estos procesos, para ellos es fundamental el intercambio de señales.

En el humano la transmisión de señales y comunicación, es el receptor quien interpreta y esta interpretación puede tener un significado más o menos similar o más o menos diferente que para el emisor que es el que trasmite el mensaje.

La comunicación humana es un proceso complejo que involucra diferentes elementos, el individuo acumula experiencias relacionadas a su forma de vida, desarrollo intelectual y social por ello el mensaje que se trasmite va impregnado a un sinfín de experiencias. (Otero, 1997).

El éxito de un acto de comunicación, es que el mensaje se situó en el campo de la experiencia común de ambos. Para el comunicador y el receptor deben estar sintonizados, y esta sintonización debe ser aprovechada.

Los procesos de codificación y decodificación, se remiten a un campo de experiencias que no son del todo coincidentes. La comunicación ocurre cuando se encuentran en la denominada zona de intersección ya que no es solo una mera transmisión de mensaje, sino un proceso de significación, es decir de interpretación en el cual inciden muchos factores más allá del código.

Según el modelo de la Tuba de Schramm, “la información circula y no es un proceso lineal, es un modelo que hace referencia a la comunicación colectiva que permite ver el proceso en el cual una multiplicidad de mensajes, el perceptor selecciona los que menor esfuerzo le ocasionan para percibir su significado.

“Los que más llaman su atención y más despiertan necesidades de su personalidad, y los que mejor respetan el conjunto de normas de grupos y valores, en este modelo el intérprete sería el jefe de redacción de la radio y televisión” (Schramm, 1954).

En comunicación de masas; el medio es un decodificador, interprete y codificador que elabora un producto (noticias, programas) que una vez transmitido a una audiencia masiva, sufre un nuevo proceso de decodificación e interpretación.

2.2.1.2 Teoría de la Información

A partir de la acelerada difusión y especialización que experimentan los medios de comunicación en el procesamiento y transmisión de información durante la primera mitad de nuestro siglo, se desarrolla el primer modelo científico del proceso de comunicación conocido como la Teoría de la Información, o Teoría Matemática de la Comunicación.

Específicamente esta se desarrolla en el área de la telegrafía, donde surge la necesidad de determinar, con la máxima precisión, la capacidad de los diferentes sistemas de comunicación para transmitir información.

La primera formulación de las leyes matemáticas que gobiernan dicho sistema fue realizada por Hartley (1928) y sus ideas son consideradas actualmente como la génesis de la Teoría de la Información.

Posteriormente Shannon y Weaver (1949) desarrollaron los principios definitivos de esta teoría. Su trabajo se centró en algunos de los siguientes problemas que surgen en los sistemas destinados a manipular información; cómo hablar los mejores métodos para utilizar los diversos sistemas de comunicación. Cómo establecer el mejor método para separar las señales del ruido y cómo determinar los límites posibles de un canal,

“El concepto de comunicación en el contexto de la Teoría de la Información es empleado en su sentido muy amplio, en el que quedan incluidos todos los procedimientos, mediante los cuales una mente puede influir en otra” (López, Parada, Simonetti, 1995).

De esta manera se consideran todas las formas que el hombre utiliza para transmitir sus ideas, La palabra hablada, escrita o transmitida (teléfono, radio), los gestos, la música, las imágenes y los movimientos.

En el proceso de comunicación es posible distinguir por lo menos tres niveles de análisis diferentes; el técnico, el semántico, y el pragmático.

Técnico: Se analiza aquellos problemas que surgen en torno a la fidelidad con la que la información puede ser transmitida desde el emisor hasta el receptor.

Semántico: Se estudia todo aquello que se refiere al significado del mensaje y su interpretación.

Pragmático: Se analizan los efectos conductuales de la comunicación, la influencia o efectividad del mensaje, en tanto da lugar a una conducta.

La Teoría de la Información se desarrolla como una respuesta a los problemas técnicos del proceso de comunicación, aun cuando sus principios puedan aplicarse en otros contextos.

Alejandro López señala que antes de analizar lo que se refiere a la capacidad y fidelidad de un canal determinado para transmitir información, es necesario que se analice los alcances de este último concepto, la información no solo está ligada a lo que decimos, sino más bien con lo que podríamos decir.

“El concepto de información se relaciona con la libertad de elección que tenemos para seleccionar un mensaje determinado de un conjunto de posibles mensajes, si nos encontramos en una situación en la que tenemos que elegir entre dos únicos mensajes posibles, el término información nos da la capacidad de elegir el que más nos interesa” (López, 1995).

Redundancia: Este aspecto también juega un papel importante en la Teoría de la Información, la mayoría de las fuentes de información producen mensajes que no consisten en una única elección entre posibilidades de igual probabilidad, sino en elecciones sucesivas entre posibilidades de probabilidad variable y dependiente.

La redundancia de los idiomas permite que si se pierde una fracción de un mensaje sea posible completarlo en forma muy aproximada al original, “permite ahorrar tiempo y el mensaje llega de forma más clara al oyente, este asimila lo que se trata de comunicar y decide si lo recibe o no” (Fernández, 1995).

Los aspectos de los procesos comunicativos son los siguientes:

1.- Determinar la cantidad de información, que puede contener un flujo de mensajes, Este cálculo se establece a partir de la relación entre el número de señales distintas transportadas en el mensaje y el número total de señales distintas transportadas en el mensaje.

2.- Determinar el canal o red de comunicación alternativa, por la que pueda circular más información, con más rapidez y mayor número de usuarios.

3.- Determinar la forma de codificación, es decir de organización de secuencias de señales, que permita con mayor simplicidad, discriminar sin ambigüedad mayor variedad de mensajes.

4.- Determinar los efectos que sobre la decodificación (identificación correcta de las señales que se empujan y su secuencia) pueden producir las perturbaciones introducidas durante el transporte.

Estas últimas pueden presentarse por la falta de capacidad del canal o por la apertura de este canal a señales externas que pueden confundir al oyente como el ruido.

2.2.1.3. Teoría de la Aguja Hipodérmica o “Bala Mágica”

Es considerada una teoría post hoc (a consecuencia de) nace en la primera guerra mundial en 1930, al observarse los efectos y consecuencias que habían tenido los medios de comunicación (propaganda) como la manipulación de gente para que se uniera a este conflicto.

La Teoría de la Aguja Hipodérmica también es conocida como La Bala Mágica, o Teoría de la Reacción en Cadena, “cada miembro del público de masas es personal y directamente atacado por el mensaje” (Tchakhotine, 1939).

Harold Laswell fue quien introdujo la Teoría de la Aguja Hipodérmica en su libro “Técnicas de propaganda en la guerra mundial” (1927), donde identifica mecanismos de persuasión y afirma “que no se necesita usar la violencia para conseguir la aprobación de los ciudadanos a diferentes planes políticos” (Laswell, 1927).

El auge de las ciencias sociales de la época por medio de las teorías conductistas hablaba sobre estímulos y propuestas, creyendo que un mensaje bien elaborado y transmitido por un medio masivo generaría una respuesta casi inmediata y uniforme.

La Teoría de la Aguja Hipodérmica trata de la manipulación o efectos que ejercen los medios de comunicación de masas sobre la población, ya que existe una causa-efecto entre el emisor y el receptor. Es por ello que el mensaje llega directo al individuo (se inyecta) sin necesidad de intermediarios.

Se considera que el mensaje no necesita ser verificado porque su contenido es incontrastable por el hecho de que el medio de comunicación o los llamados líderes de opinión lo afirman.

Los líderes de opinión son personas con carreras periodísticas que buscan el bien común y forman parte de los mediadores entre la política y la sociedad, con esto se genera un estímulo-respuesta que es causa de reacción inmediata, al mensaje por parte de la masa (grupo grande de personas).

Mientras más se repita la información expuesta, más probabilidad hay que se haga realidad, se pensaba que esta teoría era muy eficaz. Por la idea de que se podía moldear directamente la opinión pública y lograr que las masas adopten casi cualquier punto de vista uniforme que el comunicador se propusiera, asumiendo la existencia de ciertos estímulos transmitidos por los medios.

Es decir la teoría otorgaba un poder enorme a los medios, asegurando que estos eran creadores de posiciones políticas e ideológicas, ya que los medios empleaban la encuesta y el nascente análisis de contenido como estrategia para predecir la reacción de las masas.

Al saber la reacción podría estructurar mensajes que influyeran en las creencias y posturas de la sociedad, “con esto se pretendía dar a conocer que el humano no podría tomar sus propias decisiones, el humano no podía identificar su inteligencia ni escoger sus pensamientos ya que los medios transmitían el mensaje y decidían por ellos” (Thompson, 2001).

2.2.1.4 Comunicación Auditiva

La comunicación auditiva está ligada directamente a lo que se escucha, lo que genera pensamientos en nuestra mente, en este caso la radio, los mensajes que se transmiten son directamente almacenados en nuestro cerebro.

“Este tipo de comunicación utiliza como signo la palabra hablada, para que se dé esta comunicación es necesario el habla, para que el mensaje se transmita de forma adecuada, este debe ser bien planificado, el trasmisor transforma el mensaje en una señal que es enviada por el canal de comunicación al receptor” (Cabral, 2007)

La comunicación auditiva es apoyada por ruidos y sonidos que transmitan un sentimiento o estado de ánimo, se puede definir como sensación auditiva que es producida por la vibración de algún objeto el cual viaja por un medio elástico.

Después de que un objeto produce una vibración, el sonido es recogido por el oído que lo canaliza a través del canal auditivo externo hasta llegar al tímpano.

Según Fátima Fernández, la comunicación auditiva se remonta al paleolítico hace unos 10.000 años a.c los humanos que habitaban la tierra tenían la necesidad de emitir sonido para poder comunicarse fue en esta era en donde la comunicación auditiva empezó a evolucionar.

El sonido de palos y piedras para alertar de un peligro eminente se hacía con mucha frecuencia, es así que en la actualidad los ruidos y sonido como canciones o temas rítmicos son utilizados para transmitir un mensaje. (Fernández, 1997).

La comunicación auditiva en muchas ocasiones puede ser inevitable, por ejemplo existen carros que transitan con altoparlantes emitiendo un mensaje ya sea este comercial o político. También se lo aplica cuando los alumnos acuden a las escuelas y reciben la clase de su maestro.

En cuanto a los medios de comunicación como; la radio y la televisión son aprovechados para que los mensajes lleguen a través del oído, “el sonido es una vibración que se propaga, es necesario un órgano productor de sonido, así como un órgano detector que almacene lo que escucha” (Mejía, 1998).

2.3 La Radio

2.3.1 Historia de la Radio

La creación e historia de la radio describe los pasos importantes que la comunicación ha evolucionado, desde el descubrimiento de las ondas de radio en 1873, este medio no ha perdido su importancia y sigue generando la información requerida.

La radio es un medio de comunicación masivo que llega al radio-escucha de forma personal, es el medio de mayor alcance ya que llega a todas las clases sociales.

En 1876, Alexander Graham Bell, físico escocés radicado en Estados Unidos, lo logró. El teléfono transformaba el sonido en señales eléctricas y lo enviaba, valiéndose de micrófonos y auriculares, por un tendido de cables similar al del telégrafo. La voz humana iba y venía sin necesidad de ningún alfabeto para descifrarla. Si viajaba la voz, podía viajar la música. Y cualquier ruido.

En 1877, un contemporáneo de Bell, el norteamericano Thomas Alva Edison, experimentaba con un cilindro giratorio, recubierto de una lámina de estaño, sobre el que vibraba una aguja. Después de múltiples ensayos, aquel genio consiguió escuchar una canción grabada por él mismo. Había nacido el fonógrafo, abuelo del tocadiscos. El sonido había alcanzado la inmortalidad.

La radio establece un contacto más personal, ya que ofrece al radio-escucha cierto grado de participación en el acontecimiento o noticia que se está transmitiendo (Fernández, 1997).

Es un medio selectivo y flexible, el público del mismo no recibe tan frecuentemente los mensajes como el de los otros medios, además el receptor de la radio suele ser menos culto y más sugestionable en la mayoría de los casos.

La radio ha generado una gran importancia como medio de comunicación ya que posee una calidad íntima de tu a tu, que la mayoría de los otros medios no poseen (Balsebre, 1994).

En la radio se transmiten una gran cantidad de programas que incluyen noticias, programas de comunicación sobre entidades municipales, gubernamentales y los comerciales.

En el caso de la publicidad, la radio permite al oyente vivir lo que se trasmite y más si es sencillo, si queremos llegar con un mensaje este debe ser central y rápido. (Geerts, 2001).

Desde que se realizaron los primeros descubrimientos de las ondas de radio, han transcurrido 143 años, y la radio todavía mantienen su expectativa y es utilizada para una comunicación rápida y al instante, lo que ha generado que este medio se mantenga vigente y más vivo que nunca.

En la actualidad la radio se ha convertido en una herramienta esencial dentro de la comunicación, al ser de fácil acceso y fácil de adquirirlo, la mayoría de habitantes lo tienen.

Las nuevas tecnologías como los celulares no han obviado poner frecuencias de radio en los dispositivos electrónicos, no importa cuanta música almacene, o que tipo de entretenimiento provea, la gente siempre buscará el que tenga acceso a una radio (Fernández, 2006).

2.3.2 El Mensaje Radial

El mensaje es el sentido más general, el objeto de la comunicación o de lo que se piensa transmitir, está definido como la información que el emisor envía al receptor a través de un canal de comunicación o un medio de comunicación.

Al ser escuchado por varias personas, el locutor debe prepararse de manera objetiva, para poder transmitir de manera correcta y que su receptor reciba la información de forma adecuada (Otero, 1997).

La información pública que manejan los agentes de comunicación, en este caso la radio, tiene la característica de ser unidireccional, es decir que trasmite el mensaje pero no sabe específicamente quien lo escucha.

A su vez el receptor se retroalimenta por las llamadas telefónicas, quienes en ese momento pueden conocer a ciencia cierta quien se comunica y quien está recibiendo el mensaje (Tenorio, 2008).

La política informativa juega un papel importante al transmitir el mensaje, es decir el conjunto de normas que rigen al quehacer noticioso de una emisora de radio o el programa que trasmite el mensaje.

Los planes de trabajo, lo que se busca transmitir no responde a una persona sino a una planificación, que escoge determina lo que se quiere exponer, puede ser esta a corto o mediano plazo, emanada de investigaciones, con la participación de varios criterios.

Este proceso garantiza una coherencia en la planificación, desecha la espontaneidad y se basa en el recogimiento de información bien planificada para llegar a quienes esperamos necesiten el mensaje (Berlo, 1984).

2.3.1.1 Inmediatez en la Trasmisión del Mensaje

Muchos se preguntan si la radio tiene futuro, o si tiene los días contados, debido a la cantidad de tecnología que ahora está en las manos de las personas y que se encuentra al alcance de gran parte de la población.

“Un estudio reciente realizado por la Universidad Pontificia de Chile demuestra que la radio concentra niveles de recepción superiores a los de la televisión, en ambos sexos y en todos los sectores socioeconómicos, el 62% de la población dedica a escuchar radio, el estudio también enfatiza que las personas dan más credibilidad a la radio que a otros medios de comunicación” (López, 1997).

Esto se debe a la inmediatez del mensaje, las personas esperan recibir lo que acontece de forma rápida y muchos no esperan los noticiarios de televisión que se presenta al mediodía o en la noche, por lo que se sienten satisfechos al encender la radio.

La radio no solo se ha convertido en el despertador de sentimientos y experiencias vividas sino también en una fuerza descentralizadora, por ello es necesario que el lenguaje que se utilice sea sencillo y que las personas no necesiten usar un diccionario.

En los medios de comunicación masivos el lenguaje sencillo resulta ser el más culto, es decir el más adecuado para sintonizar con el público al cual se dirige el mensaje, cuando se esta ante un micrófono, no se habla para un élite ni un grupo de expertos, ni siquiera para los colegas periodistas, los oyentes son la gente común y corriente, ciudadanos y ciudadanas de a pie, es decir el pueblo.

El medio es el mensaje, su importancia va más allá de ser un punto de partida, ya que solo esta frase resume de manera concisa la importancia de entregar un mensaje de forma rápida pero contrastada y que influya en el público que escucha de forma continua (McLuhan, 1997).

El mensaje que se trasmite en radio no es permanente, no se puede volver a repetirlo, por ello es importante emitirlo de una forma correcta y quede impregnado en la mente del oyente.

Existen varias clases de lenguaje que se pueden utilizar en un programa radial, entre estos están:

- Lenguaje activo; son aquellas palabras que la gente utiliza en su vida diaria, por ejemplo (me duele la barriga).
- Lenguaje pasivo; son las palabras que la gente entiende pero que no usa frecuentemente por ejemplo (malestar estomacal)
- Lenguaje Dominante; Son palabras que la gente ni usa ni entiende por ejemplo (complicaciones gástricas).

Al transmitir un mensaje por radio, se debe utilizar el mensaje activo, el que se utiliza de forma diaria, el que se habla en el mercado, en la cocina, en el autobús, el pasivo también se puede usar, en la franja que todos entiendan y no se debe usar de forma frecuente. (Frederic, 1973).

2.3.1.2 Elementos de la Radio

Siendo la radio un medio de difusión que ofrece grandes posibilidades, para contribuir a satisfacer las necesidades de información y educación, existen cuatro elementos que le permiten a este medio, crear imágenes de los medios que se transmiten; la palabra, la música, los ruidos y el silencio.

➤ La Palabra

No es más que el conjunto de sonidos articulados por un ser humano para expresar una idea, es por eso que se convierte en uno de los principales elementos para la transmisión de un mensaje radial.

➤ La Música

Se conoce como la combinación artística de los sonidos, de instrumentos o de la voz humana para expresar, ideas, sentimientos o emociones, produciendo generalmente sensaciones agradables al oído.

➤ Los Ruidos

El ruido es el sonido inarticulado, aunque para algunos puede ser desagradable mucho depende del contexto. Se dice que los ruidos no son más que sonidos producidos por la voz humana o por las cosas, que no son palabras o música. Las funciones del ruido y los efectos sirven para apoyar el guión.

➤ El Silencio

El silencio o ausencia del sonido se presenta en cualquiera de los antes mencionados, la palabra, la música y el ruido. Para algunos el silencio posee la propiedad los sonidos procedentes y consecuentes a él.

Aunque el silencio dilatado puede ser interpretado como la existencia de un problema en la emisora, cuando el silencio es medido, intencionado, genera en los oyentes ideas interesantes (Kaplúm, 1999).

2.4 El Lenguaje Radiofónico

La presencia de un lenguaje propio del medio radiofónico obedece a la existencia de un código de comunicación, nacido del uso de un conjunto de reglas y normas que dan sentido al lenguaje radiofónico, formado por: la voz, la música, los efectos y el silencio. Estos a su vez son tratados por: la interpretación de los textos y locuciones, la composición de las melodías, la procedencia natural o artificial de los efectos, la mayor o menor ausencia de sonido.

El lenguaje va acorde con las nuevas tecnologías, la radio tiene su propio lenguaje, por ello sintonizar una emisora radiofónica –acto casi reflejo en tanto que una de las acciones más cotidianas de nuestra vida.

Esta acción sumerge al receptor en un universo sonoro capaz de despertar un cúmulo de sensaciones y emociones que difícilmente afloran con el consumo de otros medios de comunicación.

En cuestión de minutos, la radio empapa a sus oyentes de alegrías y de tristezas, de sonrisas y de lágrimas, de ilusiones y de desengaños, de optimismo y de pesimismo, y, por qué no, de todo aquello que pase por su imaginación cada vez que escuchan una voz, una música o un silencio (Tenorio, 2008).

Cada medio de comunicación tiene su propio lenguaje, el radiofónico es una creación de imágenes, utilización de signos y símbolos que permiten comunicarnos y a la vez superar las limitaciones que la misma radio impone.

El programa o medio condiciona el mensaje, así que hay que tener presente que lo que se diga debe ser inteligente, correcto, relevante, atractivo, redundante, instantáneo, para conseguir esto se debe saber lo que se quiere transmitir y jugar con los cuatro elementos del lenguaje radiofónico (López, 1997).

2.4.1 Programas

2.4.1.1 Programa Radial

Un programa radial tiende a crear en la mente del oyente una alternativa de escuchar otras opiniones, diferentes voces y hasta una clase diferente de entretenimiento, algunos incluso permiten la intercomunicación con sus oyentes, lo que genera mayor afinidad con sus locutores

Como en todo programa, es el oyente el que decide si lo escuchará o no, por ello la importancia de una buena estructura, ya que estos espacios son considerados ideales como herramienta de expresión.

Con el objetivo de ampliar un mayor número de oyentes, se debe seleccionar a un grupo específico, con gustos, disgustos, emociones, necesidades, problemas y cansados de escuchar siempre lo mismo, a la espera de una nueva creatividad.

Al iniciar una nueva propuesta se debe responder a objetivos y metas, estos objetivos nacen de necesidades específicas que se piensa cubrir con un programa radial, para ello se debe tener en cuenta por qué medio se va a transmitir y qué canal se va a utilizar.

Al escoger el canal, este determina que lenguaje se va a utilizar, el mensaje que se desea transmitir debe ser planificado y estructuralmente bien organizado, la selección de lo que se va a transmitir no permitirá improvisaciones sino que todo estará ligado al mensaje final (Otero,1997).

La palabra sin duda, domina en el proceso creativo, hasta el punto de que muchos autores han llegado a calificarla como la “columna vertebral” del lenguaje radiofónico. De hecho, es tal su importancia que, en ocasiones, la concurrencia de los otros sistemas se presenta como una complementariedad al verbo y no como una explotación de sus recursos expresivos.

Así, la música, los efectos sonoros y el silencio se acaban convirtiendo en meros elementos de refuerzo del lenguaje verbal. El programa radial se enfoca en plantar

una idea en intentar que una personas se familiarice con el mensaje que expone el locutor y lo que pretende decir se quede en la memoria del oyente (Tenorio, 2008).

Es así que al escoger un programa se debe decidir a través de que emisora se planea transmitirlo, ¿a qué público se quiere llegar?, ¿es local?, ¿es nacional? Depende la raza, nacionalidad. No se puede dirigir a todos sino a un grupo específico.

2.4.1.2 Influencia de un Programa Radial en la población

La Radio siempre ha sido uno de los medios de comunicación más utilizados para influir en la toma de decisiones en ámbitos ideológicos- políticos de las personas que lo escuchan, por ello los programas bien estructurados han cumplido con el objetivo planteado, incidir en determinada población.

Se ha llegado en muchos casos a la conclusión de que estos medios no han cumplido con su tarea de informar de manera objetiva ya que son manipulados por sectores políticos.

Los programas radiales han jugado papeles importantes en la trasmisión de mensajes políticos, ya se apara levantar la imagen de una autoridad o terminar con la reputación política de determinado candidato al poder.

En varios caos los programas de radio han sembrado en la mente de sus radioescuchas la tendencia política o inclinación a determinado grupo y en otros hasta han logrado que se tenga una percepción distinta de la realidad

López Vigil, en su libro Radialistas Apasionados menciona que “la radio se diferencia de otros medios en las tres lógicas de funcionamiento que tienen cualquier proyecto comunicacional: la lógica de rentabilidad económica, la lógica de la rentabilidad política y la lógica de la rentabilidad sociocultural”.

Existen emisoras de radio cuya plantilla es de una sola persona y, en cambio, plantillas de grandes grupos mediáticos que superan los miles de empleados. Entre los distintos tipos de emisoras se incluyen las culturales, comunitarias, escolares y universitarias; pueden ser de cobertura local, en el caso de las culturales, y comunitarias o experimentales, en el caso de las universidades y escolares.

Depende en gran manera la emisora que se utiliza para influir en determinado grupo, si no se lo hace de la manera correcta, la inversión y hasta el tiempo será en vano, no se cumple con el objetivo y el resultado puede ser el menos esperado, es decir que en lugar de sumar simpatizantes se los podría perder. (López, 1995).

2.4.1.3 Influencia de la mediación técnica

El canal de transmisión propiamente dicho, así como los aparatos receptores de la señal, imponen ciertas limitaciones a los mensajes radiofónicos, convirtiéndoles en secuencias fugaces y unidireccionales.

- ❖ Mensajes secuenciales; quieren decir que se emiten uno tras otro, en un orden en que el oyente no puede modificar, en los medios impresos esto es diferente ya que el lector decide que parte quiere leer o saltarse.
- ❖ Mensajes fugaces; Estos no permanecen en el tiempo, sino que se pierden una vez que han sido emitidos.
- ❖ Mensajes unidireccionales; significa que por lo general la audiencia, no puede intervenir en la tarea del comunicador, cuando esta explicando una noticia, moderando un debate o entrevistando.

2.4.1.4 Formatos Radiofónicos:

Mario Kaplún en su libro, Producción de Programas de Radios (1999), mantiene en criterio de cómo proyectar un programa tomando en cuenta la estructura de estos.

Expone que estos se estructuran desde los contenidos concretos que pretendemos abordar, y la temática definida que deseamos comunicar, a partir de ella se determina el formato, la estructura radiofónica más apropiada para conducir los contenidos.

“Se debe escoger el formato, que se acople a los queremos transmitir, debe haber variadas posibilidades y que se adecue bien al mensaje, para ello se establecerá las necesidades de los oyentes, y se irá transmitiendo en una serie de reportajes e intervenciones” Kaplún (1999).

Clases de formatos para un programa radial:

- La Charla; es un discurso generalmente breve, no debe excederse de los 5 minutos, si se quiere captar la atención del oyente.
- Expositiva: es una forma sencilla y económica para hacer radio, es la más común.
- Creativa; este tipo de formato trata de llamar la atención sobre un tema, busca despertar la curiosidad del oyente.
- Testimonial; generalmente no lleva libreto, en este alguien habla en primera persona y da testimonio de que ha estado presente.
- Dialogo didáctico; cuando se quiere divulgar un tema sin utilizar la charla, es dinámico y no necesita un despliegue técnico.

2.4.1.5 Programa Radial Chimborazo Habla

El programa radial Chimborazo Habla fue creado en enero del 2013, como parte del programa Ecuador Habla, esta iniciativa surgió de la Secretaría de Comunicación (Secom) institución adscrita a la Presidencia de la República.

El objetivo de este era generar un espacio para la rendición de cuentas de 22 instituciones públicas hacía sus mandantes, es decir el pueblo y que los ciudadanos conozcan la labor que el Gobierno del presidente constitucional de la República del Ecuador Rafael Correa había ejecutado en la provincia.

Para ello se elaboró un proyecto que consistía en escoger emisoras con diferentes target de oyentes entre ellos 12 radios de la provincia de Chimborazo, a cada una de ellas se les canceló el valor de \$1200 mensuales por la trasmisión del programa, el mismo que se trasmitía los días lunes de 07:00 a 08:00.

Una vez por semana existía un reprise, en idioma kichwa que detallaba los aspectos más relevantes expuestos en el programa de los días lunes, el mismo que se trasmitía en directo, y en algunas ocasiones se enlazaba a la matriz en Quito con Ecuador Habla para compartir entrevistas con autoridades nacionales.

Además los integrantes del programa acudían a diferentes cantones de la provincia de Chimborazo para entrevistar a sus habitantes y escuchar los problemas que

afrontan en sus comunidades, este material era transmitido durante la intervención de las autoridades, quienes respondían las inquietudes planteadas.

2.4.1.5.1 Radios escogidas para la transmisión del programa Chimborazo Habla

- **Riobamba Estéreo, radio regional:** Dial 89.3 FM, ubicada en las calles Veloz y Juan Montalvo, abarca las provincias de Chimborazo parte de Tungurahua, algunos sectores de Cotopaxi.
- **Sultana radio provincial:** Dial 90.1 Fm, ubicada en las calles 10 de Agosto y Tarqui, tiene un alcance que cubre todo el territorio chimboracense.
- **Fantástica radio regional:** Dial 92.1, ubicada en las calles Jacinto González y la 44, barrio Los Pinos, su alcance abarca Chimborazo, algunos cantones de Cotopaxi.
- **Stereo Buenas Nuevas radio provincial:** Dial 95.3 Fm, su programación es en español y kichwa, se ubica en las calles Carabobo y Boyacá, se caracteriza por transmitir música cristiana para los grupos evangélicos de la zona rural de la provincia de Chimborazo.
- **Tricolor radio regional:** Dial 97.7 Fm, empezó a transmitir desde el 14 de febrero de 1992, abarca las provincias de Chimborazo, Tungurahua y parte de Cotopaxi, se ubica en las calles Pichincha y Veloz.
- **Hola radio provincial:** Dial 98.9 Fm, se ubica en las calles 10 de Agosto y Pichincha, tiene una cobertura en los cantones de Riobamba, Guano, Chambo, Villa La Unión, Penipe y Guamote.
- **Ternura radio provincial:** Dial 101.3, se ubica en las calles Almagro entre Villarroel y Olmedo, abarca todo el territorio chimboracense.
- **Latina radio provincial: Esta radio fue la matriz del programa.** Dial 102.1 Fm, inició sus transmisiones en el 2009, se ubica en las calles Carabobo y Villarroel, tiene una cobertura en los cantones Riobamba, Guano, Penipe, Chambo, Colta y Guamote.
- **La voz de AIECH provincial:** Dial 101.7 Fm, caracterizada por ser una emisora evangélica con mayor influencia en las zonas rurales de la provincia de Chimborazo, la mayoría de su programación es en kichwa, se ubica en las calles Antonio Santillán y Evangelista Calero.

- **ERPE radio provincial:** Dial ERPE Escuelas Radiofónicas del Ecuador fue creada en 1962, fue fundada por Monseñor Leonidas Proaño se caracteriza por su programación en kichwa y en español tiene gran acogida en el sector rural de la provincia de Chimborazo, se ubica en las calles Guayaquil y Juan de Velasco.
- **Santo Domingo Stereoradio local cantón Chunchi:** Dial 98.1 Fm, se ubica en la calle Manuel Pinos del cantón Chunchi.
- **Primavera radio Local Pallatanga:** Dial 99.1 Fm se ubica en la Panamericana Sur y Eloy Alfaro de Pallatanga,
-

2.4.1.6 Definición del equipo de trabajo

Directora local del programa Chimborazo Habla Maritza Sánchez

Ayudante locutor: Jorge Merizalde

Técnico de controles: Pablo Zúñiga

Especialista (kichwa hablante) Manuel Tenemaza

Coordinador de logística: Edgar Hormaza

2.4.1.7 Justificación

La creación de este programa se hizo necesaria debido a que el Gobierno Nacional buscó la manera de que las actividades realizadas en su administración fueran conocidas en el territorio ecuatoriano.

De esta manera los oyentes podrían identificar con claridad el nombre de sus autoridades y el mensaje de Gobierno con el que se pretendía llegar, por ello se abarcaría temas relacionados a las necesidades de los ciudadanos y estos a su vez podrían escucharlos a través del programa radial Chimborazo Habla.

2.4.1.8 Objetivos

2.4.1.8.1 Objetivo General

Rendir cuentas de las instituciones gubernamentales con un panorama local, el mismo que les permita llegar a los diferentes segmentos de la población y que la gente conozca la función que realizan sus autoridades en territorio.

2.4.1.8.2 Objetivos Específicos

- Difundir la obra de todas las instituciones gubernamentales a través del programa radial Chimborazo Habla.
- Interactuar con la población, a fin de satisfacer sus necesidades.
- Integrar a los presidentes de juntas parroquiales para que el programa se replique en su territorio.
- Establecer una imagen de acercamiento hacía la comunidad por parte del Gobierno Nacional.

2.4.1.8.3 Indicadores

- Número de programas transmitidos en el periodo.
- Número de personas a las que llegó el programa Chimborazo Habla
- Número de llamadas telefónicas
- Cantidad y duración de la intervención
- Número de habitantes de las parroquias San Luis y Punín del cantón Riobamba

2.4.1.8.4 Meta a cumplirse

- ❖ 50% de programas radiales realizados
- ❖ 50% acercamiento con la comunidad
- ❖ 20% de casos presentados durante el programa hacía las autoridades

2.4.1.8.5 Concepto de rendición de cuentas

Según el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social se concibe a la rendición de cuentas como un proceso participativo, que involucra a los ciudadanos y a las instituciones públicas, a través del cual se informa de las acciones realizadas por las autoridades públicas y la ciudadanía conoce, analiza, evalúa y ejerce su derecho

de participación para mejorar la gestión en función de la satisfacción de las demandas sociales.

2.4.1.8.6 Objetivos de la rendición de cuentas

- 1) Garantizar a los mandantes el acceso a la información de manera periódica y permanente con respecto a la gestión pública.
- 2) Facilitar el ejercicio del derecho a ejecutar el control social de las acciones u omisiones, de los gobernantes, servidores o de quienes manejan fondos públicos.
- 3) Vigilar el cumplimiento de las políticas públicas.
- 4) Prevenir y evitar la corrupción.

2.4.1.8.7 Aspectos en lo que se rinde cuentas

Las autoridades elegidas por votación popular, están obligadas a rendir cuentas según el artículo 92 de la Ley Orgánica de Participación Ciudadana sobre los siguientes aspectos:

- Propuesta o plan de trabajo especificadas en campañas electorales.
- Planes estratégicos, programas, proyectos y planes operativos.
- Presupuesto general y presupuesto participativo.
- Propuestas, acciones de legislación, fiscalización y políticas públicas.
- Propuestas y acciones sobre las delegaciones realizadas a nivel local y nacional.

Según al artículo 93 de la Ley Orgánica de Participación Ciudadana, las funcionarias, los funcionarios, directivos de unidades administrativas que manejen fondos públicos deben rendir cuentas sobre:

- ✓ Planes operativos anuales.
- ✓ Presupuesto aprobado y ejecutado.
- ✓ Contratación de obras y servicios.
- ✓ Adquisición y enajenación de bienes.
- ✓ Compromisos asumidos por la comunidad.

Según el artículo 18 de la Constitución de la República, numeral 2, especifica que toda persona sea individual o jurídica tienen derecho a acceder libremente a la información generada en entidades públicas o privadas que manejen fondos del Estado, o realicen funciones públicas.

2.4.1.9 Rendición de cuentas, un proceso participativo de control social

Según el artículo 208 de la Constitución, se debe establecer mecanismos de rendición de cuentas y de instituciones del sector público y coadyuvar procesos de veeduría ciudadana y control social.

La rendición de cuentas consiste en generar confianza en la ciudadanía y las autoridades para mejorar la gestión pública a través de mecanismos que permitan:

- ❖ Transparentar la administración de los recursos de interés público.
- ❖ El cumplimiento de los objetivos propuestos, la planificación y sus objetivos
- ❖ Las políticas que orientan el trabajo.

2.5 ÁREA DE ESTUDIO

2.5.1 Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia San Luis

Autoridades periodo 2014-2019

- ❖ Presidente Leonardo Santillán
- ❖ Vicepresidente Enrique Morocho
- ❖ Primer Vocal Alberto Aucancela
- ❖ Segundo Vocal Ecuador León
- ❖ Tercer Vocal César Arboleda
- ❖ Secretario Nicolás Urquizo
- ❖ Tesorera María Manzano

2.5.1.1 Reseña histórica de la parroquia San Luis

Parroquia San Luis

FOTO No. 1



Foto: Elizabeth Maggi

Antes de la llegada de los españoles fue dominio de la aguerrida raza de los Puruháes, comprobada por los hallazgos en excavaciones realizadas en zonas denominadas, Chagañag, Aguzacte, Llallas Llacta súbditos de los Puruháes, es sus inmediaciones se hallaba la parcialidad de los Asquis que habitaban en el Yayaloma y se comunicaban mediante señales de luces con las tribus de Licán, con el transcurso del tiempo fue creciendo con otros pueblos.

Luego de la conquista española, la población de San Luis no tiene fecha determinada de fundación, al fundar la aldea de Riobamba el 9 de julio de 1575, la Real Audiencia comisionó a Don Juan Clavijo para que recorriera el distrito entre las

provincias de Chimborazo y Tungurahua, el señor Clavijo en su recorrido fue reuniendo a los indígenas en lugares cómodos y fundando poblaciones pequeñas siendo una de ellas San Luis.

La primera población como tal, tuvo su asiento en la planicie de la colonia norte pero la aridez y la sequía de los terrenos como también la falta de agua obligó a los habitantes a realizar un segundo asentamiento a orillas del río Chibunga, aproximadamente en el año 1.700, el cual prevalece hasta nuestros días.

La conformación y organización de las comunidades integrantes de la parroquia actual deviene de épocas posteriores.

- Acta de parroquialización o acta de creación

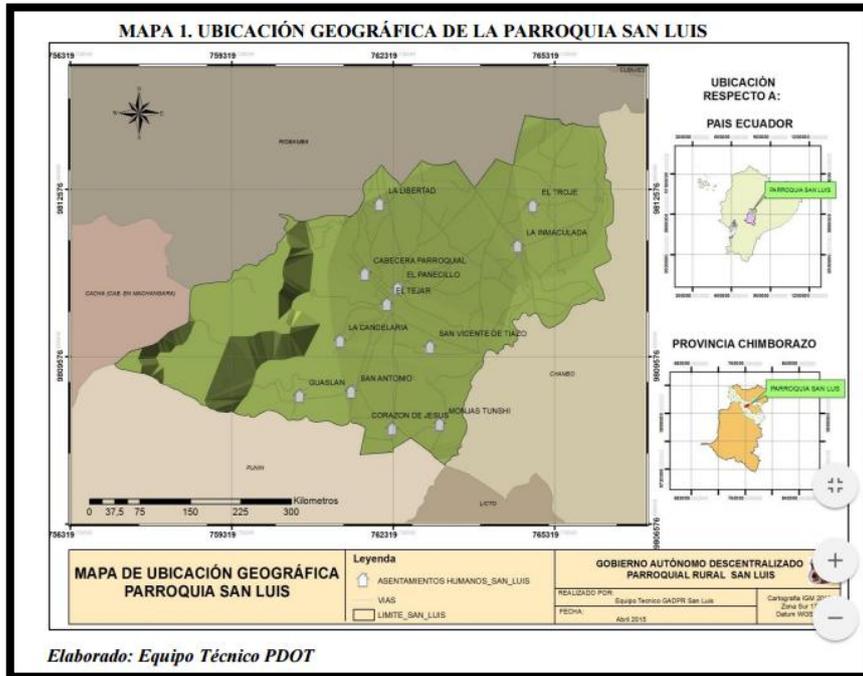
La creación de San Luis como parroquia rural del cantón Riobamba es publicada el 29 de mayo de 1861, según la Ley de División Territorial (pag 34) en la presidencia del doctor Gabriel García Moreno.

2.5.1.2 Aspectos físicos de la parroquia San Luis

2.5.1.2.1 Ubicación Geográfica

La parroquia San Luis está ubicada al oeste del cantón Riobamba, tiene una latitud de 2662 msnm

MAPA No. 1



2.5.1.2.2 Coordenadas

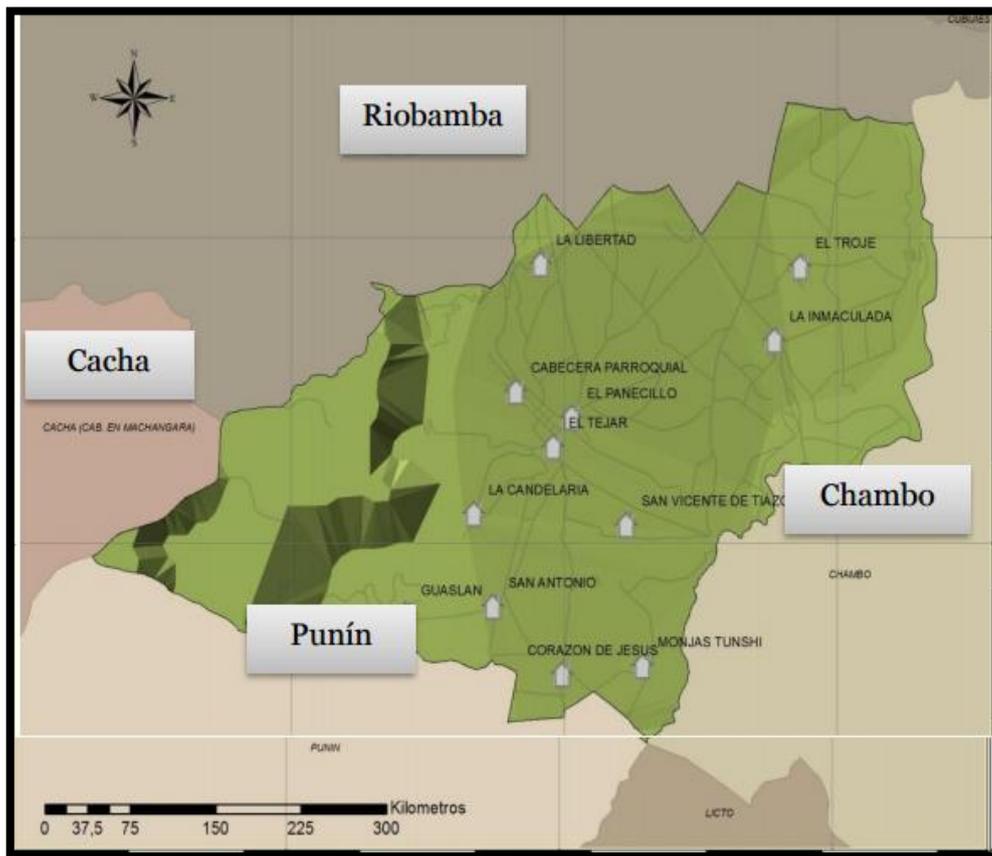
- ❖ Latitud 142°19' de latitud sur
- ❖ Longitud 78° 38' 39" de longitud occidental

2.5.1.2.3 Límites políticos administrativos

- Norte: Ciudad de Riobamba
- Sur: Parroquia Punín
- Este: Cantón Chambo
- Oeste: Parroquias Yaruquíes y Cacha

MAPA No. 2

Límites Parroquiales



Elaborado: Equipo de PODT san Luis

2.6 División territorial interna de la parroquia San Luis

La parroquia San Luis está conformada por 8 comunidades y dos barrios, a continuación se detalla:

TABLA No. 1

ASENTAMIENTO HUMANO	POBLACIÓN	SUPERFICIE (hectáreas)
Cabecera parroquial	1835 habitantes	652,22
Candelaria	615 habitantes	317,47
Corazón de Jesús	840 habitantes	117,12
El Troje	695 habitantes	295,64
Guaslán	1310 habitantes	469,28
La Libertad	2451 habitantes	177,16
La Inmaculada	2100 habitantes	462,79
Monjas Tunshi	300 habitantes	139,48
San Antonio	1077 habitantes	169,73
San Vicente Tiazo	780 habitantes	118,35
TOTAL	12.002 habitantes	2926, 92

Elaborado por: Elizabeth Maggi

Fuente: INFOPLAN- INEC

2.6.1 Analfabetismo en San Luis

Según datos del INEC 2010, el porcentaje de la población analfabeta de 15 años o más en San Luis desciende de 15,4% en el 2001 a 10,5% en el 2010, este índice se encuentra entre los más altos a nivel cantonal, provincial y nacional.

2.6.2 Grupos Étnicos San Luis

En relación a la auto identificación, de las 8 comunidades existentes y dos barrios se observa que 6 se consideran indígenas y las cuatro restantes como mestizas (INEC, 2010).

TABLA No. 2

Autoidentificación étnica	Número de comunidades	Porcentaje
Comunidades mayoritariamente indígenas	6	60%
Comunidades mayoritariamente mestizas	4	40%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Elizabeth Maggi

Fuente: PODT San Luis

2.6.3 Idioma

Según datos del INEC el 40% de la población domina el español y el 60% restante habla kichwa y español, practicado principalmente por personas mayores.

2.6.4 Fuentes de Trabajo

La mayoría de los habitantes de San Luis tienen trabajo con mayor énfasis en la agricultura, el 97, 6% de la población económicamente activa (5534 personas), se encuentra ocupada es decir que mueven la economía de la parroquia, el 2,4% que representa a 129 personas se encuentra desempleado.

Los hombres continúan siendo el pilar fundamental de los ingresos familiares, (54. 93%) ya que se conserva la cultura de que el padre es el pilar fundamental de la manutención del hogar, las mujeres (45,07%) son un apoyo constante. (INEC, 2010).

2.6.5 Rama de Actividades

TABLA No. 3

RAMA DE ACTIVIDAD	CASOS	%
Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca	2.332	42.14
Explotación de minas y canteras	6	0.11
Industrias manufactureras	423	7.64
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	10	0.18
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	7	0.13
Construcción	470	8.49
Comercio al por mayor y menor	580	10.48
Transporte y Almacenamiento	268	4.84
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	133	2.4

Elaborado por: Elizabeth Maggi

Fuente: INEC 2010

2.7 Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Punín Autoridades 2014-2019

- Presidente Alejandro Evas
- Vicepresidente Juan Manyá
- Primer Vocal Tomás Peña
- Segundo Vocal José López
- Tercer Vocal Angélica Sislema
- Secretaría-Tesorera Norma Buñay

2.7.1 Reseña Histórica de la parroquia Punín

FOTO No.2

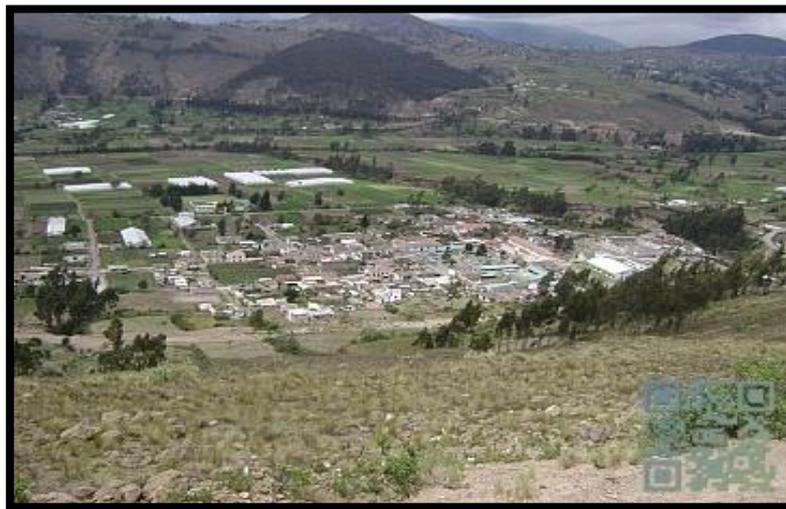


Foto: Elizabeth Maggi

El pueblo de Punín se fundó con milimás que vinieron de la región de Ambato, pues de ellos hablan los libros bautismales de Punín, esta parroquia fue el asiento real de la descendencia de los Duchicelas y cuenta que con frecuencia Atahualpa venía a este lugar a escoger a las bellas hijas del sol y hacerlas sus esposas.

Después de los triunfos del Tahuantinsuyo, vino a Punín tierra de sus antepasados a tomar descanso en el lugar de delicias del régulo de Punín, es un pueblo antiguo así lo demuestran restos fósiles encontrados en 1894.

En este sitio se encontró el cráneo puninoide con antigüedad de 4.950 años antes de Cristo, considerado un hallazgo importante en relación a los orígenes de la presencia del hombre en el continente.

La historia de Punín se remonta a una época anterior a la conquista española, esta estrechamente ligada a la del Reino Puruhá, raza de grandes Caciques y guerreros y luego a la del imperio Inca Tahuantinsuyo, a partir del casamiento del emperador

Huayna Capac que ya había dominado el reino de Quito y la princesa Puruhá Paccha Duchicela. Se registra que en Punín vivió la nieta del último emperador del Tahuantinsuyo.

A poco tiempo de fundado Santiago de Quito en 1534, también se funda la actual población de Punín , con el nombre San Juan Bautista de Punín, quedando bajo el dominio del cacique Juan Mane (Manya en la actualidad) quien tenía señalado un vasto sector de tierra en el lugar.

La vida económica de los colonos giraba especialmente alrededor de la explotación de los indios sujetos al maltrato de los encomenderos mandados por los caciques. Al finalizar la época de la colonia, el general Antonio José de Sucre estuvo en Chimborazo y Punín, asimismo fue un importante escenario histórico de fuertes luchas de independencia.

Sucre que al mando de las tropas libertadoras venía desde Guamote, pasusadamente pero muy optimista y con un gran valor para la contienda, para evitar ser sorprendidos por el enemigo español, con estrategia digno de su experticia militar, divide su ejército y los desvía por caminos dispersos, el uno recorre el camino de Pulucate y el otro por un camino denominado Numancia.

Luego se enocntraron en Pacchacsi en la actualidad Tzalarón, en este punto planeó sus estrategias militares para la independencia de Riobamba.

2.7.2 Características Generales de la parroquia Punín

TABLA No.4

Población	5976 habitantes
Extensión	55,82 km²
Límites	Norte: Parroquia San Luis Sur: Parroquia Flores Este: Parroquia Licto Oeste: Parroquia Cacha y cantón Colta

Elaborado por: Elizabeth Maggi

Fuente: INEC 2010

La parroquia Punín esta conformada por 23 comunidades, a continuación se detalla las mismas con el total de la población.

TABLA No.5

	ASENTAMIENTO HUMANO	POBLACION	POR ZONAS(de ser el caso)	SUPERFICIE
1	Siguilán	436	Zona baja	257,67
2	Bacún	68	Zona Media	207,82
3	Chulcunag Alto	104	Zona Media	100,60
4	San pedro de Pulshi	205	Zona Media	175,29
5	San Vicente	157	Zona Media	202,19
6	Miraloma	264	Zona Alta	630,04
7	Tzalarón	379	Zona Alta	
8	San Francisco de Lanlan	81	Zona Alta	187,03
9	Chulcunag Centro	177	Zona Media	304,86
10	San Blac	78	Zona Media	142,68
11	Ambug	80	Zona Alta	90,12
12	Basquitay Santa Rosa	242	Zona Alta	126,18
13	Santa Bárbara	367	Zona baja	194,79
14	San Isidro	720	Zona baja	344,26
15	San Sebastián	154	Zona Media	182,71
16	San Pedro de Cachiguayco	126	Zona Media	183,39
17	Gulalag	235	Zona Alta	198,82
18	Nauteg	514	Zona Media	657,14
19	San Juan de Pallo	375	Zona Media	311,16
20	San Francisco de Puñinquil	259	Zona Media	276
21	San Francisco de Asís	86	Zona Media	122,92
22	San Antonio de Bashalán	326	Zona Alta	205,47
23	Cabecera Parroquial	460	Zona baja	481
	TOTAL	5893		5.582,14
	DENSIDAD POBLACIONAL			0,95

Fuente: INEC 2010

2.7.3 Fuentes de trabajo

La mayoría de habitantes de Punín se dedican a la agricultura y a la ganadería, los suelos son ricos en proteínas, por lo que son aprovechados para la siembra de papa, lechugas zanahoria, cebolla y tomate.

TABLA No.6

Fuentes de ingresos familiares	Numero	Porcentaje
Actividad agrícola pecuaria	2168	47,9%
Actividades de construcción	1272	28,1%
Actividades relacionadas con el comercio	754	16,7%
Actividades artesanales	0	0,0%
Empleados en el sector público	47	1,0%
Empleados en el sector privado	283	6,3%
TOTAL	4524	100%

Elaborado por: Elizabeth Maggi

2.7.4 Religión

Los habitantes de la parroquia Punín en su mayoría profesan la religión evangélica, de hecho de 120 organizaciones internas presentes en territorio, el 33% son organizaciones religiosas, 21% representan a organizaciones deportivas, 21% a organizaciones de agua entubada, el 8% organizaciones de mujeres, 7% organizaciones de ahorro y crédito, 5% organizaciones de regantes y el 2% de organizaciones de hombres a cargo del alcantarillado.

2.7.5 Etnia

La mayoría de habitantes de Punín son indígenas, el 96% residen en 22 comunidades de la parroquia y el 4% restante se autodenominan mestizos y residen en la cabecera parroquial.

TABLA No.7

Etnicidad	Número de comunidades	Porcentaje
Comunidades mayoritariamente indígenas	22	95,7%
Comunidades mayoritariamente mestizas	1	4,3%
TOTAL	23	100,0%

Elaborado por: Elizabeth Maggi

CAPÍTULO III

3 MARCO METODOLÓGICO

3.1 MÉTODO

Apliqué el método inductivo, partí de la observación de los hechos relacionados al programa Chimborazo Habla para dirigirme a datos generales, acudí a la muestra en este caso la población.

3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1 Descriptiva

La investigación fue descriptiva, mediante esta analicé el proyecto planteado, sus componentes y los datos que arrojaron el mismo que indicó que el programa Chimborazo Habla incidió en las poblaciones San Luis y Punín del cantón Riobamba, para ello utilicé encuestas que abalizaron esta investigación.

3.2.2 De Campo

Esta investigación fue en las parroquias San Luis y Punín del cantón Riobamba, mediante las encuestas realice una recopilación de la información que me sirvió para conocer la incidencia del programa en sus habitantes.

3.3 TIPO DE LA INVESTIGACIÓN

Por la naturaleza y la complejidad, la investigación fue no experimental ya que no existió manipulación deliberada de las variables, es decir de la población.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 POBLACIÓN

Esta investigación tuvo como población 5976 habitantes de la parroquia Punín del cantón Riobamba y 12002 de la parroquia San Luis

PUNÍN

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

$$x = \frac{5976}{(0.05^2) 5976 - 1 + 1}$$

$$x = \frac{5976}{(0.0025) 5975 + 1}$$

$$x = \frac{5976}{150.37}$$

$$x = 39.84$$

SAN LUIS

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

$$x = \frac{12002}{(0.0025) 12002 - 1 + 1}$$

$$x = \frac{12002}{31}$$

$$x = 387$$

TABLA No.8

PARROQUIA	N. DE ENCUESTAS	PORCENTAJE
PUNIN	39	9.2%
SAN LUIS	387	90.8%
TOTAL	426	100

Elaborado por: Elizabeth Maggi

Nota: Se aplicó un total de 426 encuestas distribuidas en la dos parroquias, según el número de habitantes de cada una de ellas.

3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.5.1 ENCUESTA

Fue efectuada con la finalidad de obtener información del tema a investigarse, se aplicaron encuestas a un total de 426 personas en las parroquias San Luis y Punín del cantón Riobamba, distribuidas de la siguiente manera.

Parroquia San Luis:

TABLA No.9

Barrios/comunidades	Población	N: Encuestas
Cabecera parroquial	1835	59
Candelaria	615	19
Corazón de Jesús	840	27
El Troje	695	22
Guaslán	1310	42
La Libertad	2451	79
La Inmaculada	2100	67
Monjas Tunshi	300	14
San Antonio	1077	34
San Vicente Tiazo	780	25
Total	12.002	387

Elaborado por: Elizabeth Maggi

Parroquia Punín

Debido a que la población de Punín es solo de 5976 habitantes, las encuestas se las realizó en las comunidades con mayor número de población, con el objetivo de abarcar las 39 encuestas propuestas en el proyecto

TABLA No.10

Comunidades	Población	N: Encuestas
Cabecera Parroquial	460	18
Nauteq	514	21

Elaborado por: Elizabeth Maggi

3.5.2 ENTREVISTA

Se realizaron entrevistas con el fin de obtener más datos y versiones acerca del programa.

Estas fueron realizadas a:

- Coordinadora del programa Chimborazo Habla
- Teniente Político de Punín

3.5.3 OBSERVACIÓN

Mediante esta técnica se pudo conocer el comportamiento y actitudes de las poblaciones San Luis y Punín.

3.6 TÉCNICAS DE PROCEDIMIENTO PARA EL ANÁLISIS

Los resultados fueron analizados a través de las encuestas, los mismos que son expuestos en tablas, cuadros y gráficos, cada uno de ellos analizados e interpretados.

3.6.1 PROCESAMIENTO Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados se lograron procesar posterior a las encuestas, mediante la exposición de cuadros, con cifras absolutas y porcentajes exactos, la lectura de figuras tuvo como base también la observación e informes recopilados.

3.6.2 COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Posterior a la investigación se pudo comprobar que en el período comprendido de enero a julio del 2015, El programa radial Chimborazo Habla incidió en los habitantes de la parroquia San Luis y Punín del cantón Riobamba.

3.6.3 Resultados de la Investigación

3.6.3.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS HABITANTES DE LAS PARROQUIAS SAN LUIS Y PUNIN DEL CANTÓN RIOBAMBA

DATOS GENERALES

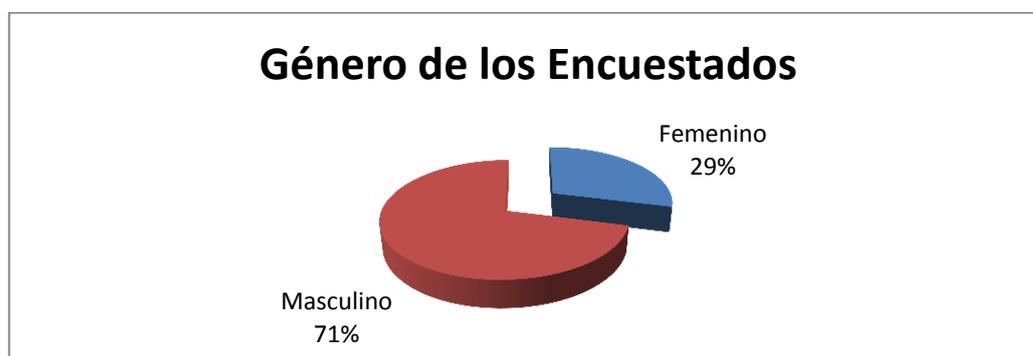
Parroquia San Luis

CUADRO No.1

Análisis

VARIABLE	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Femenino	112	29%
Masculino	275	71%
TOTAL	387	100%

Gráfico 1



Elaborado por: Elizabeth Maggi

Interpretación

En la aplicación de las 387 encuestas, según la muestra, el 71% corresponde a hombres, mientras que el 29% es mujeres, durante la aplicación de la encuesta se observó mayor colaboración de los varones, los mismos que respondieron sin inconvenientes al formulario, las mujeres fueron más reservadas.

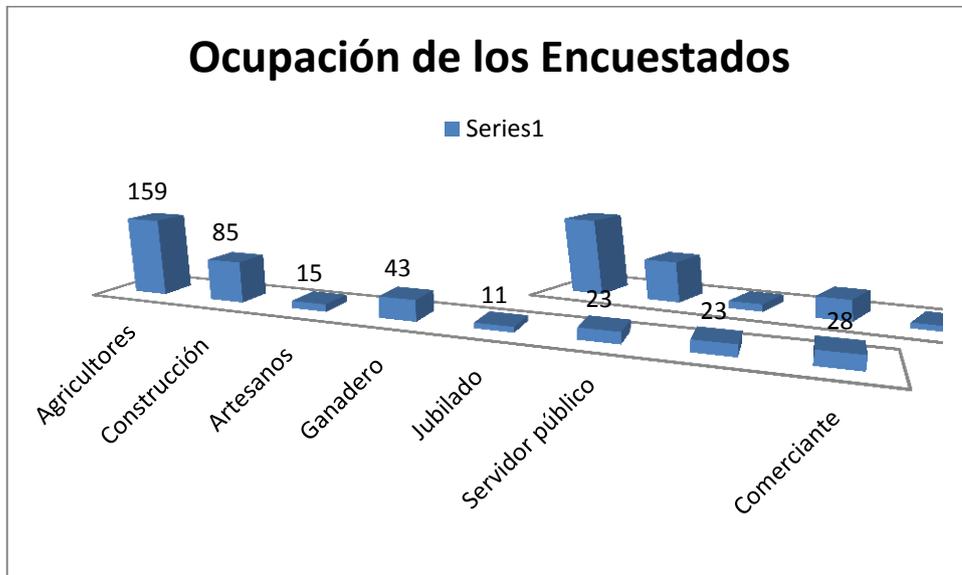
Ocupaciones

Análisis

CUADRO No.2

Variable	Encuestados
Agricultores	159
Construcción	85
Artesanos	15
Ganadero	43
Jubilado	11
Servidor público	23
Transportistas/chofer	23
Comerciante	28
total	387

GRÁFICO 2



Elaborado por: Elizabeth Maggi

Interpretación

En lo que corresponde a la ocupación de las personas encuestadas, la agricultura ocupa el primer lugar en la tabla con 159 personas, seguido por la construcción, en esta campo existen 85 hombres como mujeres, 15 corresponden a los artesanos, en este grupo se incluye, costureras, panaderos, carpinteros, electricistas, 43 se dedican a la ganadería, existen 11 personas jubiladas tanto del sector público como privado, 28 son comerciantes, 23 son servidores públicos que laboran en Riobamba y San Luis y 23 son choferes tanto en áreas privadas como públicas.

APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

1.- ¿Escucha usted radio?

CUADRO No.3

Variable	Encuestados	Porcentaje
SI	309	80%
NO	77	20%
TOTAL	387	100%

Gráfico 3



Elaborado por: Elizabeth Maggi

INTERPRETACIÓN

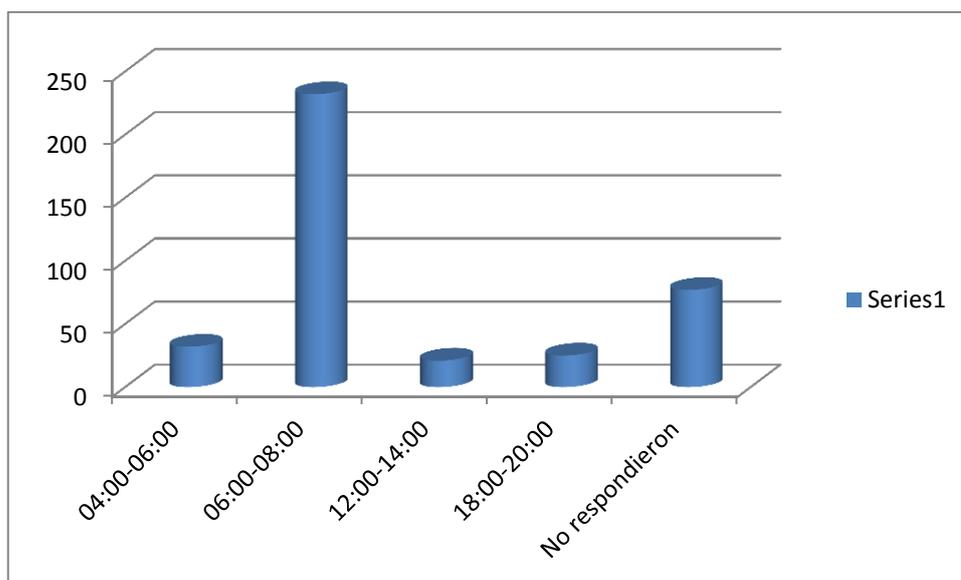
Según los 387 encuestados, el 80% es decir 309 personas aseguran escuchar radio, mientras que el 20% restante es decir 77 personas no utiliza este medio, de hecho en este grupo existió personas que prefieren ver televisión y otras que no escuchan ninguno de los dos medios.

2.- ¿En qué horario escucha usted radio?

CUADRO No. 4

VARIABLE	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
04:00-06:00	32	8,2%
06:00-08:00	232	60%
12:00-14:00	21	5,4%
18:00-20:00	25	6,4%
No respondieron	77	20%
TOTAL	387	100%

Gráfico 4



Elaborado por: Elizabeth Maggi

INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados, el 8,2% indicó que escucha radio en un horario de 04:00 a 06:00, mientras que el 60% aseguró que escucha radio de 06:00 a 08:00, tiempo en el que se alistan para sus labores diarias, el 5,4% mencionó que utiliza el horario de

12:00 a 14:00, el 6,4% restante escucha por la noche programas radiales, pero con mayor énfasis musicales.

3. ¿Está de acuerdo en que la radio debe transmitir programas de rendición de cuentas de las autoridades?

CUADRO No.5

Variable	Encuestados	Porcentaje
Si	292	75%
No	95	25%
Total	387	100%

Gráfico 5



Elaborado por: Elizabeth Maggi

INTERPRETACIÓN

Con relación a esta pregunta, el 75% de la población encuestada indicó que esta de acuerdo en que las autoridades utilicen programas radiales para la rendición de cuentas, el 25% restante no esta de acuerdo con esta iniciativa e incluso calificó como un gasto y espacio innecesario.

4.- ¿Ha escuchado usted el programa radial Chimborazo Habla?

CUADRO No.6

Variable	Encuestados	Porcentaje
SI	270	70%
NO	40	10%
NO RESPONDE	77	20%
TOTAL	387	100%

Gráfico 6



Elaborado por: Elizabeth Maggi

INTERPRETACIÓN

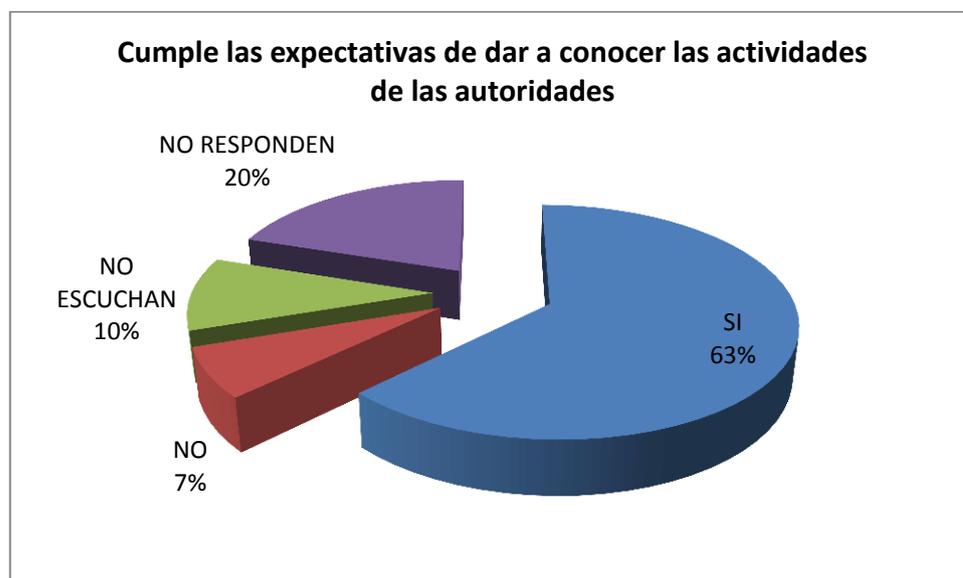
El programa radial Chimborazo Habla transmitido de enero a julio del 2015, conforme al criterio de 310 encuestados, la audiencia fue del 70% de hecho lo relacionaron directamente con el Gobierno Nacional, el 10% indicó que nunca lo había oído y señaló su preferencia por otro tipo de programa musical que se trasmite a la misma hora en radio sensación, mientras que un 20% no respondió.

5.- ¿Considera usted que este programa radial cumplió con las expectativas de dar a conocer qué hacen las autoridades?

CUADRO No.7

VARIABLE	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	243	63%
NO	27	7%
NO ESCUCHAN	40	10%
NO RESPONDEN	77	20%
TOTAL	387	100%

Gráfico 7



Elaborado por: Elizabeth Maggi

INTERPRETACIÓN

En las encuestas realizadas el 63% de la población respondió que el programa si cumplió con sus expectativas de dar a conocer las actividades que realizan las

autoridades, el 20% no respondieron, el 10% no ha escuchado el programa, mientras que el 7% restante, indicó que el programa no satisface sus necesidades de información, incluso señalaron como simple propaganda de las autoridades.

6.- ¿Está de acuerdo en qué el programa solo se enfocó en difundir las actividades del Gobierno actual?

CUADRO No.8

VARIABLES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	242	90%
NO	28	10%
NO RESPONDEN	117	100%

Gráfico N: 8



Elaborado por: Elizabeth Maggi

INTERPRETACIÓN

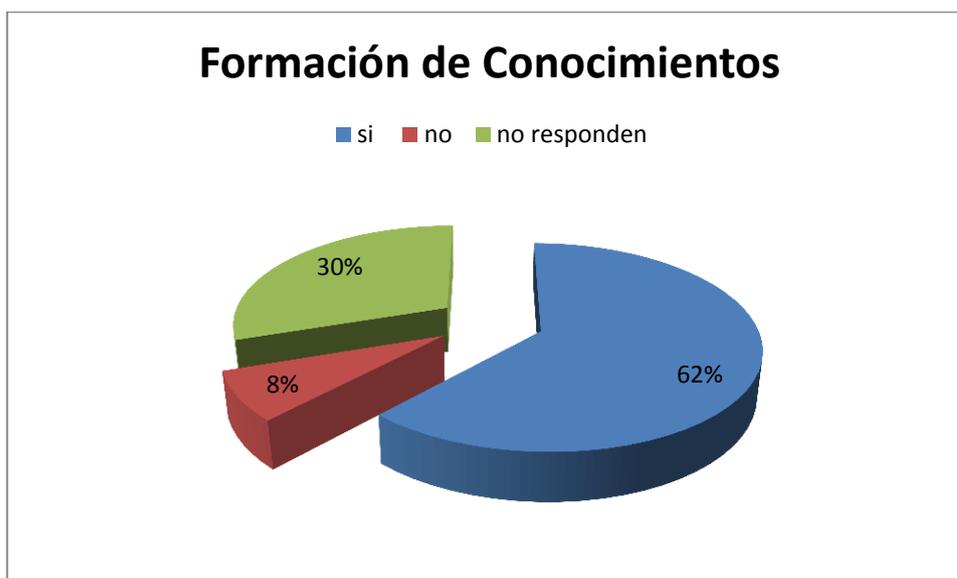
En la pregunta formulada, el 90% de los encuestados indicaron estar de acuerdo en que el programa haya difundido solo obras del gobierno, mientras que el 10% restante indicó que se debería abarcar temas en los que el gobierno actual no está trabajando, además indicaron que preferirían explicaciones sobre los gastos que se ha realizado en los últimos años.

7.- ¿Cree usted que el programa Chimborazo Habla contribuyó en la formación del conocimiento ciudadano?

CUADRO No.9

VARIABLES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	240	62%
NO	30	8%
NO RESPONDEN	117	30%

Gráfico 9



Elaborado por: Elizabeth Maggi

INTERPRETACIÓN

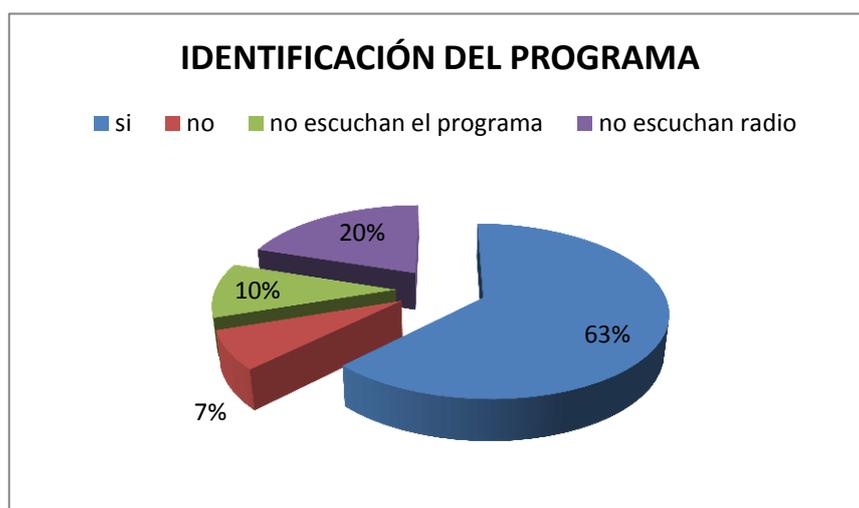
Con relación a esta pregunta, el 62% de los encuestados señaló que el programa Chimborazo Habla si contribuyó a que la ciudadanía conozca más sobre las instituciones públicas, mientras que el 8% indicó que no fue un aporte en ese sentido, el 30% no respondió, ya que se ubica en el grupo que nunca ha escuchado radio y por ende el programa.

8.- ¿Se sintió identificado con los temas que se abordó en el programa Chimborazo Habla?

CUADRO No.10

Variables	Encuestados	PORCENTAJE
SI	242	63%
NO	28	7%
NO escuchan el programa	40	10%
NO escuchan radio	77	20%

Gráfico 10



Elaborado por: Elizabeth Maggi

INTERPRETACIÓN

En esta pregunta el 63% de los encuestados señalaron sentirse identificados con el programa y los temas que abarcó, el 7% dijo que no siente tal identificación pues consideran que es un programa arreglado, el 10% no ha escuchado, mientras que el 20% no escucha radio.

9.- ¿Cree usted que el programa hubiese tenido más impacto en la zona rural si hubiese sido en kichwa?

CUADRO No.11

VARIABLES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
si	162	60%
no	108	40%
total	270	100%

Gráfico 11



Elaborado por: Elizabeth Maggi

INTERPRETACIÓN

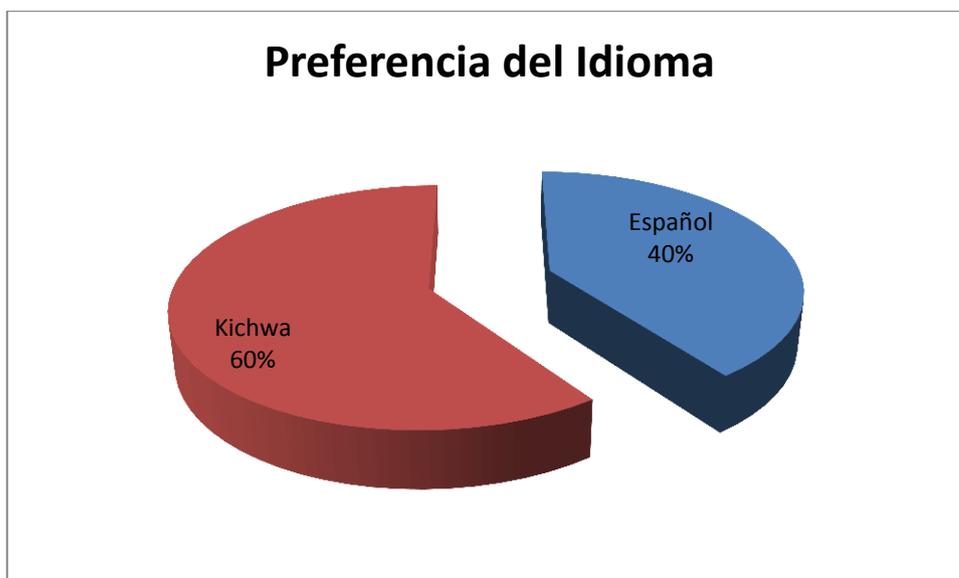
En las encuestas realizadas el 60% respondió que el programa hubiese llegado más a las personas si este hubiese sido en kichwa, aunque dominan el español recalcaron que en la parroquia San Luis existen comunidades indígenas que utilizan este idioma para comunicarse, el 40% manifestó que los programas no necesitan ser solo en kichwa ya que también existe una población considerada mestiza, además indicaron que que existe una necesidad de que los programas sean bilingües,

10.- ¿En qué lengua le hubiese gustado escuchar el programa Chimborazo Habla?

CUADRO No.12

Variables	Encuestados	Porcentaje
Español	108	40%
Kichwa	162	60%
total	270	100%

Gráfico N: 12



Elaborado por: Elizabeth Maggi

INTERPRETACIÓN

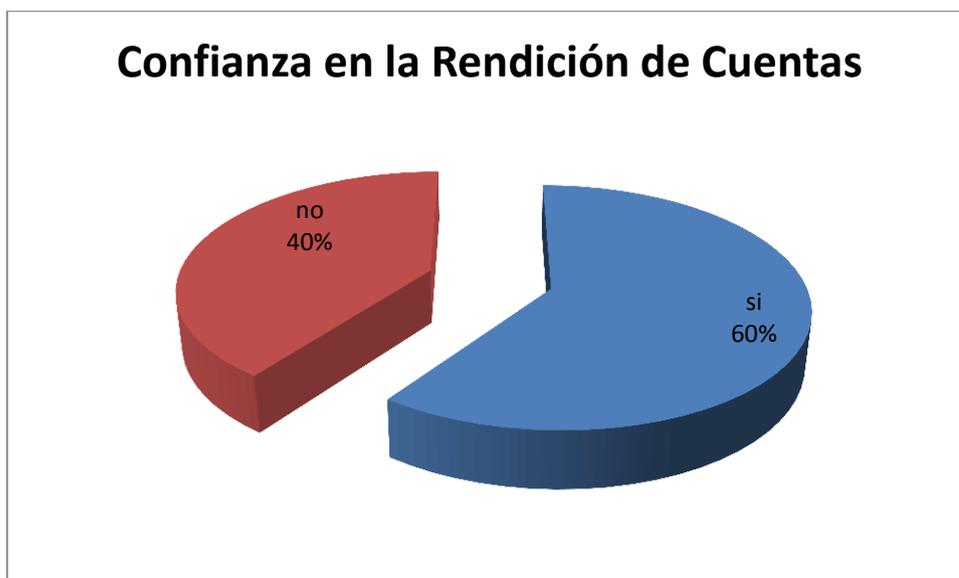
Continuando con la temática del idioma, en esta pregunta, aunque los encuestados señalan que dominan el español, el 60% hubiese preferido escuchar el programa en kichwa, el 40% restante opta por el español al momento de preferir el idioma.

11.- ¿Confió usted en la rendición de cuentas que realizaban las autoridades en el programa Chimborazo Habla?

CUADRO No.13

Variables	Encuestados	Porcentaje
si	140	60%
no	130	40%
total	270	100%

Gráfico 13



Elaborado por: Elizabeth Maggi

INTERPRETACIÓN

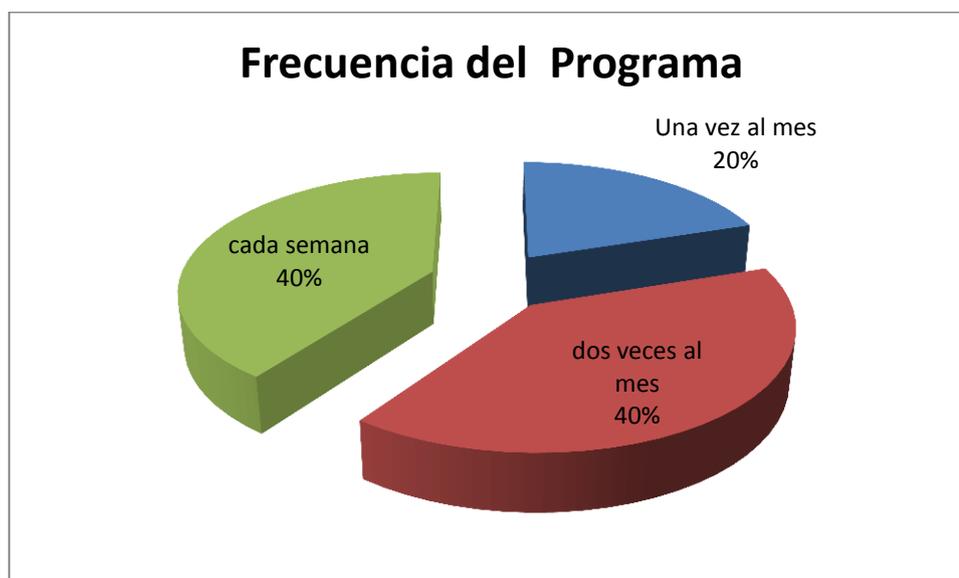
Con relación a esta pregunta el 60% de los encuestados señalaron confiar en la rendición de cuentas de las autoridades, mientras que el 40% dijo que no confía en lo que mencionan durante el programa. Señalan que solo decían lo que les convenía a las autoridades.

12.- ¿Con qué frecuencia escuchaba usted el programa Chimborazo Habla?

CUADRO No.14

VARIABLES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Una vez al mes	55	20%
dos veces al mes	67	25%
cada semana	148	55%
TOTAL	270	100%

Gráfico 14



Elaborado por: Elizabeth Maggi

INTERPRETACIÓN

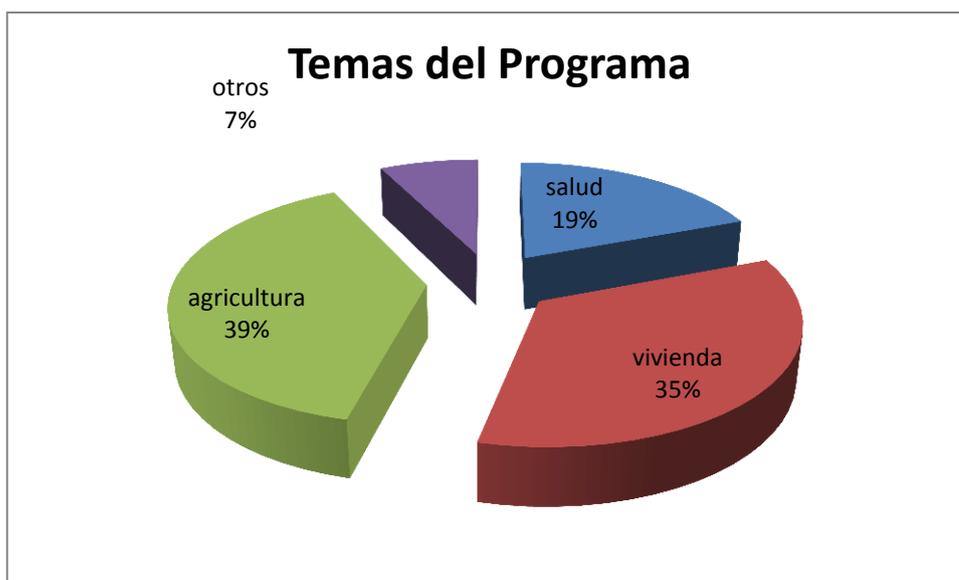
Esta pregunta hace alusión a la cantidad de veces que los encuestados escuchaban el programa, el 20% indicó que lo escuchaba una vez al mes, el 25% dijo que lo hacía dos veces al mes, mientras que el 55% indicó escucharlo cada semana, indicando que el programa variaba con sus entrevistados por lo que querían conocer más al respecto.

13.- ¿Qué temas le llamó la atención del programa?

CUADRO No.15

VARIABLES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Salud	52	19%
Vivienda	93	35%
Agricultura	105	39%
otros	20	7%
total	270	100%

Gráfico N: 15



Elaborado por: Elizabeth Maggi

INTERPRETACIÓN

Con relación a esta pregunta, el 19% de los encuestados dijo que los temas relacionados a salud fueron los que más llamaron su atención, el 35% indicó que el programa de vivienda les resultó útil, el 39% apuntó al tema de agricultura, esto debido a que la mayoría de habitantes de la zona se dedican a esta actividad, y el 7% abarcó otros como la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), Superintendencia de la Información, entre otros.

14.- ¿Recuerda usted el nombre de los presentadores del programa?

CUADRO No.16

VARIABLES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	7	3%
NO	253	97%
TOTAL	270	100%

Gráfico N: 16



Elaborado por: Elizabeth Maggi

INTERPRETACIÓN

El 97% de la población encuestada indicó que no conoce el nombre de los presentadores del programa lo que indica que no existió familiaridad con ellos, los encuestados señalaron que se debía escoger alguien de parroquias con el fin de que exista más afinidad al momento de llegar con el mensaje, el 3% restante indicó que si conocían los nombres, pero algunos no recordaban con facilidad los apellidos.

15.- ¿Consideró reales las llamadas telefónicas que se realizaban durante el programa?

CUADRO No.17

VARIABLES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	138	51%
NO	132	49%
TOTAL	270	100%

Gráfico N: 17



Elaborado por: Elizabeth Maggi

INTERPRETACIÓN

En cuanto a las llamadas telefónicas el 51% de la población encuestada indicó que si creía en las llamadas telefónicas que se presentaban en el programa, incluso muchas de ellas señalaron haber participado en esta parte del programa, el 49% manifestó no creer en las llamadas ya que argumentaron que podrían ser pagadas o arregladas con anticipación.

Parroquia Punín

Análisis

CUADRO No.18

Variable	Encuestados	Porcentaje
Hombres	27	71%
Mujeres	12	29%
Total	39	100%

Gráfico 18



Elaborado por: Elizabeth Maggi

Interpretación

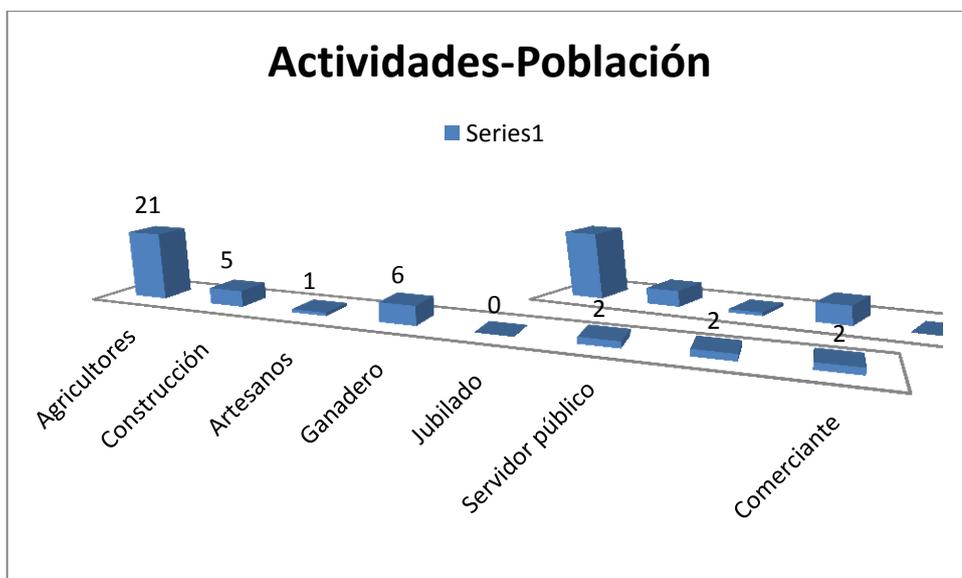
En la parroquia Punín se realizó encuestas a 39 personas de estas, el 71% fueron hombres, mientras que el 29% eran mujeres, en este campo se pudo observar que la mujer continua llamando al hombre para que este sea el que responda cualquier inquietud, como cabeza de familia.

Análisis

CUADRO No.19

Variable	Encuestados
Agricultores	21
Construcción	5
Ganadero	6
Jubilado	0
Servidor público	2
Transportistas/chofer	2
Comerciante	2
Artesano	1
Total	39

Gráfico 19



Elaborado por: Elizabeth Maggi

Interpretación

Según la tabla de encuestados, 21 personas se dedican a la agricultura, 5 en construcción, 6 corresponden a la ganadería, 2 laboran el sector público y 2 son comerciantes 1 artesano.

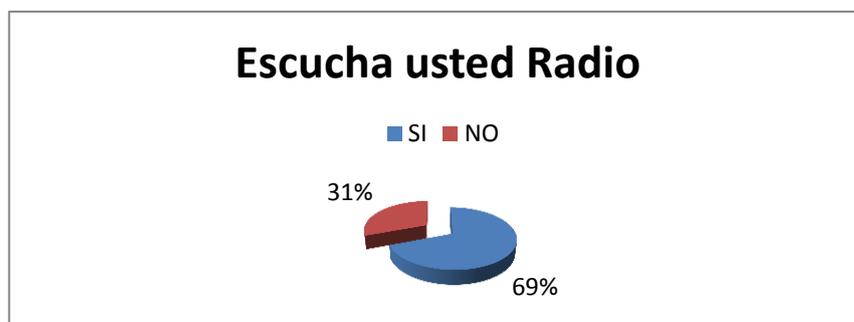
ENCUESTA

1. - ¿Escucha usted radio?

CUADRO No. 20

Variable	Encuestados	Porcentaje
SI	27	69%
NO	12	31%
TOTAL	39	100%

Gráfico 20



Elaborado por: Elizabeth Maggi

INTERPRETACIÓN

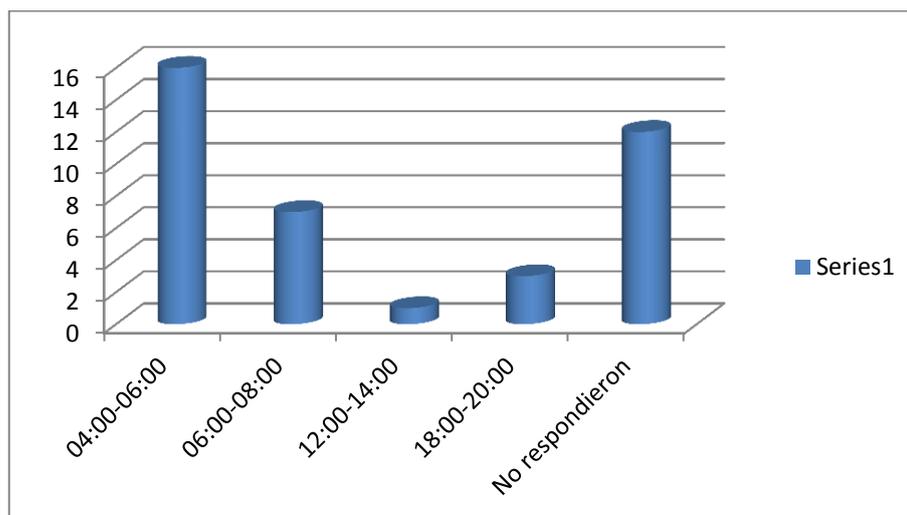
Con respecto a esta pregunta el 69% de la población indicó que escucha radio, argumentaron que es uno de los medios de comunicación más accesibles y que llegan sin problemas hasta el campo, el 31% indicó que no escuchan radio ya que prefieren la televisión.

2.- ¿En qué horario escucha usted radio frecuentemente?

CUADRO No. 21

VARIABLE	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
04:00-06:00	16	40%
06:00-08:00	7	18%
12:00-14:00	1	3%
18:00-20:00	3	8%
No respondieron	12	31%
	39	100%

Gráfico 21



Elaborado por: Elizabeth Maggi

Interpretación

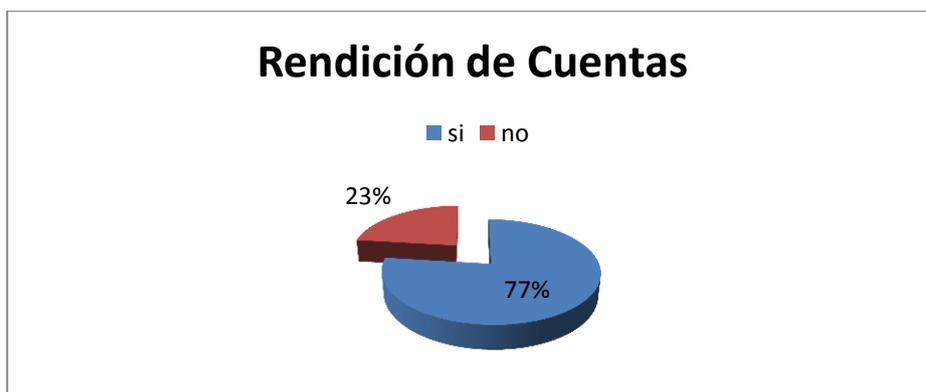
En esta pregunta, existe una variación de respuestas, sin embargo el 40% de los encuestados respondieron que el horario en el que escuchan radio es de 04:00 a 06:00, en este caso, que fue la mayoría, explicaron que lo hacen mientras se alistan para salir a sus labores del campo, el 18% contestó que lo hacen de 06:00 a 08:00, el 3% de 12:00 a 14:00, mientras que el 8% indicó que prefiere el horario de la noches es decir de 18:00 a 20:00.

3 ¿Está de acuerdo en que la radio debe transmitir programas de rendición de cuentas de las autoridades?

CUADRO No. 22

Variable	Encuestados	Porcentaje
Si	30	77%
No	9	23%
Total	39	100%

Gráfico 22



Elaborado por: Elizabeth Maggi

Interpretación

Los encuestados respondieron en un 77% estar de acuerdo en que se trasmitan programas de rendición de cuentas por la radio, lo consideran necesario e importante, el 23% indicó que la rendición de cuentas de las autoridades debe ser en cada territorio y delante de las personas.

4.- ¿Ha escuchado usted el programa radial Chimborazo Habla?

CUADRO No. 23

Variable	Encuestados	Porcentaje
SI	5	13%
NO	22	56%
NO RESPONDE	12	31%
TOTAL	39	100%

Gráfico 23



Elaborado por: Elizabeth Maggi

Interpretación

De los encuestados, el 13% indicó que si ha escuchado el programa Chimborazo Habla y lo relacionaron con el Gobierno Nacional, mientras 56% respondió que nunca había escuchado de tal programa, el 13% restante no respondió.

5.- ¿Considera usted que este programa radial cumplió con las expectativas de dar a conocer lo que las autoridades?

CUADRO No. 24

VARIABLE	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	5	13%
NO	22	56%
NO RESPONDEN	12	31%
TOTAL	39	100%

Gráfico 24



Elaborado por: Elizabeth Maggi

Interpretación

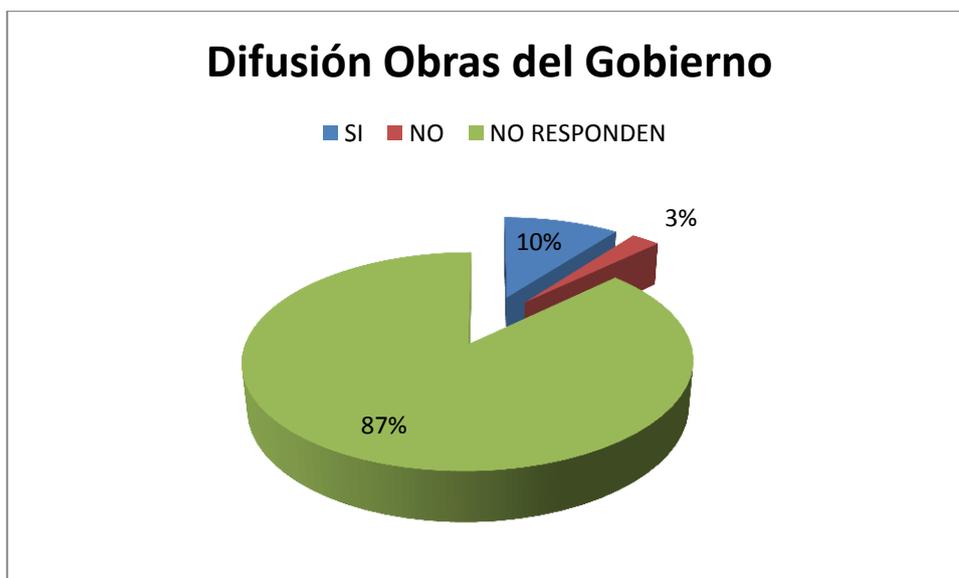
En esta pregunta la población encuestada indicó en 56% que el programa no satisfizo su necesidad de información, con relación a las actividades de las autoridades, el 13% señaló que si cumple con sus expectativas, mientras que 31% no respondieron.

6.- ¿Está de acuerdo en que el programa solo se enfocó en difundir las actividades del Gobierno actual

CUADRO No. 25

VARIABLES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	4	10%
NO	1	3%
NO RESPONDEN	34	87%

Gráfico 25



Elaborado por: Elizabeth Maggi

Interpretación

Con relación a esta pregunta el 10% respondió estar de acuerdo en que el programa se enfoque en lo que realiza el Gobierno actual, el 3% señaló que no esta de acuerdo, considera que existen otros temas de interés en el país que podrían abarcarse durante la programación, el 87% no respondió ya que pertenece al grupo de aquellas personas que no escuchan radio y que no han escuchado el programa

7.- ¿Cree usted que el programa Chimborazo Habla contribuyó en la formación de conocimiento ciudadano?

CUADRO No. 26

Variables	Encuestados	Porcentaje
SI	4	10%
NO	1	3%
NO RESPONDEN	34	87%
TOTAL	39	100%

Gráfico 26



Elaborado por: Elizabeth Maggi

Interpretación

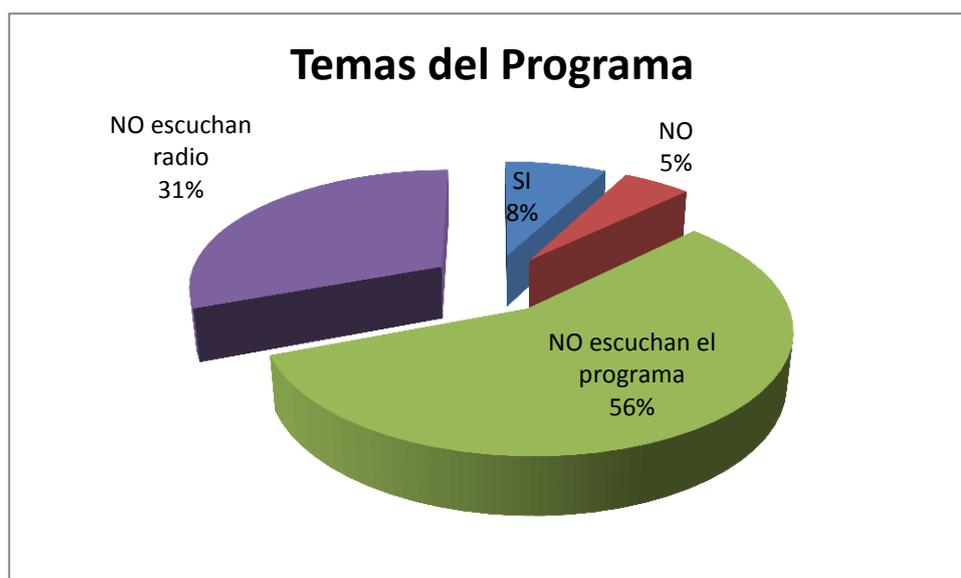
Según los encuestados, el 10% señala que el programa si contribuyó a que la ciudadanía conozca el papel que desempeñas las instituciones y la accesibilidad a las mismas, el 3% indicó que el programa no contribuyó en ningún sentido ya que quedan dudas sobre el tema presentado, el 87% de la población no respondió.

8.- ¿Se sintió identificado con los temas que abordó el programa Chimborazo Habla?

CUADRO No. 27

Variables	Encuestados	Porcentaje
SI	3	8%
NO	2	5%
NO escuchan el programa	22	56%
NO escuchan radio	12	31%
TOTAL	39	100%

Gráfico 27



Elaborado por: Elizabeth Maggi

Interpretación

En relación a esta pregunta el 8% dijo sentirse identificado con los temas que abordó el programa, en el periodo de enero a julio del 2015, el 5% señaló que no, consideran que la población tiene otras necesidades además de las presentadas, el 56% no escucha el programa, mientras que el 31% restante no escucha radio.

9.- ¿Cree usted que el programa Chimborazo Habla hubiese tenido más impacto si se los trasmitía en kichwa?

CUADRO No. 28

Variables	Encuestados	Porcentaje
Si	4	10%
No	1	3%
NO RESPONDEN	34	87%
TOTAL	39	100%

Gráfico 28



Elaborado por: Elizabeth Maggi

Interpretación

Con respecto a esta pregunta el 10% de la población encuestada mencionó que si el programa hubiese sido en kichwa hubiese tenido más efecto en la población, enfatizaron que el 96% de pobladores son indígenas por lo el kichwa es el idioma que prevalece, el 3% señaló que no es necesario ya que el kichwa que se utiliza en los programas radiales no es el propio de Chimborazo por lo que les confunde, el

87% restante se encuentra entre las personas que no escuchan radio y no han escuchado el programa.

10.- ¿En qué idioma le hubiese gustado escuchar el programa?

CUADRO No. 28

Variables	Encuestados	Porcentaje
Español	1	3%
Kichwa	5	10%
NO RESPONDEN	34	87%
TOTAL	39	100%

Gráfico 29



Elaborado por: Elizabeth Maggi

Interpretación

En esta pregunta las personas encuestadas indicaron en un 10% que prefieren el kichwa al momento de escuchar un programa, e incluso al momento de hablar con las autoridades utilizan este idioma, por lo que consideran necesario noticias en

lengua materna, el 3% indicó que esperaba la trasmisión en los dos idiomas español y kichwa pero de manera organizada y con mesura, en el 87% se incluye las personas que no escuchan radio y otras que no han escuchado el programa.

11.- ¿Confió usted en la rendición de cuentas que realizaban las autoridades en el programa Chimborazo Habla?

CUADRO No. 28

Variables	Encuestados	Porcentaje
si	3	8%
no	2	5%
NO RESPONDEN	34	87%
Total	39	100%

Gráfico 30



Elaborado por: Elizabeth Maggi

Interpretación

Los encuestados indicaron en 8% que si confían en la rendición de cuentas que han realizado las autoridades a través del programa, señalan que se ha visto las obras que se mencionan, el 5% dice que no, enfatizan que se necesita más que un programa para que las personas confíen ya que no se les ha visto por sus comunidades, el 87% restante se ubica en el grupo de aquellos que no escuchan radio y otros que no han escuchado el programa.

12.- ¿Con qué frecuencia escuchaba usted el programa Chimborazo Habla?

CUADRO No. 29

VARIABLES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Una vez al mes	1	20%
dos veces al mes	2	40%
cada semana	2	40%
TOTAL	5	100%

Gráfico 31



Elaborado por: Elizabeth Maggi

Interpretación

De acuerdo a los encuestados que si escuchaban el programa el 20% indicó que lo hacían una vez al mes, debido a sus ocupaciones, el 40% dos veces al mes y el 40% restante cada semana, muchos de ellos indicaron que seguían el programa para conocer si Punín estaba involucrada en algunos de los temas presentados.

13.- ¿De los programas que escuchaba cuál le llamó más la atención?

CUADRO No. 30

VARIABLES	ENCUESTADOS	Porcentaje
Salud	1	20%
Vivienda	1	20%
Agricultura	3	60%
total	5	100%

Gráfico 32



Elaborado por: Elizabeth Maggi

Interpretación

Con relación a esta pregunta, el 60% se interesó más en el programa que trataba sobre la Agricultura, esto debido a que la población se dedica en su mayoría a esta labor, el 20% apuntó a temas de vivienda, mientras que le 20% restante le interesó los puntos abarcados en salud.

14.- ¿Recuerda usted el nombre de los presentadores del programa?

CUADRO No. 31

VARIABLES	ENCUESTADOS	Porcentaje
SI	0	0%
NO	5	100%
TOTAL	5	100%

Gráfico 33



Elaborado por: Elizabeth Maggi

Interpretación

En esta pregunta se tomó en cuenta los nombres de los presentadores del programa para conocer si hubo un impacto, sin embargo el 100% de los encuestados dijo no

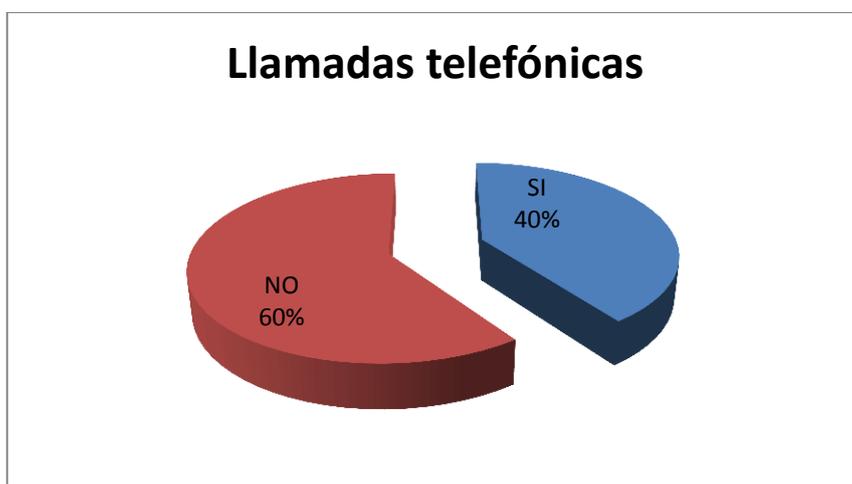
conocerlos, muchos no se fijaron si al principio o al final del programa se decía los nombres, por lo que para los habitante encuestados, esto fue irrelevante.

15.- ¿Consideró reales las llamadas telefónicas que se realizaban durante el programa?

CUADRO No. 32

VARIABLES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	2	40%
NO	3	60%
TOTAL	5	100%

Grafico 34



Elaborado por: Elizabeth Maggi

Interpretación

Con respecto a esta pregunta, el 60% de los encuestados indicó que no confía en que las llamadas telefónicas fueran reales, consideran que son personas que pertenecen al mismo programa y que es una forma de actuar, mientras el 40% indicó que si eran reales, ya que confían en la seriedad del programa.

3.6.4 Resultados finales

PREGUNTA	PARROQUIA	VARIABLES	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
1.- ¿Escucha usted Radio?	San Luis	SI	309	80%
		NO	77	20%
	TOTAL		387	100%
	Punín	SI	27	69%
		NO	12	31%
	TOTAL		39	100%
2.- ¿Horario en el que escucha radio?	San Luis	04:00-06:00	32	8,2%
		06:00-08:00	232	60%
		12:00-14:00	21	5,4%
		18:00- 20:00	25	6,4%
		No respondieron	77	20%
	Punín	04:00-06:00	16	40%
		06:00-08:00	7	18%
		12:00-14:00	1	3%
		18:00-20:00	3	8%
		No respondieron	12	31%
3.- ¿Está de acuerdo en que la radio transmita rendición de cuentas?	San Luis	Si	292	75%
		No	95	25%
	Punín	Si	30	77%
		No	9	23%
4.- ¿Ha escuchado el	San Luis	Si	270	70%

programa Chimborazo Habla?				
		No	40	10%
		No respondieron	77	20%
	Punín	Si	5	13%
		No	22	56%
		No respondieron	12	31%
5.- ¿El programa cumplió con las expectativas?	San Luis	SI	243	63%
		No	27	7%
		No escuchan	40	10%
		No responden	77	20%
	Punín	Si	5	13%
		No	22	56%
		No responden	12	31%
6.- ¿Está de acuerdo en que el programa se enfoca solo en el Gobierno?	San Luis	Si	242	90%
		No	28	10%
	Punín	Si	4	10%
		No	1	3%

		No responden	34	87%
7.- ¿Contribuyó en la formación de conocimiento ciudadano?	San Luis	Si	240	62%
		No	30	8%
		No responden	117	30%
	Punín	Si	4	10%
		No	1	3%
		No responden	34	87%
8.- ¿Se sintió identificado con los temas del programa?	San Luis	Si	242	63%
		No	24	7%
		No escuchan el programa	40	10%
		No escuchan radio	77	20%
	Punín	Si	3	8%
		No	2	5%
		No escuchan el programa	22	56%
		No escuchan radio	12	31%
9.- ¿Hubiese habido más impacto si el programa hubiese sido	San Luis	Si	162	60%

en kichwa?				
		No	108	40%
	Punín	Si	4	10%
		No	1	3%
		No responden	34	87%
10.- ¿En qué lengua le hubiese gustado escuchar?	San Luis	Español	108	40%
		Kichwa	162	60%
	Punín	Español	1	3%
		Kichwa	5	10%
		No responden	34	87%
11.- ¿Confió usted en el programa?	San Luis	Si	140	60%
		No	130	40%
	Punín	SI	3	8%
		No	2	5%
		No responden	34	87%
12.- ¿Con qué frecuencia escuchaba el programa?	San Luis	Una vez al mes	55	20%
		Dos veces al mes	67	25%
		Cada semana	148	55%
	Punín	Una vez al mes	1	20%
			2	40%

		Dos veces al mes Cada semana	2	40%
13.- ¿Qué temas le llamó la atención del programa?	San Luis	Salud Vivienda Agricultura Otros	52 93 105 20	19% 35% 39% 7%
	Punín	Salud Vivienda Agricultura	1 1 3	20% 20% 60%
14.- ¿Recuerda el nombre de los presentadores?	San Luis	Si	7	3%
		No	253	97%
	Punín	Si	0	0%
		No	5	100%
15.- ¿Consideró reales las llamadas telefónicas en el programa?	San Luis	Si	138	51%
		No	132	49%
	Punín	Si	2	40%
		No	3	60%

Elaborado por: Elizabeth Maggi

CAPÍTULO IV

4.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES

- En la parroquia San Luis, el programa incidió de forma positiva en sus habitantes debido a la cercanía con la ciudad de Riobamba, la educación (estudios) de sus pobladores, el idioma, así como el desarrollo económico que mantienen, mientras que en la parroquia Punín la incidencia fue negativa, el impacto fue casi nulo, los principales factores para ello fueron el horario en el que se transmitía el programa, así como el idioma.
- Chimborazo Habla abarcó temas relacionados a las actividades desarrolladas por 20 instituciones gubernamentales, de estas las enfocadas en la agricultura y vivienda fueron las más escuchadas por los habitantes tanto de la parroquia San Luis como Punín.

4.2 RECOMENDACIONES

- ❖ En el caso de la parroquia San Luis se debe fortalecer los espacios destinados a temas de Agricultura, Ganadería y Vivienda, debido a que estos fueron los más aceptados por la comunidad. En la parroquia Punín, se debe revisar el horario del programa, debido a que la mayoría de personas en esta zona salen de sus hogares a las 05:00, además el idioma fue otra de las barreras por lo que se sugiere aumentar el resumen en kichwa.
- ❖ Aplicar la propuesta “nuevas e innovadoras estrategias de comunicación y de difusión para el programa, las mismas que sean de impacto para las parroquias”.

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA

Crear propuestas innovadoras y estratégicas de comunicación y difusión para los habitantes de las parroquias San Luis y Punín del cantón Riobamba.

5.1 JUSTIFICACIÓN

El Programa Chimborazo Habla, se creó con el objetivo de llegar a toda la población chimboracense y con mayor énfasis en los sectores rurales del cantón Riobamba, es así que la aceptación en una de sus parroquias San Luis fue positiva, cautivando la atención y logrando llegar con el mensaje.

Sin embargo durante el desarrollo de este programa se evidenció inconvenientes para captar la atención de otra parroquia, Punín aunque existieron personas que si escucharon Chimborazo Habla, este grupo fue ínfimo en comparación a su población total, lo que indica que la propuesta necesita un reforzamiento para llegar hasta estas áreas.

Sitios en los cuales la mayor parte de la población es indígena y prefiere elkichwa para comunicarse, aunque también dominan el español.

En las dos parroquias existe una similitud que podría ser aprovechada, la radio es el medio de mayor influencia y con mayor acceso, por ello esta propuesta pretende reforzar los procesos de comunicación y buscar un acercamiento directo entre los habitantes y sus autoridades, con el fin de que la ejecución de obras sea reconocida en estos sectores.

5.2 FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• El programa Chimborazo Habla cuenta con enlaces a 11 frecuencias de radios.• Las frecuencias abarcan gran parte del territorio chimboracense y existen tres que son escuchadas en el sector rural.	<ul style="list-style-type: none">• Utilizar estas frecuencias para llegar hasta la mayor parte de oyentes posible.• Contar con personal adecuado que de un buen uso a esta herramienta de comunicación
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Falta de recurso humano capacitado en el área de comunicación y presentación.• Falta de recursos económicos para ampliar la cobertura.	<ul style="list-style-type: none">• Comunicación deficiente, inoportuna y mal manejo del idioma en el sector rural.• Con el tiempo las personas dejarán de escuchar el programa porque no se presenta información de su interés.

5.3 OBJETIVOS

5.3.1 OBJETIVO GENERAL

- ❖ Generar estrategias de comunicación y difusión que sean de impacto para la comunidad.

5.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Aumentar la influencia del programa Chimborazo Habla en el sector rural del cantón Riobamba.
- ❖ Incrementar la aceptación del programa Chimborazo Habla en el sector rural del cantón Riobamba.

- ❖ Crear innovadoras propuestas para los oyentes del sector rural.

5.4 POLÍTICAS

- Diálogo permanente entre los representantes de instituciones gubernamentales y los presentadores del programa con la finalidad de generar información que sea transmitida al público.
- Los programas transmitidos serán bajo la dirección de los organizadores así como el apoyo de los directores de cada institución.
- La información que se transmita será corroborada antes de ser difundida y lo hará solo la persona autorizada por las diferentes carteras de Estado.

5.5 ESTRATEGIA

- ❖ Difundir aspectos de interés para las personas del sector rural del cantón Riobamba, entre ellos aumentar el tiempo de entrevistas de los representantes del Ministerio de Agricultura Ganadería, Acuacultura y Pesca (Magap).
- ❖ Invitar al programa a los dirigentes de comunidades para conocer sus necesidades.
- ❖ Realizar seguimiento a las obras planteadas durante el programa y ofrecidas por la autoridad.

5.5.1 ACTIVIDADES

- Mantenerse actualizados con la información y con las obras que se realizan en los distintos sectores de la provincia para poder transmitirlos.
- Realizar un registro de los dirigentes de las 28 comunidades de Punín y de las 8 comunidades y 2 barrios de San Luis, en el consen números de teléfonos y direcciones.
- Gestionar correos electrónicos para los presentadores del programa, que permita recibir mensajes de la población y que sirva para que comenten sus necesidades.
-

5.6 ESTRATEGIA

Durante el programa se podría transmitir entrevistas con empresarios dueños de cadenas de alimentos interesados en realizar negocios con asociaciones de legumbres y hortalizas.

5.6.1 ACTIVIDADES

Socializar con los habitantes de las parroquias el programa en el cual intervendrán empresarios, con el objetivo de que se mantengan al tanto de la información y puedan presentar propuestas, esto se lo hará con los dirigentes y presidentes de las juntas parroquiales.

Organizar encuentros entre la comunidad, autoridades y empresarios.

5.7 ESTRATEGIA

- Capacitar a los comunicadores, presentadores así como el personal de controles con el propósito de que adquieran conocimientos y puedan desenvolverse de una manera oportuna tanto en las entrevistas como al momento de cubrir noticias.
- Aplicación de cápsulas informativas que tengan una duración de 30 segundos en las que se informe de un suceso importante en las poblaciones.
- Ampliar el resumen en idioma kichwa, a 45 minutos semanales, especificando el kichwa Chimborazo el mismo que tiene aceptación en la provincia.

5.7.1 ACTIVIDADES

- Para esto se destinará capacitadores con experiencia en el área de programas radiales, así como talleres prácticos en los que se realice actividades enfocadas a este tema.
- Escoger las noticias más relevantes, elaborar un guión que recoja información rápida pero concisa.

- Buscar personas autóctonas de la provincia que dominen el kichwa Chimborazo y español para asegurarse de que la utilización del idioma en el resumen es el correcto.

BIBLIOGRAFÍA

GBARBERO, Martín (1987) Libros básicos en la historia de la comunicación. Edit. Anthropos. España

BALSEBRE, Armand (1994). El lenguaje radiofónico. Edit. Cátedra S.A. Madrid.

CABRAL, Carlos (2005) Habilidades de Comunicación. Edit. Díaz de Santos. España.

BERLO, D.K (1984). Redes de Comunicación. Edit. Norma. México

Constitución de la República del Ecuador (2008) EditEditogran Guayaquil. Ecuador.

FRANCOIS, Fredericc (1973) El lenguaje de la Comunicación, Ediciones Nueva Visión. Francia.

FERNÁNDEZ, Fátima (1997) Participación de la radio en la comunidad. EditPontevendra, Kalandraka, Colección libros para soñar. México.

FERNÁNDEZ Sánchez Esteban (2006) Claves necesarias para la buena comunicación Edición Eduardo Cabllero México

GEERTS, Andrés y Oeyen Víctor (2001). La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia. Ecuador.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) (2010) Edit. Nacional. Ecuador

KAPLÚM Mario (1999). Producción de programas de radio. Edit. Quipus. Ecuador.

LASWELL, (1978), Técnicas en el Mundo de la Guerra Propaganda.

LÓPEZ VIGIL, José Ignacio (2005) Radialistas Apasionados Edit. Artes Gráficas Silva. Quito-Ecuador

LÓPEZ, Alejandro, PARADA, Andrea, SIMONETTI, Franco (1995) Ediciones Universidad Católica de Chile. Santiago.

Ley Orgánica de Participación Ciudadana, (2011) Edit. Nacional Ecuador.

MCLUHAM, Marshall (1977).Comprender los medios de comunicación. Edit. Paidós.

MCLUHAM, Marshall y POWERS, B.R (1995). La Aldea Global. Edit. Gedisa S.A Barcelona.

MATTELART, Armand (1998) Historia de las Teorías de la Comunicación. Edit. Paidos. Buenos Aires.

MEJÍA PRIETTO, Jorge (1985) Planteamiento de la radio como instrumento de servicio social. Editorial Panorama. México.

OTERO, Edison (1997) Teorías de la Comunicación Edit. Universitaria colección textos universitarios. Santiago de Chile.

Plan de Ordenamiento Territorial de la parroquia San Luis, 2014-2019, San Luis - Riobamba.

Plan de Ordenamiento Territorial de la parroquia Punín, 2014-2019, Punín- Riobamba.

SERRANO, Martín Manuel, PIÑUEL, José Luis, SANZ, Gracia Jesús, FERNÁNDEZ, María Antonieta, (1980), Teoría de la Comunicación, Edit. Gráficas. Madrid.

TENORIO, Iván (2008). La Nueva Radio. Edit. Marcombo.España.

TCHAKHOTINE, Serge. (1939) La Violación de Las Masas por la Propaganda Política. EditPaidos Rusia.

THOMPSON, John B. (1998). Los Media y La Modernidad Una Teoría de los Medios de Comunicación. Edit. Paidós Ibérica S.A. España.

ANEXOS No.1

Formato de la Encuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Sexo: Masculino Femenino

Edad:..... Ocupación.....

CUESTIONARIO

1.- ¿Escucha usted radio?

SI..... NO.....

2.- ¿En que horario escucha usted radio frecuentemente?

04:00-06:00.....06:00- 08:00.....12:00-14:00.....18:00-20:00..

3.- ¿Está de acuerdo en que la radio debe transmitir programas de rendición de cuentas de las autoridades?

SI.....NO.....

4.- ¿Ha escuchado usted el programa radial Chimborazo Habla?

SI.....

NO.....

5.- ¿Consideró usted que este programa radial cumplió con las expectativas de dar a conocer lo que hacen las autoridades?

SI..... NO.....

6.- ¿Está de acuerdo en que el programa solo se enfocó en difundir las actividades del Gobierno actual?

SI..... NO.....

7.- ¿Cree usted que el programa contribuyó en la formación de conocimiento ciudadano?

SI..... NO.....

8.- ¿Se sintió identificado con los temas que abordó el programa Chimborazo Habla?

SI..... NO.....

9.- ¿Cree usted que el programa hubiese tenido más impacto si se lo realizaba en kichwa?

SI..... NO.....

10.- ¿En qué lengua le hubiese gustado escuchar el programa?

Kichwa..... Español.....

11.- ¿Confió usted en la rendición de cuentas que realizaban las autoridades en el programa Chimborazo Habla?

SI..... NO.....

12.- ¿Con qué frecuencia escuchaba usted el programa Chimborazo Habla?

Una vez al mes.....

Dos veces al mes.....

Cada semana.....

13.- ¿De los programas que escuchó ¿cuál le llamó más la atención?

Salud.....

Vivienda.....

Agricultura.....

Otros.....

14.- ¿Recuerda usted el nombre de los conductores del programa Chimborazo Habla?

SI.....

NO.....

15.- ¿Considera reales las llamadas telefónicas que se realizaban durante el programa?

SI.....

NO.....

ANEXO No.2

Entrevista 1

Licenciada Maritza Sánchez coordinadora del programa Chimborazo Habla, su objetivo fue llegar con el programa a cada punto de la provincia pero con mayor énfasis en las parroquias rurales, entre ellas San Luis y Punín del cantón Riobamba.



1.- ¿Cuál fue el objetivo del programa Chimborazo Habla?

Nuestro propósito era llegar a las personas para que conozcan más sobre las instituciones gubernamentales, además de que se rinda cuentas a la ciudadanía sobre lo que realizan las autoridades, era un espacio exclusivo para que cada uno exponga, y que la gente tenga un acercamiento con ellos, así se podía exponer las dudas de la población y ellos podían satisfacer esas inquietudes.

2.- ¿Por qué escogieron la radio como medio para transmitir el programa?

Consideramos que es el medio de mayor accesibilidad, lo bueno de la radio es que llega a varios puntos en los cuales el periódico y la televisión no tienen acceso,

además como fue una iniciativa nacional, nosotros la apoyamos desde nuestra provincia, al conectarnos con varias emisoras locales y regionales.

3.- ¿Dentro del proyecto se contempló los sectores rurales?

Si por ello realizamos convenios con emisoras como La Voz de Aiiich y Radiofónicas ya que conocemos que estas son las que se escuchan con mayor frecuencia en el campo y también teníamos un resumen en kichwa para que pudieran beneficiarse.

4.- ¿Cuántas personas formaban parte del programa y cual fue su función?

Éramos cuatro personas, yo estaba a la cabeza como coordinadora, Jorge Merizalde nuestro ayudante de micrófonos es decir locutaba conmigo, pero también reporteábamos algunos temas en varios sitios de la provincia, es así que las inquietudes las traíamos para pasarlas en directo y en presencia de las autoridades. Y teníamos un traductor al kichwa, él se encargaba del resumen y lo trasmitíamos una vez por semana.

5.- ¿Por qué escogieron el horario de 06:00 a 8:00?

Consideramos que en la mayoría de los casos la gente escucha radio en ese momento del día, los padres van a dejar a sus hijos en la escuela, otros salen en sus autos, y es un tiempo específico en el que nos sintonizaban, nos pareció un buen horario

6.- ¿Analizaron el horario para la zona rural de los cantones?

Si, muchas parroquias empiezan sus actividades en la mañana y por ello nos sintonizaban más, creo que el horario era bueno para todos los que nos escuchaban.

7.- Usted mencionó que de las parroquias rurales las que más sintonizaban el programa eran San Luis y Punín del cantón Riobamba ¿Cómo obtuvieron esas conclusiones?

Realizamos encuestas para conocer la sintonía y de hecho en San Luis la gente nos escuchaba mucho, esto también lo comprobamos con la participación de algunas de ellas en nuestros programas mediante grabaciones y llamadas telefónicas.

8.- ¿Cuáles fueron los temas tratados en los programas? Y ¿cuántos se efectuaron en el 2015?

Abarcamos a 22 instituciones públicas, cada representante tomaba un tiempo para exponer su labor en esa área, es así que trabajamos con Vivienda, Salud, Comunicación, Educación, lo Laboral, entre otros que sabíamos debían tener su espacio para informar a la ciudadanía. Efectuamos 52 programas en el 2015.

ANEXO No.2

Entrevista 2

Deoniso Tarco Jefe político de la parroquia Punín, él señala durante la entrevista la importancia de analizar bien la población a la cual se quiere llegar con el mensaje, en especial en Punín, sitio en el cual el 96% de la población es indígena.



1.- ¿Ha escuchado usted el programa Chimborazo Habla?

Claro que si, como autoridades debemos estar pendientes de toda la información que se trasmite, en especial si se habla del Gobierno.

2.- ¿Considera usted que para llegar a los oyentes de Punín, el programa debía ser solo en kichwa?

Si, porque nuestras comunidades son indígenas y por ende nos relacionamos y todo trámite lo hacemos en kichwa, es verdad que existen nuevas generaciones que dominan el español, pero en su mayoría nos desempeñamos mejor en nuestra lengua materna.

3.- Usted que conoce la parroquia, ¿Qué tipo de kichwa se debe aplicar en un programa radial?

Es bueno que se trate de llegar con los programas del Gobierno con resúmenes en kichwa, pero el problema es que utilizan un kichwa que la gente de Chimborazo no conoce, y esto lo que hace es confundir a la gente en lugar de llegar con el mensaje, incluso algunos ni lo escuchan por ese problema.

4.- ¿Qué tipo de programas radiales escuchan los habitantes de Punín?

Uno de los programas con más éxito en nuestra parroquia, son los musicales evangélicos, porque la mayoría es de esa religión, y una de las radios que llega con ese mensaje se alabanza a Dios es la sensación de Guamote, casi todos la escuchan porque incluso se pasan mensajes para las comunidades por esa emisora.

5.. ¿Ha intentado usted persuadir a la gente, como a sus vecinos para que escuchen el programa?

No, cada persona es libre de oír lo que quiere, yo lo escuchaba cada semana en volumen alto, pero era porque necesitaba mantenerme informado, mis vecinos si no quieren cómo les voy a obligar.

ANEXO No.3

Parroquia San Luis, vista general



Foto: Elizabeth Maggi

ANEXO No.4

Punín es reconocida por su riqueza patrimonial, esta es la iglesia Matriz ubicada en el centro de la parroquia, sitio en le cual se venera a San Juan.



Foto: Elizabeth Maggi

ANEXO No.5

Cabina de radio Latina, en la cual se realizaba el programa Chimborazo Habla, las otras emisoras se enlazaban a esta frecuencia.



Foto: Elizabeth Maggi

ANEXO No.6

Entrevistas realizadas en directo en radio Latina para el programa Chimborazo Habla



Foto: Elizabeth Maggi

ANEXO No.7

Coordinadora y ayudante del programa recorriendo sectores de Riobamba, entrevistando a las personas



Foto: Elizabeth Maggi

ANEXO No.8

Encuesta realizada en Punín



Foto: Elizabeth Maggi

ANEXO No.9

Encuesta realizada en Punín



Foto: Elizabeth Maggi

ANEXO No.10

Encuesta realizada en San Luis



Foto: Elizabeth Maggi