



Uleam

**Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí
Facultad Ciencias de la Comunicación
Carrera de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas**

MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**Previo a la obtención del Grado de:
Licenciado en Ciencias de la Comunicación, mención Comunicación
Organizacional y Relaciones Públicas**

Tema:

**ESTRATEGIAS DE MANEJO DE INFORMACIÓN RADIAL PARA
MEJORAR EL COMPORTAMIENTO Y LA OPINIÓN PÚBLICA DE
LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA RICAURTE EN EL AÑO
2018**

Autor:

CAMILO ALFREDO DEFAZ MORALES

Tutor

Lic. Iván Cevallos García, Mg.

Manta - Manabí - Ecuador

2018

DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN Y ORIGINALIDAD

Los pensamientos, ideas, investigación, comentarios y resultados pertenecen exclusivamente al autor.

CAMILO ALFREDO DEFAZ MORALES

CERTIFICACIÓN DE TUTOR

Certifico que bajo mi dirección y asesoramiento, el señor, **CAMILO ALFREDO DEFAZ MORALES**, ha elaborado el presente proyecto de investigación, titulado: **ESTRATEGIAS DE MANEJO DE INFORMACIÓN RADIAL PARA MEJORAR EL COMPORTAMIENTO Y LA OPINIÓN PÚBLICA DE LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA RICAURTE EN EL AÑO 2018**; como requisito previo para optar por el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, mención Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas.

LIC. IVÁN CEVALLOS GARCÍA, MG.
DIRECTOR DE PROYECTO

AGRADECIMIENTO

El agradecimiento surge cuando una persona se siente en deuda cuando ha recibido algún beneficio de otra ser; y yo quiero agradecer profundamente a los siguientes seres:

A Dios mi padre celestial, por darme la vida y dotarme de sabiduría, capacidades y muchos conocimientos.

A mi esposa, Maritza Maribel Caicedo Bravo, el amor de mi vida, mi amiga y compañera, quien con su entrega y dedicación me ha impulsado a resolver cada situación en mi vida, por acompañarme en cada momento, por su tiempo y guía sin ella este logro no habría sido posible. ¡Te amo Maritza!!

A mis hijos: Steven Alfredo Defaz Molina, Skarleth Yolanda Defaz Molina, Camilo Saúl Defaz Caicedo y María Camila Defaz Caicedo, ellos quienes son la razón de mi vida, motor que impulsa mis días y prolongación de mi existencia.

¡A ellos, mi gratitud profunda por el deber cumplido!

CAMILO ALFREDO DEFAZ MORALES

DEDICATORIA

Al terminar esta etapa de mis estudios, quiero dedicar este logro alcanzado a:

A Dios mi ser supremo, por el don de la vida y hacerme tomar las mejores acciones en mi existencia.

Mi padre, señor Hernán Alfredo Defaz Armas (+), por ser aquel hombre generoso y ejemplar quién con su amor me inculcó el valor de la responsabilidad, perseverancia y dedicación, por ser aquel ser humano con quien compartí muchos diálogos del cual acogí como consejos para mi orientación en la vida y así comprender que el éxito es base de esfuerzos y sacrificio.

Así mismo dedico este logro a mi madre, Señora Gloria Yolanda Morales Mendoza (+), quien vive en mis recuerdos por su ternura, bondad, entrega y amor incondicional, a ella le debo tantas alegrías y dulzura en mi vida, me enseñó que las cosas se consiguen si se le pone amor a lo que haces, yo logré tantas cosas con los consejos y ejemplo de mi madre que perdurarán por el resto de mi vida.

CAMILO ALFREDO DEFAZ MORALES

RESUMEN

La investigación acoge sus límites en realizar un análisis de las estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018.

Las estrategias de manejo de información radial son parte de la técnica diaria, es decir la habilidad y destreza, que utilizan los periodistas en su labor permanente de informar a la comunidad desde la cabina de locución donde se impulsa la manera de actuar, pensar y expresar a la ciudadanía, en relación a los temas mediáticos que se promueven desde altas esferas y otros que ocurren en las calles y sectores sociales.

Esa identidad que se promueve desde lo interno en los medios de comunicación radiales hace que el ciudadano común, es decir desde la persona que barre las calles hasta el funcionario de gobierno, analice, medite y actúe sobre temas que se esgrimen desde la agenda de los periodistas y medios en sí.

En la exploración de este tema se utilizaron técnicas cualitativas como cuantitativas, mismas que ayudaron a conseguir un mayor flujo de información desde la parroquia Ricaurte del cantón Chone, en la cual se logró obtener resultados positivos que permitieron realizar un análisis de las estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018.

Palabras claves: Estrategias de información radial, comportamiento, opinión pública, parroquia Ricaurte.

ÍNDICE

1.- INTRODUCCIÓN	1
2.- MARCO CONCEPTUAL	2
2.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
2.2.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	4
2.3.- SITUACION	4
2.4.- PREGUNTAS DERIVADAS	5
2.5.- DELIMITACIÓN ESPACIAL	6
2.6.- DELIMITACIÓN TEMPORAL	6
2.7.- OBJETIVOS	7
2.7.1.- OBJETIVO GENERAL	7
2.7.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
2.8.- HIPÓTESIS	7
2.9.- JUSTIFICACIÓN	8
2.10.- VIABILIDAD LEGAL	10
3.- BASES TEÓRICAS	12
3.1.- ESTADO DE ARTE	12
4.- MARCO TEÓRICO	14
4.1.- ¿QUÉ ES RADIO?	14
4.2.- FUNCIONES DE LA RADIO	16
4.3.- IMPORTANCIA DE LA RADIO	18
4.4.- EDUCATIVA	18

4.5.- PARTICIPATIVA _____	19
4.6.- INTEGRADA E INTEGRADORA _____	20
4.7.- DESCENTRALIZADA _____	20
4.8.- INCLUSIVA _____	20
4.9.- VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA RADIO _____	21
4.10.- INFLUENCIA DE LA RADIO EN LA EDUCACIÓN _____	21
4.11.- LA RADIO EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA CIUDADANÍA _____	22
4.12.- INCIDENCIA DE LA RADIO EN LA AUDIENCIA _____	23
4.13.- ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES _____	24
4.14.- OPINIÓN PÚBLICA _____	28
4.15.- EL PROCESO DE FORMACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA Y SUS PARTICIPANTES _____	28
4.16.- LA OPINIÓN PÚBLICA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN _____	29
4.17.- REPRESENTACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA POR LOS SONDEOS DE OPINIÓN _____	30
4.18.- LA OPINIÓN PÚBLICA COMO CONTROL SOCIAL _____	31
4.19.- PARROQUIA RICAURTE DEL CANTÓN CHONE _____	32
5.- MARCO METODOLÓGICO _____	35
5.1.- ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN _____	35
5.2.- TIPOS DE INVESTIGACIÓN _____	35
5.3.- MÉTODOS _____	35
5.4.- TÉCNICAS _____	36

5.5.- RECURSOS	36
5.6.- POBLACIÓN Y MUESTRA	37
5.7.- DIAGNÓSTICO O MUESTRA DE ESTUDIO	38
5.7.1.- ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS A LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA RICAURTE, DEL CANTÓN CHONE.	38
6.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	52
6.1.- CONCLUSIONES	52
6.2.- RECOMENDACIONES	54
7.- CRONOGRAMA	57
8.- BIBLIOGRAFÍA	58

1.- INTRODUCCIÓN

La radio es el medio de comunicación que más aceptación tiene en la comunidad, es un criterio extendido y global, sus ondas llegan hasta los umbrales urbanos y rurales desde donde se emite, su programación es variada y su accionar ha estado estipulado en informar, orientar y educar.

Desde su nacimiento la radio ha cumplido un proceso tradicional de informar hechos y acontecimientos de una forma característica lo que sucede tanto local como internacional, lances naturales y humanos.

La radio de hoy, cumple y practica un proceso diferente respecto a estos principios tradicionales, realizando un arduo pero satisfactorio trabajo editorial e institucional como medio de comunicación. Esto es consolidar su marca, además de valorar, compartir, transmitir experiencias, es decir momentos trascendentales con sus audiencias, con ellos relacionándose, con objetivos comunes de progreso y bienestar de la comunidad.

Por lo expuesto a través de la presente investigación cuyo texto central es: estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018, se pretende conocer resultados fehacientes que permitan conocer y apostar por la aplicación de estrategias o experticias que involucren en su medida a los habitantes de esta importante parroquia del cantón Chone, en mejorar sus procedimientos por un desarrollo sustentable e integral para sus presente y futuras generaciones.

Palabras clave: Estrategias, manejo de información radial, comportamiento, opinión pública, habitantes, parroquia Ricaurte.

2.- MARCO CONCEPTUAL

2.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La creación de la radio como medio de comunicación masivo que llega a sus radioescuchas por medio de señales y ondas hertzianas ha cumplido un rol predominante desde su instauración hasta la actualidad en el desarrollo de las sociedades del mundo.

No hay país o lugar donde no esté una radio emitiendo señal a través de contenidos noticiosos, entretenimiento y musical. Bajo ese criterio, los periodistas y locutores que intervienen en la difusión de mensajes buscan la cualidad o el talante para llegar al núcleo o la sensibilidad del oyente y que éste incida o participe del mismo, tanto para mejorar su conducta y genere opinión pública sobre los temas que se tratan.

Aunque aún subsiste la radio que solo cumple la función de informar, entretener y brindar música, con el desarrollo de las tecnologías en una comunidad mundial que cada día busca la forma de acrecentar la comunicación, la radio convencional y digital a la vez se han vuelto más participativas para educar y sensibilizar al ser humano respecto al entorno donde vive, educando, orientando sobre los problemas sociales, comportamiento individual, grupal y la generación de opinión pública.

Se deduce entonces que los periodistas deben manejar adecuadamente estrategias de información radial para incidir y persuadir al radioescucha de su

mensaje y que tenga un efecto de convencimiento en su conducta y roce social.

A nivel Latinoamericano hay ejemplos a seguir en radios que han inmiscuido en sus programaciones, educación con un claro mensaje a la comunidad, como lo es alfabetizar a sus radioescuchas, es el caso de radio Sutatenza de Colombia, que educó a través de la alfabetización y desarrollo cultural con la población rural.

La radio es un medio de comunicación que influye mucho para guiar a la sociedad, más allá de que muchas veces estos han sido creados con otros fines y con otros tipos de programaciones. Por ello la creación de una atmósfera adecuada, es decir el lenguaje radiofónico tiene que ser preciso, afectivo que interese al oyente sobre lo que el periodista con sus programaciones realice.

A su vez ese oyente tiene que tener la capacidad de valor lo que escucha, es decir tiene que estar activo; a su vez predispuesto a la participación en diálogo, compartido y mutuo.

En el caso de Ecuador, dentro de los preceptos del Plan Nacional para el desarrollo del Buen vivir, en sus políticas y lineamientos. Se afirma, que se debe difundir información pública oportuna, de calidad y comprensible para la población.

Se interpreta en este sentido que este precepto enuncia lo que los periodistas a través de los medios de comunicación y en especial la radio deben emitir como mensaje que sirva para descifrar la realidad, los habitantes de cualquier parroquia, ciudad, región del Ecuador.

En ese sentido, el tema de la presente investigación que se delimita en estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018.

Está circunscrito a una parroquia rural del cantón Chone en donde las radioemisoras de esta ciudad, no han hecho llegar adecuadamente estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de sus habitantes, esto es la parroquia Ricaurte.

Es decir en los medios radiales hay carecimiento de programas educativos y culturales, no se fomenta el diálogo con sus habitantes, no se realizan críticas provechosas sobre temas de interés social, como también no existe una reciprocidad de información fehaciente que dé lugar a una retroalimentación entre medios radiales de comunicación con la comunidad.

Por ello nace la siguiente pregunta a través de la formulación del problema.

2.2.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera inciden las estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018?

2.3.- SITUACIÓN

Las estrategias de información radial son diplomacias, habilidades y destrezas propiamente que deben utilizarse comúnmente en los medios de comunicación radial, que permiten incidir en la conducta del destinatario, es decir del oyente que siempre está pendiente de lo que se dice y expresa en relación a los problemas sociales, de familia, culturales, deportivos, económicos, entre otros,

pero que en su contexto a veces no se informa y orienta adecuadamente y ocurre que la comunidad en general actúa desinteresadamente, no razona, no genera una óptima opinión pública y se generan comentarios no considerados. Esa situación es la que ha venido en la parroquia Ricaurte. Por ello las radios de esta ciudad que cubren la geografía y límites del cantón Chone deben regenerar o retroalimentar su responsabilidad social e incidir como corresponde en relación a la información, orientación y sobre todo educación que se genera desde sus cabinas de locución con sus periodistas en el tratamiento informativo.

El ideal, es que exista una correlación entre medios radiales y la comunidad en general, en este caso la parroquia Ricaurte que necesita de auténticas estrategias de manejo de información radial para mejorar su conducta, su gestión como ciudadano vinculado a los problemas sociales, manejando una opinión pública coherente, equilibrada, que incida propiamente como progreso y bienestar de la comunidad rural de Chone y Manabí, a la par de lo que se diga, exprese y oriente como positivo en los diversos medios de comunicación radiales existentes.

2.4.- PREGUNTAS DERIVADAS

¿Considera usted necesario aplicar estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018?

¿Cree usted que es indispensable conocer qué tipo de estrategias de manejo de información radial hay para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte?

¿De acuerdo a su criterio hay que estudiar las estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte?

¿Considera usted pertinente evaluar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte?

¿Cree usted que las estrategias de manejo de información radial inciden positivamente para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018?

2.5.- DELIMITACIÓN ESPACIAL

La investigación del proyecto se efectuó en la parroquia Ricaurte, perteneciente al cantón Chone, provincia de Manabí.

2.6.- DELIMITACIÓN TEMPORAL

La investigación acordó su realización durante el primer semestre del año 2018.

2.7.- OBJETIVOS

2.7.1.- OBJETIVO GENERAL

Aplicar estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018.

2.7.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer qué tipo de estrategias de manejo de información radial hay para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte.
- Estudiar las estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte.
- Evaluar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte.

2.8.- HIPÓTESIS

Las estrategias de manejo de información radial inciden positivamente para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018.

2.9.- JUSTIFICACIÓN

Se puntualiza que una estrategia es un orden sistemático planificado de acciones donde se combinan procesos, técnicas e instrumentos, manejando recursos servibles, para obtener un resultado en determinado tiempo. En este caso lo expuesto aplicable para los medios de comunicación radiales, que deben manejar convenientemente estrategias de manejo de información radial para mejorar el proceder o la actuación de los ciudadanos de la parroquia Ricaurte y que formen opinión pública en relación a la obra pública y problemas sociales de su comunidad.

La investigación, permitirá por medio de los resultados, establecer diversos tipos de estrategias, que se utilizan en diversos ámbitos y sobre manera en el campo de la comunicación y medios de comunicación radial.

Es importante esta investigación porque permitirá conocer que tipos de estrategias utilizan los medios radiales del cantón Chone para manejar estrategias de información radial que inciden en el comportamiento y opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte.

Las estrategias de comunicación en el campo de la comunicación radial deben fortalecer el desarrollo de los diversos programas educativos y culturales, fomentar un eficaz diálogo entre los miembros de esta comunidad, fortalecer la reciprocidad de la información que les compete entre medios radiales y colectividad misma en esencia.

Por ello es claro los beneficios que brindará esta investigación porque permitirá a los medios de comunicación radial fortalecer su responsabilidad social en cuanto dinamizar su rol comunicacional. Esto es aplicar concretamente estrategias que contribuyan a un mejor enlace que permita concienciar y constituir opinión pública en la ciudadanía de la parroquia Ricaurte de Chone.

2.10.- VIABILIDAD LEGAL

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

SECCIÓN TERCERA

COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1.- Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

2.- El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

3.- La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

4.- El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el 24 campo de la comunicación.

Art. 17.-El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1.- Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelará que en su utilización prevalezca el interés colectivo.

2.- Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación, en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

3.- No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

Art. 18. Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1.- Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2.- Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

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

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

3.- BASES TEÓRICAS

3.1.- ESTADO DE ARTE

De acuerdo a Luis Alberto Gamboa Orozco, 2013, con su tema: El manejo de la información en las estaciones radiales y la aparición de conflictos sociales en el cantón Ambato. Previa la obtención del Grado Académico de Magister en Mediación Arbitraje y Solución de Conflictos, expresa en su investigación que. El propósito de este trabajo es la implementación de un departamento de contenidos para la difusión de productos informativos que no generen espacios de reacción en respuesta a mensajes verbales donde se deslegitiman a las personas, por el inadecuado uso de la palabra.

Por su parte Luis Felipe Correa Agudelo y Andrés David López Vargas, con el tema la radio escolar como estrategia de enseñanza en el aprendizaje en el colegio Hernando Vélez Marulanda, 2011. El trabajo realizado surge como una oportunidad de trabajo investigativo al interior del plantel educativo presentada a través de un diseño de ambiente educativo para utilizar la radio como una herramienta complementaria en los procesos de enseñanza aprendizaje.

Así mismo Hernán Gutiérrez, Andrés Geerts, Sandro Macassi, en Cómo incidir en la opinión pública, 1997. Expresan que la opinión pública es una especie de fuerza invisible, pero inmensamente poderosa, capaz de ejercer mucha presión sobre la misma sociedad y sobre sus aparatos de poder. Es una fuerza que arrastra, capaz de tumbar ministros, aprobar o rechazar leyes y en definitiva, capaz de transformarlas cosas.

Por su parte Grace Azucena Orrala Rosales y Brígida Alexandra Vera Pita, con el tema: El tratamiento de la información desde la perspectiva ética para mejorar la calidad noticiosa. Estudio de caso: radiodifusoras Amor y Récord del cantón La Libertad 2014. Manifiestan que el trabajo investigativo se basa en la forma cómo los periodistas profesionales y no profesionales se han encargado de difundir la noticia en los informativos, para ello, se plasmará un Manual elaborado de componentes básicos que ayuden a mejorar el tratamiento de la información.

En ese sentido Ramiro Rúales, Chafra Caguas y Elizabeth Mería, en su tema El sistema de comunicación del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Alausí y su incidencia en la opinión pública de la población de este cantón comprendida entre los 20 a 50 años de edad durante el periodo diciembre de 2012 a mayo de 2013. Expresan que esta investigación consiste en determinar la incidencia del Sistema Comunicacional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Alausí en la opinión pública de la población local de 20 a 50 años de edad, durante el período diciembre de 2012 a mayo de 2013. Este estudio tiene un propósito dividido en tres segmentos que consiste en la revisión de la bibliografía en relación a los fundamentos epistemológicos que apoyan a este estudio, una futura investigación de campo y la propuesta de un Plan Comunicacional que representa una necesidad real de este municipio.

4.- MARCO TEÓRICO

4.1.- ¿QUÉ ES RADIO?

Este medio se caracteriza por su impacto social y por su diversidad en el lenguaje. Muchos lo denominan el medio de lo invisible ya que el receptor u oyente no posee el soporte visual para entender el mensaje. Por lo tanto, el comunicador debe buscar la imagen sonora, en la mente del oyente.

“La radio es un medio de comunicación masivo que permite una interacción entre los encargados de la transmisión y la sociedad, de manera que se puede lograr una dinámica informativa entre los radioescuchas” (Gil, 1987). Este medio permite transmitir el sonido a diversos puntos. Un 99% de la población ecuatoriana posee hoy en día una radio en su hogar, en comparación con los escasos receptores que había en el país en sus inicios.

“Es importante recalcar el uso de la radio como medio de comunicación, masiva, ya sea de difusión social o tecnificada, siempre estará determinado por los criterios de cada uno de los responsables de su funcionamiento, la adecuación de su contenido del tipo de auditorio y del destinatario”. (Gil, 1987)

En el libro “Teorías de la comunicación de masas”, Melvin de Fleur (1989) considera tres razones por las que fue posible el nacimiento de la radiodifusión:

- Necesidad de encontrar un medio que permita la difusión de información.
- Descubrimientos científicos que podían hacer posible la utilización de la radio.

- Los únicos medios utilizados hasta ese momento eran el telégrafo y teléfono. (Fleur, 1989)

En comparación con otros medios, este determina una situación comunicativa particular, en la que tanto el emisor como receptor se ven sin ser vistos, porque genera constantemente imágenes mentales, esta es una de las características elementales de la radio, aunque no podemos olvidarnos de los elementos tradicionales como inmediatez, la heterogeneidad de su audiencia y su fácil accesibilidad.

Además, este medio es barato y técnicamente sencillo. No hace falta disponer de grandes equipos técnicos, para emitir, ni trasladar cámaras, como en el caso de la prensa y televisión. Es clave señalar que este medio no ha perdido la virtud de llegar a diversos públicos porque sus mensajes son sencillos y fáciles de entender, porque al escuchar la radio el oyente puede realizar otras actividades, es gratuita y además porque a diferencia de otros medios, para algunas personas discapacitadas, no interponen barreras.

La radio inspira confianza en los seguidores porque el lenguaje de los locutores hacia sus oyentes es síncrono o en tiempo real. Este tipo de comunicación lo tienen pocos medios de comunicación como por ejemplo las video conferencias virtuales y la telefonía.

La radio es un medio de comunicación cercano a sus públicos. Entre sus características destacan el lenguaje sencillo, los altos niveles de cobertura y el fácil acceso para la participación de los oyentes, sobre todo en zonas rurales y urbanas marginales, donde se convierte en el medio por excelencia. (Juliana Paola, 2012)

Entender la relación de confianza y proximidad que se produce entre emisor y receptor en la radio requiere analizar los contenidos, así como el contexto de cada tipo de programación su mercado radiofónico. Entre los contenidos que ofrece la radio, las campañas sociales son un instrumento por el cual el medio puede contribuir directamente a la mejora de la calidad de vida de sus públicos y, en consecuencia, ayudar al desarrollo social y cultural de las poblaciones donde tiene cobertura. Por ello, puede afirmarse que las campañas sociales son acciones que permiten un despliegue original de la responsabilidad social de la empresa de comunicación radiofónica. (María del Pilar, 2014)

4.2.- FUNCIONES DE LA RADIO

Siempre van ligadas a brindar información general y también particular dependiendo de su alcance o cobertura.

La radio ayuda a promover la participación ciudadana, es decir que el público u oyente se sienta identificado con temas que trata la radio, interviniendo y siendo partícipe.

Este medio fomenta la difusión de conocimientos de índole cultural, es decir que como medio de comunicación debe priorizar la libertad de expresión, siendo este un elemento fundamental en el contenido de la radio.

Finalmente, otra de las funciones de este medio es entretener a su audiencia, lo cual no es menos importante que las anteriores, pero se concentra básicamente en recrear, animar y alentar a los oyentes con programación netamente musical con programas diversos.

La radio como medio de comunicación juega un papel muy importante dentro de la sociedad. Es por ello que es clave describir las funciones de la radio. Según Jorge Loayza, en su artículo “El estatuto de la radio y televisión”, incluye un orden de prioridades con respecto a la función de los medios masivos de comunicación, establecido por la UNESCO en 1970. (León, 2008, p.4)

- Información: Siendo esta la libertad de emitirla y recibirla
- Educación y cultura: considerando que todo informe educa y cultiva
- Desarrollo: Con la labor de los medios en las tareas de modernización
- Movilización política y social: labor de construcción nacional
- Entretenimiento y recreación
- Publicidad y anuncios

“Cada una de estas funciones describe el contenido de la radio como uno de los principales y más antiguos medios de comunicación” (Gil, 1987). Fernando Aguirre en el blog comunicólogos, en su publicación Comunicación Radial I, recalca que “un medio de comunicación masivo como la radio brinda la oportunidad de llegar con el mensaje de una institución a un público muy importante, en lo que se debe trabajar con sumo cuidado y profesionalismo en la construcción de ese mensaje (en contenido y forma), para evitar que se transforme en un búmeran que se vuelva en contra de los objetivos propuestos”. (Aguirre, 2009).

4.3.- IMPORTANCIA DE LA RADIO

Los medios de comunicación rural como la radio, son utilizados especialmente para informarse. La población rural, generalmente demanda espacios como la información, la música y en un rango variable, programas con contenidos especializados que pueden ser relacionados al medio ambiente, agricultura, salud o cualquier otro tema que les ofrezca conocimiento. (Lopez, 2007)

4.4.- EDUCATIVA

Buscan abrir ojos, oídos y corazones, partiendo de la realidad en que viven sus oyentes, aprendiendo de sus éxitos y sus fracasos, siendo eco de sus demandas y sus esperanzas, difundiendo sus problemas y sus alternativas de solución, transformando sus afectividades y sentimientos en argumentos y razones para el cambio.

En el caso de la muestra estudiada, percibimos que algunas radios desempeñan una función educativa, que se concreta en acciones que van desde el cultivo de la religión, la capacitación en temas especializados y hasta la formación de derechos, como es el caso de las Rondas Campesinas, organizaciones indígenas, organizaciones de mujeres o los comités de regantes entre otros grupos sociales, (Milton Cesar, 2006).

El aspecto educativo en las radios rurales con cierto nivel de estructura no se centra en dictar clases desde una cabina. Su riqueza está en comprender que hace tiempo las comunidades han llegado a sus instituciones demandando contenidos que son favorables a su desarrollo.

Hace mucho tiempo que las comunidades llegaron a la vida de la radio y son ellos quienes van determinando a través de su participación, la tendencia que debe seguir el medio local. Hoy en día, a pesar de muchas radios rurales, no contar con presupuestos elevados para su sostenibilidad, han podido construir desde su experiencia, discursos que movilizan a la comunidad de acuerdo a sus intereses. Ahora escuchamos discursos más cualificados que circulan al aire, (Milton Cesar, 2006)

4.5.- PARTICIPATIVA

La radio rural, interpela la cotidianidad de los oyentes y ha empoderado con el tiempo a los mismos ciudadanos oyentes, haciéndolos participes de los espacios que crea. En esa línea, estos medios dan la oportunidad a las comunidades, para que desde sus lugares produzcan contenidos e información que hace parte de su convivencia. Un ejemplo de ello es la participación de los ciudadanos oyentes, como corresponsales de noticias, desde sus distritos, caseríos, provincias o barrio, (María del Pilar, 2014).

Según la experiencia de algunos directores de medios entrevistados, comentaron que ha aprendido a sacar sus medios en vivo y fuera de la cabina. No requieren grandes antenas de transmisión o sofisticados equipos. Basta con un teléfono celular o fijo baratos, una consola hechiza, un cable de corriente y un micrófono, con los cuales puede hacer transmisión de programas con invitados en directo, (López Vigil J. I., 2004).

4.6.- INTEGRADA E INTEGRADORA

Desde la perspectiva de la radio rural, la integración requiere de dos actos: La Interrelación y la intercomunicación. La interrelación es el mundo de relaciones en el ámbito local, hecho con personas, autoridades, catequistas, monitores ambientales, ecologistas, es una relación más próxima, es un contrato privado, a corto plazo.

Mientras que la intercomunicación se refiere al acto en el cual se requiere de una disposición mayoritariamente pública y es algo a largo plazo. Se relaciona con las redes, las organizaciones, el estado en su sentido complejo. La radio rural traspasa límites geográficos, físicos y espirituales, pues pasa de una cultura local a una más amplia, debido a que pertenece a un contexto globalizado, (Villamayo, Claudia; Lamas, Ernesto, 1998).

4.7.- DESCENTRALIZADA

La transmisión de sus programas más representativos, desde lugares alejados y distantes a sus estudios centrales, ha hecho que la radio comunitaria explore y experimente una programación descentralizada. Es una nueva forma de relacionarse con su audiencia porque acorta distancias y recupera la comunicación de persona a persona, (Maria del Pilar, 2014).

4.8.- INCLUSIVA

Propugna que los sectores menos favorecidos de su audiencia intervengan en los asuntos públicos de sus localidades y sus regiones. Fomenta la capacidad de propuesta y trabaja en el acceso a la información pública de su audiencia,

con la finalidad de contribuir a una oportuna toma de decisiones, (Edgar Rolando, 2012)

4.9.- VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA RADIO

VENTAJAS

- Es un medio de gran alcance.
- Estimula la imaginación.
- Nos hace reflexionar.
- Tiene bajo costo en su producción.(a comparación de otros medios)
- Es más fácil obtener una radio que una televisión.
- Se puede escuchar en la Internet.
- Tiene menos censura.

DESVENTAJAS

- Son escasos los programas culturales.
- Tiene una gran competencia con la televisión.
- No tiene tanto apoyo económico.
- Se necesita mayor creatividad que en otros medios

4.10.- INFLUENCIA DE LA RADIO EN LA EDUCACIÓN

A las limitaciones técnicas explicadas, se unen aquellas otras que vienen impuestas por la necesidad de adecuar el acto comunicativo radiofónico a unas condiciones de recepción muy particulares: en la radio hay que escribir y hablar para el oído humano, es decir, construir y transmitir textos claros y directos

que, siendo percibidos acústicamente, puedan ser descodificados con facilidad por el receptor.

4.11.- LA RADIO EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA CIUDADANÍA.

En el contexto de emergencia de la sociedad civil y del protagonismo creciente de las instituciones que se mueven en ese espacio organizaciones vecinales, acciones reivindicativas locales y nacionales, organismos no gubernamentales de carácter transformador la comunicación comunitaria, las radios comunitarias y ciudadanas en particular, han ido ganando protagonismo y reconocimiento.

El ejercicio de la ciudadanía consiste en la participación real y activa de las personas en la construcción de la sociedad y en su transformación. Se realiza a partir de la asunción de los deberes y derechos formales para incorporarlos a la vida cotidiana en todos los terrenos políticos, económicos y culturales, (Juliana Paola, 2012)

La ciudadanía implica reivindicar a los sujetos individuales y colectivos frente a los poderes. Ser sujetos significa también tener derechos y obligaciones.

"Cuando hablamos de deberes y derechos, hablamos de la capacidad de ser sujeto de un determinado ámbito, de llegar a controlar o decir algo sobre los instrumentos que definen los procesos de ese campo". Ser sujetos es incidir en la toma de decisiones para dejar de ser objeto de ellas. La ciudadanía implica pertenencia a una comunidad, a la sociedad civil. Pero supone, además, participación y asunción de responsabilidades sociales. La ciudadanía se construye a partir de la autonomía social, política y cultural de los sujetos. Es decir, a partir de los derechos y obligaciones y con el fin de desarrollar

acciones destinadas a gestar colectivamente el propio destino. Los ciudadanos reales son aquellos que "hacen vivas las definiciones jurídicas".

Hablar de ciudadanía es también hablar de luchas, de enfrentamientos, de disputas, de toma posiciones en función de intereses individuales y colectivos. Significa tomar partido a favor de algunos de esos intereses y en contra de otros. Es asumir un lugar en la lucha por el poder dentro de una sociedad (se trate de clases sociales, grupos étnicos, géneros). Es también tomar posiciones por intereses y valores, y no se trata meramente de una convivencia pacífica donde cada uno reclama por los derechos que las leyes le atribuyen. Ejercer ciudadanía es dejar de ser neutrales. Es ser conscientes de la propia acción, ser conscientes de la lucha por la distribución de poderes y de bienes, materiales y simbólicos.

La organización de la sociedad civil conlleva la descentralización del espacio público y la distribución más equitativa de los poderes. La esfera pública no es un espacio cerrado y con límites permanentes, es un campo dinámico con relaciones cambiantes. Las organizaciones de la sociedad civil contribuyen a expandirlo, a abrirlo, a descentrarlo.

4.12.- INCIDENCIA DE LA RADIO EN LA AUDIENCIA

Según DOUGALL, William, (2000) manifiesta que: "El estudio de la psicología de masas en tiempos modernos comenzó en el siglo XX, antes de la I Guerra Mundial. También influyeron las ideas del sociólogo y las teorías de los fundadores del psicoanálisis, se desarrolló el concepto de anomia, tipo de alienación que se produce cuando un individuo no tiene la sensación de

pertenecer a una comunidad y da la paradoja de que en los tiempos modernos el individualismo se ha convertido en la base de la solidaridad social” (p 6).

La tesista deduce que los expertos en la psicología de masas, la visión que una persona tiene de su identidad depende de la capacidad para meditar sobre sus propias acciones, así como de la capacidad para responder a las acciones de los demás. Las teorías de la psicología de masas intentan explicar la influencia que ejercen las acciones de grandes grupos sociales sobre la identidad, el nivel social y el papel del individuo, reforzándolo o subvirtiéndolo, y cómo esa influencia repercute a la hora de participar en modas, tendencias, política, movimientos y religiones.

4.13.- ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES

Para llevar a cabo un plan estratégico comunicacional exitoso es importante saber a quién este va dirigido. De acuerdo a nuestras indagaciones en el Ecuador las estaciones radiales no cuentan con información que les permita seguir un modelo adecuado basado en políticas y objetivos a corto y largo plazo, y que por medio de estos el éxito de la estación pueda ser medido de una manera más técnica. A excepción de franquicias de radios internacionales, como el caso de Radio Disney, una de las estaciones analizadas en este proyecto. Luisa Fernanda Mora Bautista (2008), en su trabajo de grado para la Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación y Lenguaje. Bogotá Colombia, en el capítulo 1.6 Estrategias de comunicación cita la definición de Francisco Barranco que “La estrategia de comunicación es un proceso de planificación, que consiste en definir ¿Quiénes somos? y ¿Qué ofrecemos?” (Mora, 2008).

Es importante destacar que el ¿Quiénes somos?, abarca el contenido que quiere transmitir la radio. Este se rige mediante un estudio previo de audiencia, en donde se determina qué genera interés en ella. La radio posee su identidad, pero siempre está atravesando por constantes cambios pensando en el oyente y en lo que la competencia está creando para captar audiencia.

El escritor, Carlos Rafael Batista (2007), manifiesta que “al hacer una estrategia radial, se debe tener en cuenta el entorno competitivo. Esto es visto como el monitoreo de la competencia, qué hacen las otras radios y cuestionarse si estas estrategias son las idóneas, para mantener un nivel de audiencia óptimo” (Batista, 2007)

Otro de los elementos claves es la autocrítica. Esto se refiere a: “conocer sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, lo que conocemos como FODA, con ello es mucho más factible competir” (Batista, 2007)

La competencia sin lugar a dudas es un punto primordial, que no se puede dejar pasar por alto. Es fundamental el monitoreo constante de la competencia, lo cual servirá para visualizar los programas, espacios y segmentos que falten en la estación radial y que puedan convertirse en un espacio para obtener audiencia y por ende, obtener rating. Ante esto, Vigil (2004) manifiesta que “la audiencia será mayor cuando: mejor conozcan a su target, mejor satisfagan sus gustos y mejor respondan a sus necesidades” (Vigil, 2004).

El oyente tiene una gama de estaciones radiales, en donde según sus gustos y experiencias, escoge la estación radial con la que más se identifique. Según Martín Barbero (2002), en su libro Jóvenes: comunicación e identidad recalca que “se otorga sentido concreto de la música en formas culturales particulares,

basándose en símbolos utilizados para decodificarlo” (Barbero, 2002). Para ello, la estación radial debe tener en cuenta esta característica del receptor para crear una estrategia comunicacional idónea que represente la parrilla de contenido que el oyente quiere escuchar.

En el estudio “Jóvenes entre sonidos: Hábitos, gustos y referentes musicales” Megías Quiroz & Elena Rodríguez & San Julián, (2003), mencionan cuatro elementos de los cuales el oyente quiere escuchar:

- Emotividad: son las sensaciones y vivencias vinculadas a los sentimientos y la emotividad.
- Comprensión: capacidad de interpretar y entender la música desde la cercanía cultural, resaltando, por tanto, la importancia de que la música esté cantada en el propio idioma.
- Diferenciadores: permiten unir o cohesionar grupos, así como establecer los límites de lo propio y de lo ajeno, en lo relativo a gustos musicales.
- Indiferenciadores: participar de la norma común, en lo que a gustos musicales se refiere. (Quiroz et al. 2003).

A continuación, se exponen algunas estrategias de comunicación que según el libro de Cecilia M. Krohling Peruzzo de la Universidad de Lima (2004), estas son esenciales para las radios al momento de favorecer la comunicación.

- Conceder espacios para la difusión de programas producidos autónomamente por ciudadanos, grupos de jóvenes y organizaciones colectivas de la localidad.
- Crear reuniones sistemáticas ampliadas de pauta (o sea, más allá del equipo gestor, contando con la participación de representantes de las

organizaciones locales) para la discusión de los asuntos que deben ser divulgados por los programas periodísticos.

- Ofrecer entretenimiento que no agreda valores éticos y que respete a las personas en sus diferencias (edad, color, género, nacionalidad, creencias, escolaridad.)
- Dar espacio para la difusión de la creatividad popular, como, por ejemplo: música, piezas teatrales y otras formas de producción artística y científica.
- Actuar de modo integrado con las organizaciones sociales sin fines de lucro, de modo que la comunicación se realice como expresión de las luchas colectivas locales y no como medio de comunicación exterior o desligado del proceso de movilización social. Por lo tanto, se abre una oportunidad única para la práctica del periodismo público, orgánico y comprometido con los cambios sociales.
- Crear mecanismos de evaluación de programas y de la actuación de la radio como un todo, con participación abierta. La evaluación es una manera eficaz de analizar el desempeño, corregir errores y distorsiones y conducir a la emisora hacia el perfeccionamiento constante.
- Difundir conocimientos y hechos que, aunque generados fuera del ámbito comunitario, tienen sentido localmente y pueden contribuir a aumentar el nivel de información y conciencia crítica.

Cada radio desarrolla su propio camino y las estrategias participativas que eligen como prioritarias, dependiendo del público al que se dirige. Por lo tanto, no toda radio va a desempeñar plenamente todas las características mencionadas. La calidad participativa y la calidad de la programación se

desarrollan lentamente y tienden al perfeccionamiento progresivo. Lo importante es que los parámetros sean trazados y puestos en práctica constantemente. Así, es recomendable que la radio formule sus objetivos y tenga una visión clara de su misión para que puedan ser constantemente recordados. (Peruzzo, 2004)

Otro de los aspectos fundamentales dentro de las estrategias, es la capacitación constante, tanto de los que están al mando de la estación radial, como de los propios locutores y operadores. Esto a mediano plazo hace que el trabajo que se ofrece a la audiencia sea de calidad.

Esto sumado a las constantes evaluaciones de los procesos laborales y a la parrilla de programación, permitirán visualizar el avance de la estación.

4.14.- OPINIÓN PÚBLICA

Según (López García, 1999) “Lo que se llama opinión pública está estrechamente vinculado con la hegemonía política, o sea que es el punto de contacto entre la sociedad civil y la sociedad política, entre el consenso y la fuerza. El Estado, cuando quiere iniciar una acción poco popular, crea preventivamente la opinión pública adecuada, esto es, organiza y centraliza ciertos elementos de la sociedad civil.”

4.15.- EL PROCESO DE FORMACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA Y SUS PARTICIPANTES

Aunque los investigadores más apegados al estudio de la opinión pública fundamentándose en una base empírica (básicamente a través de las encuestas) tienden a considerar que esta se reduce a la suma de opiniones

individuales en un momento concreto, esto constituye un reduccionismo que elude observar el fenómeno de opinión pública como un proceso complejo en el que coadyuvan múltiples condicionantes. (Guillermo, 2001)

Un proceso porque la opinión pública no es, como quizás pudiera considerarse, un fenómeno que, en un momento determinado, hace su aparición fulgurante y posteriormente desaparece (la principal representación de esta visión de las cosas podría encontrarse en el voto); o, en cualquier caso, esta aparición es resultado de un proceso más amplio.

4.16.- LA OPINIÓN PÚBLICA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Ante la masificación de la sociedad, se hace virtualmente imposible establecer mecanismos de comunicación entre los políticos y los votantes sin una entidad que actúe como mediadora. Los medios de comunicación de masas son los encargados de transmitir e interpretar los mensajes políticos y, al mismo tiempo, reflejar las inquietudes de la sociedad. Los medios constituirían un modelo de opinión pública menos concreto que el que se define mediante el voto, pero aparentemente más directo. Los medios adquieren legitimidad para erigirse en portavoces fidedignos de la opinión pública (o, cuando menos, de algún sector importante de la misma) en tanto en cuanto poseen el respaldo de su público, del cual serían representantes ante el poder político. Al mismo tiempo, la función de los medios sería la de convertirse en una instancia crítica, en palabras de (Habermas, Jurgen, 1999) frente a este poder político, vigilar los comportamientos y medidas adoptadas por los políticos y controlar sus posibles abusos.

Si en un primer momento la configuración de la opinión pública dependía de la interacción de los ciudadanos de una sociedad que aún no era de masas, sino de públicos, la era de las masas comporta, necesariamente, el predominio de los medios de comunicación como fuente fundamental de la opinión pública. El proceso sufre un cambio vertiginoso que lleva a situar en un segundo plano la influencia interpersonal y minusvalora la representatividad de un poder político que depende totalmente de su reflejo en los medios de comunicación para que los ciudadanos sepan de su existencia. El público es comúnmente considerado como el sujeto y objeto de la Definición de noticia

Opinión pública, el encargado de hilar el proceso de debate a través del cual se conforma la opinión pública y también el conjunto de los receptores de la opinión pública. Por tanto, “público” es inseparable de “opinión pública”, y en consonancia con las dificultades para definir el concepto de “opinión pública”, también las encontramos a la hora de determinar exactamente qué es el público, (Habermas, Jürgen, 1997).

4.17.- REPRESENTACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA POR LOS SONDEOS DE OPINIÓN

Las encuestas de opinión hicieron su aparición fulgurante en los procesos electorales y, más en general, en la vida política, a partir de las elecciones norteamericanas de 1936, en las que las encuestas de Gallup realizaron una predicción del resultado final con un error de “sólo” siete puntos, que fue considerado un enorme éxito. Hasta entonces los únicos instrumentos de consulta al público independientemente del proceso electoral en sí fueron los llamados “votos de paja”, implantados desde principios del siglo XIX, que

consistían en unos cupones que algunos periódicos incluían con el fin de que sus lectores los rellenasen, explicitando sus preferencias electorales, y los enviaran al periódico. Tal modelo de “encuesta”, como puede suponerse, tenía un enorme margen de error y, en la práctica, no resultaba operativo, con lo que es lógica la buena acogida que en su momento tuvieron las encuestas⁵⁶. A partir de las elecciones de 1936, las encuestas de Gallup adquirieron una enorme relevancia pública, y la influencia de sus procedimientos metodológicos no hizo sino aumentar: las encuestas eran vistas como “la voz del público” frente a intereses minoritarios, y al mismo tiempo como un elemento dinamizador de la democracia en relación a unos modos clásicos de hacer política alejados de la gente, (Guillermo, 2001).

4.18.- LA OPINIÓN PÚBLICA COMO CONTROL SOCIAL

La asunción central de esta teoría es que todas las sociedades amenazan con el aislamiento a los individuos que se desvían del consenso, y que los individuos, en respuesta, experimentan miedo al aislamiento. Es la combinación de estos dos aspectos lo que asegura la cohesión e integración de la sociedad, y garantiza de esta forma la capacidad de la sociedad para tomar decisiones y emprender acciones. De acuerdo con esta hipótesis, el miembro individual de una sociedad observa constantemente Su entorno para ver cuáles son las opiniones y modos de comportamiento que ganarán la aprobación de la sociedad y cuáles llevarán al aislamiento. Cuando una parte en una controversia social o política es muy visible en público, otros individuos adoptan también esa posición, manifiestan sus convicciones en público y refuerzan así la convicción de que todo el mundo piensa de esta forma. Cuando sólo hay una visibilidad pública baja, hay una tendencia de la gente a

ocultar su posición en público haciendo que esa posición parezca incluso más débil de lo que en realidad es e induciendo a los otros a quedarse también en silencio, (Habernas, 1997)

Tanto el mecanismo de sumarse a lo que se lleva como el de la espiral del silencio se basan en la común asunción de que los individuos monitorizan cuidadosamente las señales del entorno que indican la fuerza o la debilidad de las diversas posiciones. Pero la diferencia reside en los motivos de estas observaciones. El efecto de sumarse a lo que se lleva asume que los individuos quieren estar en el lado ganador; de acuerdo con la teoría de la espiral del silencio, sin embargo, su motivo es el deseo de evitar el aislamiento y las sanciones negativas.

El concepto de la opinión pública como control social afecta a o dos los miembros de la sociedad. Debemos decir afecta ya que la participación en este proceso de amenaza de aislamiento y de miedo as aislamiento, no es voluntaria: más bien el control social es poderoso, y ejerce presión sobre el individuo que teme el aislamiento, y también sobre el gobierno que será también aislado, e incluso derribado, sin el apoyo de la opinión pública, (Monzón, 1996).

4.19.- PARROQUIA RICAURTE DEL CANTÓN CHONE

HISTORIA

Ricaurte, parroquia rural del cantón Chone, la más antigua de este y de la provincia. Se la conoce como la cuna de la cultura Chonana, donde se encontraron los vestigios de esta cultura y de donde precede el nombre del cantón.

ORIGEN DE NOMBRE

El origen de su nombre (Ricaurte) se atribuye a los tiempos del libertador cuando Simón Bolívar se enfrentaba a Boven (comandante de la armada española) y este último quería atacar el establecimiento donde guardaba armas y municiones para su ejército, Antonio Ricaurte al verse superado por Boven diseñó una estrategia que incluía hacerles creer al contrincante que dejaba el asentamiento y cuando estos entraron, él encendió la pólvora que previamente había sido esparcida y murió en el proceso, pero mereció las fuerzas rivales e impidió que se apoderara del armamento y municiones de Bolívar. Ricaurte es un símbolo de inteligencia, sacrificio, y rebeldía por amor a su patria.

20 DE SEPTIEMBRE DE 1907

El Ricaurte Chonense (a nivel Latinoamérica existen ciudades con este nombre en Colombia y Venezuela), fue elevada a Parroquia un 20 de septiembre de 1907 y suscrita en el registro oficial del Ecuador un 24 del mismo mes y año. Entre las causas que motivaron su consideración por consejo cantonal que en ese entonces presidía el Sr. Juan Polit era su gran productividad agropecuaria en especial la de cacao.

RICAURTE ACTUAL

El Ricaurte actual con su tierra rica, de gente hospitalaria cuenta con sitios turísticos de singular belleza y atractivos: El Cerro Santos exhibe entre sus elevaciones el cerro Juvenal, de 1100 m de altura, una de las elevaciones más altas del litoral; la dibujada, con los petroglifos o grabados en piedras de miles de años de antigüedad; los balnearios de río Santo y Garrapatilla son sitios

acogedores donde se refresca el cuerpo y el alma. Rezagos de montañas vírgenes de bosque tropical y fincas agropecuarias de gran potencial para el turismo agroecológico.

5.- MARCO METODOLÓGICO

5.1.- ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación ofrece un enfoque cualitativo y cuantitativo considerando que se basó en especificar las estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018.

5.2.- TIPOS DE INVESTIGACIÓN

La investigación que se realizó es de tipo experimental porque se desarrolló un reconocimiento o una comparación para conocer las estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018. También se basó en la investigación documental que abarcó distintas fuentes de consulta de lo cual se obtuvo la información para elaborar el marco teórico y enmarcar las características de las estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública.

Es valioso saber la analogía positiva de las variables tanto dependiente como independiente para describir con una idea clara el argumento en exposición reiterando los cambios que pueden entenderse en el período de efectuar la investigación.

5.3.- MÉTODOS

Los métodos que se manejaron en esta investigación fueron:

Método Deductivo-Inductivo.- Por que va de lo general a lo particular. Se parte de un todo para concentrarse en un tema específico, como es el caso de las estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018.

Método Analítico-Histórico.- Se razonó preciso el estudio del problema, saber su historia y analizarlo.

Método Estadístico.- A través de datos estadísticos se expusieron los efectos a obtener.

5.4.- TÉCNICAS

Técnicas documentales.- Información adquirida a través de textos, revistas y documentos existentes.

Técnicas de Campo.- Se obtuvieron las muestras e información desde las mismas fuentes en la parroquia Ricaurte de Chone.

5.5.- RECURSOS

Humano.- Personal para realizar visitas, encuestas, entrevistas y todo el trabajo investigativo en la parroquia Ricaurte de Chone.

Materiales.- Computadora, impresora, grabación desde el celular, cámara, papel, así como;

Económicos.- Todo lo relacionado a gastos invertidos en el trabajo de investigación.

5.6.- POBLACIÓN Y MUESTRA

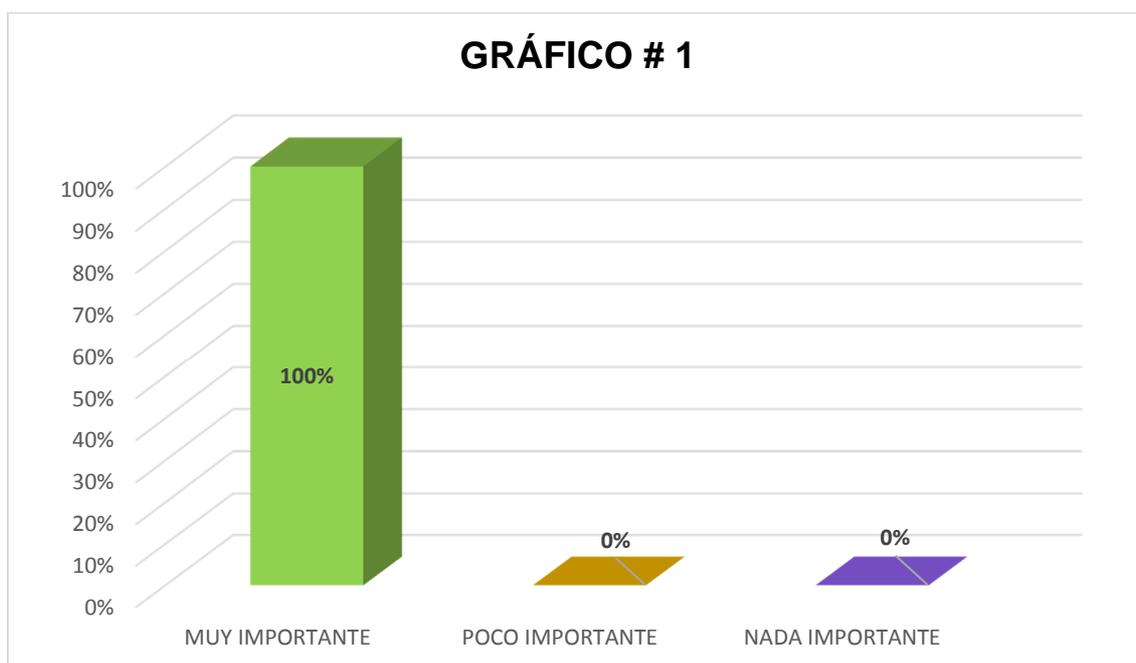
El presente trabajo de investigación se realizó en la parroquia rural de Ricaurte de Chone, que tiene una población de 7. 920 habitantes de acuerdo al censo del INEC del 2010; y se tomó una muestra no probabilística de cien personas, habitantes de Ricaurte, entre ellos varios periodistas radiales de Chone que laboran en medios de comunicación radial.

5.7.- DIAGNÓSTICO O MUESTRA DE ESTUDIO

5.7.1.- ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS A LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA RICAURTE, DEL CANTÓN CHONE.

1.- ¿Considera usted necesario aplicar estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy Importante	100	100%
Poco Importante	0	0%
Nada Importante	0	0%
TOTAL	100	100%



FUENTE: habitantes de la parroquia Ricaurte, del cantón Chone
REALIZADO POR: Camilo Alfredo Defaz Morales

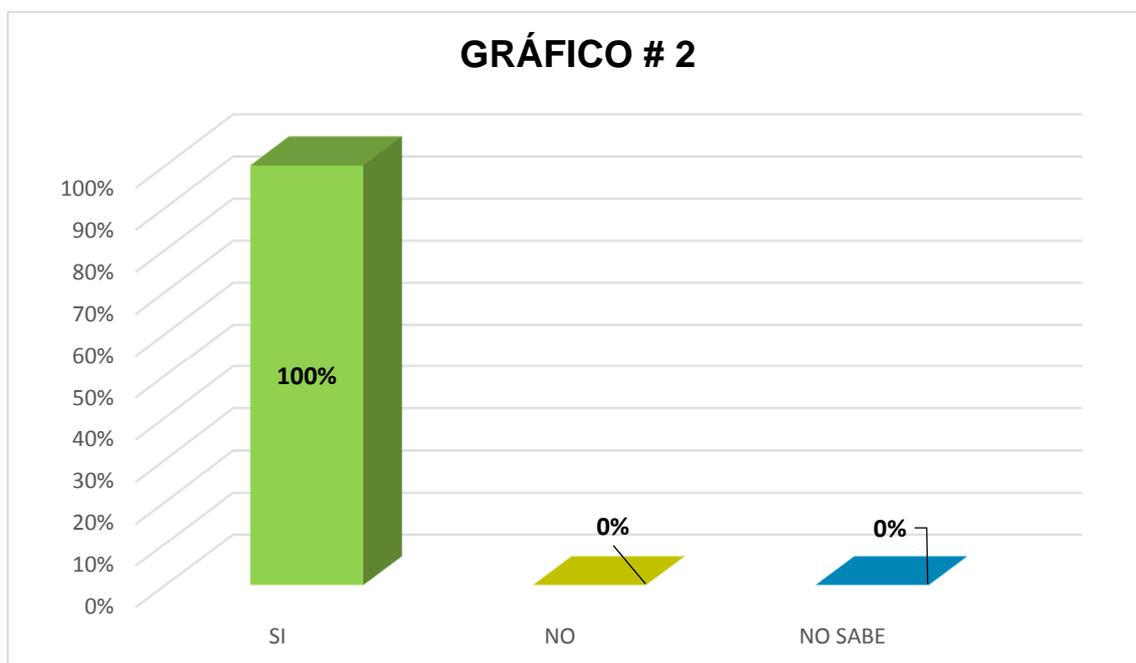
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un 100% considera “Muy Importante” aplicar estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018; un 0% considera “Poco Importante” y un 0% “Nada Importante”.

Los encuestados determinan la importancia de aplicar estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018.

2.- ¿Cree usted que es indispensable conocer qué tipo de estrategias de manejo de información radial hay para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	100	100%
No	0	0%
No Sabe	0	0%
TOTAL	100	100%



FUENTE: habitantes de la parroquia Ricaurte, del cantón Chone

REALIZADO POR: Camilo Alfredo Defaz Morales

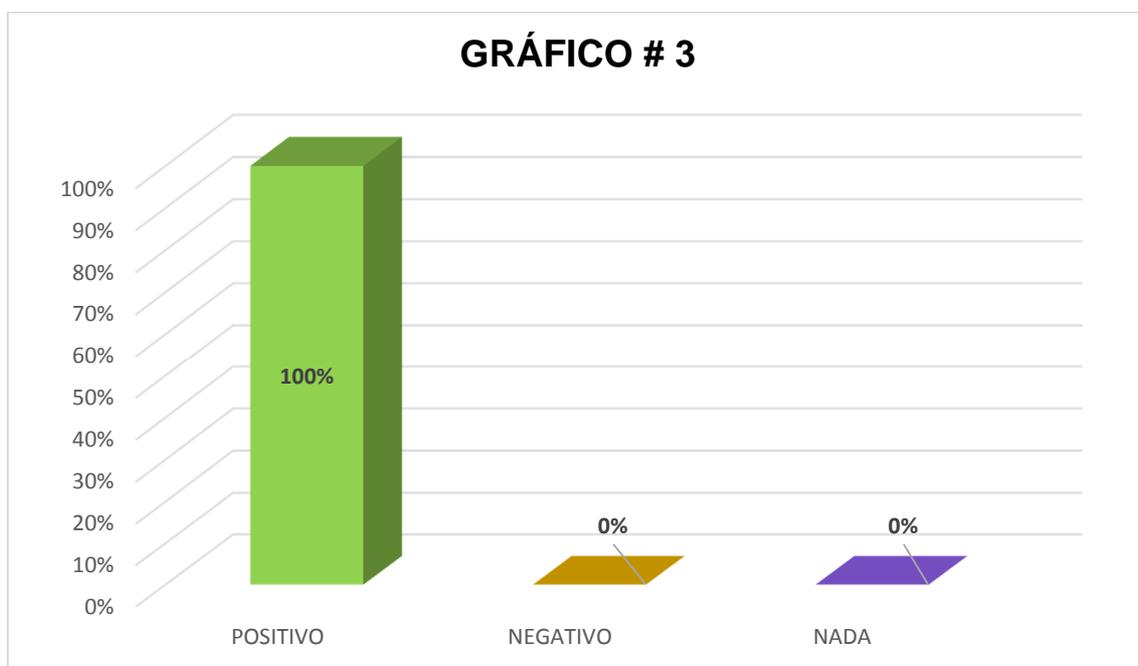
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El gráfico muestra que el 100% “Si” considera indispensable conocer qué tipo de estrategias de manejo de información radial hay para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte, un 0% opina que “No sabe” y que “No”.

En consecuencia, los encuestados creen que es indispensable conocer qué tipo de estrategias de manejo de información radial hay para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte.

3.- ¿De acuerdo a su criterio hay que estudiar las estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Positivo	100	100%
Negativo	0	0%
Nada	0	0%
TOTAL	100	100%



FUENTE: habitantes de la parroquia Ricaurte, del cantón Chone

REALIZADO POR: Camilo Alfredo Defaz Morales

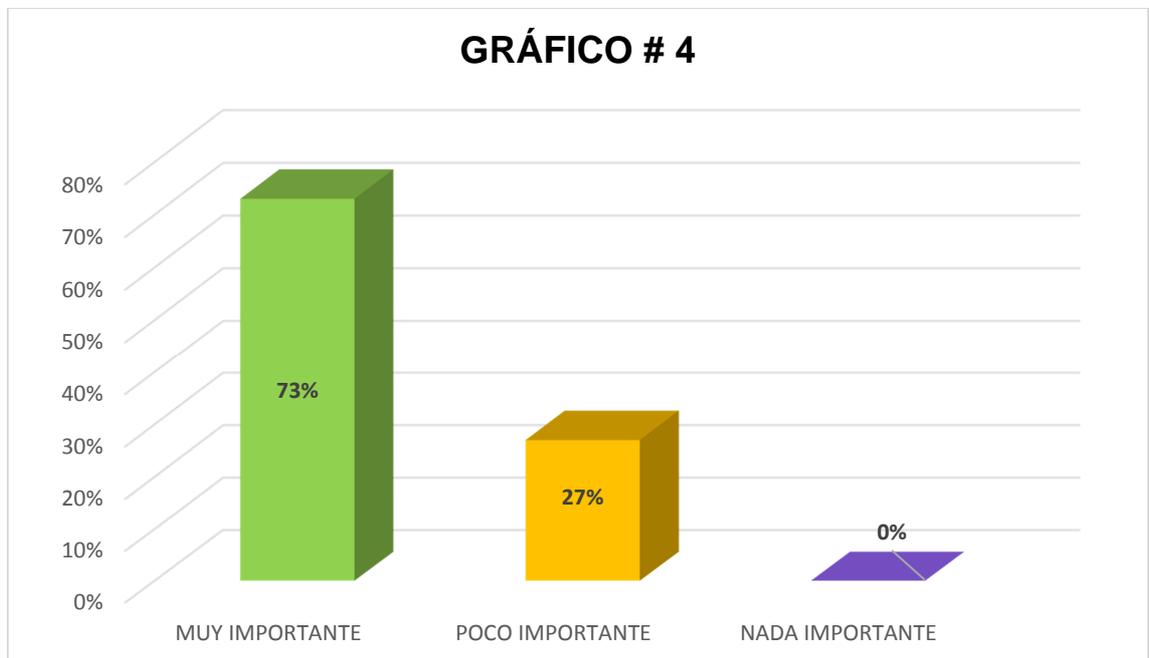
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El gráfico muestra que un 100% considera como “Positivo” el estudiar las estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte, un 0% opina “Negativo” y un 0% que “Nada”.

En consecuencia, los encuestados consideran positivo el estudiar las estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte.

4.- ¿Considera usted pertinente evaluar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy Importante	73	73%
Poco Importante	27	27%
Nada Importante	0	0%
TOTAL	100	100%



FUENTE: habitantes de la parroquia Ricaurte, del cantón Chone

REALIZADO POR: Camilo Alfredo Defaz Morales

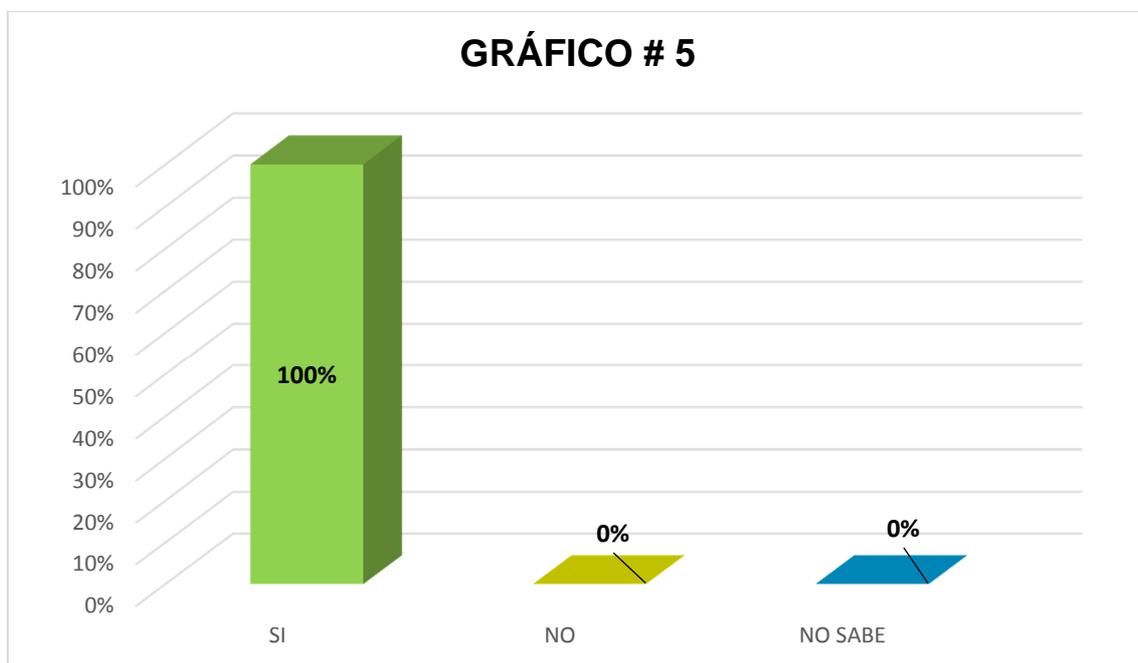
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un 73% considera “Muy Importante” evaluar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte; un 27% considera “Poco Importante” y un 0% “Nada Importante”.

Los encuestados determinan la importancia de evaluar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte.

5.- ¿Cree usted que las estrategias de manejo de información radial inciden positivamente para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	100	100%
No	0	0%
No Sabe	0	0%
TOTAL	100	100%



FUENTE: habitantes de la parroquia Ricaurte, del cantón Chone

REALIZADO POR: Camilo Alfredo Defaz Morales

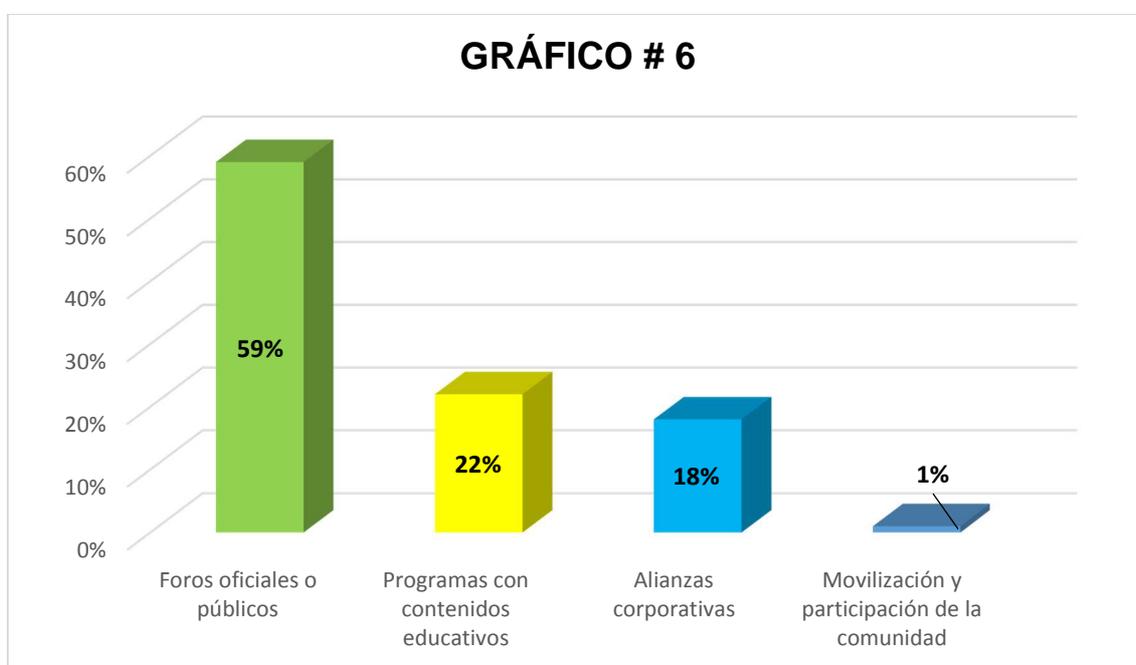
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El gráfico muestra que el 100% “Si” creen que las estrategias de manejo de información radial inciden positivamente para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018, un 0% opina que “No sabe” y que “No”.

En consecuencia, los encuestados si creen que las estrategias de manejo de información radial inciden positivamente para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018.

6.- ¿Qué tipo de estrategias de manejo de información radial se deben aplicar para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Foros oficiales o públicos	59	59%
Programas con contenidos educativos	22	22%
Alianzas corporativas	18	8%
Movilización y participación de la comunidad	1	1%
TOTAL	100	100%



FUENTE: habitantes de la parroquia Ricaurte, del cantón Chone

REALIZADO POR: Camilo Alfredo Defaz Morales

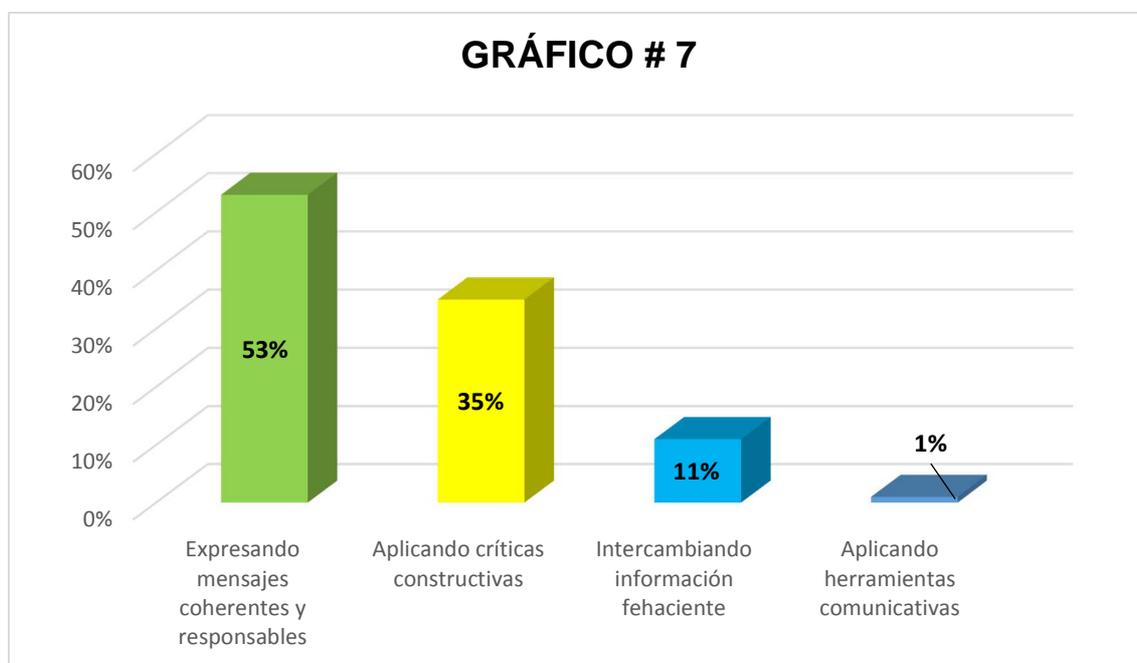
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El gráfico muestra que un 59% eligió “Foros oficiales o públicos” como la estrategia de manejo de información radial que se debe aplicar para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018, un 22% optó por “Programas con contenidos educativos”, un 18% por “Alianzas corporativas” y un 1% por “Movilización y participación de la comunidad”.

En consecuencia, la mayoría de los encuestados escogió a “Foros oficiales o públicos” como la estrategia de manejo de información radial que se debe aplicar para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018.

7.- ¿Cómo cree usted se puede demostrar la importancia de la comunicación radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Expresando mensajes coherentes y responsables	53	53%
Aplicando críticas constructivas	35	35%
Intercambiando información fehaciente	11	11%
Aplicando herramientas comunicativas	1	1%
TOTAL	100	100%



FUENTE: habitantes de la parroquia Ricaurte, del cantón Chone
REALIZADO POR: Camilo Alfredo Defaz Morales

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El gráfico muestra que un 53% eligió “Expresando mensajes coherentes y responsables” como la manera de demostrar la importancia de la comunicación radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018, un 35% optó por “Aplicando críticas constructivas”, un 11% por “Intercambiando información fehaciente” y un 1% por “Aplicando herramientas comunicativas”.

En consecuencia, la mayoría de los encuestados escogió a “Expresando mensajes coherentes y responsables” como la manera de demostrar la importancia de la comunicación radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018.

6.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1.- CONCLUSIONES

Conclusión en reciprocidad al objetivo general que dice: Aplicar estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018.

Por lo expuesto se concluye en determinar la importancia de aplicar estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018.

Conclusión en reciprocidad al primer objetivo específico que dice:

Conocer qué tipo de estrategias de manejo de información radial hay para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte.

En consecuencia, se deriva que es indispensable conocer el tipo de estrategias de manejo de información radial que hay para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte.

Conclusión en reciprocidad al segundo objetivo específico que dice:

Estudiar las estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte.

En consecuencia, se concluye que es positivo estudiar las estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte.

Conclusión en reciprocidad al tercer objetivo específico que dice: Evaluar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte.

Se determina la importancia de evaluar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte.

Conclusión en reciprocidad a la Hipótesis que dice: Las estrategias de manejo de información radial inciden positivamente para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018.

En consecuencia, se colige que las estrategias de manejo de información radial inciden positivamente para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018.

Conclusión en reciprocidad al trabajo de campo que dice:

Es fundamental concluir analizando que se busquen y apliquen estrategias, de manejo comunicacional para consolidar la educación, ello es importante y generar de alguna manera opinión pública.

Se concluye que lo que se busca es, que en sectores o territorios haya un cambio en el comportamiento del ser humano como persona y, obviamente eso conlleva a que la opinión de estos habitantes en el caso específico de Ricaurte pueda generar y causar un impacto positivo dentro de la comunidad.

Se concluye que las estrategias son importantes para aplicarlas y seguir aportando continuamente al desarrollo de la comunidad, en este caso de Ricaurte que es un sector rural muy importante del cantón Chone.

Se deriva expresar que es importante evaluar y fusionar tanto los medios de comunicación, como las herramientas tecnológicas que el mundo moderno ofrece actualmente.

Se concluye que los comunicadores deben recibir capacitaciones, talleres permanentes para mostrarlas a un público sea de la zona rural, o urbana, y emitir así una información hacia ellos de una manera objetiva, porque el ánimo y la función de un medio de comunicación no solamente es la de informar sino asesorar y brindar ayuda permanente a una población.

6.2.- RECOMENDACIONES

Recomendación en reciprocidad al objetivo general:

Por lo expuesto se recomienda determinar la importancia de aplicar estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018.

Recomendación en reciprocidad al primer objetivo específico:

En consecuencia, se recomienda indispensable conocer el tipo de estrategias de manejo de información radial que hay para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte.

Recomendación en reciprocidad al segundo objetivo específico:

Se recomienda lo positivo de estudiar las estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte.

Recomendación en reciprocidad al tercer objetivo específico:

Se recomienda la importancia de evaluar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte.

Recomendación en reciprocidad a la Hipótesis:

En consecuencia, se recomienda expresar que las estrategias de manejo de información radial incidan positivamente para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018.

Recomendación en reciprocidad al trabajo de campo que dice:

Es fundamental recomendar que se busquen y apliquen estrategias, de manejo comunicacional para consolidar la educación, ello es importante y generar de alguna manera opinión pública.

Se recomienda buscar que haya un cambio en el comportamiento del ser humano como persona y, obviamente eso conlleva a que la opinión de estos habitantes en el caso específico de Ricaurte pueda generar y causar un impacto positivo dentro de la comunidad.

Se recomienda que las estrategias sean importantes aplicarlas y seguir aportando continuamente al desarrollo de la comunidad, en el caso de Ricaurte que es un sector rural importante del cantón Chone.

Se recomienda que sea importante evaluar y fusionar tanto los medios de comunicación, como las herramientas tecnológicas que el mundo moderno ofrece actualmente.

Se recomienda que los comunicadores deben recibir capacitaciones, talleres permanentes para mostrarlas a un público sea de la zona rural, o urbana, y

emitir así una información hacia ellos de una manera objetiva, porque el ánimo y la función de un medio de comunicación no solamente es la de informar sino asesorar y brindar ayuda permanente a una población.

7.- CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	FECHAS EN MESES			
	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
Presentación del proyecto de investigación	X			
Aprobación del proyecto de investigación	X	X		
Recolección de información bibliográfica	X	X		
Aplicación de encuestas y entrevistas		X		
Elaboración del marco teórico		X	X	
Tabulación de los datos obtenidos			X	
Redacción de conclusiones y recomendaciones			X	
Redacción del primer borrador			X	
Corrección y presentación del proyecto de investigación			X	X
Sustentación del proyecto de investigación.			X	X

8.- BIBLIOGRAFÍA

1. Aguirre, F. M. (8 de enero de 2009). Comunicólogos.
2. Batista, C. R. (07 de Noviembre de 2007). Emagister.
3. Correa Luis y López Andrés, (2011). La radio escolar como estrategia de enseñanza en el aprendizaje en el colegio Hernando Vélez Marulanda. Ecuador.
4. Edgar Rolando, B. D. (1 de Noviembre de 2012). Planeamiento estratégico del sector radio en el Perú.
5. Fleur, M. d. (1989). Teorías de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós.
6. Gamboa Luis (2013). "El manejo de la información en las estaciones radiales y la aparición de conflictos sociales en el cantón Ambato". Ecuador.
7. Gil, M. C. (1987). Universidad de las Américas, Puebla
8. Guellermo, L. G. (1 de Noviembre de 2001). Comunicación Electoral y Formación de la opinión pública. Tesis Doctoral. Valencia , España.
9. Gutiérrez Hernán, Geerts Andrés, Macassi Sandro, (1997). Cómo incidir en la opinión pública. Quito, Ecuador.
10. Habermas, Jürgen. (1997). Historia y crítica de la opinión . Barcelona.
11. Habermas, Jürgen. (1999). Teoría de la acción comunicativa (II). Críticas de la razón funcionalista. Madrid, Taurus.
12. Juliana Paola, R. L. (2012). La radio peruana y las campañas sociales: características e impacto.
13. Krohling, C. P. (2004) 'Radio comunitaria, Educomunicación y desarrollo social', pp. 15, Universidad de Lima, Perú

14. Leon, F. L. (8 de Febrero de 2008). Universidad de las Américas Puebla.
15. López García, G. (1 de Setiembre de 1999). La democracia y los medios: los diferentes modelos de la opinión pública. Comunicación presentada en el VIII Simposio Internacional de la Asociación de Semiótica.
16. López Vigil, J. I. (2004). Ciudadanía Radio, el poder del periodismo de intermediación. Lima, Perú: Linia y Punto S, A,C.
17. López, J. (1 de Agosto de 2007). La radio latinoamericana: seis aportes al desarrollo. Revista caminos.
18. María del Pilar, M. C. (2014). La radio peruana y las campañas sociales.
19. Megías Ignacio, Rodríguez Elena (2003). Jóvenes entre sonidos. Hábitos, gustos y referentes musicales. Publicado por Edición Injuve-FAD, Madrid España.
20. Milton Cesar, F. C. (2006). Influencia de las radios comunitarias: Caso Radio Ayabaca. Tesis. Piura, Perú.
21. Monzón, C. (1996). Opinión Pública, comunicación y política. Madrid
22. Mora Bautista Luisa Fernanda (2008). Propuesta para la gestión del talento humano y la comunicación en CNT sistemas de información S.A. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.
23. Orrala Grace y Vera Brígida, (2014), El tratamiento de la información desde la perspectiva ética para mejorar la calidad noticiosa. Estudio de caso: radiodifusoras Amor y Récord del cantón La Libertad. Ecuador.
24. Rúales Ramiro, Caguas Chafla y Mería Elizabeth, (2015). El sistema de comunicación del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Alausí y su incidencia en la opinión pública de la población de este

cantón comprendida entre los 20 a 50 años de edad durante el periodo diciembre de 2012 a mayo de 2013. Ecuador.

25. Vigil, J. I. (2004). Manual para radialistas apasionados edición Ciespal, y AMARC 2005. Quito: Amarc.
26. Villamayo, Claudia; Lamas, Ernesto. (2 de Junio de 1998). Gestión de la Radio comunitaria y ciudadanía.

ANEXOS



**Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí
Facultad Ciencias de la Comunicación
Carrera de Comunicación organizacional**

Encuesta aplicada a los habitantes de la parroquia Ricaurte, del cantón Chone.

OBJETIVO:

Aplicar estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018.

Estimado Joven, Señor o Señora:

Un egresado de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, Facultad Ciencias de la comunicación, carrera de Comunicación organizacional, está realizando un estudio previo a la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la comunicación y cuyo objetivo es: Aplicar estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018.

Indicaciones:

Señale con una X en el casillero de la respuesta que estime conveniente.

1.- ¿Considera usted necesario aplicar estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018?

a) Muy Importante b) Poco importante c) Nada importante

2.- ¿Cree usted que es indispensable conocer qué tipo de estrategias de manejo de información radial hay para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte?

a) Sí b) No c) No sabe

3.- ¿De acuerdo a su criterio hay que estudiar las estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte?

a) Positivo b) Negativo c) Nada

4.- ¿Considera usted pertinente evaluar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte?

a) Muy importante b) Poco importante c) Nada importante

5.- ¿Cree usted que las estrategias de manejo de información radial inciden positivamente para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018?

a) Sí b) No c) No sabe

6.- ¿Qué tipo de estrategias de manejo de información radial se deben aplicar para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018?

a) Foros oficiales o públicos
b) Programas con contenidos educativos
c) Alianzas corporativas
d) Movilización y participación de la comunidad.

7.- ¿Cómo cree usted se puede demostrar la importancia de la comunicación radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018?

a) Expresando mensajes coherentes y responsables
b) Aplicando críticas constructivas
c) Intercambiando información fehaciente
d) Aplicando herramientas comunicativas

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



**Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí
Facultad Ciencias de la Comunicación
Carrera de Comunicación organizacional**

Entrevista a las autoridades de los medios radiales del cantón Chone

OBJETIVO:

Aplicar estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018.

Estimada autoridad:

Un egresado de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Facultad Ciencias de la comunicación, carrera de Comunicación organizacional, está realizando un estudio previo a la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la comunicación y cuyo objetivo es: Aplicar estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018.

- 1.- ¿Considera usted necesario aplicar estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018?**
- 2.- ¿Cree usted que es indispensable conocer qué tipo de estrategias de manejo de información radial hay para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte?**
- 3.- ¿De acuerdo a su criterio hay que estudiar las estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte?**
- 4.- ¿Considera usted pertinente evaluar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte?**

ENTREVISTA # 1

NOMBRE: Lic. Raúl Andrade Arteaga

FUNCIÓN: Director.

INSTITUCIÓN: Radio Volante 107.7 de Chone

1.- ¿Considera usted necesario aplicar estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018?

Obviamente que sí, el tema de mejorar el comportamiento y la opinión pública, creo que está ligado a todo proyecto comunicacional es fundamental de que se busquen estrategias, aplicar estrategias de manejo de información para más que todo el comportamiento el tema de la educación es importante y generar de alguna manera opinión pública, lo que se busca de alguna forma es que en ciertos sectores o en ciertos territorios haya un cambio en el comportamiento del ser humano como persona y obviamente eso conlleva a que la opinión de estos habitantes en el caso específico de Ricaurte pueda generarse y causar un impacto positivo dentro de la comunidad.

2.- ¿Cree usted que es indispensable conocer qué tipo de estrategias de manejo de información radial hay para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte?

Totalmente de acuerdo, es indispensable, fundamental, básico, elemental conocer de alguna manera este tipo de estrategias porque es la única manera que nosotros tenemos lo que estamos al frente de los medios radiales o medios de comunicación de que conocer este tipo de estrategias para que algún momento determinado poder aplicar y seguir aportando continuamente al desarrollo de la comunidad en este caso de Ricaurte que es un sector rural muy importante dentro del cantón Chone.

3.- ¿De acuerdo a su criterio hay que estudiar las estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte?

Bueno esto es parte del proceso de aprendizaje de la profesionalización que debe tener el tema comunicacional el estudiarla, el mejorarla, el aplicarlas son fundamentales y obviamente a base de un trabajo profesional el tema del estudio de cada una de las acciones a llegar, estrategias que deben de llevarse a cabo es fundamental para un buen desenvolvimiento de cualquier proyecto comunicacional.

4.- ¿considera usted pertinente evaluar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte?

Indudablemente todo proceso comunicacional o todo proyecto comunicacional creo que en cualquier etapa o faceta de tu vida profesional tanto en la parte pública, privada en el tema de llevar a cabo proyectos se necesita una evaluación, cuando nosotros no evaluamos de alguna forma lo que estamos haciendo lo que hemos generado o lo que hemos creado difícilmente podemos obtener o eso nos puede conllevar a una valoración efectiva de la valoración que estamos implementando o estamos tratando de cambiar o de revertir entonces la evaluación como la vida personal de uno en la vida privada, publica yo creo que tiene que ser parte importante y fundamental de todo este proceso, la aplicación, el manejo y el estudio de las estrategias obviamente que conlleva y tiene que estar sujeto al tema de la evaluación.

ENTREVISTA # 2

NOMBRE: Abg. Alberto Espinel Barberán

FUNCIÓN: Director.

INSTITUCIÓN: Radio Unión 96.1 de Chone.

1.- ¿Considera usted necesario aplicar estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018?

Bueno es muy importante los mecanismos para mejorar el sistema comunicacional no solamente en Ricaurte sino en toda la población Urbana y Rural de nuestra geografía ecuatoriana y en base a eso considero que si sería oportuno porque el tema de comunicación o comunicacional entre los habitantes de una parroquia, podría mejorar indudablemente muchísimo la socialización, el desarrollo y el avance de los pueblos más aun cuando hay ahora herramientas muy importantes como es el internet, los sistemas telefónicos, on-line, servicios que están ahora dispuestos a que todo el mundo los ocupe, considero que es muy importante entonces evaluar esto y fusionar tanto los medios de comunicación, como todas las herramientas tecnológicas que el mundo moderno ofrece actualmente.

2.- ¿Cree usted que es indispensable conocer qué tipo de estrategias de manejo de información radial hay para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte?

Por supuesto claro que sí, y nosotros los medios de comunicación estamos obligados a recibir capacitaciones, talleres permanentemente para nosotros mostrarlas a un público ya sea de la zona rural, de la zona urbana, y emitir así una información hacia ellos de una manera objetiva porque el ánimo la función

de un medio de comunicación no solamente es la de informar sino asesorar y brindar ayuda permanente a una población.

3.- ¿De acuerdo a su criterio hay que estudiar las estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte?

¡Claro que sí!! repito los medios de comunicación quienes estamos al frente o ejercemos esta linda profesión debemos de recibir a cada momento asesoría también por parte de profesionales y considero y estoy convencido si no mejoras el sistema comunicacional un medio no solamente que se queda estancado ante los demás, sino que además indirectamente estas desinformando a la comunidad entera.

4.- ¿considera usted pertinente evaluar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte?

Claro que sí... es muy importante porque es la única manera realmente de que la población evolucione no solamente del sector de Ricaurte sino también de todos los pueblos, evaluar a la población de cómo está progresando es una manera de que permita tener una idea clara objetiva, que si se está aprovechando el sistema comunicacional o si existe una buena relación entre medios y sociedad o habitantes, la mejor manera de ver el desarrollo de los pueblos en este caso de la zona de Ricaurte es evaluar definitivamente a toda esta gente de manera permanente.

ENTREVISTA # 3

NOMBRE: Lic. Geomara Espinel Zambrano

FUNCIÓN: Directora.

INSTITUCIÓN: Radio Libertad 106.5 de Chone.

1.- ¿Considera usted necesario aplicar estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte en el año 2018?

Por supuesto que sí, cuando uno aplica estrategias de manejo de información se lo hace con el objetivo de poder mejorar y saber cuáles son nuestras fortalezas y debilidades como medio de comunicación tomando en cuenta las exigencias y las sugerencias de nuestros oyentes.

2.- ¿Cree usted que es indispensable conocer qué tipo de estrategias de manejo de información radial hay para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte?

Claro que sí, hoy en día vivimos en un mundo tan tecnológico y virtual que ahora las plataformas virtuales se están convirtiendo en un medio de comunicación masivo y eficaz, a esto hay que sumarle que debemos avanzar al mismo paso de la tecnología e ir creciendo y mejorando nuestros servicios a la comunidad entera, para eso debemos de realizar o de recibir capacitaciones extras y no solo conformarse con lo aprendido hasta ahora sino innovar nuestros conocimientos también.

3.- ¿De acuerdo a su criterio hay que estudiar las estrategias de manejo de información radial para mejorar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte?

Efectivamente, de que sirve conocer las diferentes estrategias y no estudiarlas, al final no servirá de nada por eso es mi criterio que, si se debería de estudiar y es más adicionalmente también auto prepararnos para poder brindarle a la

población una información seria y eficaz, hay que tomar en cuenta también que el lenguaje que utilices en la transmisión de dicha información será el punto clave para poder sentirse satisfecho o no en relación a su trabajo.

4.- ¿considera usted pertinente evaluar el comportamiento y la opinión pública de los habitantes de la parroquia Ricaurte?

Obviamente que sí, nuestros radios escuchas son el mejor termómetro de nuestras sintonías y la forma en que ellos recepten la información es muy importante porque a través de ellos podemos visualizar nuestros errores y mejorar en cuanto a nuestro servicio se refiera.

FOTOS



La Lic. Geomara Espinel Zambrano, Directora de Radio Libertad 106.5 de Chone, en declaraciones para el investigador.



El Abg. Alberto Espinel Barberán, Director de Radio Unión 96.1 de Chone.



El Lic. Raúl Andrade Arteaga, Director de Radio Volante 107.7 de Chone, en declaraciones para el investigador.



Habitantes de la parroquia Ricaurte de Chone, siendo encuestados por Camilo Defaz Morales.



En diversos sectores de la parroquia Ricaurte de Chone Camilo Defaz Morales, encuestó a sus habitantes.