

INTRODUCCIÓN

Con el aparecimiento de nuevas tecnologías comunicacionales, la posibilidad de expansión para los comunicadores y productores radiales se amplía, el Internet y sus funcionalidades abren un futuro promisorio. La radio en frecuencia modulada (FM) y amplitud modulada (AM) se encuentran saturadas, las frecuencias electromagnéticas ya no cuentan con espacio para poder licitar.

Por lo que los comunicadores sociales y productores radiofónicos se han visto en la necesidad de buscar nuevos medios para hacer radio, en algunos países del mundo la radio digital es una posibilidad interesante, pero en el Ecuador todavía no existe.

La implementación de un nuevo medio tecnológico, como es la radio en Internet , permite abrir un espacio de comunicación en la red generando nuevas posibilidades comunicativas, fácil cobertura a medida que se incrementa la accesibilidad de un mayor número de usuarios en internet de banda ancha o de alta velocidad, utilización de nuevos formatos radiales, interactividad, ampliación de audiencia y facilidad de montaje ya que no requiere licitación de espectro y los equipos que se utilizan son de menor costo. Desde el punto de vista académico se convierte en otro recurso para estimular el desarrollo del conocimiento, la profesión y el mercado contribuyendo de esta manera al progreso del país.

Por ser un canal interactivo, altamente flexible y autónomo, contribuye a la descentralización del conocimiento, permite la posibilidad al usuario de

utilizar su creatividad y su gusto generando su propio contenido, fortaleciendo y abriendo un camino hacia la libertad de expresión.

Se presenta esta investigación como la sistematización de una experiencia comunicativa real como es la creación e implementación de la estación de radio en Internet "ROCK RADIO STATION".

Este proceso incluye el conocimiento teórico y técnico, la descripción del equipo humano y tecnológico requerido para el montaje de la estación, la creación y desarrollo del portal Web, el organigrama y reglamento de trabajo, la programación del contenido de la emisora, su producción, legislación y soporte.

La idea nace con la falta de espacios de difusión de los productos radiales que se realizan en clase por parte de los estudiantes de producción radiofónica, comunicación social y carreras a fines de distintas universidades del país. Ni la academia ni el mercado tienen un espacio para dar a conocer y explotar el potencial de las nuevas generaciones en torno a la radio, además nuevas tecnologías; debido al deseo de mejorar la comunicación, sale a flote tan importante proyecto.

El trabajo de Tesis está dispuesto de la siguiente manera: Capítulo I, se refiere al Planteamiento del Problema, su formulación, delimitación, principalmente a los objetivos propuestos, El Capítulo II, presenta la estructura de la investigación basada en el Marco Teórico, basada en la más diversa bibliografía existente sobre el tema que viene a ser el sustento científico.

En el Capítulo III, se presenta la Metodología de la Investigación esta hace referencia a los métodos, Técnicas e instrumentos que sirven de base para la construcción del trabajo, la determinación de la Población y la Muestra.

En el Capítulo IV, se realiza la estadística de los datos recolectados, antecedentes que definitivamente constituyen ser base sólida y sustento de la Propuesta.

El Capítulo V, contiene conclusiones y recomendaciones del trabajo desplegado, las mismas que corroboran el trabajo a través de las estadísticas.

Por otro lado en el Capítulo VI, contempla la Propuesta alternativa con todos sus pasos en forma ordenada, clara y precisa, que será la encargada de dar la solución al problema, Por último se presenta los diferentes anexos.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Antecedentes

La ciudad de Ibarra está ubicada en la región andina al norte del Ecuador, Latitud: 00° 21' N, Longitud: 078° 07' O", la provincia de Imbabura, cuenta con una superficie de 1.126 kilómetros cuadrados, su densidad poblacional es de 153.622 habitantes para el censo de 2001, en el sector Rural 44.956 personas que corresponde al 29.26%, en el sector urbano 108.666 ciudadanos que implica el 70.74 %. Su idioma es el español.

Fue fundada por el español Cristóbal de Troya el 28 de Septiembre de 1606 con el nombre de Villa de San Miguel de Ibarra; se la conoce como “La ciudad blanca” por las fachadas de sus casas, haciendo referencia al color blanco; autodenominada también como la “ciudad a la que siempre se vuelve”. Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura, es considerada el centro de desarrollo económico, educativo, científico e ícono de la comunicación de la zona norte del Ecuador.

Cuenta con tres periódicos: Diario del Norte, Verdad y La Hora, además, con dos canales de Televisión locales: TVN canal 9 y UTV canal 24, por otro lado existen 25 estaciones de radio divididas quince de ellas en FM y diez en AM. Estos medios no solo cubren la ciudad sino que abarcan la cobertura a toda la provincia de Imbabura, a través de estos medios, la población conoce los hechos y acontecimientos noticiosos.

La radio en línea en la ciudad de Ibarra está dando sus primeros pasos, los medios de comunicación convencionales en frecuencia modulada han sido los que han brindado una buena acogida manteniendo su producción y programación. Es importante manifestar que ciertos radio apasionados y comunicadores sociales también han optado por mostrar propuestas radiofónicas a través del internet, conservando los parámetros de producción y programación de la radio convencional. Manteniendo la hegemonía empírica de ellas.

Es así como la comunicación a través del internet hoy en día en la ciudad blanca se ha vuelto imperativa, razón por la que ciertos apasionados del buen gusto musical han incursionado en este contexto por dicha vía; sin lugar a duda este es un campo extenso que debe ser explorado en beneficio de la comunicación radial.

1.2 Planteamiento del Problema

El sometimiento al colectivo por parte del poder económico y político que controla los medios, manipulando la información a su conveniencia, de esa manera manteniendo la hegemonía y el Status Quo imperante a los llamados medios convencionales no se les permite una auténtica democracia dentro del proceso comunicacional.

La influencia aplastante del bombardeo cotidiano de información que predomina en el receptor sin permitirle discernir lo que escucha u observa ante el vértigo generado por la inmediatez de los hechos o acontecimientos que se desarrollan. Secuestrando la verdad, repitiendo una mentira tanta veces y haciéndola su verdad, como parte del poder político y económico. El mostrar lo que los medios consideran vendible, importante y de interés, de

acuerdo a las supuestas necesidades, han acostumbrado a pedir lo que ellos brindan, haciendo a las personas caníbales, generando la necesidad del morbo en la mente y de la digerible compactación informativa que presentan a través del lid que hace que solo revisen vagamente la noticia sin profundizar en el hecho o acontecimiento, lo más grave asumiendo como algo normal y en muchos casos como real lo que muestran.

La falta de verdaderas alternativas en la comunicación radial han llevado a los radio escuchas a un punto crítico, en el cual se ha denigrado el verdadero concepto de democracia la democracia y sobre todo a la falta de una verdadera identidad radial, una utopía que se mantiene controlada por el poder político y económico sin permitir el discernimiento de una auténtica libertad de acceso a la información de forma igualitaria. Hoy en la actualidad apoyándose al poder tecnológico es claro decir que las alternativas se relacionan en forma proporcional, pero no se ha caminado por el sendero adecuado.

1.3 Formulación del Problema

¿De qué manera los procesos de programación y producción utilizados en la radio online influyen en la ciudadanía y su incidencia en la accesibilidad?

¿Cómo son los procesos de producción y programación de la radio online, “Rock radio Station” como un medio alterativo de comunicación?

¿A quién beneficiará la radio online como forma de comunicación alternativa?

1.4 Delimitación

¿Cuál es la incidencia de los procesos de producción y programación utilizados en la radio online que tiene acceso a internet, en el sector urbano de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura en los meses de Septiembre y Octubre de 2012?

1.5 Objetivos

1.5.1 General

Determinar los procesos conceptuales de producción y programación de comunicación para la radio online, a través de la investigación teórica y práctica que permita la socialización de masas de esta realidad.

1.5.2 Específicos

- a) Elaborar un diagnóstico sobre los avances técnicos y conceptuales de la radio online, para el mejoramiento de sus contenidos.
- b) Recopilar información de los procesos de producción y programación de la radio online, que incida en el impacto a la ciudadanía.
- c) Elaborar una propuesta comunicacional para la radio en línea, utilizando los medios tecnológicos.
- d) Aplicar la Propuesta en la radio.

1.6 Justificación

El presente estudio, analizará el grado de influencia en el manejo de la información, sus virtudes y debilidades referente al ejercicio colectivo, la

manera equilibrada de competir con los medios convencionales, la utilización de nuevos recursos técnicos y tecnológicos.

Permitirá concienciar a los comunicadores sociales y ciudadanía en general, corregir errores y contribuir en el desarrollo de una nueva hoja de ruta, sin estar comprometidos o presionados por el poder político, económico o de cualquier índole, dejando abierta la posibilidad a elegir o no este camino; democratizar e impulsar el desarrollo de nuevos productos comunicacionales con un tratamiento mucho más investigativo y depurado de la información, tocar el lado ético del comunicador y reflexionar en el involucramiento de la solución de problemas del entorno, mostrar la información desde una óptica no convencional u oficialista, manteniendo independencia; en consecuencia dar a conocer lo que otros medios no se atreven a promulgar.

Es claro que los directamente beneficiados de tan noble trabajo son los radioescuchas de la ciudad de Ibarra, tanto en el presente como para el futuro, en consecuencia, la presente investigación generará grandes expectativas dentro de la colectividad, debido al grado alternativo que esta posee; razón por la cual el esfuerzo a desplegar en unión con los recursos materiales y el talento humano, tiene una relación proporcional, en tal virtud no se escatima ningún esfuerzo, en tanto que la inversión de tiempo y recursos es minimizada frente al aporte que se desea brindar a la ciudadanía.

Es factible de realizar ya que se cuenta con los recursos económicos adecuados capaces de sustentar tan arduo trabajo, la bibliografía necesaria, que se constituirá en su base científica, el talentoso recurso humano funcional en sentido de recopilación de datos e información.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Fundamentación Teórica

2.1.1 Fundamentación Pedagógica

2.1.1.1 Teoría Naturalista

Es importante manifestar la siguiente cita, para entender mejor esta corriente:

Jean-Jacques Rousseau, (1778) manifiesta, **“La educación es un proceso natural, es un desenvolvimiento que surge dentro del ser y no una imposición. Es una expansión de las fuerzas naturales que pretende el desarrollo personal y el desenvolvimiento de todas las capacidades del individuo para conseguir una mayor perfección”**. (p 54)

Esta corriente sostiene la opinión de que lo “natural” universo, de la materia y la energía, es todo lo que existe realmente, esto excluye a Dios, por lo que el naturalismo el contexto relacionado con lo ateo. Al descartar una parte espiritual de la persona que pueda sobre vivir a la muerte y un Dios que pueda resucitar un cuerpo, el naturalismo también incide en las reglas de supervivencia después de la muerte, normalmente, cada evento debe ser explicable por las leyes naturales.

Esta educación aspira también a formar a la persona como ser social en función del bienestar de los demás. La formación humana pasa a ser una preocupación social, se piensa en la creación de la escuela para el pueblo, en la educación de las personas con materiales propios y en la importancia de la aplicación de métodos útiles.

2.1.2 La Comunicación

“La palabra deriva del latín *communicare*, que significa “compartir algo, poner en común”. Por lo tanto, la comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo”.¹ En el caso de las personas, la comunicación es un acto propio de la actividad del pensamiento, el lenguaje y del desarrollo de las capacidades de relación. El intercambio de mensajes, puede ser verbal o no verbal, permite al individuo influir en los demás y a su vez ser influido.

“la tradición oral, la transmisión de la sabiduría de boca a oreja de generación en generación duró muchos siglos, el equivalente al 99% de toda la historia humana”.² Es importante la reflexión antes mencionada ya que hace referencia a la comunicación en transmisión oral y de pensamiento.

2.1.3 Proceso de la Comunicación

El proceso de comunicación es bidireccional, es decir hay dos partes que están involucradas, un emisor y un receptor, se usan señales manuales o se sirve de otro medio de comunicación.

¹ <http://definicion.de/comunicacion/>

² López Vigil, Manual Urgente para Radialistas, (2000), Pág. 11

Un emisor inicia el proceso de comunicación construyendo un mensaje y enviándolo a un receptor a través de un canal, éste a su vez analiza la información y reconstruye el mensaje a la luz de sus propios antecedentes y experiencias, los cuales le servirán para sintetizar la información recibida. El receptor analiza y reconstruye los significados del mensaje, sintetiza, construye significados y se convierte en un emisor al responder al mensaje que le fue enviado.

Cuando se habla de canales, se refiere a los medios de comunicación, estos constituyen ser los soportes como por ejemplo una emisora, una radio, revista y más, encargada de llevar el mensaje.

2.1.4 Tipos de Comunicación

2.1.4.1 La Comunicación Corporal

El lenguaje, sobre todas las otras diferencias, es lo que separa al hombre del resto de los animales. Sin él, la cultura, la historia sería imposible; en la conversación cara a cara, el lenguaje se desarrolla en un marco de comunicación no verbal, que es parte indispensable del mensaje.

Una parte importante de la comunicación no verbal, es el lenguaje corporal por medio del cual se comunica con otros mediante el cuerpo en una interacción personal.

La cara y las manos son fuente especialmente importantes del lenguaje corporal en las situaciones laborales. Ejemplo de ello son el contacto ocular, el movimiento de los ojos, las sonrisas, los ceños, el contacto físico y el fruncir la ceja. Otros tipos de lenguaje corporal son la cercanía, el movimiento de caderas y la frecuencia de la respiración.

“Son gestos inconscientes lo que los sicólogos llaman el lenguaje del cuerpo, estudios psicológicos realizados a nivel internacional demuestran que es el lenguaje silente del cuerpo”.³

2.1.4.2 Comunicación Hablada

La lengua existe porque alguien habla, es una actividad humana, su existencia es su uso, una lengua natural cubre normalmente todo el repertorio de uso de los hablantes, entendiendo por uso la totalidad de las relaciones existenciales, necesariamente dinámicas, entre la lengua y el resto del sistema sociocultural, en consecuencia el habla es el mejor medio de comunicación entre personas, pues hace diferente al hombre de los demás animales y brinda el sentido de racionalidad.

2.1.4.3 Comunicación Escrita

La comunicación escrita, a diferencia de la oral, no está sometida a los conceptos de espacio y tiempo, la interacción entre el emisor y el receptor no es inmediata e incluso puede llegar a no producirse nunca, aunque aquello escrito perdure eternamente. Por otro lado, la comunicación escrita aumenta las posibilidades expresivas y la complejidad gramatical, sintáctica y léxica con respecto a la comunicación oral entre dos o más individuos.

Este tipo de comunicación definitivamente es muy importante dentro del proceso comunicacional, es más casi todo el mundo lo utiliza de una u otra manera.

³ <http://html.rincondelvago.com/tipos-de-comunicacion.html>

2.1.4.4 Comunicación Virtual

El uso de la tecnología se ha hecho muy frecuente dentro de la actual sociedad, por lo que se puede inferir que en la difusión radial es fundamental, ya que en estos momentos, la ciencia es parte de la vida de las personas, la gran mayoría de individuos de esta época nacieron prácticamente con un computador e internet a su mano, razón por la cual la radio difusión no puede ir desligada del contexto, generándose así la comunicación virtual.

2.1.5 Sociología de la Comunicación

“La sociología de la comunicación es un área de la sociología que estudia las implicaciones socioculturales que nacen de la mediación simbólica, con particular atención a los medios de comunicación de masas (radio, cine, televisión, internet, etc.)”.⁴

La sociología de la comunicación se encarga de comprender y reflexionar sobre las condiciones de emergencia de la comunicación, las teorías desarrolladas en torno a la temática de la comunicación humana y su importancia respecto del cambio social y el cambio de la estructura. Es una ciencia que en su método, saber, objeto y sujeto, piensa la importancia de la comunicación dentro de las relaciones posibles de producción de la sociedad, es decir, es aquella que conecta los acontecimientos lingüísticos de forma que cada elemento sea considerado dentro de una lógica y una racionalidad, distinguirá entre la comunicación burguesa de la que es comunicación social no ideológica.

⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Sociolog%C3%ADa_de_la_comunicaci%C3%B3n

2.1.6 La Comunicación de Masas

“Proceso comunicativo intencionado que emplea medios tecnológicos que trascienden tiempo y espacio pretendiendo causar un impacto global”.⁵

A pesar de ser la auténtica comunicación que se basa en un esquema de paridad entre el emisor y el receptor, la capacidad de escuchar a la otra persona y ser escuchado, como la posibilidad de la comprensión mutua, los medios de comunicación de masas son los vehículos, sistemas de comunicación en una dirección. Esta característica distingue de la comunicación personal, en la que el comunicador tiene una respuesta inmediata, continua de la audiencia.

Puede tener diferentes interpretaciones y significados, en referencia a los mensajes transmitidos a los medios de comunicación de masas, también a través de los individuos que conforman los medios de noticia, es decir, un sistema de producción que tiene como objetivo generar y consumir ideas para diferentes fines y audiencias.

2.1.7 Tipos de Comunicación de Masas

Se puede decir que los medios de comunicación de masas más comunes, son: revistas, televisión, radio, internet.

Todos ellos tienen como función principal informar, educar, entretener de una manera diferente, con contenidos seleccionados y desarrollados para su público particular.

⁵ <http://comunicaciondemasas.espacioblog.com/post/2005/09/04/definicion-comunicacion-masas>

Los medios de comunicación de masas, pueden ser utilizados tanto para proporcionar información útil y relevante para el público, como para disponer de una forma de pensar, induciendo ciertos comportamientos.

2.1.8 Teorías Psicológicas y Comunicación de Masas

La sincronización del psicoanálisis freudiano con el Funcionalismo se hacía imposible no sólo por sus contenidos conceptuales sino por su estructura metodológica. La Psicología de la Gestalt, por su lado, no era un instrumento de fácil utilización para el Funcionalismo. El Conductismo, sin embargo, aportaba un sistema de categorización en la que los componentes cognoscitivos se conciliaban con los postulados del método funcional. Pero la síntesis se produce fundamentalmente por la orientación del Conductismo hacia la temática de las necesidades y de la motivación de estas necesidades. Se centra de este modo en una de las metodologías en donde se adecúa lo social y lo individual a través de los mecanismos psicológicos adaptativos de la comunicación masiva.

Por tanto, en la investigación norteamericana se unifican una serie de líneas anteriores de investigaciones tales como el Asociacionismo, la Reflexología y el Pragmatismo, a partir de la asimilación de estos planteamientos, el Conductismo se centra en un estudio del aprendizaje humano entendido desde los procesos básicos de la motivación en la conducta animal siguiendo el esquema del funcionamiento de Estimulo-Respuesta (E-R). Este esquema de la conducta animal se extrapolará de un modo un tanto simplista a la conducta humana. Todos los procesos simbólicos y valorativos son rehusados en el paradigma conductista de manera que se explica al ser humano a través de procesos de motivación en

los que la modificación de la conducta se realizará mediante el uso de refuerzos positivos y refuerzos negativos que incentiven o inhiban determinados comportamientos en direcciones específicas.

La Escuela de Yale, aplicará definitivamente los esquemas conductistas a los fenómenos de persuasión. Aplicando un método estadístico-experimental las conclusiones a las que llegó el grupo de Yale se pueden resumir en:

- La credibilidad colectiva que tenga un comunicador o emisor puede operar cambios constatables de actitud. Las actitudes sociales, pues, pueden ser enfocadas mediante técnicas precisas de índole psicológica.
- El cambio de actitud aumenta progresivamente con la credibilidad del emisor. Pero la inversa es también un hecho; es decir, a baja credibilidad el cambio se hace poco menos que imposible.
- En relación al mensaje, en sí mismo, ha de contener elementos persuasivos que induzcan al temor, ahora bien, tales elementos si no son sopesados con métodos que reduzcan ese temor hacia estados psicológicos asimilables por los sujetos persuadidos produce el efecto contrario: el "efecto boomerang".
- Lo anterior, desarrolló la investigación sistemática del método de inoculación, según el cual el auditorio puede tener posibilidades de conocer argumentos contrarios debilitados contrarios al mensaje persuasor. Así, se trata de proporcionar unos ciertos puntos de vista contrarios de manera que el persuadido no sienta la persuasión.

2.1.8.1 La Teoría Estructuralista

Esta teoría se basa principalmente en la semiología que tiene como objeto todo sistema de signos, cualquiera que sea su sustancia además sus límites, las imágenes, los gestos, los sonidos melódicos, los objetos y lo complejo de estas sustancias que se encuentran en ritos. Es una tendencia filosófica que surgió en Francia, en la década de 1960. Aparece como un método de las ciencias humanas y sociales, “se basa en que lo humano es un sistema, entonces dicho sistema tiene una estructura que es la que hay que conocer”.⁶ Esta corriente filosófica se caracteriza por proclamar que el ser humano ya no es un objeto de estudio.

2.1.7.2 Teorías Actuales de la Comunicación

La comunicación debe ser considerada como un modelo sistemático ya que se aferra a las características de: entrada, proceso, salida, ambiente, y retroalimentación principalmente. No existe medio de comunicación que no posea un horizonte determinado, use personas y que no vea la respuesta de la audiencia. “Los medios pueden ser catalogados como un macro sistema universal, de él se derivan diferentes tipos de microsistemas”.⁷

Es imperante tener en cuenta que, aunque la comunicación puede considerarse como modelo sistemático, la audiencia no deja de ser una pieza clave, pero tampoco, se es parte de la máquina como tal.

⁶ <http://aldo-comunicacion.blogspot.com/2009/02/teoria-estructuralista-de-la.html>

⁷ <http://espitiadaniela.blogspot.com/2011/09/macro-y-micro-comunicacion.html>

2.1.8 La Radio

“La radiodifusión (en inglés broadcasting) es la producción y difusión de señales radioeléctricas de audio y/o video a través de ondas o cable destinadas al público en general o bien a un sector del mismo”.⁸ En la radiodifusión una estación base emite su señal de radiofrecuencia a través de aire. Los receptores de radio recogen dicha señal casi simultáneamente, este caso pone de manifiesto la necesidad de que tanto emisores como receptores dispongan de un medio de transmisión común y compartida, entendida como radiofonía o radiodifusión, términos que no son estrictamente sinónimos es un medio de comunicación, el término se usa también para otras formas de envío de audio a distancia como la radio por Internet.

“Las emisoras de radio son fuentes emisoras de sonido, la posibilidad de codificarlo electrónicamente para almacenarlo o transmitirlo, permiten la creación del lenguaje radiofónico, compuesto por voz, música, ruidos y silencio”.⁹

2.1.9 Cronología de la Radio

La lectura estaba al alcance de todos, la fotografía capturó la luz, había que permanecer inmóvil treinta minutos para plasmar la fotografía. Sin la fotografía la imagen se escapa.

El 24 de mayo de 1844, Samuel Morse, pintor norteamericano inventaría el telégrafo; las letras se transformaron en una clave de puntos y rayas con impulsos eléctricos cortos y largos, a razón de quince palabras por

⁸ <http://www.universidadperu.com/radiodifusion-peru.php>

⁹ Sonido de la Radio, Villar J, (1998) pág 46

minuto se podía despachar mensajes por unos hilos delgados de cobre, casi a la misma velocidad de la luz, ya no se necesitaría palomas, caballos o carros para comunicarse, pero no era el audio real de la naturaleza ni las palabras vivas de la gente.

Ya en 1876, Alexander Graham Bell, físico, inventa el teléfono, transformando el sonido en señales eléctricas, valiéndose de micrófonos y auriculares. La voz humana viajaba alrededor del mundo. Si viajaba la voz, podía viajar la música o cualquier sonido a 300 kilómetros por segundo, rompiendo la barrera de la distancia.

En pleno siglo XXI aun se asombra del poder encontrarse en pijama en el baño y con tan solo pulsar unos botoncitos se comuniquen con un amigo o familiar del otro lado del globo. En 1877, Thomas Edison había hecho nacer el fonógrafo que permitía repetir las grabaciones las veces que se nos antoje la canción favorita, fonógrafo abuelo del tocadiscos, la voz rompía con el tiempo, pero estaba preso de la bocina.

2.1.10 Nacimiento de la Radio

La radio aparece gracias a la complicidad de un timbre. Guglielmo Marconi, italiano, hizo sonar el timbre de un sótano apretando un botón situado en la buhardilla de su casa. Lo sorprendente es que no existía ninguna conexión entre ambos puntos.

En 1895, la telegrafía sin hilos madre de la radio había sido inventada, en 1906 el canadiense Reginald Fessenden realizó la primera transmisión de sonido, en 1907, Alexander Lee de Forest descubre unas válvulas de electrodos que permitían transformar las modulaciones en sonido en señales

eléctricas, estas ondas transmitidas de antena en antena podían ser reconvertidas en ubicaciones sonoras.

Con estos tubos de vacío que servían para enviar o recibir nacía la radio tal como le conocemos hoy, sin distancia ni tiempo, sin cables, sonido puro, energía irradiada y el poder de llegar al oído de millones de radio-escuchas.

2.1.11 La Primera Emisora

Fue la KDKD de Pittsburg instalada en un garaje de la Westinghouse. El 2 de noviembre de 1920, Frank Conrad daba los resultados de los candidatos a la Presidencia de la República de los Estados Unidos.

A partir de aquello el éxito de la radio fue imparable. En 1921 se inician los primeros programas de radio en París, utilizando la torre Eiffel como antena. En 1922 se fundó en Londres la BBC, en el año 1924 había más de seis millones y medio de receptores, la Radio se expandía con un éxito rotundo.

2.1.12 Primera Transmisión Radial en Latinoamérica

Luego de haber sido la radio inventada, era el momento para empezar a hacer radio en América latina. Los Argentinos tomaron la delantera, el médico Enrique Susini y un grupo amigos montaron un transmisor de cinco vatios en la azotea del teatro Coliseo desde donde realizaron las primeras emisiones de prueba el 27 de agosto de 1920. A las 9 de la noche, los locos de la azotea, como se los llama transmitieron para todo Buenos Aires una

ópera de Richard Wagner; ese fue el primer programa de radio transmitido a público abierto.

2.1.13 Mensaje Radiofónico

La radio transmite su mensaje en forma de sonido. Según Mariano Cebrián, catedrático de periodismo, "la técnica es tan determinante que se incorpora a la expresión como un sistema signifiante más".¹⁰ Dicho mensaje se produce debido a una mediación técnica y humana, que expresa un contexto narrativo acústico, la emisión radiofónica debe cumplir algunos principios comunicativos para que llegue con total eficacia al oyente, estos son:

- Audibilidad de los sonidos.
- Comprensión de los contenidos.
- Contextualización.

2.1.14 Lenguaje Radiofónico

Se refiere al lenguaje oral exclusivamente; la música, el ruido, silencio y los efectos especiales son parte también del mismo. Este lenguaje debe utilizar un vocabulario normal, en consecuencia los adjetivos deben corresponder en lo estrictamente necesario que se transmite. También debe eliminarse el adverbio, ya que su acción modificadora es en general innecesaria si se utilizan términos definatorios, los más justificables son los de tiempo y lugar.

¹⁰

http://es.wikipedia.org/wiki/Radio_%28medio_de_comunicaci%C3%B3n%29#Radios_de_baja_potencia

El verbo constituye un factor muy importante en la información radiofónica, para ser más exactos el tiempo del verbo, ya que es uno de los elementos que denota más actualidad. En la redacción de la noticia de radio, el verbo hay que utilizarlo en presente de indicativo en voz activa, el pasado no es noticia en radio, el presente denota inmediatez, por tanto, actualidad. En caso de no poder utilizar el presente se recurre al pretérito más próximo, que es el perfecto, como último recurso, el indefinido.

Como se ha mencionado, la actualidad y la inmediatez son las principales características de la información radiofónica. Se Puede establecer tres grandes grupos componentes del lenguaje radiofónico que son: técnicos, de redacción y de programación.

- **Recursos Técnicos**

Se refiere a la utilización del teléfono, las unidades móviles y las grabaciones en el lugar de los hechos.

- **Recursos de Redacción**

La utilización del verbo en tiempo presente, así como la el uso de palabras y frases que denotan actualidad.

- **Recursos de Programación**

La inclusión de nuevos aspectos de las de emisión dadas en anteriores servicios programas. No basta con cambiar el mensaje, sino que hay que ofrecer nuevos datos, nuevos ángulos y repercusiones a lo largo del día. Es decir los recursos de programación constituyen ser muy importantes en el proceso comunicacional.

2.1.15 Concepto de Programación Radial

“La programación de Concepto Radial es la organización en barras de los programas y espacios musicales de la estación”¹¹. Se dividen en musicales y de contenido, se basa en el horario de transmisión de la radiodifusora. La programación de los espacios musicales se asigna a un programador por medio del productor general de la estación al inicio de cada temporada, se realiza la lista de reproducción, en caso de querer agregar música que no se encuentre en la base de datos debe llevar la autorización previa del productor general a quien será entregada para su evaluación e integración a la programación.

El programador debe acudir a realizar su programación por lo menos con un día de anticipación, se comparte a cabina desde donde el operador la asigna a su espacio o programa correspondiente; el individuo que modifique o cambie una programación será sancionado de acuerdo a las políticas de la emisora.

En consecuencia, la programación dentro de una radiodifusora constituye ser una variable muy delicada ya que de ella depende el orden y la identidad de una entidad radial, en tal virtud el programador requiere ser un personaje artístico del contexto.

2.1.16 Concepto de Producción Radial

El concepto de producción siempre remite a cualquier proceso de creación y elaboración que obtiene como resultado el origen de productos de muy diversa índole, en función siempre del ámbito que tratemos. Así pues, de cualquier manera, un proceso productivo siempre mantiene como objetivo

¹¹ http://72.233.123.138:8080/conceptoradial.com/?page_id=98

el nacimiento de una nueva realidad, ésta se convierte entonces en su primera condición.

Ahora bien, el proceso de elaboración que conduce al origen del producto implica la utilización de unos determinados materiales apropiados para cada caso. Por tanto, la producción, como segunda condición, supone la combinación de una serie de elementos que darán como resultado el objetivo final de origen del producción, al mero proceso material de producción, se unen dos condiciones más que son: el adecuado conocimiento de la naturaleza de esos elementos y la destreza en la técnica de su selección y combinación.

En definitiva, el concepto de producción lleva implícita la idea de un adecuado conocimiento tanto del proceso de la realización concreta del producto final como lo que se ha denominado elementos para elaborar y realizar el producto, siempre se entenderá la realización como la última fase del proceso de producción, aquella que da origen material al producto definitivo, resumiéndose dicho proceso en los siguientes pasos:

- Concepción del conocimiento recogido de los elementos productivos
- Selección de elementos productivos.
- Diseño, que comprende la combinación y estructuración de elementos productivos.
- Realización, entendiéndose esta como la materialización del producto.

2.1.17 Identidad Radial

Se insiste sobre la identidad de un medio radial y la relación con el lenguaje, además el código a emplear para comunicar una idea o un mensaje, valores que fortalezcan el carácter de quien escucha.

Es imperante compartir con colegas la idea de que el medio y su identidad pasan por el diseño del perfil que debe conformarse de un conjunto de programas que se distingan por su propia personalidad, a la vez, se correspondan con el perfil del medio y refuercen su identidad.

Sin lugar a duda, la identidad radial como medio de comunicación, constituye ser uno de los más importantes parámetros dentro del proceso, ya que mediante esta el radioescucha sabrá exactamente la onda que desea sintonizar, los parámetros y variables que esta ofrece. Sin lugar a duda esta componente llevará el destino de la entidad y su personalidad radial.

2.1.18 Radio de Baja Potencia

En la historia reciente de la radio, han aparecido las radios de baja potencia, constituidas bajo la idea de radio libre o radio comunitaria, con la idea de oponerse a la imposición de un monólogo comercial de mensajes y que permitan una mayor cercanía de la radio con la comunidad.

2.1.19 El Internet como Medio de Comunicación

Al hablar de Internet es expresarse de todo un mundo, muy amplio y complejo que es casi imposible de abarcar completamente, sin embargo se trata de explicar, señalar o destacar al máximo toda la información requerida y obtenida de dicho tema.

“Internet es una de las redes más grandes de telecomunicaciones a nivel mundial, su importancia radica en que a través de ella se puede obtener información rápida y eficaz sobre diversos temas, sin moverse de casa o del

lado de su computador”¹². La velocidad con la que se ha expandido y popularizado en los últimos años ha supuesto una revolución muy importante en el mundo de las comunicaciones. Internet es en realidad un conjunto de redes independientes que se encuentran conectadas entre sí, permitiendo el intercambio de datos y constituyendo por lo tanto una red mundial que resulta el medio idóneo para el intercambio de información, distribución de datos de todo tipo e interacción personal con otras personas.

2.1.20 El Internet y la Radio

Hoy en día la radio a través de Internet avanza con rapidez, por dicha razón, muchas de las emisoras empiezan a experimentar emisiones por Internet, la primera y más sencilla es una emisión en línea, la cual llega a un público global, de hecho su rápido desarrollo ha supuesto una rivalidad con la televisión, lo que irá aparejado con el desarrollo de la banda ancha en Internet.

2.1.21 La Primera Radio en Internet

La primera estación de radio por Internet Online llamada “Internet Talk Radio”, fue desarrollada por Carl Malamud en 1993, la estación usaba una tecnología llamada MBONE (Multicast Backbone on the Internet), en cambio en febrero de 1995, surgió la primera estación de radio exclusiva por internet de tiempo completo, llamada “Radio HK”, emitiendo música de bandas independientes. Radio HK fue creado por Norman Hajjar. El método fue usar un reflector de conferencia web CU-See Me, conectado a un CD de audio personal corriendo en un loop infinito, después Radio HK fue convertido a

¹² <http://www.monografias.com/trabajos81/internet-medio-comunicacion/internet-medio-comunicacion.shtml>

uno de los originales servidores de audio real. Hoy en día, algunas estaciones de radio por internet utilizan la tecnología de servicios web de proveedores como Live 365 para hacer webcast 24 horas al día.

En América Latina la pionera fue Cool Radio que emitía desde México, dicha estación comenzó transmisiones en el 2000, en el año 2003, Windows que ya había incurrido con éxito con su serie de servidores Windows 2000 en materia de multimedia, lanza Windows 2003 server, permitiendo con suficiente ancho de banda un manejo inteligente de "unicast" y la posibilidad de que miles de oyentes puedan conectarse a una transmisión única, en forma estable y con calidad de sonido que puede alcanzar hasta 128 kilobits, lo que igualaba el sonido de una radio por Internet a una radio FM tradicional.

2.1.22 La Radio Online

Pese a los altísimos costes que todavía tiene la radio online, hecho que también está cambiando, llegará un momento en el que ésta iguale en audiencia debido en parte al crecimiento de la banda ancha, al nacimiento de canales a la carta y sonido con calidad CD, un rápido vistazo a través de cualquier buscador muestra la gran cantidad de emisoras online que existen actualmente.

Es importante poseer una buena conexión, el software adecuado y un equipo corriente, básicamente una radio online se compone de tres elementos:

- Un archivo, más o menos extenso, de documentos sonoros que se emiten desde un servidor determinado en contacto con la emisora, existiendo emisoras gratuitas y pagadas.

- La voz que el locutor puede enviar es mediante un programa llamado Line recorder al servidor, de ahí al ciberespacio, intercalada entre las canciones.
- El sistema de emisión de propiedad intelectual de las radios online es el conocido como streaming, que no permite grabar las canciones que se están escuchando.

Además de las versiones online de las emisoras convencionales, hay miles de radios en la red que funcionan con este sencillo sistema, gracias a la existencia de programas como Shoutcast, que facilitan que cualquier usuario con un mínimo de tecnología pueda montar su propia radio.

2.1.23 Ntics

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC o bien NTIC para nuevas tecnologías de la información y de la comunicación) agrupan los elementos y las técnicas usadas en el tratamiento y la transmisión de la información, principalmente la informática, Internet y las telecomunicaciones.

Kofi Annan, Secretario general de la Organización de las Naciones Unidas, discurso inaugural de la primera fase de la WSIS, Ginebra (2003) **“Las tecnologías de la información y la comunicación no son ninguna panacea ni fórmula mágica, pero pueden mejorar la vida de todos los habitantes del planeta. Se dispone de herramientas para llegar a los objetivos de desarrollo del milenio, de instrumentos que harán avanzar la causa de la libertad y la democracia y de los medios necesarios para propagar los conocimientos y facilitar la comprensión mutua El**

uso de las tecnologías de la información y la comunicación ayudaría a disminuir la brecha digital aumentando el conglomerado de usuarios que las utilicen como medio tecnológico para el desarrollo de sus actividades.”(pág 148)

2.1.24 La Nueva Ley de Comunicación

Permitir que una ley como la actual, se mantenga sin ninguna garantía de planificación y sobre todo de ordenamiento jurídico, es permitir que siga el caos y el enfrentamiento. El Ecuador debe permitir que los medios de comunicación den información completa sin ocultar nada, ya que el estado critica mucho al periodista por no estar de acuerdo en ciertos métodos de cómo gobierna el país.

El principal objetivo de la Ley de Comunicación es universalizar la comunicación, con representantes de organizaciones sociales, redes nacionales e internacionales para lograr una comunicación libre, intercultural, diversa y participativa.

2.1.25 La Radio Entre la Gente

Es importante que el productor- locutor escuche a la audiencia, que le de la importancia necesaria para poder palpar la realidad, salir del encierro de cabina para adentrarse en el mundo del oyente, para que se desenvuelva con la forma auténtica que los identifica y así poder captar en su propio entorno, con su propio vocabulario los problemas y necesidades, es decir, la radio a convivir con el pueblo y formar parte de ellos.

2.1.26 Contrarrestar al Comercialismo Radial

A los medios de comunicación comerciales como: radio, prensa y televisión, no hay que acosarlos con leyes y reglamentos restrictivos inútiles, sino simplemente competirlos con calidad y utilidad, creando un poderoso servicio público, ofreciendo una mercancía útil y un trato más eficaz a sus clientes.

2.1.27 Manual

Instrumento que contiene en forma explícita, ordenada y sistemática información sobre objetivos, pasos, políticas atribuciones, organización y procedimientos de algún asunto; así como las instrucciones o acuerdos que se consideren necesarios para la ejecución del trabajo asignado teniendo como marco de referencia los objetivos de del trabajo.

Se llama manual a todo aquello que se efectúa mediante el uso de las manos.

2.1.28 Manual de Instrucciones

Un Manual de instrucciones es aquel que mediante imágenes o texto ordenado indica la forma o pasos que el usuario debe seguir para llegar a cierto objetivo en forma ordenada. Los manuales de usuario son técnicas de ayuda más usables en el mundo de los productos tecnológicos.

2.1.29 Forma de Elaborar un Manual

Escribir un manual de instrucciones es más fácil de lo que se piensa, estos pasos aplican a cualquier instrucción escrita o imagen.

Conocer el Procedimiento a Describir

Si no lo ha hecho nunca, buscar una oportunidad para hacerlo. Si no es posible practicarlo, necesitará leer acerca del tema o invertir tiempo en hablar con alguien que lo conozca bien. Si no es experto sobre el tema pero vas a escribir sobre él, involucra personas con verdadero conocimiento sobre lo que vas a describir y asegúrate que estas personas revisen su trabajo.

Empiece Antes del Primer Paso

Enlistar las cosas que quienes lean su manual van a necesitar. Hacer esta lista en el orden en que van a ser necesitadas. Por ejemplo, si está haciendo una lista de las cosas necesarias para dibujar un cubo, probablemente pondrá en la lista papel, lápiz, borrador, nivel, etc.

Hacer cada Paso Tiempo

Si no es factible hacer los pasos, piénselos todo lo detalladamente que pueda.

Numere los Pasos

Es conveniente seguir un orden numerado.

Volver a Ejecutar el Procedimiento

Si se llega a algún paso donde faltan instrucciones, agregar la información necesaria. Repetir esto para cada paso y puede entonces hacer lo que está tratando de explicar en el manual sin tener que agregar más notas.

Re-enumera los Pasos si es que Agregado Más.

Revisar el manual para definir cuáles son los encabezados.

Marque, así se podrá encontrar más tarde.

□ **Proceder a poner Títulos y subtítulos.**

Usar letra en negrilla para destacarlos, es importante definir las secciones tituladas y subtituladas.

□ **Escribir una Tabla de Contenidos**

Es Cuando accede a una sección, esta da una lista de sub- categorías, y estas a su vez dan una lista de artículos. Entre más detallado sea tu manual, más categorías y sub categorías tendrá.

□ **Escoger un Título**

Por último hay que escoger el título adecuado para tal actividad, este debe ser de interés.

2.2 Posicionamiento Teórico Personal

Los medios de comunicación, sobre todo la radio tiene gran influencia en los radio escuchas, por décadas se han manejado bajo la teoría funcionalista que determina el poder del emisor hacia el receptor, produciendo una comunicación vertical, sin interrelación con la intención agresiva de persuadirle.

Los receptores por su parte, tienen un conjunto de necesidades que los medios deben satisfacer y no lo hacen, sus programas son superficiales y aunque en la mayoría de casos logran captar la atención del oyente o generar una opinión positiva o negativa para el momento, no le permiten al radio escucha profundizar o reflexionar un tema determinado, para emitir su comentario personal.

Esta investigación acoge la Teoría Estructuralista, que propone una mayor interrelación, es decir, permite al receptor convertirse a su vez en emisor del mensaje que recibe por tanto la presente investigación persigue precisamente que el emisor transmita una coordinada producción y programación en la radio online hacia el receptor, pero que este último, no se limite a ingresar a internet para solo escuchar la radio, sino que genere una opinión y transmita a otras personas, entrando en una interrelación de tipo dialógico, emisor-mensaje-receptor pero en una acción recíproca en donde el receptor también es emisor y el emisor se convierte también en receptor.

2.3 Glosario de Términos

AM: Amplitud Modulada, banda de Frecuencias de las ondas de radio comprendidas entre 530 y 1600khz. Sistema de transmisión de señales electromagnéticas por medio de la variación de la amplitud (tamaño) de la onda electromagnética, en contraste con la variación de la frecuencia.

Comunicación: Acción y efecto de comunicar o comunicarse. Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.

Control: Espacio cercano al estudio desde donde se dirigen todas las operaciones necesarias para la grabación o emisión de programas. Panel donde se encuentran los mandos.

Desarrollo: Acción y efecto de desarrollar o desarrollarse. Acrecentar, dar incremento a algo de orden físico, intelectual o moral.

Electromagnética: Se dice de todo fenómeno en que los campos eléctricos y magnéticos están relacionados entre sí.

FM: Frecuencia Modulada, Sistema de transmisión de onda de radio que se regula por la variación de la frecuencia y no por su tamaño, como ocurre en

la AM. Una onda de FM tiene 20 veces más el ancho de una onda AM, por ello su buena calidad.

Onda: Forma de propagarse a través del espacio los campos eléctricos y magnéticos producidos por las cargas eléctricas en movimiento.

Producción: Subgrupo que aglutina a quienes de acuerdo con las decisiones sobre programas, planificación, ejecución, control de tareas, coordinación en los medios técnicos, de equipos y grupos humanos que intervienen y hacen realidad tales programas radiofónicos.

Programación: Acción y efecto de programar. Conjunto de los programas de radio o televisión.

Teoría: Es un sistema lógico-deductivo constituido por un conjunto de hipótesis o supuestos.

Onda: Consiste en la propagación de una perturbación de alguna propiedad de un medio.

Posicionamiento: Es el lugar que en la percepción mental de un cliente o consumidor tiene una concepción.

Potencia: Es la cantidad de trabajo que se realiza por unidad de tiempo.

Identidad: Variable propias de la Entidad.

Línea: Recta, cable, vía de internet.

Programar: Planificación de situaciones.

Lenguaje: Comunicación entre individuos racionales.

Grupo: Conjunto de individuos.

Internet: Vía virtual de comunicación.

Transmisión: Acción y efecto de transmitir, conjunto de mecanismos que comunican el movimiento de un cuerpo a otro o entre individuos.

2.4 Subproblemas

- ¿Influyen los programas de radio de la ciudad de Ibarra en la educación de los oyentes?

Definitivamente la radio de la ciudad de Ibarra, influye en gran manera en la educación de la gente, ya que por ser de carácter comunicacional y a su vez educativa dirigida a las masas cumple su función.

- ¿Los radio escuchas poseen información valedera para su desarrollo y autoestima?

Los radio escuchas muchas de las veces no poseen información radial valedera, en tal virtud en gran medida no desarrollan en un alto nivel su autoestima.

- ¿Es importante difundir más la radio online con educación, cultura, valores en su programación y producción?

Definitivamente tiene que ser difundida la radio online con profundidad.

- ¿Las radiodifusoras en línea tienen una verdadera identidad?

Las emisoras en línea no poseen una verdadera identidad radial.

CAPÍTULO III

3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de Investigación

3.1.1 Investigación Exploratoria

Esta investigación, no intenta dar explicación respecto del problema, sino sólo recoger e identificar antecedentes muy generales. Se efectuó, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes, lo primero que se hizo fue explorar, preguntar sobre qué hacer y a donde ir.

Los estudios exploratorios sirvieron para aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación, en consecuencia la presente tuvo un carácter exploratorio, direccionado a los locutores, programadores, productores y público en general, para conocer su realidad respecto a la temática de la investigación, la radio online alterativa en el cantón Ibarra y su incidencia en la sociedad, por lo que se enmarcó dentro de este contexto.

3.1.2 Investigación Documental

El presente trabajo investigativo buscó Indagar diversas fuentes bibliográficas que permitieron sustentar el argumento en la búsqueda de alternativas de solución de la problemática.

La investigación documental como parte esencial de un proceso de investigación científica, constituye una estrategia donde se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades usando para ello diferentes tipos de documentos. Indagó, interpretó, presentó datos e informaciones sobre un tema determinado de cualquier ciencia, utilizando para ello, métodos de análisis; teniendo como finalidad obtener resultados que sirvieron de base para el desarrollo de la creación científica. El concepto de documento, sin embargo, fue más amplio, cubrió, por ejemplo: películas, diapositivas, planos y discos; en el caso de la presente investigación, la investigación documental juega un papel muy importante ya que permitió indagar asuntos referentes al proceso mediante el contexto documental.

3.1.3 Investigación de Campo

Este tipo de investigación permitió aplicar diferentes instrumentos de recolección de información como; la encuesta y entrevista, con el propósito de recabar datos directamente del lugar de los hechos, a fin de hacer interpretaciones y evaluaciones, por ser de carácter netamente social, es fácil darse cuenta que ellas estuvieron interactuando en el lugar de los hechos, pero los investigadores controlaron dicho contexto con el fin de describir las causas inherentes que llevaron a un final eficaz del proceso.

3.1.4 Investigación Descriptiva

Este tipo de investigación ayudó en gran medida al trabajo, ya que examinó las características del problema escogido, lo definió, formuló interrogantes de investigación, eligió temas y fuentes apropiadas, elaboró técnicas para la recolección de datos, además estableció semejanzas y diferencias significativas, verificó la validez de las técnicas empleadas para la recolección de datos, finalmente describió, analizó e interpretó los datos

obtenidos, en términos claros y precisos. En consecuencia la investigación planteada propendió a describir los datos obtenidos para elevarlos a un alto nivel descriptivo que apunte a un mejoramiento en la comunicación radial a través del internet.

3.2 Métodos

3.2.1 Observación Científica

Basándose en el registro visual del fenómeno o situación real, se considera que con dicho método, se pudo investigar de forma amplia y clara la realidad existente, al aplicar las encuestas a los locutores, programadores, productores de radios convencionales y ciudadanía en general, se está arrimando de manara directa en el pilar investigativo antes mencionado.

3.2.2 Recolección de Información

A través de este método se logró recoger, procesar y analizar datos que fueron utilizados para determinar la aceptación de la radio online en locutores y adolescentes, basados en un cimientó sólido que manifiesta la extracción ordenada de información a través de un instrumento adecuado llamado encuesta.

3.2.3 Inductivo- Deductivo

Es sustentable el problema desde los aspectos más particulares hasta los generales y se complementó con el procedimiento deductivo, en donde se obtuvo información que se requiere por medio de la recolección de datos experiencias de locutores, productores, programadores y ciudadanía radio

escuchas, continuando con el proceso de las premisas generales se determina las diferentes conclusiones.

3.2.4 Matemático

Este método se utilizó en el procesamiento de las encuestas, mediante tablas porcentuales, gráficos descriptivos, basados en la ayuda que brinda la Estadística Descriptiva.

3.3 Técnicas e Instrumentos

3.3.1 La Encuesta

Con este instrumento se obtuvo opiniones y criterios de las personas que son parte del problema o que interactúan con él, en pertinencia con el caso es importante acotar que se la realizó explícitamente a radio-escuchas y locutores, basados en preguntas adecuadas del cuestionario. Los encuestados con su información contribuyeron con la investigación.

3.3.2 El Cuestionario

El Cuestionario es el instrumento válido para aplicar la encuesta, este se utilizó en el desarrollo de la investigación. Su construcción, aplicación y tabulación tuvo un alto grado científico y objetivo. Elaborar un cuestionario válido no es una cuestión fácil; implica controlar una serie de indicadores importantes.

En tal virtud el cuestionario fue aplicado a los actores sociales inherentes dentro de la presente investigación como son: los oyentes de las radiodifusoras y locutores, con el fin de recoger información clara y precisa lo que verdaderamente sucede en el campo investigativo.

3.4 Población

La presente investigación identificó dos universos o poblaciones, expresadas de la siguiente manera: Los radio escuchas de la ciudad de Ibarra que corresponde a 3206 individuos y profesionales en comunicación, 32 personas.

3.4.1 Cuadro Población Comunicadores

RADIO	COMUNICADORES
Romántica	3
Activa	5
Lagos	4
Sónica	3
Premier	5
R.T.U	4
Canela	4
Ibarra	4
TOTAL	32

Nota: Como el número de comunicadores es reducido no se realizó el cálculo de la muestra.

3.4.2 Cuadro Población Radio Escuchas

RADIO	OYENTES
Romántica	387
Activa	473
Lagos	323
Sónica	453
Premier	301
R.T.U	366
Canela	430
Ibarra	473
TOTAL	3206

3.5 Muestra

Considerando que el tamaño de la población de radio escuchas, es una cantidad mayor a 200 individuos, se aplicó la ecuación, para el cálculo de la muestra como se presenta a continuación:

$$n = \frac{PQ.N}{(N-1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

n = Tamaño de la muestra.

PQ= Varianza de la población, valor constante 0.25.

N = Población o Universo.

N-1= Corrección geométrica para muestras grandes mayor que 30.

E = Margen de error estadísticamente aceptable.

0.02 = 2% mínimo.

0.3 = 30% máximo.

0.08 = 8% recomendado.

K =Coeficiente de corrección de error, valor constante = 2

3.5.1 Cálculo de la Muestra

$$n = \frac{0.25 \times 3206}{(3206-1) \frac{0.08^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{801,5}{(3205) \frac{0.08^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{801.5}{3205 \times 0.0016 + 0.25}$$

$$n = \frac{801.5}{5.378}$$

$$n = 149$$

3.5.2 Fracción Muestral Estratificada

Una vez calculada la muestra de la población total, se procedió a realizar el cálculo de la fracción muestral estratificada para la población de radio - escuchas con la siguiente ecuación:

$$m = \frac{n}{N} E$$

m = Fracción Muestral.

n = Muestra.

N = Población o Universo.

E = Estrato.

3.5.2.1 Cálculo de la Fracción Muestral

$$m = \frac{n}{N} E$$

$$m = \frac{149}{3206}$$

$$m = 0.0464$$

3.5.3 Cuadro de la Muestra

RADIO	USUARIOS
Romántica	18
Activa	22
Lagos	15
Sónica	21
Premier	14
R.T.U	17
Canela	20
Ibarra	22
TOTAL	149

La realización del cuadro anterior se basó en los siguientes cálculos:

$$\text{Radio Romántica} = 387 \times 0.0464 = 18$$

$$\text{Radio Activa} = 473 \times 0.0464 = 22$$

$$\text{Radio Lagos} = 323 \times 0.0464 = 15$$

$$\text{Radio Sónica} = 453 \times 0.0464 = 21$$

$$\text{Radio Premier} = 301 \times 0.0464 = 14$$

$$\text{Radio RTU} = 366 \times 0.0464 = 17$$

$$\text{Radio Canela} = 430 \times 0.0464 = 20$$

$$\text{Radio barra} = 473 \times 0.0464 = 22$$

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Procesos

A continuación de haber realizado las encuestas a la muestra determinada, se ha logrado obtener información muy valiosa para la realización del presente proyecto de investigación.

La forma de análisis tanto en cantidad como en calidad, ha sido prioridad en el objetivo investigativo, como lo demuestra la serie de gráficos y cuadros estadísticos que detallan con gran certeza los porcentajes y respuestas a las mismas.

En lo referente a la recolección de información se la realizó bajo los estrictos parámetros y normas de la encuesta, misma que se la aplicó a radio escuchas y profesionales de la comunicación de la ciudad de Ibarra.

Una vez obtenidos los resultados a través de la tabulación de datos, se procedió a realizar la ordenación de estos en tablas estadísticas que contengan las frecuencias y los respectivos porcentajes, posteriormente se realizó los respectivos gráficos de pastel, que definitivamente son los encargados de presentar la información en forma clara y precisa, diferenciando un verdadero análisis por cada gráfico, los mismos se presenta a continuación detalladamente.

4.1.1 ENCUESTA DIRIGIDA A OYENTES RADIALES DE LA CIUDAD DE IBARRA

- 1 ¿Considera usted que la radio online como medio alterativo incidirá favorablemente en el Cantón Ibarra?

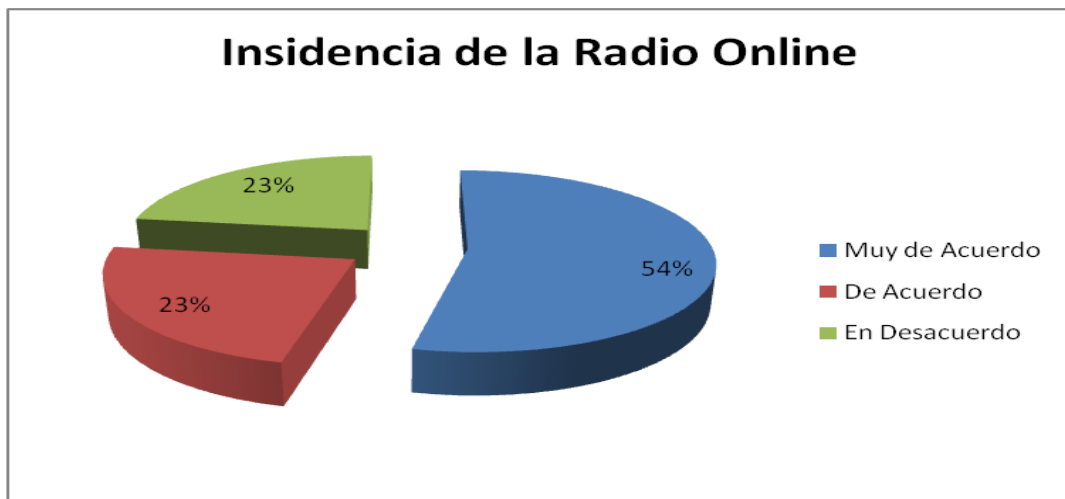
Tabla 1.1

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Muy de Acuerdo	80	54
De Acuerdo	35	23
En Desacuerdo	34	23
Total	149	100

Fuente: Encuesta a Radio Escuchas.

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Figura 1.1



Fuente: Encuesta a Radio Escuchas

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Análisis e Interpretación del Gráfico

La mayor parte de oyentes encuestados, manifiestan que la radio online como medio alternativo, incidirá en un alto nivel en los ciudadanos de la ciudad de Ibarra en forma positiva, este criterio beneficia a la investigación.

2 ¿Usted a escuchado alguna vez una radio online?

Tabla 1.2

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Si	60	40
No	89	60
Total	149	100

Fuente: Encuesta a Radio Escuchas

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Figura 1.2



Fuente: Encuesta a Radio Escuchas

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Análisis e Interpretación del Gráfico

Las personas encuestadas en calidad de oyentes, manifiestan que no han escuchado la radio en línea, lo cual favorece a la investigación en el sentido que se debe impulsar este tipo de difusora y dar a conocer la forma de creación de la misma y su planificación.

3 ¿Considera usted necesario implementar la radio online como medio alterativo?

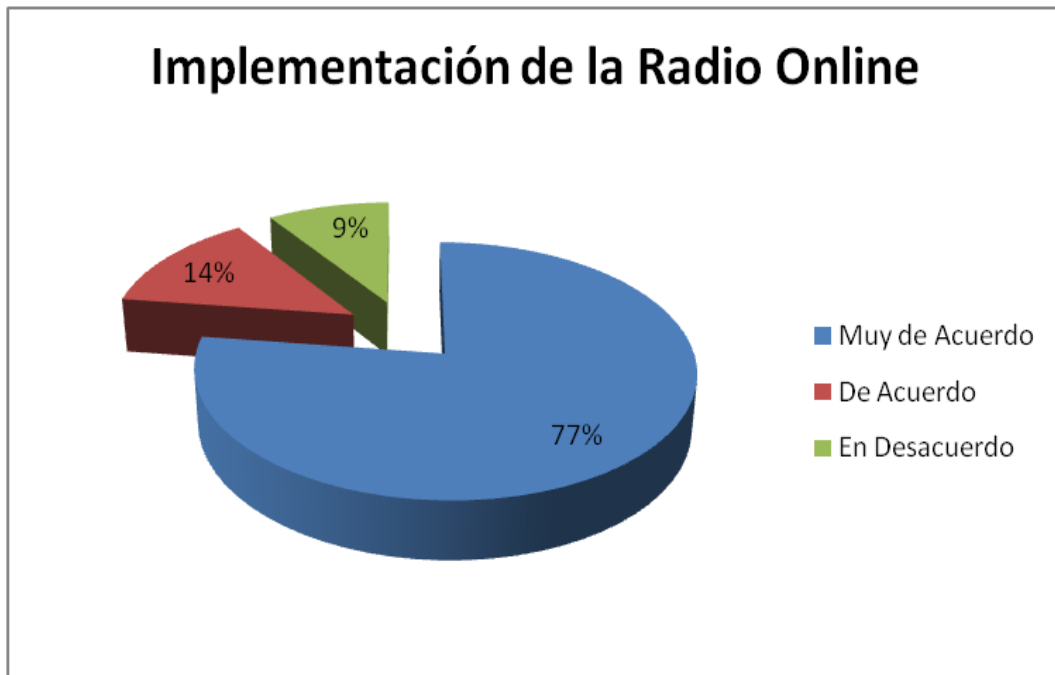
Tabla 1.3

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Muy de Acuerdo	115	77
De Acuerdo	20	14
En Desacuerdo	14	9
Total	149	100

Fuente: Encuesta a Radio Escuchas

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Figura 1.3



Fuente: Encuesta a Radio Escuchas

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Análisis e Interpretación del Gráfico

Un gran porcentaje de la muestra manifiesta estar de acuerdo en que se debe implementar una verdadera radio en línea que llene las expectativas de los radio escuchas.

- 4 ¿Cree usted que se debería mejorar los contenidos de comunicación para lograr un mejor manejo de la información?

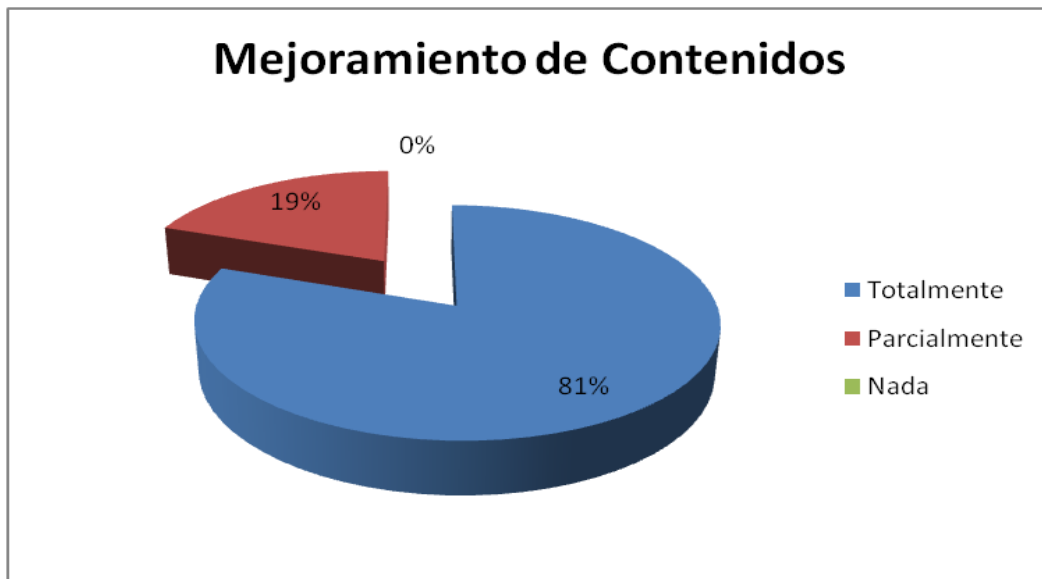
Tabla 1.4

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Totalmente	120	81
Parcialmente	29	19
Nada	0	0
Total	149	100

Fuente: Encuesta a Radio Escuchas

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Figura 1.4



Fuente: Encuesta a Radio Escuchas

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Análisis e Interpretación del Gráfico

Un amplio número de individuos encuestados coinciden en que debe existir un mejoramiento de los contenidos radiales, este criterio es importante ya que da sustento a la investigación en curso, además brinda la pauta necesaria en el mejoramiento.

5 ¿Considera importante la responsabilidad ética en el manejo de la información?

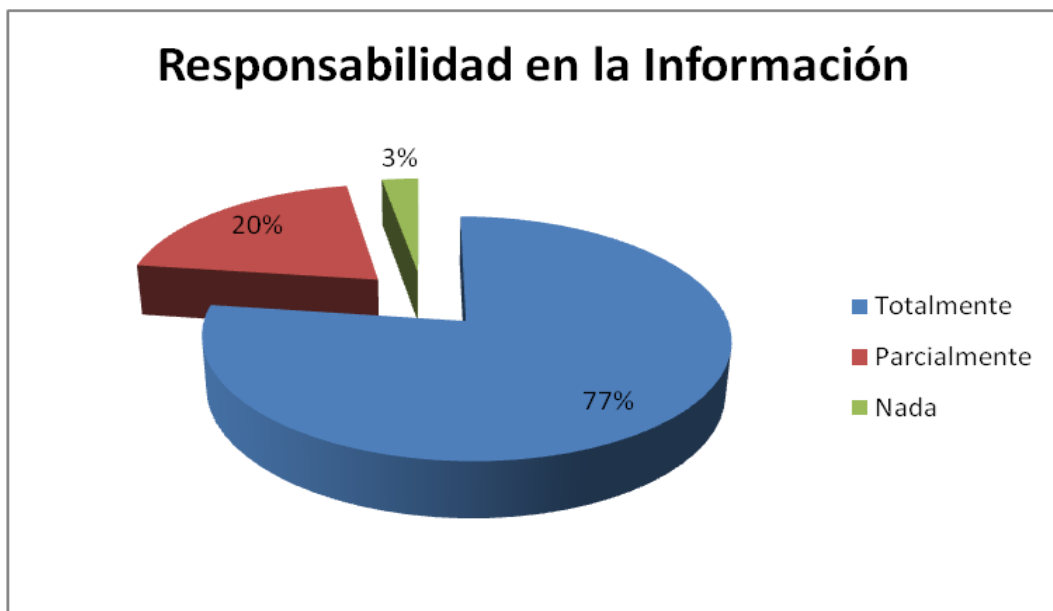
Tabla 1.5

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Totalmente	115	77
Parcialmente	30	20
Nada	4	3
Total	149	100

Fuente: Encuesta a Radio Escuchas

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Figura 1.5



Fuente: Encuesta a Radio Escuchas

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Análisis e Interpretación del Gráfico

Cuando se refiere u orienta una investigación a la información, esta constituye ser muy delicada y debe ser llevada con cautela y mucho pudor profesional, de esta manera piensan la mayor parte de la muestra, en consecuencia brilla la luz verde que requiere la investigación.

6 ¿La producción de la radio online debe identificarse con sus oyentes?

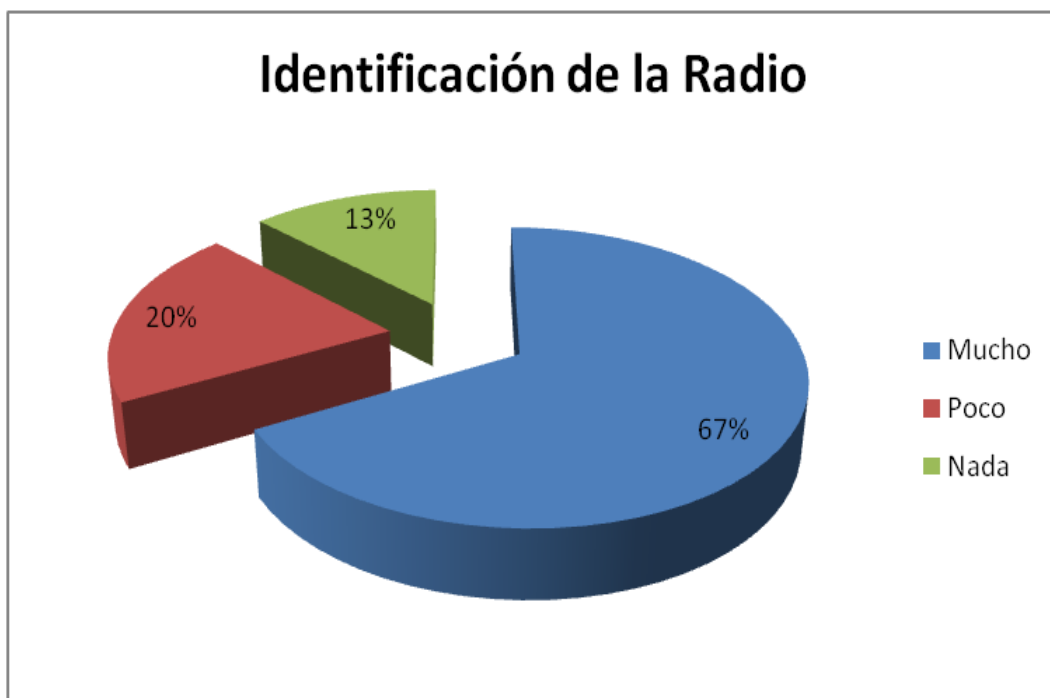
Tabla 1.6

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Mucho	100	67
Poco	30	20
Nada	19	13
Total	149	100

Fuente: Encuesta a Radio Escuchas

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Figura 1.6



Fuente: Encuesta a Radio Escuchas

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Análisis e Interpretación del Gráfico

Los agentes inmersos en el proceso comunicativo son definitivamente los radio - oyentes, en consecuencia deben estar en total relación, razón por la cual de esta manera llegará a tener una mejor producción radial que esté en función de los interesados, que no son otros que los seguidores radiales.

7 ¿Qué programación le gustaría escuchar en su radio favorita?

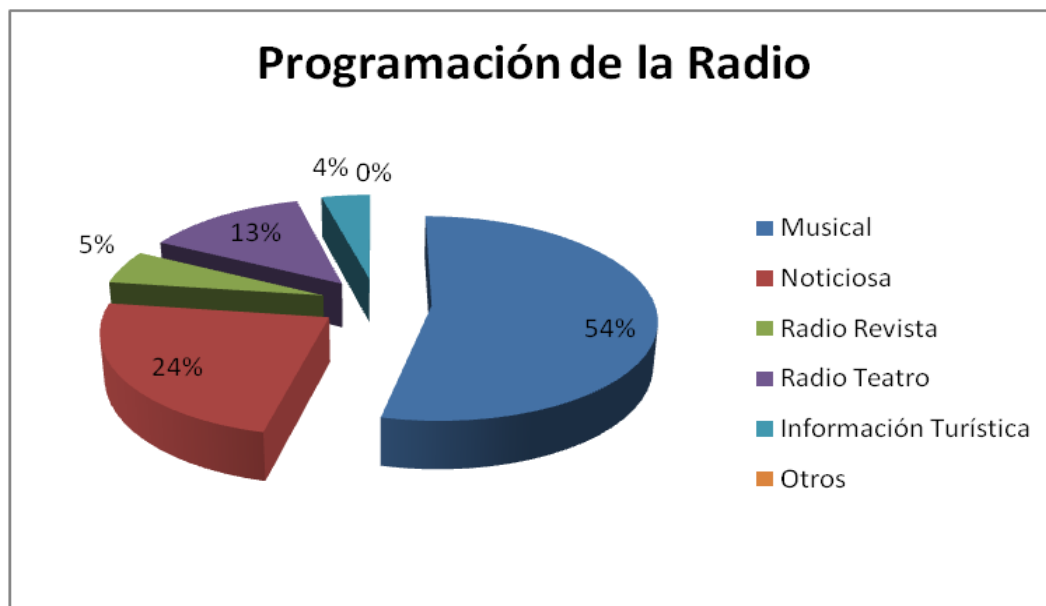
Tabla 1.7

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Musical	80	54
Noticiosa	35	24
Radio Revista	8	5
Radio Teatro	20	13
Información Turística	6	4
Otros	0	0
Total	149	100

Fuente: Encuesta a Radio Escuchas

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Figura 1.7



Fuente: Encuesta a Radio Escuchas

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Análisis e Interpretación del Gráfico

La programación es muy importante dentro de la vida de una radio, en consecuencia los encuestados manifiestan su favoritismo en primer lugar musical, a continuación noticiosa, luego un itinerario en radio revista y por último teatral e información turística.

8 ¿Qué género musical le gustaría escuchar en su radio por internet?

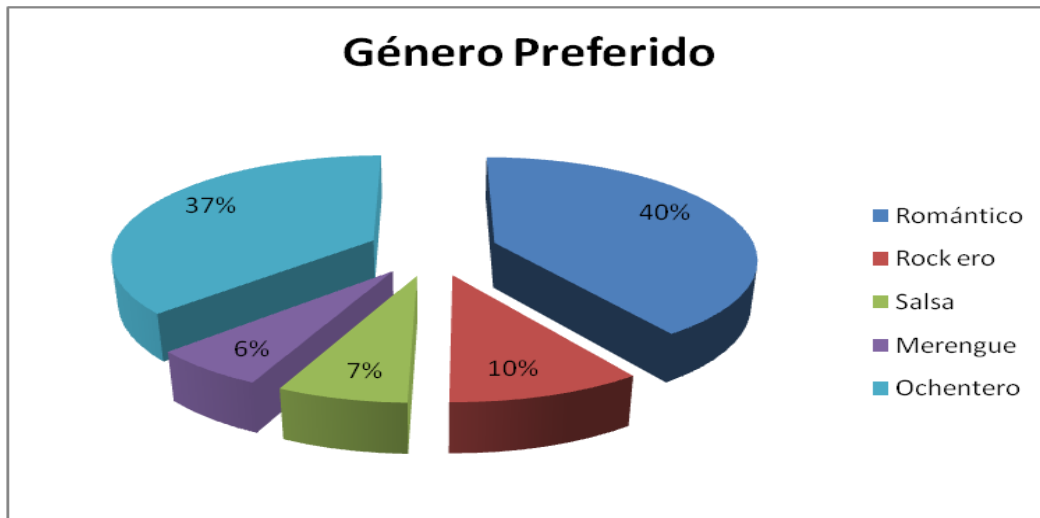
Tabla 1.8

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Romántico	60	40
Rock ero	15	10
Salsa	10	7
Merengue	9	6
Ochentero	55	37
Total	149	100

Fuente: Encuesta a Radio Escuchas

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Figura 1.8



Fuente: Encuesta a Radio Escuchas

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Análisis e Interpretación del Gráfico

El género musical preferido por parte de los oyentes es el romántico, seguido del género ochentero a continuación el rock, la salsa y el merengue, este criterio brinda una idea clara de los géneros que se debe seguir en orden jerárquico.

9 ¿Considera usted que las radios online poseen identidad propia?

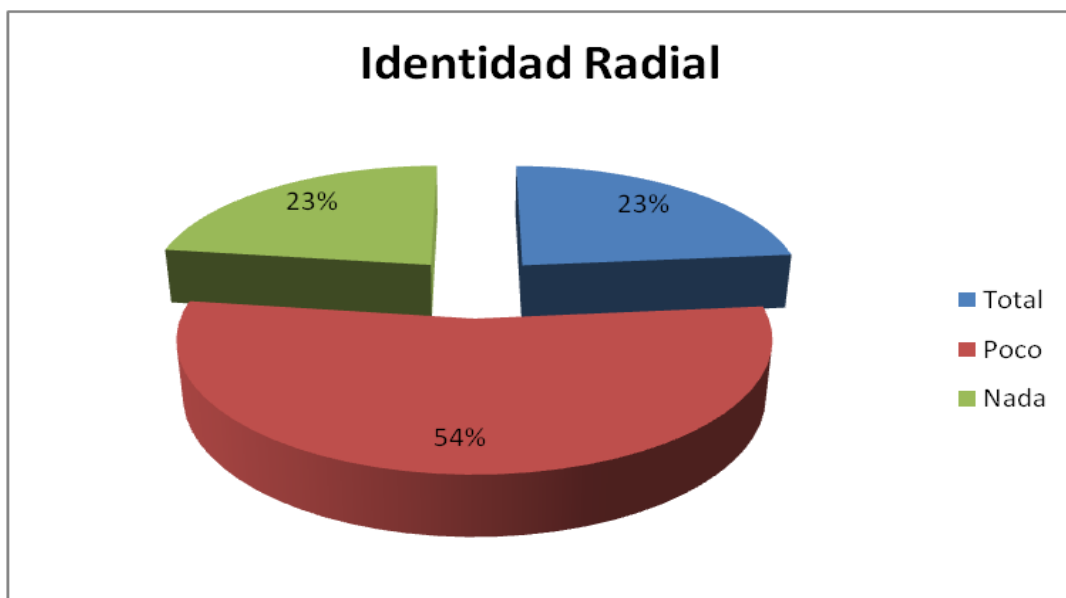
Tabla 1.9

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Total	35	23
Poco	80	54
Nada	34	23
Total	149	100

Fuente: Encuesta a Radio Escuchas

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Figura 1.9



Fuente: Encuesta a Radio Escuchas

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Análisis e Interpretación del Gráfico

La mayor parte de los encuestados manifiestan que las radios online existentes no poseen una identidad propia, haciendo referencia a las personas que han escuchado la misma, razón por la cual es importante la creación de una verdadera emisora en línea con criterios propios, en función de la excelencia.

10 ¿Cree usted que la programación de una radio debe ser estructurada?

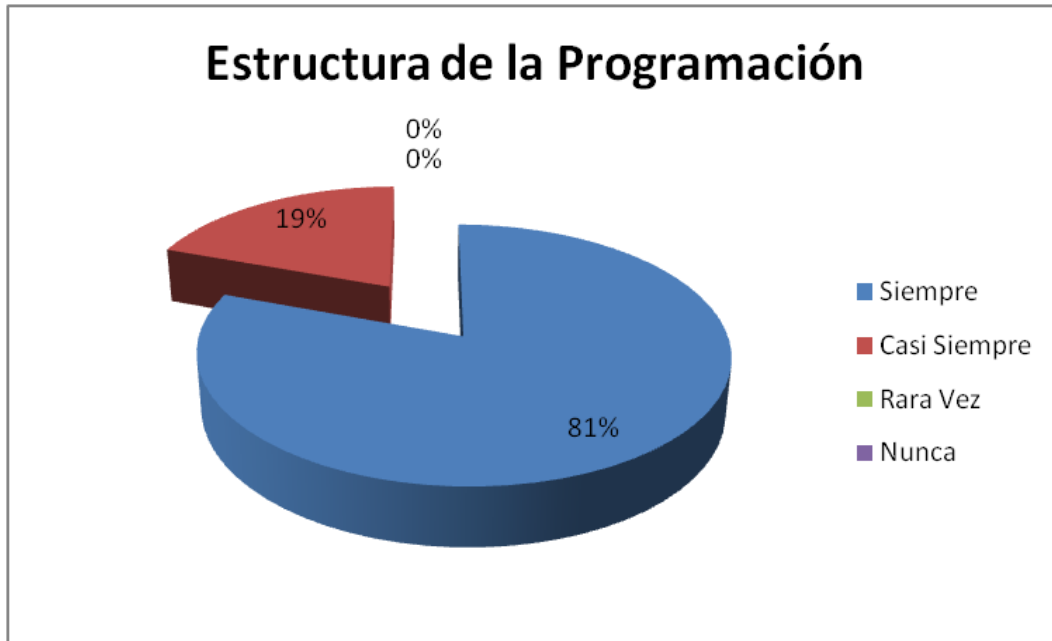
Tabla 1.10

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	120	81
Casi Siempre	29	19
Rara Vez	0	0
Nunca	0	0
Total	149	100

Fuente: Encuesta a Radio Escuchas

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Figura 1.10



Fuente: Encuesta a Radio Escuchas

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Análisis e Interpretación del Gráfico

La estructuración en el proceso de comunicación constituye ser una variable de alto quilate, ya que de esta depende en éxito de la misma, en tal virtud la mayor parte de los encuestados concuerdan y manifiestan que siempre debe existir una adecuada estructuración en la programación de la misma.

4.1.2 ENCUESTA DIRIGIDA A COMUNICADORES RADIALES DE LA CIUDAD DE IBARRA

- 1 ¿Considera usted que la radio online como medio altertativo incidirá favorablemente en el Cantón Ibarra?

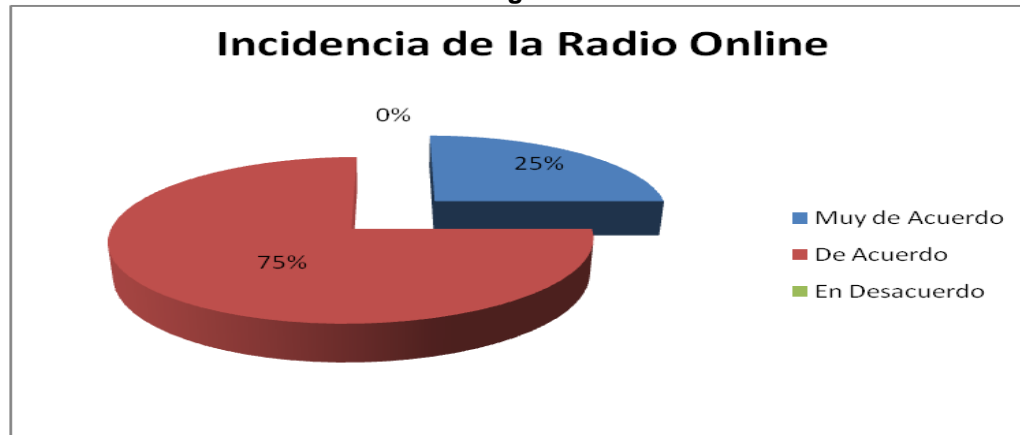
Tabla 2.1

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Muy de Acuerdo	8	25
De Acuerdo	24	75
En Desacuerdo	0	0
Total	32	100

Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Figura 2.1



Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Análisis e Interpretación del Gráfico

La mayor parte de los individuos encuestados, manifiestan que la radio online como medio alternativo, incidirá en un alto nivel en la ciudadanos del sector urbano de la ciudad de Ibarra en forma positiva.

2 ¿Usted a escuchado alguna vez una radio online?

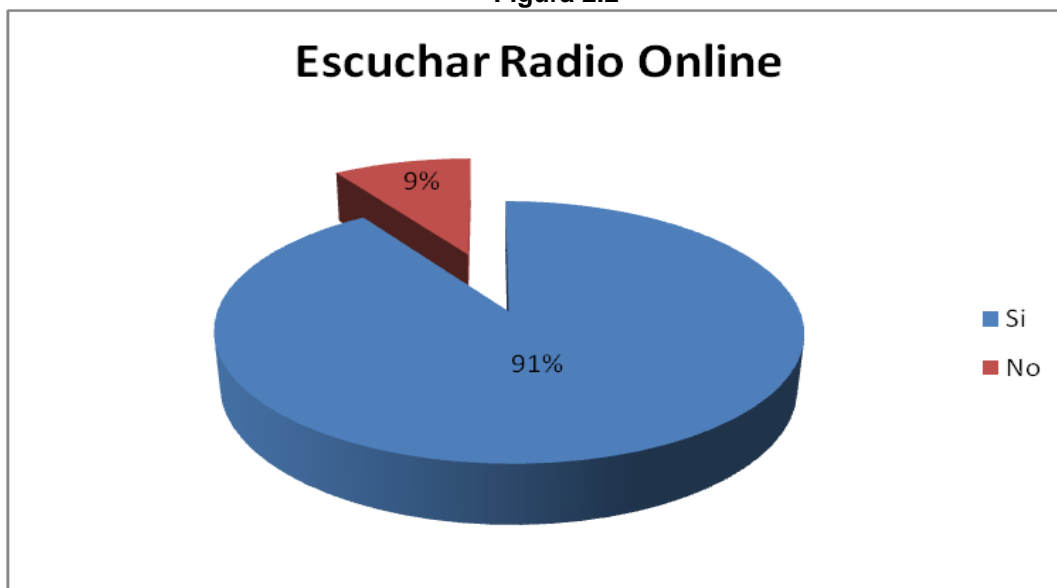
Tabla 2.2

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Si	29	91
No	3	9
Total	32	100

Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Figura 2.2



Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Análisis e Interpretación del Gráfico

Por referirse explícitamente a profesionales en comunicación, las personas manifiestan que han escuchado la radio en línea, lo cual favorece a la investigación ya que existe una idea clara de los expertos en referencia al tema.

- 3 ¿Considera usted necesario implementar la radio online como medio alterativo?

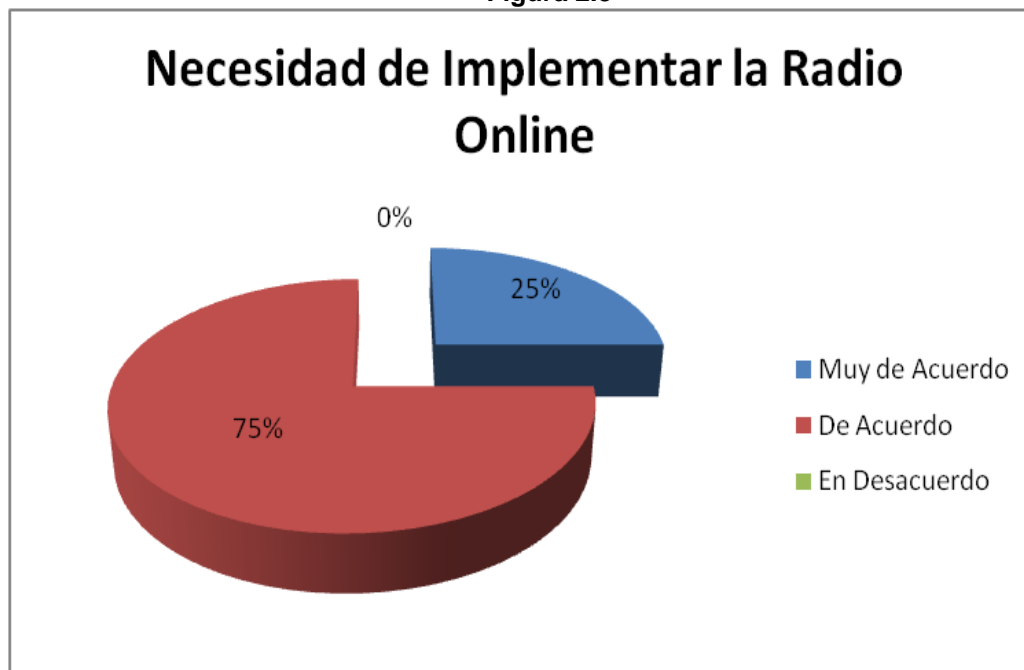
Tabla 2.3

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Muy de Acuerdo	8	25
De Acuerdo	24	75
En Desacuerdo	0	0
Total	32	100

Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Figura 2.3



Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Análisis e Interpretación del Gráfico

Es importante acotar que lo alternativo siempre es bueno cuando está bien orientado y en sentido positivo, en razón anterior, un gran porcentaje de la muestra manifiesta estar de acuerdo en que se debe implementar una verdadera radio en línea que llene las expectativas de los radio escuchas.

- 4 ¿Cree usted que se debería mejorar los contenidos de comunicación para lograr un mejor manejo de la información?

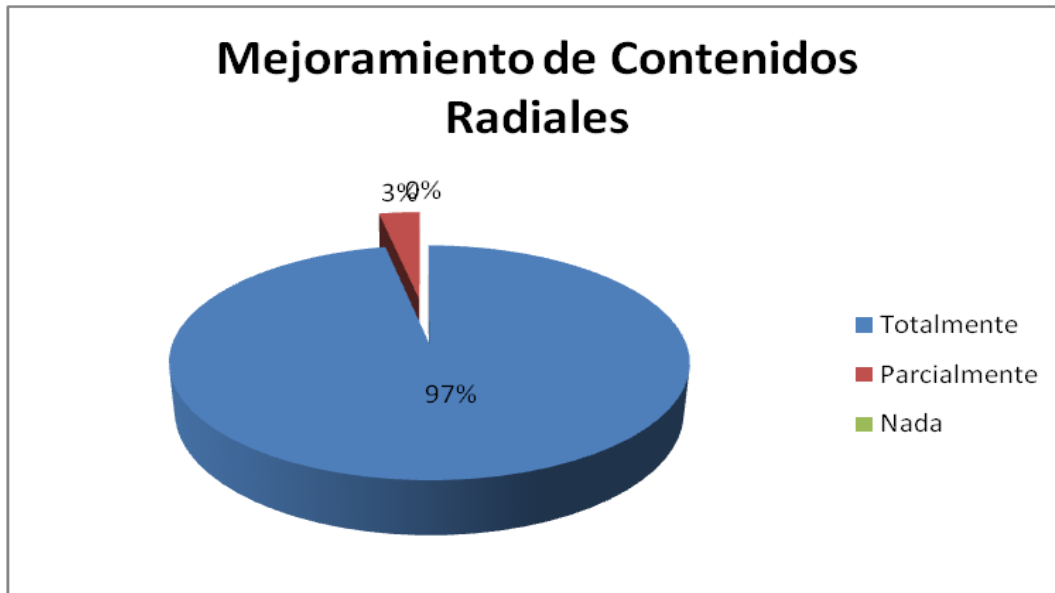
Tabla 2.4

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Totalmente	31	97
Parcialmente	1	3
Nada	0	0
Total	32	100

Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Figura 2.4



Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Análisis e Interpretación del Gráfico

Un amplio número de individuos encuestados coinciden en que debe existir un mejoramiento de los contenidos radiales, este criterio es importante ya que da sustento a la investigación en curso, basándose en el criterio de ir para adelante en lo referente al mejoramiento.

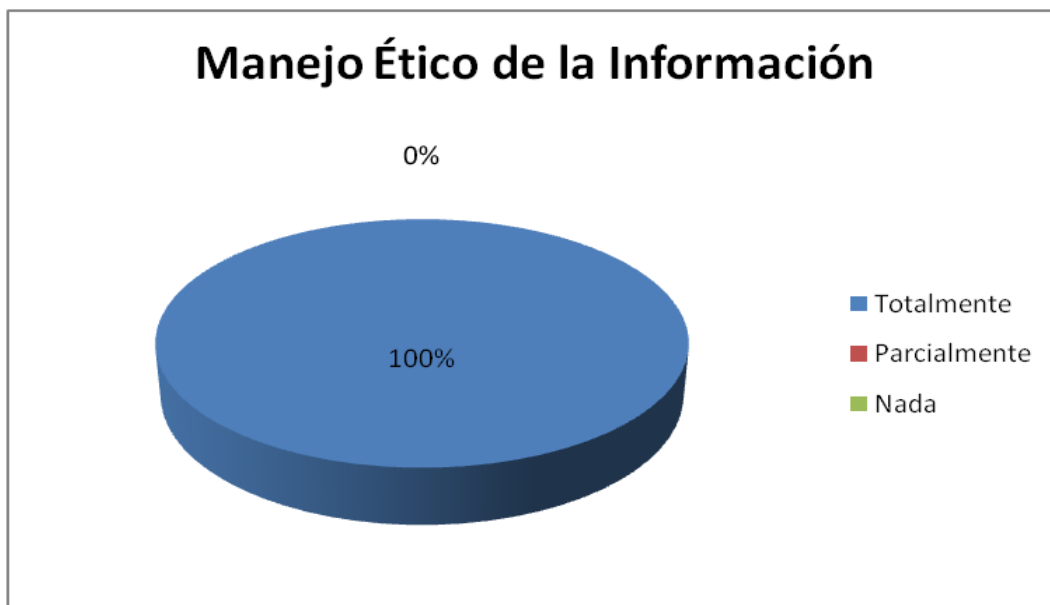
5 ¿Considera importante la responsabilidad ética en el manejo de la información?

Tabla 2.5

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Totalmente	32	100
Parcialmente	0	0
Nada	0	0
Total	32	100

Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales
Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Figura 2.5



Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales
Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Análisis e Interpretación del Gráfico

La ética es siempre una cualidad de las personas honestas, más aun cuando se hace referencia al manejo de la información, esta es muy delicada y debe ser llevada con cautela y mucho pudor profesional, en consecuencia todos los encuestados coinciden en dicho concepto, por lo cual brinda un horizonte investigativo claro.

6 ¿La producción de la radio online debería identificarla con sus agentes?

Tabla 2.6

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Mucho	32	94
Poco	2	6
Nada	0	0
Total	32	100

Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Figura 2.6



Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Análisis e Interpretación del Gráfico

Los agentes inmersos en el proceso comunicativo son definitivamente los radio - oyentes, como receptores y los comunicadores en destino de emisores, en consecuencia deben estar en total relación, razón por la cual de esta manera llegará a tener una mejor producción radial que esté en función de los interesados.

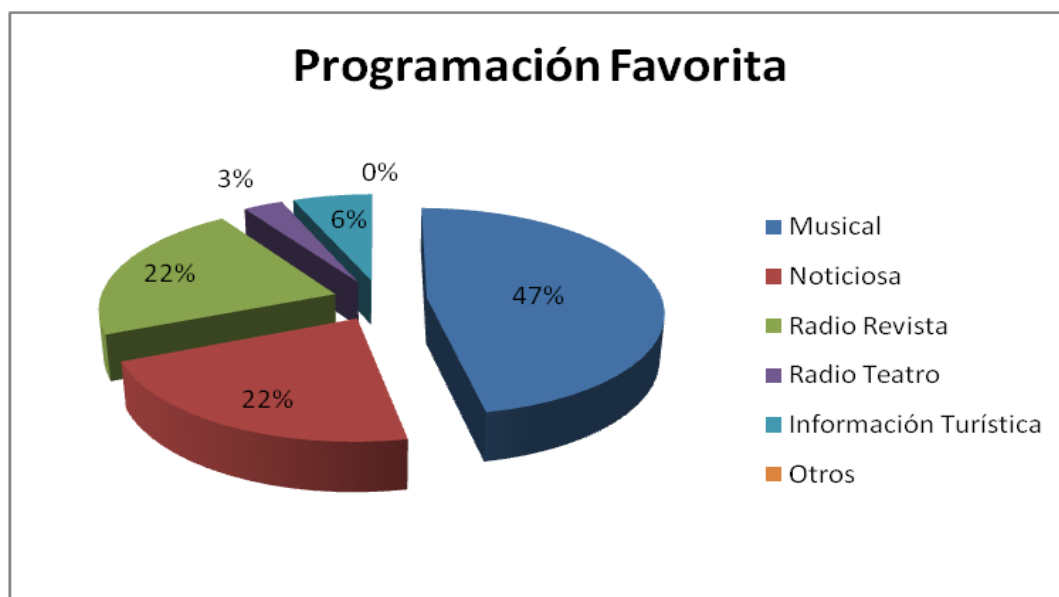
7 ¿Qué programación le gustaría escuchar en su radio favorita?

Tabla 2.7

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Musical	15	47
Noticiosa	7	22
Radio Revista	7	22
Radio Teatro	1	3
Información Turística	2	6
Otros	0	0
Total	32	100

Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales
Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Figura 2.7



Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales
Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Análisis e Interpretación del Gráfico

La programación radial es una variable importante dentro del proceso comunicativo, en consecuencia los encuestados manifiestan su favoritismo en primer lugar musical, a continuación noticiosa, luego un itinerario en radio revista y por último teatral e información turística.

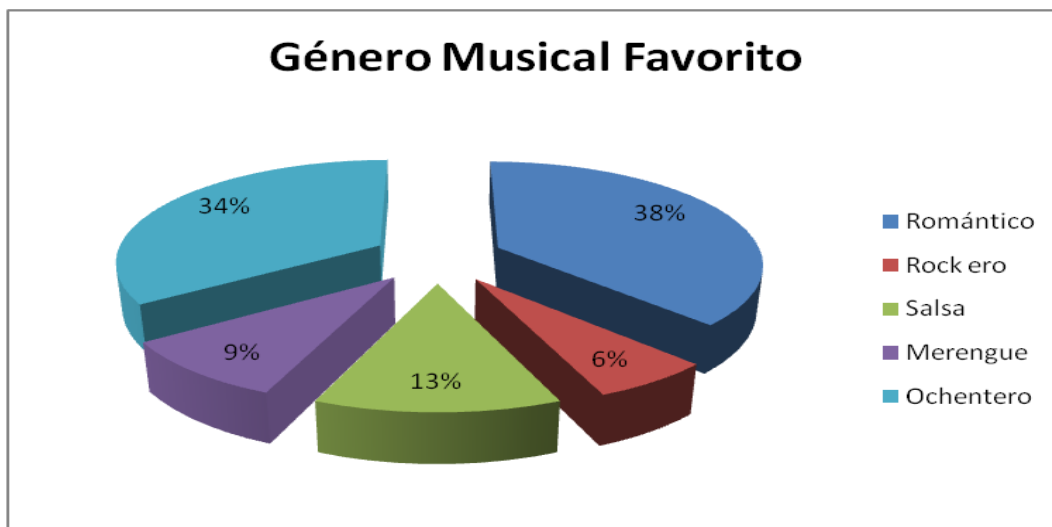
8 ¿Qué género musical le gustaría escuchar en su radio por internet?

Tabla 2.8

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Romántico	12	38
Rock ero	2	6
Salsa	4	13
Merengue	3	9
Ochentero	11	34
Total	32	100

Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales
Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Figura 2.8



Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales
Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Análisis e Interpretación del Gráfico

El género musical preferido por parte de los profesionales en comunicación es el romántico, seguido del género ochentero a continuación la salsa y el merengue, este criterio brinda una idea clara de los géneros que se debe seguir en orden jerárquico.

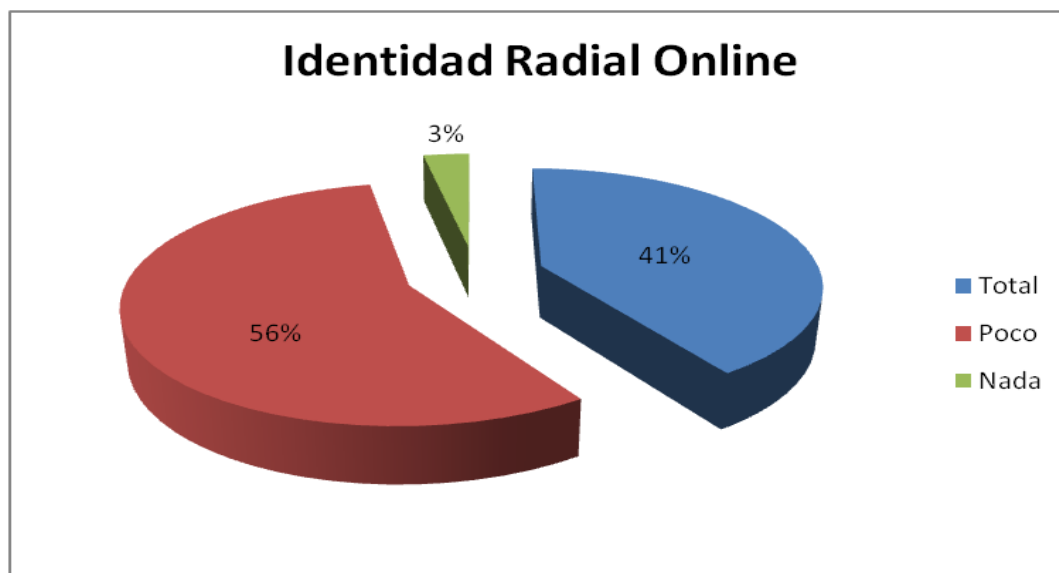
9 ¿Considera usted que las radios online poseen identidad propia?

Tabla 2.9

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Total	13	41
Poco	18	56
Nada	1	3
Total	32	100

Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales
Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Figura 2.9



Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales
Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Análisis e Interpretación del Gráfico

La mayor parte de los encuestados manifiestan que las radios online existentes no poseen una identidad propia, razón por la cual es importante la creación de una verdadera emisora en línea que contenga los parámetros y variables necesarios que le orienten a ser especial y sobresalga por encima de las demás con criterios claros y viables, en función de la excelencia e identidad propia.

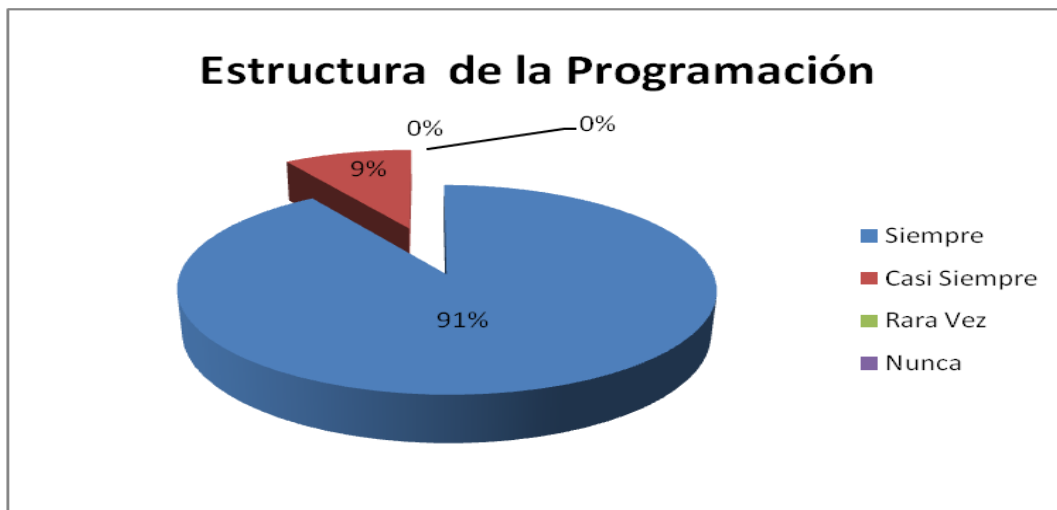
10 ¿Cree usted que la programación de una radio debe ser estructurada?

Tabla 2.10

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	29	91
Casi Siempre	3	9
Rara Vez	0	0
Nunca	0	0
Total	32	100

Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales
Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Figura 2.10



Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales
Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Análisis e Interpretación del Gráfico

La planificación y estructuración en el proceso de comunicación constituyen ser variables muy importantes ya que de esta depende en éxito de la misma, en tal virtud la mayor parte de los encuestados concuerdan en lo mismo y manifiestan que siempre debe existir una adecuada estructuración en la programación de la misma.

11 ¿Considera usted que uno de las variables menesteres de una radio en línea debe ser orientar a su gente?

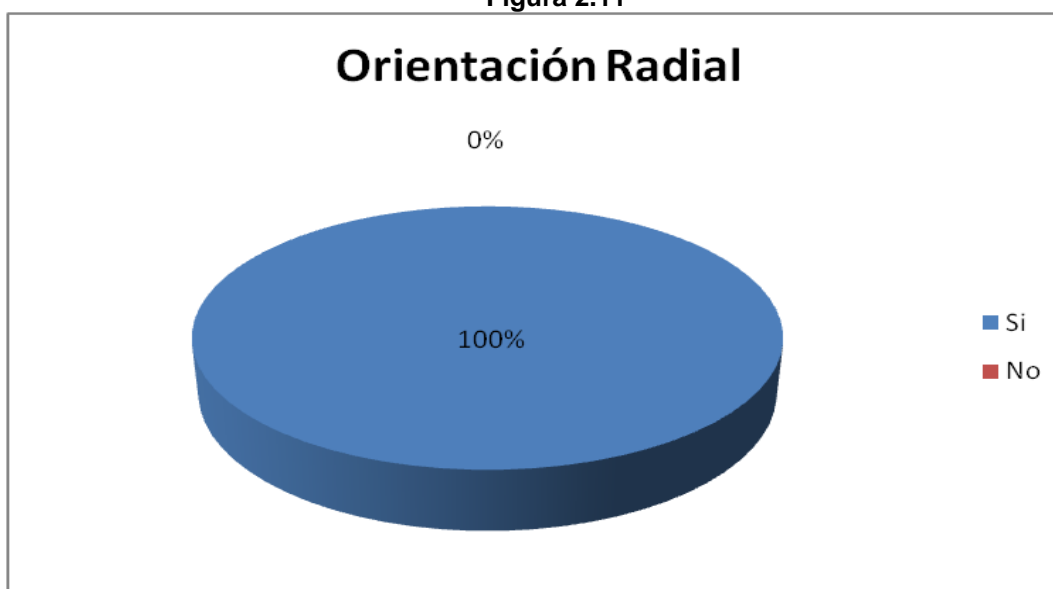
Tabla 2.11

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Si	32	100
No	0	0
Total	32	100

Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Figura 2.11



Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Análisis e Interpretación del Gráfico

La base de la comunicación es indivisiblemente la orientación a su gente, esta como parte medular de la radio y que mejor aun si va dirigida a su público en línea por internet, en consecuencia la totalidad de los encuestados opinan igual.

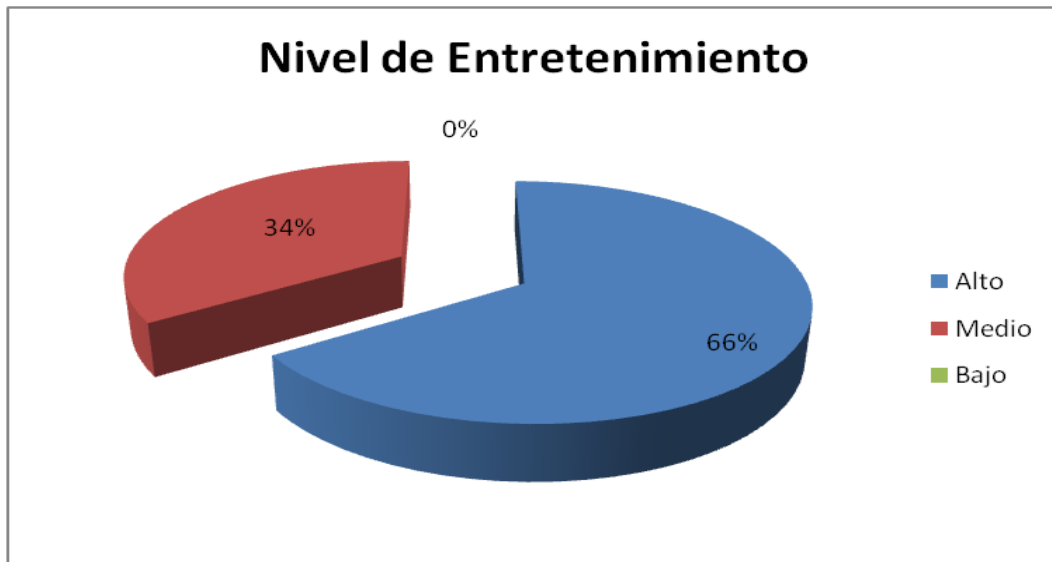
12 ¿En qué nivel considera usted que la radio debería impartir entretenimiento?

Tabla 2.12

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Alto	21	66
Medio	11	34
Bajo	0	0
Total	32	100

Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales
Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Figura 2.12



Fuente: Encuesta Comunicadores Radiales
Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Análisis e Interpretación del Gráfico

La radio es el medio por el cual las personas disfrutan de su programación, en consecuencia debe ser entretenida por excelencia, su ordenamiento debe estar en función de mantener felices a sus oyentes, en consecuencia el nivel de entretenimiento debe ser muy alto, de esta manera piensan los encuestados en un gran porcentaje.

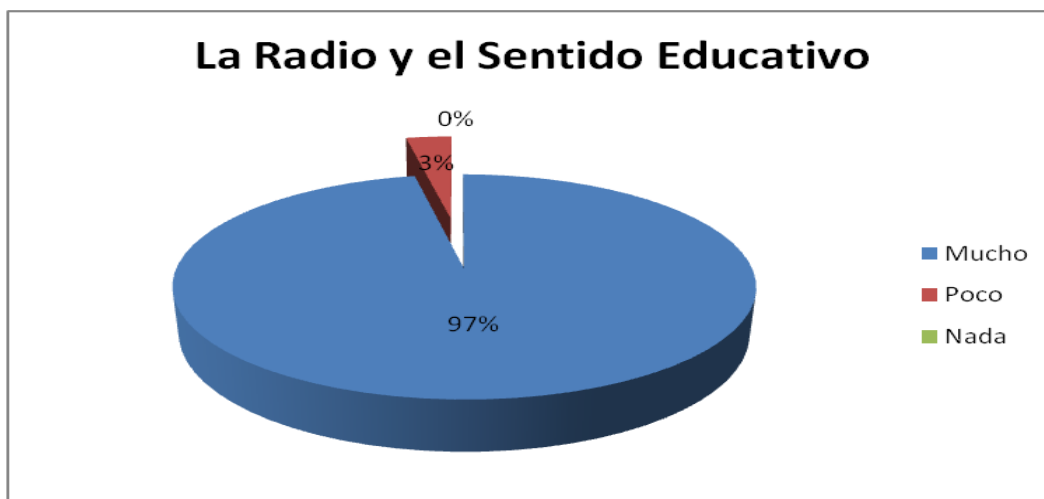
13 ¿Piensa usted que la radio en línea debe tener como prioridad el sentido educativo?

Tabla 2.13

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Mucho	31	97
Poco	1	3
Nada	0	0
Total	32	100

Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales
Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Figura 2.13



Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales
Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Análisis e Interpretación del Gráfico

Cualquier medio de comunicación debe tener como prioridad la educación en todos sus niveles, con mayor razón si dicha radio es abierta en línea a las masas, en consecuencia un gran porcentaje de los encuestados piensan de la misma manera, dando así una pauta del camino a seguir en la investigación.

14 ¿Cree usted que la radio online debe tener calidad en información?

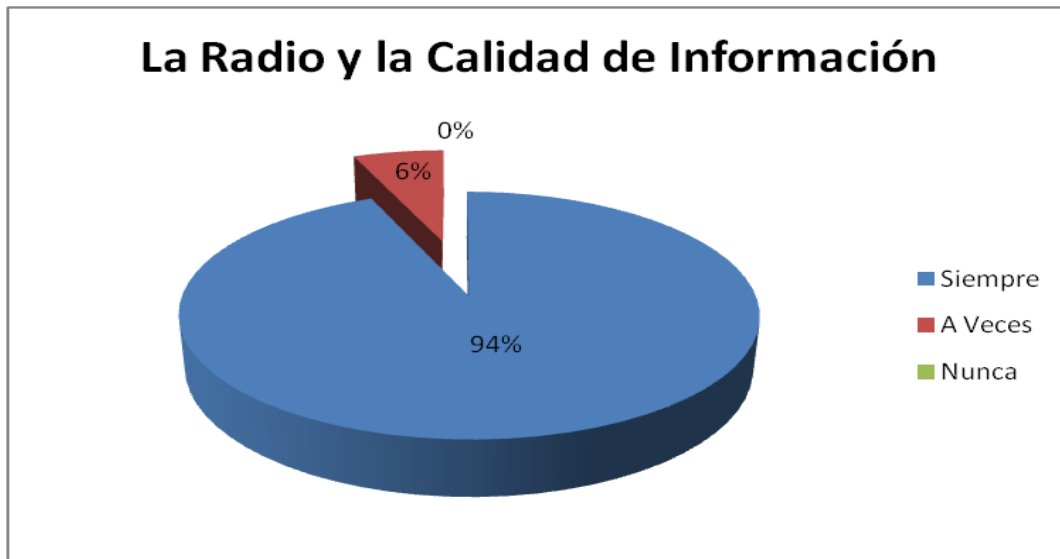
Tabla 2.14

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre	30	94
A Veces	2	6
Nunca	0	0
Total	32	100

Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Figura 2.14



Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales

Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Análisis e Interpretación del Gráfico

La información nunca debe ser amarillista, por el contrario debe estar orientada a la verdad, claridad, transparencia y sobre todo oportuna, en tal virtud los encuestados en su mayoría concuerdan con lo mismo, dando lugar así a un entendimiento en el sentido de calidad de información.

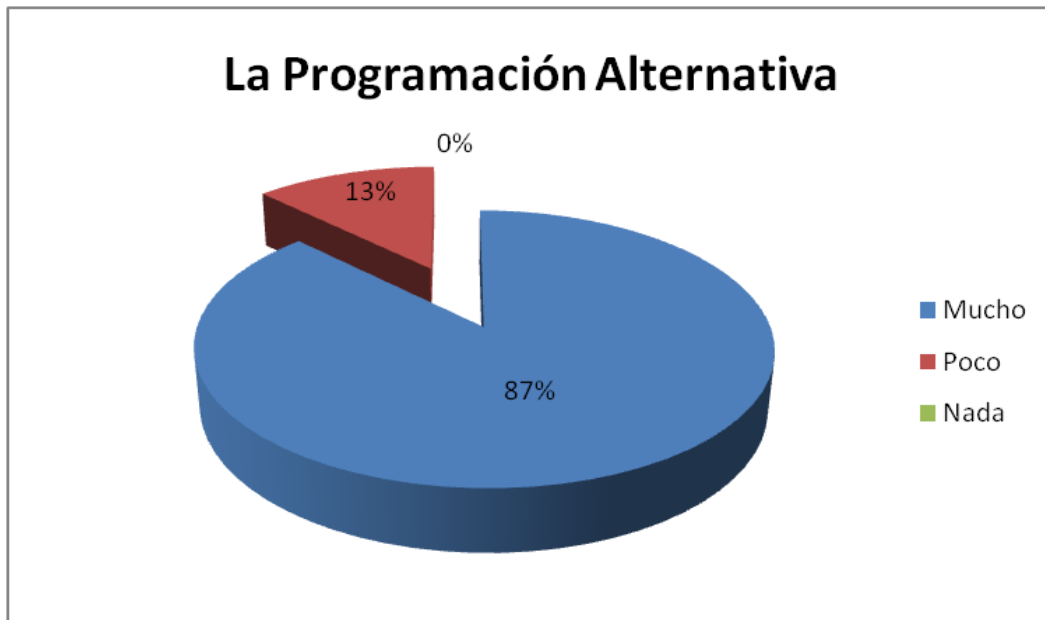
15 ¿Le gustaría a usted una radio online con una programación alternativa?

Tabla 2.15

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Mucho	28	97
Poco	4	13
Nada	0	0
Total	32	100

Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales
Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Figura 2.15



Fuente: Encuesta a Comunicadores Radiales
Elaborado por: Espinoza Hilda y Andrade Robinson.

Análisis e Interpretación del Gráfico

Casi la totalidad de los individuos analizados consideran que el sentido alternativo de programación radial es importante, por no decir imperante en el amplio contenido conceptual, razón por la cual se debe crear una radio en línea definitivamente alternativa en todos sus aspectos.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- El internet y la radio en línea, conocida también como online, se ha constituido en un medio tecnológico de avanzada referente a la comunicación.
- La importancia de las causas radiales, haciendo énfasis a los procesos de producción, recapitulan la calidad que se debe tomar en cuenta en el grado alternativo de programación de la misma.
- Se debe elaborar una propuesta de carácter informativa, educativa, musical, enmarcadas en un contexto de alto nivel de entretenimiento y llevada a las masas con y eficiencia y calidad.
- Se considera que los procesos de ejecución, producción y programación, deben ser en beneficio de los radio escuchas y con gran profesionalismo.
- Los públicos especializados (comunicadores sociales) tienen confusión al momento de interpretar los contenidos radiales en el campo académico, ya que, se limitan a contenidos con enfoque comercial, dejando a un lado el interés de los público oyente, ya que, estos sin

abandonar contenidos comerciales prefieren contenidos educativos como el radio teatro.

5.2 Recomendaciones

- Es necesario que los comunicadores tengan en cuenta que la tecnología es importante en el proceso radial, ya que se vive en un mundo agobiado por ella y que constituye ser de avanzada.
- Los comunicadores deben saber que la programación radial se basa en su planificación, en cuanto a horarios a través de las franjas, tipos de producción (spots, reportajes, radio teatro) y de programación (música, informativa, entre otras), la cual brinda la idea del sentido alternativo radial, en tal motivos se recomienda siempre lo novedoso.
- El radio escucha debe determinar la programación radial ya que se basa en su planificación, la cual brinda la idea del sentido alternativo radial, basado en propuestas educativas de alto nivel.
- El comunicador debe tener en razón la identidad de la programación ya que es imperante que en todos sus programas posea identidad, en tanto que el radio escucha se le recomienda programas basados en el mismo.
- Es importante que los comunicadores sepan elaborar, programar y producir la radio online de alto nivel, que vaya en proporción directa y de forma integral con las necesidades de sus oyentes, ya que estos constituyen el pilar fundamental de la misma.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1 Título de la Propuesta

“MANUAL PARA LA CREACIÓN, PROGRAMACIÓN Y PRODUCCIÓN DE LA RADIO ONLINE ROCK RADIO STATION COMO MEDIO ALTERATIVO DE COMUNICACIÓN”

6.2 Justificación

Se ha podido conocer, según la realización de la investigación y basándose en la exposición de la estadística que la tecnología hoy en día se ha constituido en una variable importante dentro de la vida de las personas en la que su actuar es sin duda directamente proporcional a la misma, en tal virtud el rol que desempeñan los comunicadores es menester en el amplio sentido de la palabra, ya que de estos depende la veracidad del mensaje oral en línea, apoyados por la vía actual y tecnológica como es el internet, en consecuencia es de vital importancia dar a conocer una propuesta alternativa válida que vaya de la mano con los requerimientos del nuevo milenio, en beneficio de los oyentes que merecen lo mejor.

Por otro lado La forma de creación, producción y programación en cualquier radio es muy importante ya que de esto depende la personalidad de la emisora, su enfoque y el grado alternativo de la misma, con mayor

razón si se sustenta en el pilar tecnológico que constituye ser su base. La calidad de sistematización brinda un factor común de encanto y magia que sin duda llega al escucha como notas musicales a sus oídos.

Es evidente notar que el aspecto musical y noticioso debe enmarcarse en el contexto educativo razón de ser de la presente propuesta en el amplio contenido ideológico y alternativo. En consecuencia las masas que constituyen ser las personas con exquisito gusto, desafortunadas por el mensaje de calidad serán las primeras beneficiadas con tan importante proposición.

Un noble aporte es el contenido científico que desarrolla la oferta alternativa ya que va encaminada y llena de tecnología que sin duda alguna desligada de efectos nocivos ecológicos, constituye ser una propuesta inmejorable que inclusive mejora la psicología de las personas, ya que se basa en una buena filosofía.

Se ventila las emociones ya que la proposición no contempla limitaciones económicas y cabe resaltar que todo gasto constituye una inversión si se mira el carácter alternativo y beneficio que esta brinda, llegando a la conclusión que cualquier esfuerzo es válido consecuentemente merece la pena.

6.3 Fundamentación

La Propuesta se basa fundamentalmente en los adelantos tecnológicos vigentes a la época, estos constituyen ser una base sólida en el desarrollo de la misma, en el instante mismo de la creación de una radio online se pone a prueba los pasos necesarios de la misma concatenados entre sí y en un

verdadero proceso de avanzada. La ciencia y la tecnología bien parecen ser hermanas que llevan de la mano y entrelazadas con la oferta planteada.

La Proposición está orientada a las masas, en consecuencia, se basa en sustentos y teorías psicológicas adecuadas a las mismas, las mismas sirven como cimiento fundamental del proceso de construcción; ya que se está tratando con personas dignas de una excelente propuesta, la consecuencia evidente bien parece ser el aspecto educativo imperante en el proceso.

Pensamiento filosófico, excelente concepto para dar paso a la base alternativa que es la razón misma de la proposición y la construcción de todos sus pasos en base a ella. No menos importante constituye ser el criterio de los investigadores, ya que de estos se deriva y a la vez se integra la diferencia radial, ya que la propuesta viene a determinar un tanto desemejante a las demás, con criterios en claros de pensamiento y obra.

6.4 Objetivos

6.4.1 General

Desarrollar técnicas de creación, producción y programación de la radio online, mediante el uso adecuado de la tecnología por internet, para lograr un alto contenido alternativo en las masas.

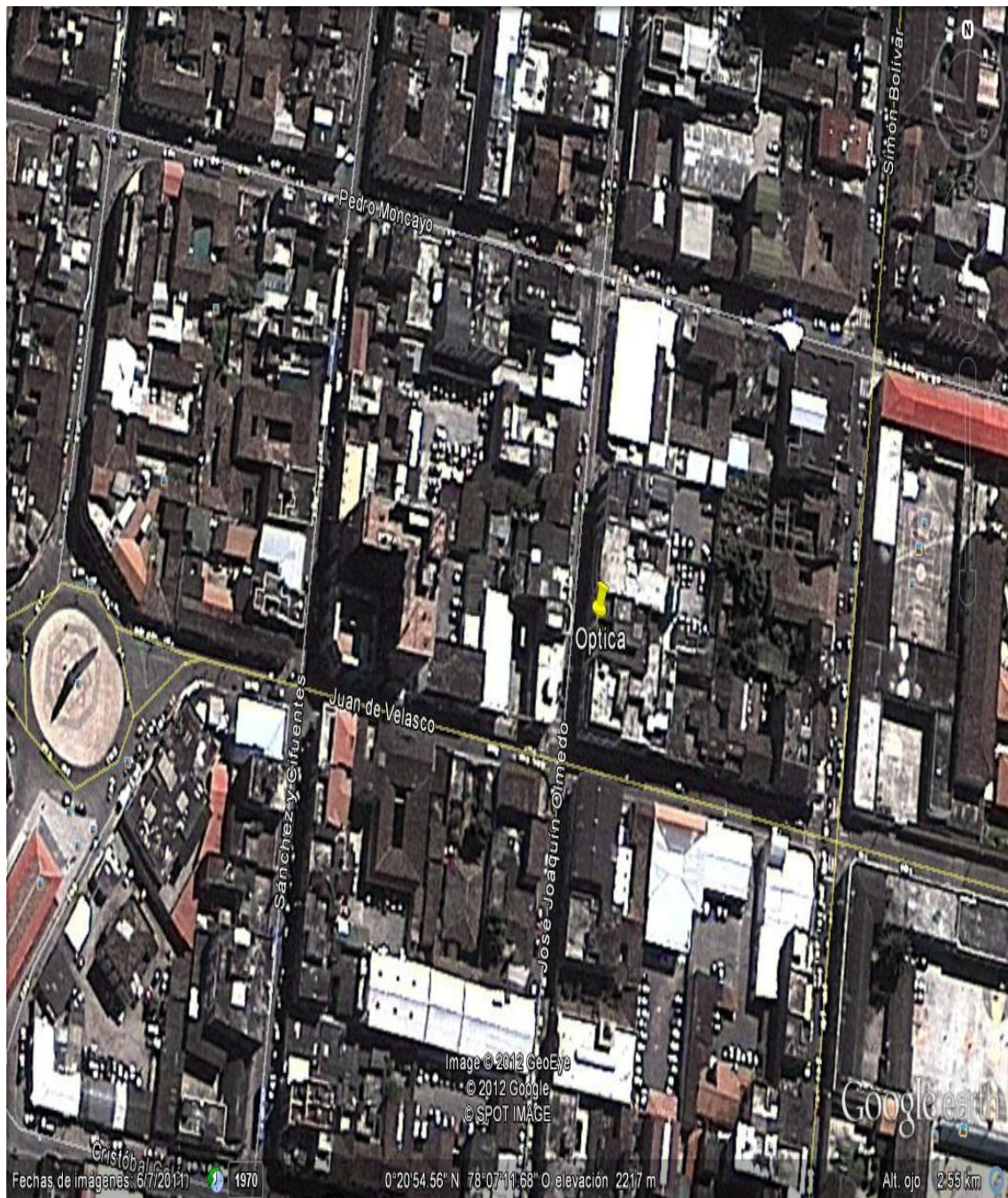
6.4.2 Específicos

- Implementar el Manual de técnicas y pasos para la creación de la radio online.

- Sustentar una excelente producción y programación selecta de contenidos radiales.
- Socializar el Manual de técnicas y pasos.

6.5 Ubicación Sectorial y Física

Rock Radio Station, se ubica en la ciudad de Ibarra, como punto central en las calles Olmedo 9-74 y Velasco.



6.6 Desarrollo de la Propuesta

6.6.1 La Creación

La creación de la radio online requiere algunos pasos importantes a seguir los cuales se expresa en forma general en el siguiente gráfico.



6.6.1.1 Pasos Detallados para la Creación

- Para empezar, se ingresa al internet, luego se entra a Google; es importante manifestar que los programas que se va a descargar son gratuitos y deben funcionar en la misma máquina, la cual será la que transmita posteriormente la programación al aire de la radio alternativa.

A continuación se presenta la imagen de entrada a internet.



- Una vez que se ha ingresado al internet, ir a la página [http://www.google./](http://www.google/), que es la apropiada para lo que se quiere lograr;

luego ingresar a www.delseibotechnology.com y se hace clic en streaming radio, clic en guía de inicio rápido, a continuación clic en guía de inicio rápido.

The image shows a screenshot of the Delseibo Technology website. The header features the company logo, a Skype logo with an "Add me to Skype" button, and contact information: "Ventas: 1-347-903-002", "Soporte: 1-305-890-473", and "hosting@delseibo.com". A navigation bar includes links for "Centova Control Panel", "Inicio", "Hosting", "Dominios", "Streaming Radio", "Soporte", "Empresa", and "Contacto". A dropdown menu is open under "Streaming Radio", listing options: "¿Cómo Funciona?", "Planes y Precios", "Guía de inicio Rápido", "Reseller Streaming (Revendedores)", "Videos Tutoriales", "Players Disponibles", "Equipamiento Radio & Televisión", and "Probar Velocidad". The main content area features a "Web Hosting Profesional" advertisement for "Alojamiento Web Compartido" with specifications: "Espacio en el disco - 5GB Ahora - 8GB", "Dominio - 1", "Funciones - Web mail, PHP5, MySQL, FTP y más", "Full Web Control Panel - Cpanel", "Tráfico al mes - 50GB Ahora - 150 GB", "30 Días de garantía o devolución de dinero", and "SOPORTE! 24 horas/365 Días". It also mentions "99% Uptime Garantizado", "Linux", and "Setup Gratis & Entrega de 1 a 24 horas". A large yellow arrow points to a "Infórmate Aquí" button with the text "Contrata tu hosting ya!". A smiling woman is visible on the right side of the advertisement.

- Hacer clic en como instalar y configurar SHOUTcast con WINAMP, luego haga clic en Descargar Winamp disponible en inglés y español, puesto que el programa shout cast se instala en la carpeta de winamp.

Firefox

Cómo instalar y configurar SHOUTcast con ...

https://delseibowebhosting.com/support/?cmd=knowledgebase&action=article&id=57

Google

AVIRA Web Protection Actualización diaria Seguridad del navegador

Buscar

Delseibo Technology Advanced Technologies

skype User: delseibotech

Ventas: 1-347-903-002 Soporte: 1-305-890-473

hosting@delseibo.com

Centova Control Panel Hosting Dominios Streaming Radio Soporte Empresa Contact

Regístrame | Entrar A Mi Cu

Página De Inicio ¡Ordena Ahora! Area De Cliente Soporte

Página de asistencia Tickets Temas de Ayuda Servidores de estado

Español

Cómo Instalar Y Configurar SHOUTcast Con WINAMP

[Temas De Ayuda](#) > [Streaming Radio](#) > Cómo instalar y configurar SHOUTcast con WINAMP

SHOUTcast es una tecnología de streaming auditiva, desarrollada por Nullsoft. SHOUTcast utiliza la codificación MP3 de contenido auditivo y (Hyper Text Transfer Protocol) como protocolo para transmitir radio por internet.

En primer lugar descargar WINAMP Y SHOUTCAST

1. Descargar - [Winamp disponible en ingles y español](#)
2. Descargar - [SHOUTcast en ingles y español](#)

SHOUTCAST DJ: es un plugin que le permite al **WINAMP** conectarse a un servidor y transmitir música a través del envío de bytes

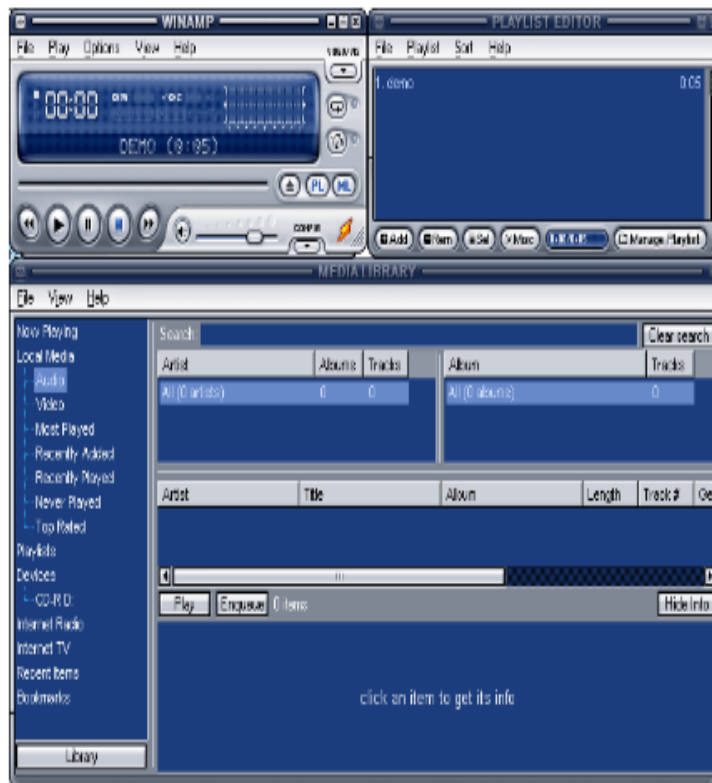
- Sale la imagen descarga gratis Free



Descarga: Reproductor Winamp En Ingles Y Español

[Temas De Ayuda](#) » [Streaming Radio](#)» Descarga: Reproductor Winamp en Ingles y Español

Descarga gratuita del reproductor más potente y utilizado del mundo.
Una de la muchas herramientas para transmitir su contenido de audio por internet.



Descargar ahora! Gratis, FREE

- Se realiza un clic en FREE DOWNLOAD, para iniciar la descarga.

Aol | AOL | Developer Network | Docs | Twitter | Winamp Toolbar | Winamp in Other Languages • Sign In / Register

Winamp | Add-ons | Blog | Forums | Help

WINAMP powered by

Search for Add-ons, Help and More **SEARCH**

Home • **Media Players** • Songs • Plug-ins • Online Services • Radio • Community • Extras • Help

Download Winamp Media Player 5.6

Language Detected: English | Operating System Detected: Windows 7

Winamp Standard

FREE
File size: 11 MB

Include MP3 bundle (File Size 22 MB)
[View list of bundled MP3's](#)

FREE DOWNLOAD

What's New in Winamp 5.6?

- Wireless desktop sync with [Winamp for Android](#)

Winamp Pro

19.99 USD
File size: 16 MB

GO PRO!

Why Go Pro?

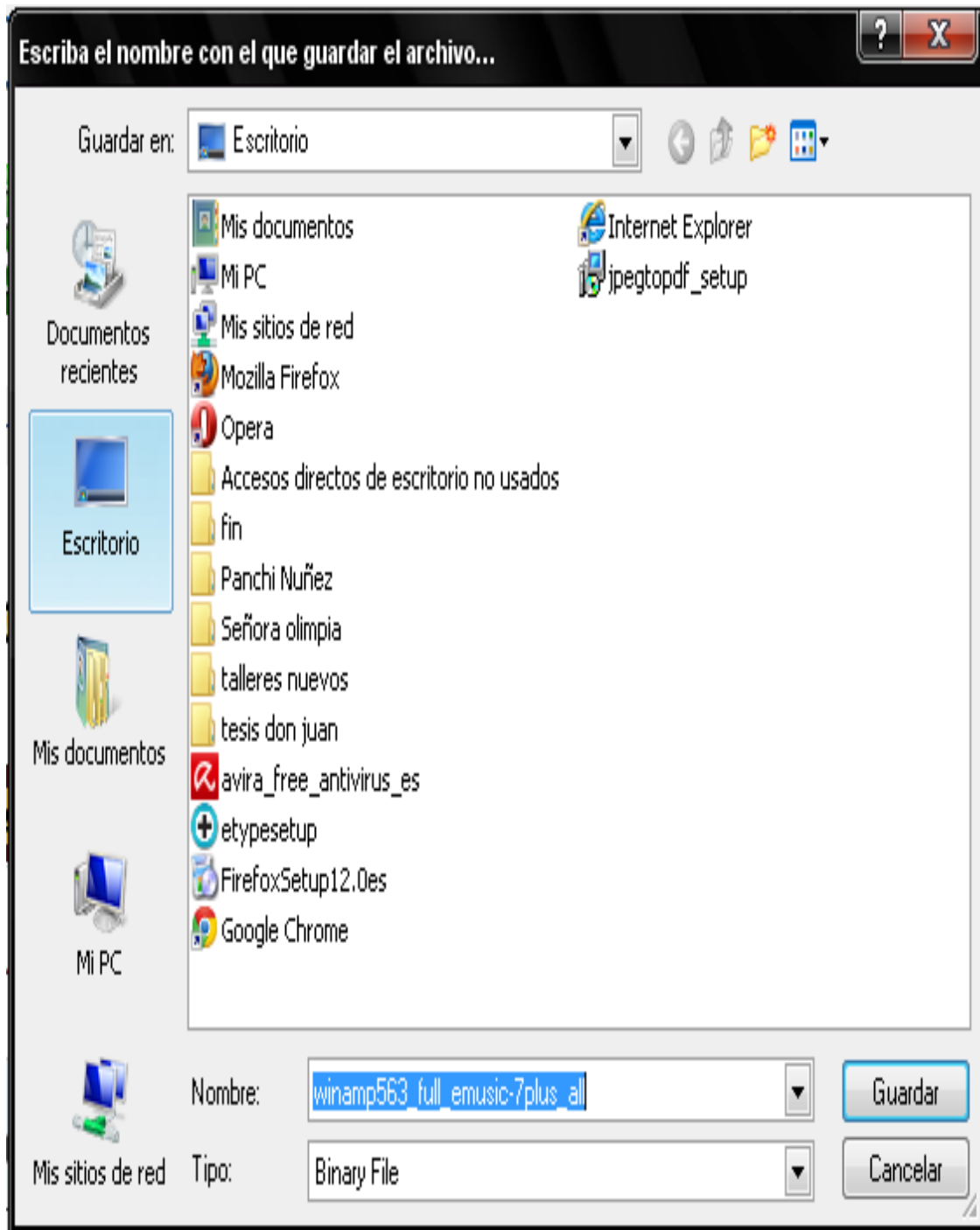
- Native video support including the most popular file formats for 1080p encoded video

realtime for sneak peek

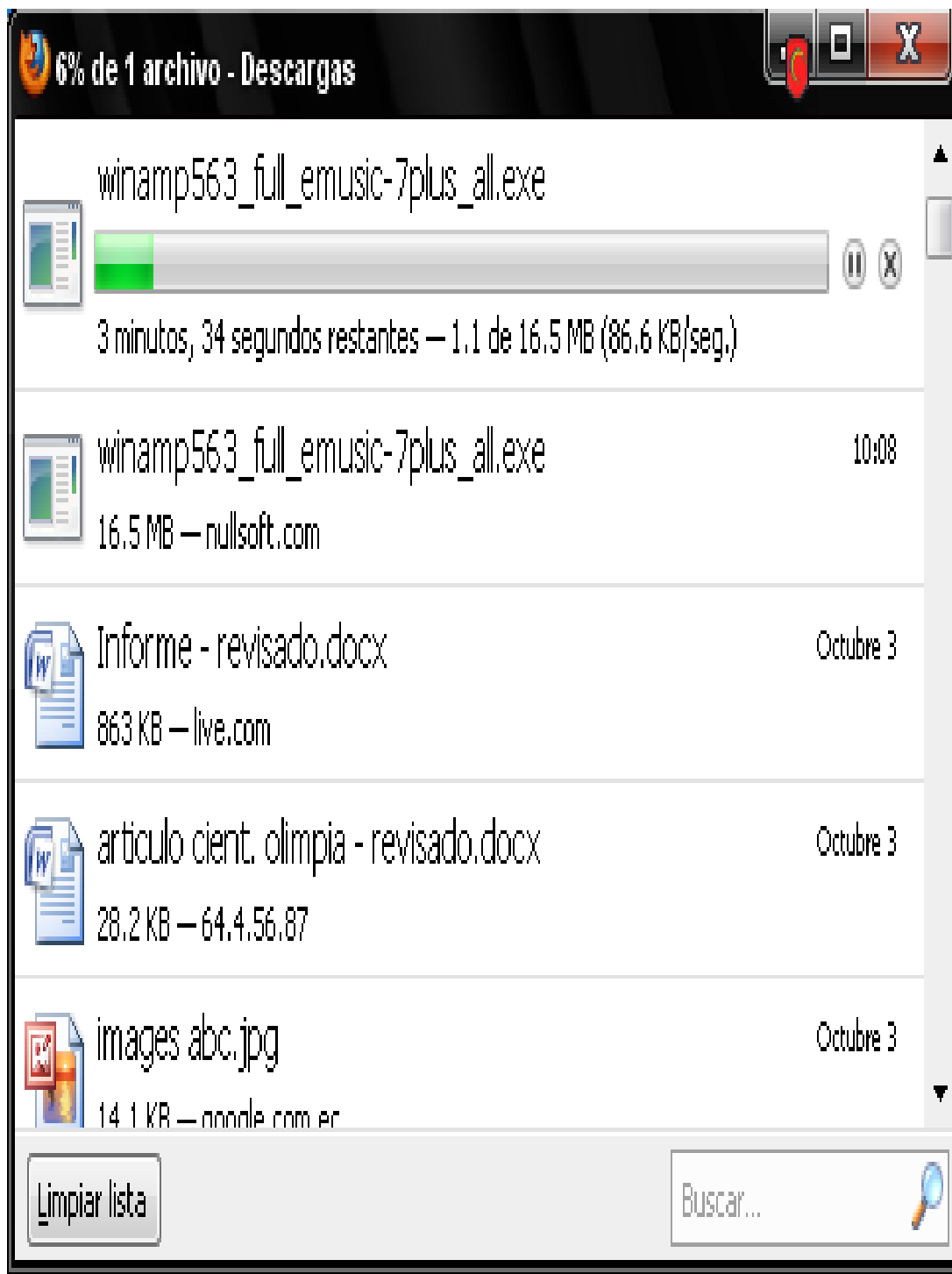
Winamp | [Winamp Pro](#) | [Winamp Standard](#) | [Winamp for Android](#) | [Winamp for iOS](#) | [Winamp for Linux](#) | [Winamp for Mac OS X](#)

Would you like to receive the Winamp Newsletter?

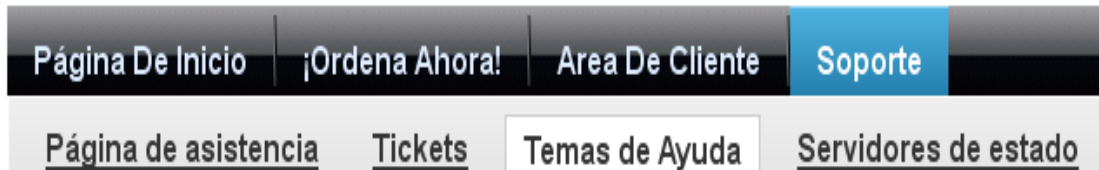
- Seleccionar el lugar donde se desea guardar los instaladores y se acepta, el mismo, realizar el mismo proceso con el programa Shoutcast.



- Seleccionar la opción guardar y se inicia la descarga



- Se regresa al navegador de internet, hacer clic en streaming radio, como indica la mano del internet



Descarga: Reproductor Winamp En Ingles Y Español

[Temas De Ayuda](#) » [Streaming Radio](#)» Descarga: Reproductor Winamp en Ingles y Español

Descarga gratuita del reproductor más potente y utilizado del mundo.
Una de la muchas herramientas para transmitir su contenido de audio por internet.



Descargar ahora! Gratis, FREE

- Hacer clic en descargar plug-in Shouth cast DSP para Winamp 5X.



Temas De Ayuda: Streaming Radio

[Temas De Ayuda](#) » [Streaming Radio](#)

Articulos bajo Streaming Radio

[Cómo instalar y configurar SHOUTcast con WINAMP](#)

SHOUTcast es una tecnología de streaming auditiva, desarrollada por Nullsoft. SHOUTcast utiliza la codificación MP3 ...

[Descarga: Zara Radio Programa de automatización de Radio](#)

ZaraStudio es una aplicación software destinada a automatizar emisiones radiofónicas, aunque sus características ...

[Descarga: Reproductor Winamp en Ingles y Español](#)

Descarga gratuita del reproductor más potente y utilizado del mundo. Una de la muchas herramientas para transmitir su ...

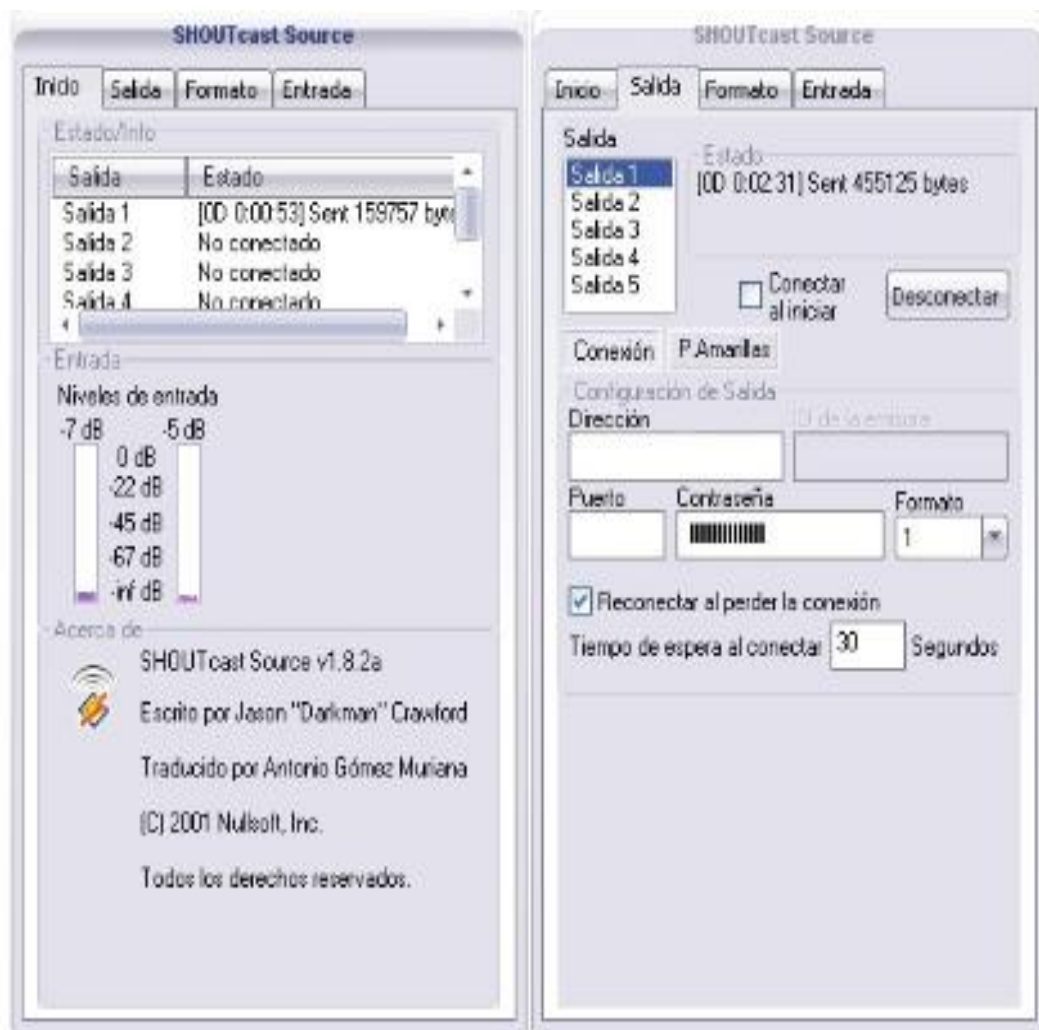
[Descarga: Plug-in, Shoutcast DSP para Winamp 5.x](#)

(Plug-in) que necesita para poder transmitir música y voz desde el Winamp. Debe tener el winamp instalado ...

[Descarga: SAM Broadcaster Programa de automatización de Radio Profesional](#)

This is streaming internet radio software with a punch. SAM Broadcaster delivers professional sound with crossfading, ...

- Haga clic en Descargar versión español.



Ultima Versión 2.1.1 [Descargar \(idioma ingles\)](#)

Versión 2.0.2 [Descargar \(idioma ingles\)](#)

Versión 1.9.1 [Descargar \(idioma ingles\)](#)

Versión 1.82

[Descargar! Versión en Ingles](#)

[Descargar! versión en Español](#)

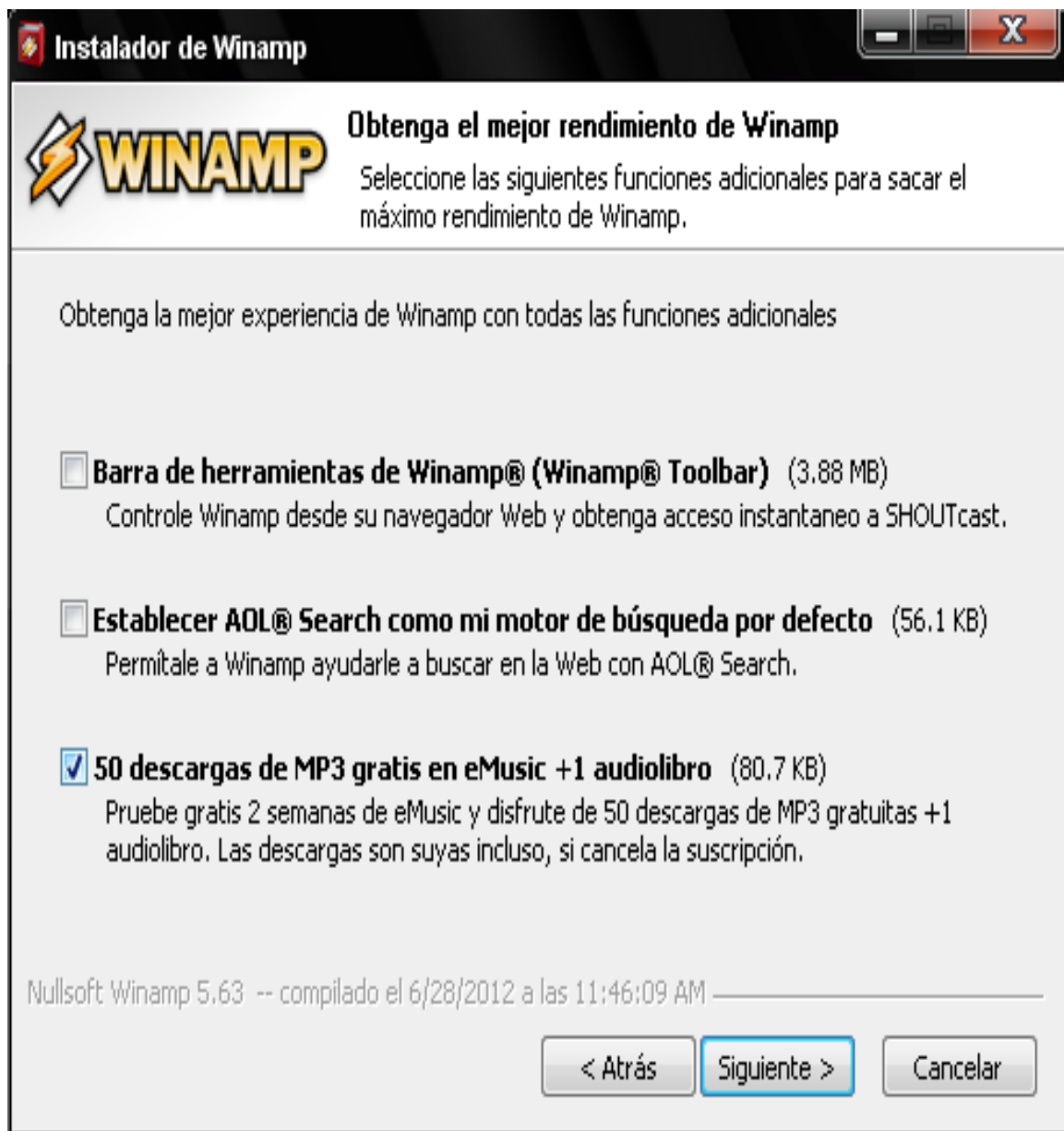
- Se despliega una ventana y se da clic en guardar archivo.



- Seleccionar el ícono guardar, va automáticamente a descargas y luego se descarga, regresar al escritorio y hacer doble clic en el instalador del Winamp.



- Se despliega una ventana del programa para la instalación del Winamp, se hace clic por cinco veces consecutivas en la opción next, quitar los tres vistos de las opciones dadas en la imagen que a continuación se presenta ya que no son importantes, a continuación se hace clic en next y empieza a instalarse el programa.



- Realizar un clic en la opción finish.



- A continuación se despliega otra ventana donde debe hacer clic en next por tres veces consecutivas y luego en finish, ignorando poner el email a continuación se carga completamente el programa.



- A continuación cerrar el programa y proceder a instalar el shoutcast, haciendo doble clic en el instalador.



- En la siguiente ventana pulsar clic por cuatro veces consecutivas en consecuencia en finish.



- A continuación se presenta los pasos para configurar el Shoutcast.

Siguientes pasos:

- 1. Configurar nuestro panel de control**
- 2. Configurar el SHOUTcast Plug-in**
- 3. Probar Nuestra Radio**

Server IP: 0.0.0.0
Puerto (Port) 0000
Username: Tu nombre de usuario
Password: Contraseña de tu señal

- Ingresar al navegador de internet y poner la siguiente direccion:

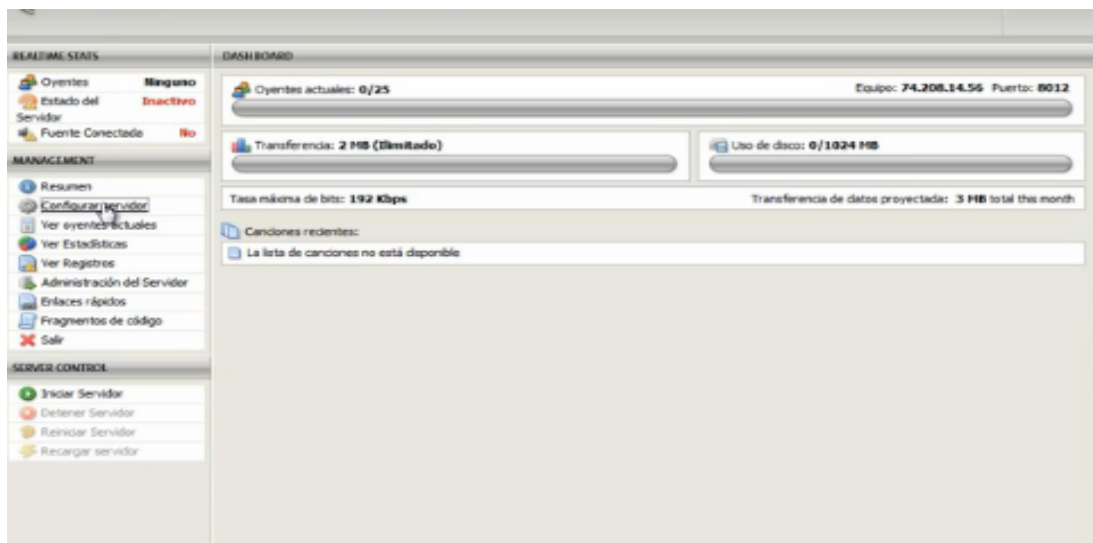
www.stream25.com



- Se despliega una ventana donde se debe colocar el usuario y la clave, además pulsar clic en ingresar.



- Clic en configurar servidor.



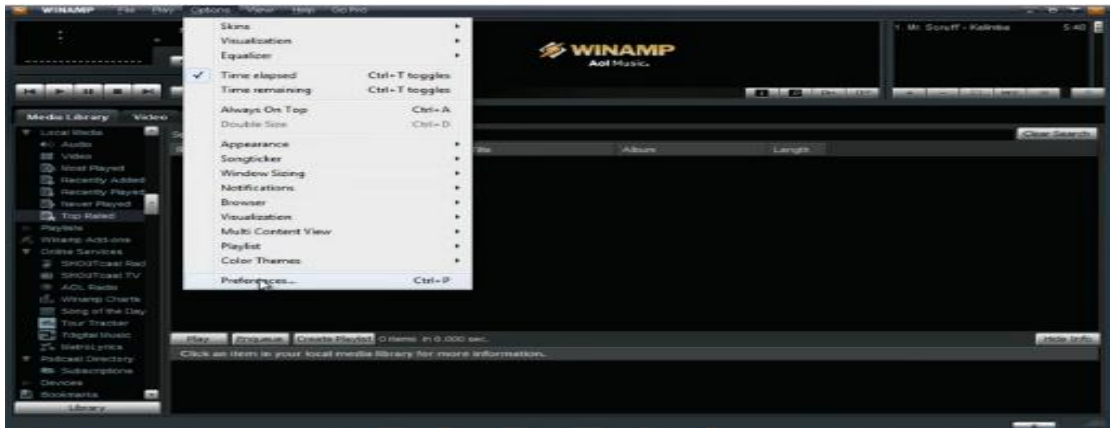
- Ingresar los datos, pulsar clic en actualizar y en el panel de control clic en actualizado.



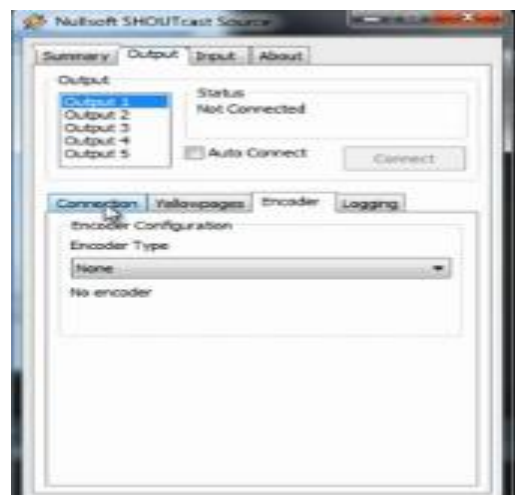
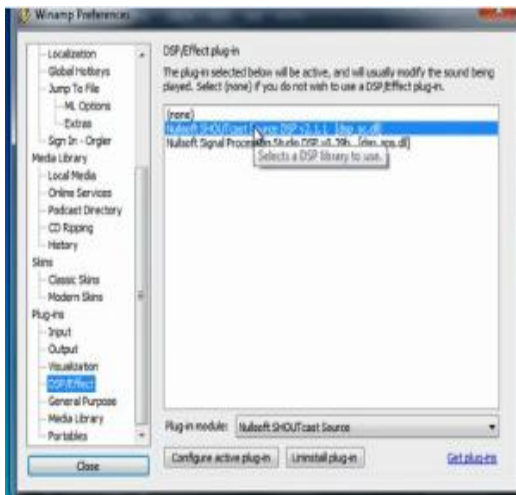
- En la siguiente ventana pulse clic en restaurar.



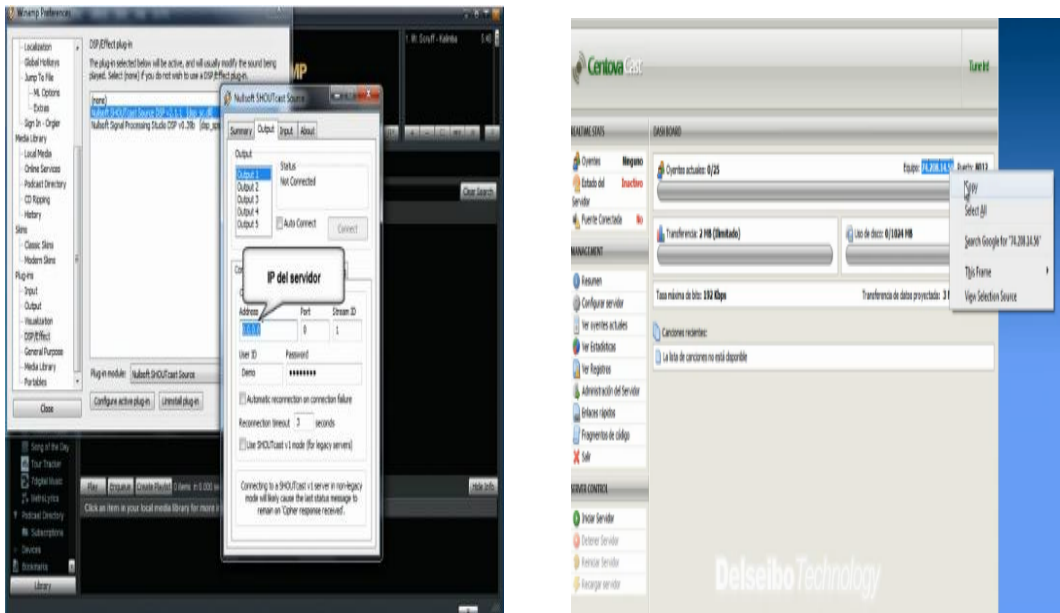
- Regresar al escritorio, abrir el programa Winamp, aparece un mensaje de llevar la música a la librería el mismo que se ignora, a continuación pulse clic en opción y otra vez en la sub ventana Preferences.



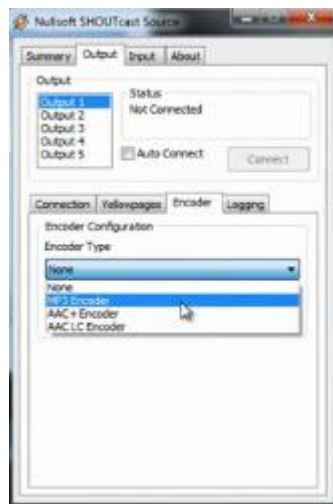
En la parte izquierda de la ventana hacer clic en DSP /efects, luego Semodificar losdatos haciendo clic en ouput y en correction.



- Haga clic en address, port, User ID y password y modificar con los datos de la siguiente página, luego colocar un visto en automatic y otro visto en use shoutcast.



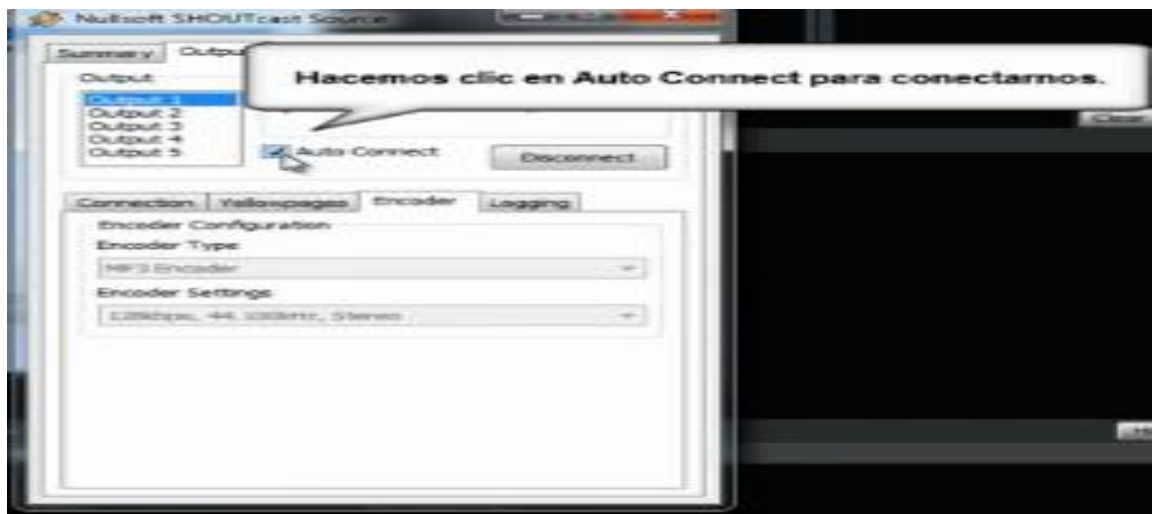
- Pulsar un clic en encender, luego seleccionar el formato de transmisión que se quiere, para eso seleccionar MP3 encender.



- Como ya se va a transmitir, se hace clic en iniciar servidor luego en retornar y por último en fuente conectada.



- Poner visto en auto correct, se comienza a cargar Status.



- Cerrar la ventana, salir de la pantalla del Winamp, a continuación se va a tocar una canción para verificar el nivel con el shoutcast en los iconos input, output y summary.

Se puede ver que la transmisión online empieza.



- Finalmente se presenta la Radio online terminada.



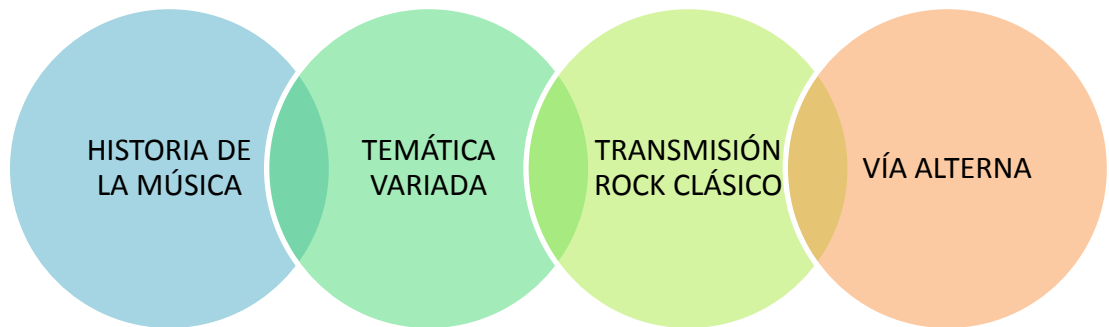
6.6.1.2 Materiales Importantes de la Radio Online

Material	Costo
Micrófono electro voice R20	1100
Consola de estudio 12 canales	550
Parlantes monitores	900
Monitor LSD	600
Computador	1200
Tarjeta de sonido	350
Modem ADSL internet	50 mensual
3 micrófonos Shure PG	360
Computador portátil	1200

6.6.2 La Programación

La Propuesta, como modelo especializado, por la explotación de contenidos monotemáticos dentro del contexto musical, se especializa por la música clásica en general, por tanto, en él se engloban todas aquellas canciones de los años setentas, ochentas y noventas y de la nueva era, constituyéndose así su modelo de oferta alternativa. La radio fórmula, como base de la Propuesta mantiene una estructura formal repetitiva, que actúa a la manera de un sólo programa durante las 24 horas del día.

➤ Programa Vía Alterna



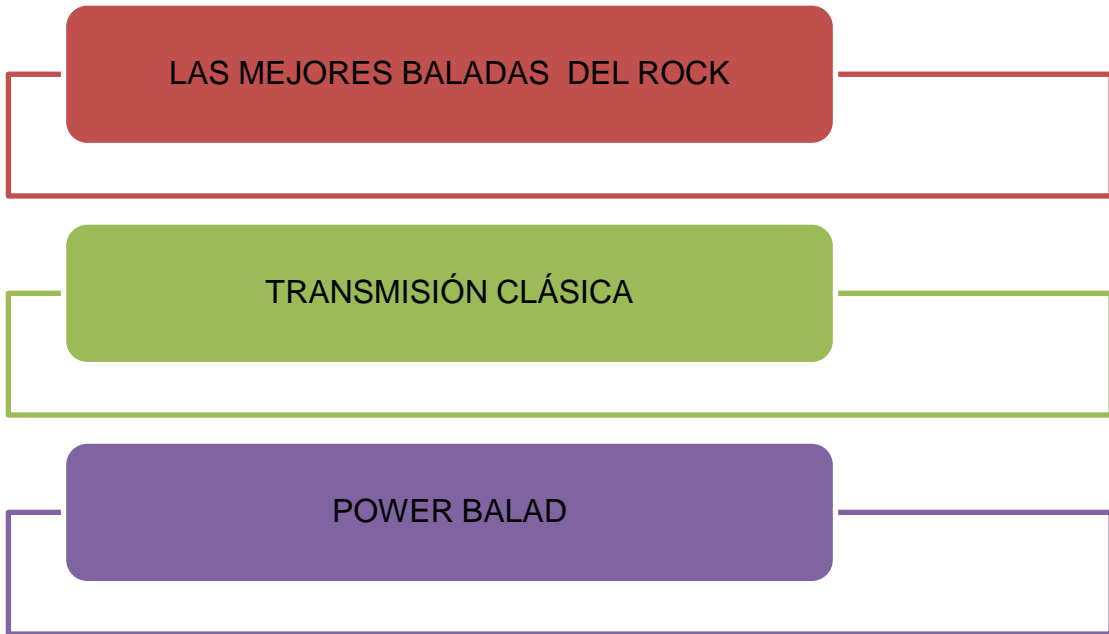
➤ **Programa Fiesta Animal**



➤ **Programa Conexión Rock**



➤ **Programa Power Balad**



➤ **Programa Planeta Rock**

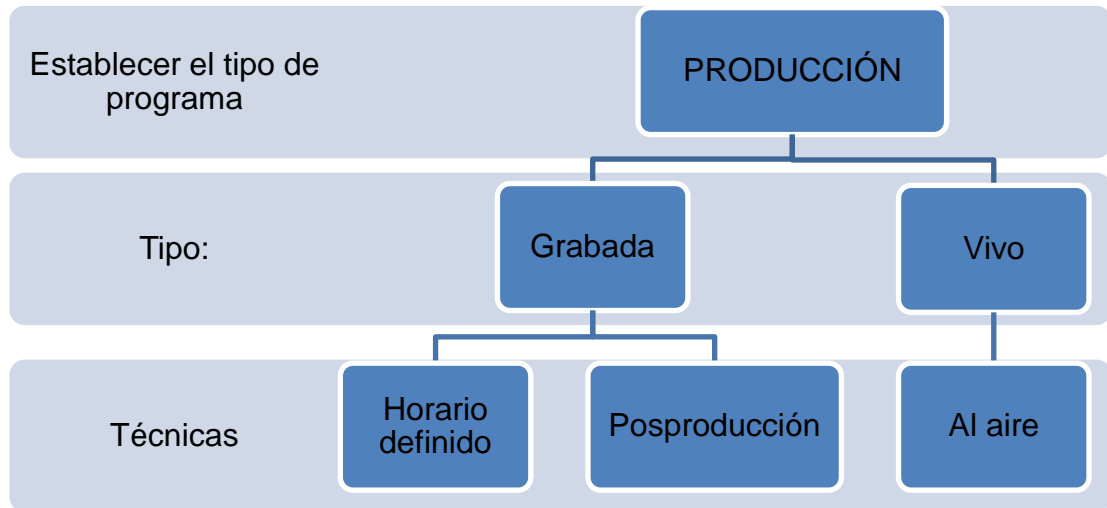


➤ Programa Rock & Radio

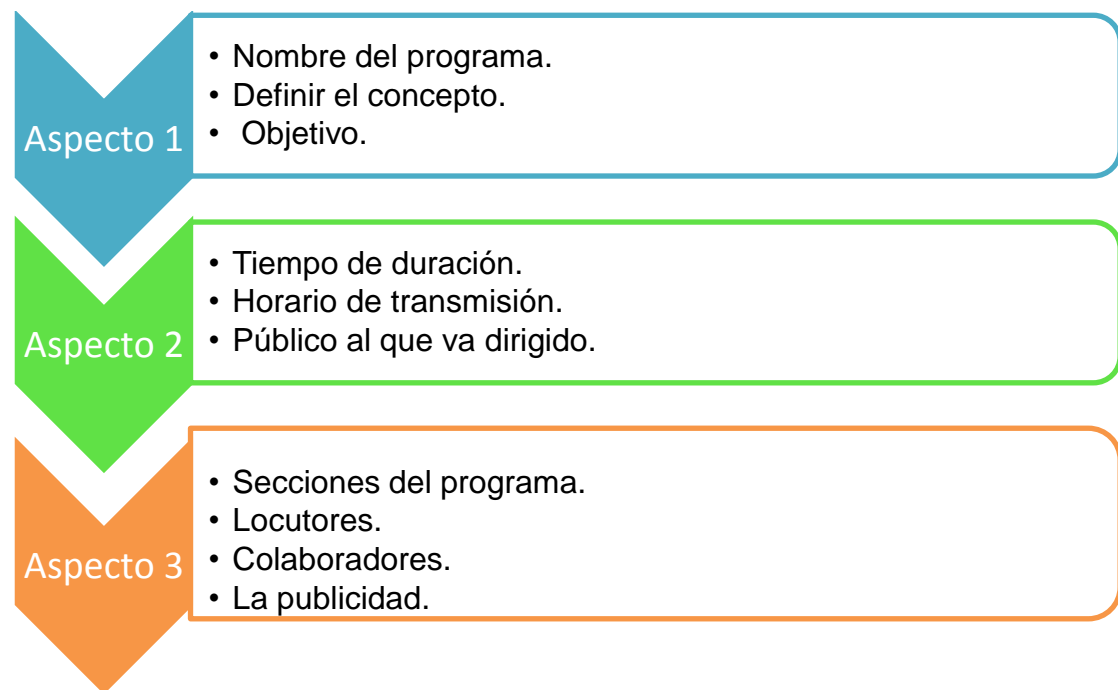


6.6.3 La Producción

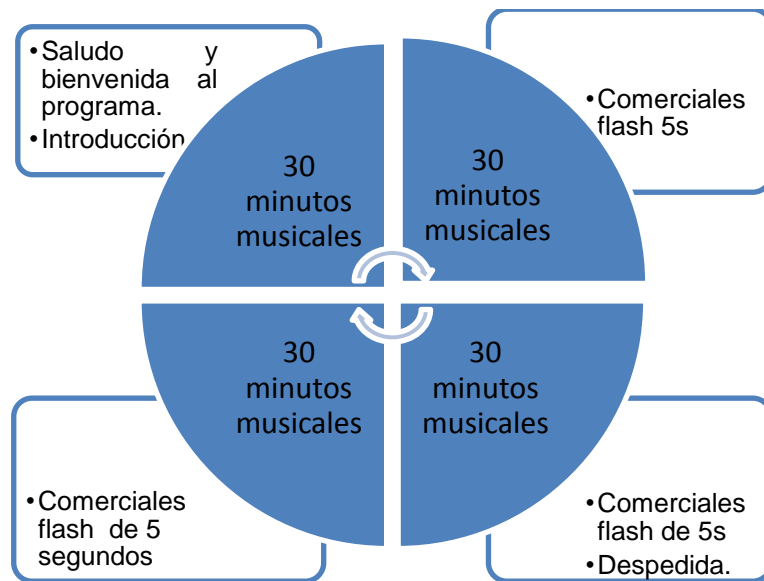
a) El tipo de programa a realizar se detalla a continuación.



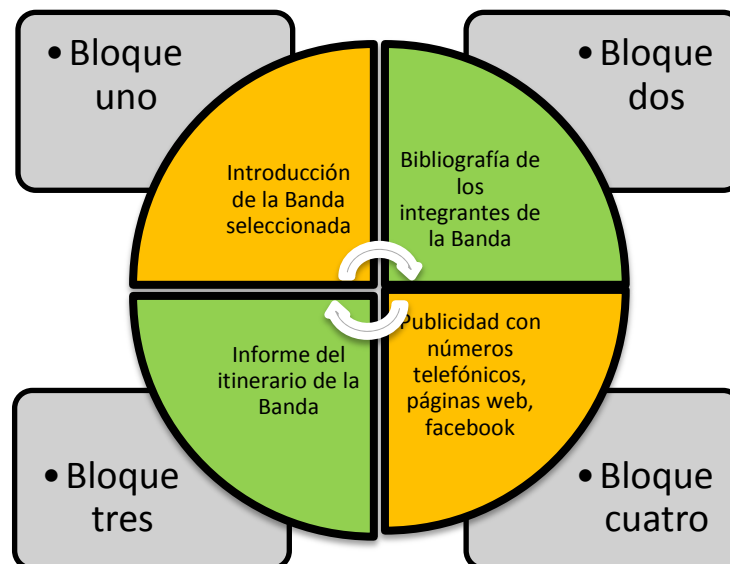
b) Tomar en cuenta los siguientes aspectos:



c) Planificación de tiempos de los programas.



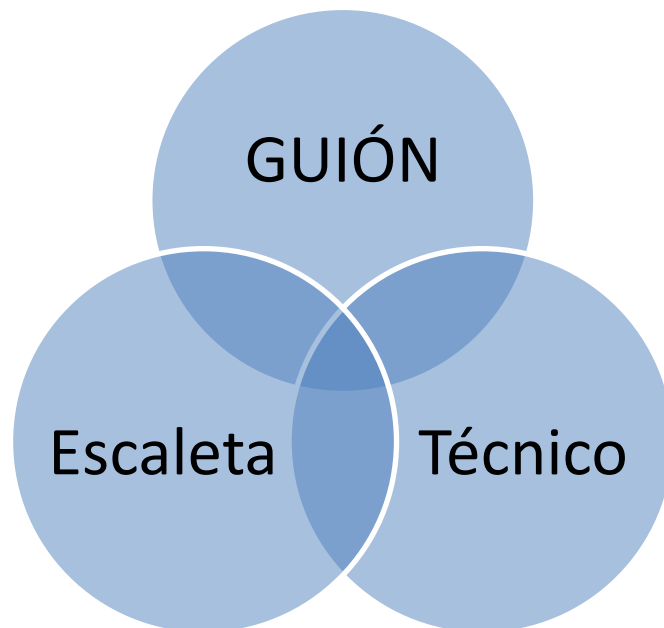
d) Modelo de asignación de contenidos.



Realizar un breve comentario personal entre nota y nota; Todo esto sustentado hasta la saciedad en cada bloque con música clásica de la banda.

e) Realización de Guiones

Recordando que hay dos tipos de programa, el grabado y el que es en vivo. Se recomienda dos formatos de guión, cada uno se adapta al tipo de programa. Para el programa en vivo el guión escaleta o de continuidad. En este formato solo se establece la continuidad del programa, el locutor debe improvisar los contenidos, desde luego tiene que tener conocimiento de lo que va a decir; Para el programa grabado es recomendable el guión técnico. En este tipo de guión se establecen las indicaciones técnicas y de voz que se va a grabar en la producción radiofónica. Antes de grabar o sacar al aire un programa, es necesario escribir un guión o libreto, el guión es como la receta de cocina, en él se encuentra las especificaciones de los ingredientes, de la forma y los contenidos de los programas. Es la guía que ofrece los procedimientos y describe los elementos que se va a mezclar en un programa.





Modelo del Guión Escaleta.

Nombre del programa-----

Realizador-----

Duración-----

Fecha de transmisión-----

Locutor (es) -----

RÚBRICA DE ENTRADA	TIEMPOS
1.Bienvenida	
2.Lectura de encabezados	
3.Información general de la banda	
4.Comercial flash	
5.Bloque musical	
6.Información bibliográfica del conjunto	
7.Bloque musical	
8.Itinerario laboral del grupo	
9.Comercial flash	
10.Bloque musical	
11.Comercial flash	
12.Bloque musical	
13.Comercial flash	
14.Despedida	
RÚBRICA DE SÁLIDA	



Modelo del Guión Técnico.

Nombre del programa-----

Realizador-----

Duración-----

Fecha de transmisión-----

Locutor (es) -----

FADE IN

TEMA:Biografía del grupo Pink Floyd.

Loc 1: **Pink Floyd** esta conformado con Nick Mason en la batería, Roger Waters en el bajo y como cantante, Richard Wright.

Loc 2: En sus inicios participan en varios espectáculos donde dieron a conocer su revolucionaria forma de entender la música.

Loc 1: Lanzan su primer album llamado The Piper at the Gates of Dawn.

Loc 2 : En 1968 **Pink Floyd** publica su segundo disco completo.

Loc 1: The Wall , fue uno de los últimos discos de los Pink Floyd.

FADE OUT

➤ **Programación General**

Horas	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
8 a 10	Planeta Rock	Planeta Rock	Planeta Rock	Planeta Rock	Planeta Rock	Fiesta Animal
	NN	NN	NN	NN	NN	Tapia Amparo
10 a 13	Vía Alternativa	Vía Alternativa	Vía Alternativa	Vía Alternativa	Vía Alternativa	Vía Alternativa
	Robinson Andrade	Robinson Andrade	Robinson Andrade	Robinson Andrade	Robinson Andrade	Robinson Andrade
13 a 15	Conexión Radio	Conexión Radio	Conexión Radio	Conexión Radio	Conexión Radio	Conexión Radio
	Kevin Andrade	Kevin Andrade	Kevin Andrade	Kevin Andrade	Kevin Andrade	Kevin Andrade
15 a 17	Power Balad	Power Balad	Power Balad	Power Balad	Power Balad	Power Balad
	Carolina Espinoza	Carolina Espinoza	Carolina Espinoza	Carolina Espinoza	Carolina Espinoza	Carolina Espinoza
17 a 19	Rock & Radio	Rock & Radio	Rock & Radio	Rock & Radio	Rock & Radio	Rock & Radio
	NN	NN	NN	NN	NN	NN
19 a 21	Escuderos del Rock	Escuderos del Rock	Escuderos del Rock	Escuderos del Rock	Escuderos del Rock	Escuderos del Rock
	Jonathan Burbano	Jonathan Burbano	Jonathan Burbano	Jonathan Burbano	Jonathan Burbano	Jonathan Burbano

➤ **La Publicidad**

Modelos de Spot Publicitario

- Zapatito cochinito cambia de estación, únete al mundo del Rock Radio Station, una estación de mente, emitimos nuestra señal desde el centro del planeta Ecuador hacia todo el universo, Rock Radio Station.
- En Rock Radio Station, no existen reglas, está prohibido prohibir.
- En la era de la comunicación global nace una radio con estilo propio, Rock radio Station, la otra forma de escuchar radio.

6.7 Impactos

6.7.1. Impacto Educativo

El impacto educativo, es definitivamente alto en forma positiva ya que los comunicadores serán capaces de poseer en sus manos una alternativa válida con un proceso de cambio significativo en la difusión del mensaje radial; con responsabilidad en su rol laboral, orientación, conocimiento adquirido; siempre en función de los interesados, que para este caso en particular son radio escuchas. La calidad educativa que brindará la proposición presentada es de nivel superior a las demás ya que constituye ser la base de la misma.

6.7.2. Impacto Tecnológico

La presente investigación generará un impacto positivo en el contexto tecnológico en gran manera ya que propende exclusivamente el manejo de tecnologías adecuadas que van en beneficio de las masas e incentivarán el manejo de las mismas en forma clara, ordenada y precisa, basadas en una guía adecuada.

Las masas hoy en la actualidad no pueden desligarse ni caminar en detrimento de la tecnología, al contrario marchan en conjunto, en definitiva sustenta dicha afirmación el mejor impacto tecnológico de la investigación.

6.7.3. Impacto Ético

El proyecto causará un impacto ético a través de la modificación propositiva del comportamiento de los oyentes y profesionales en el extenso contenido comunicativo, parámetros y variables inmersos en el contexto emisor – receptor; incentivando, la verdad, claridad, sinceridad y sobre todo el concepto mágico llamado ética, en el dilatado camino profesional y del buen gusto del llamado oyente radial.

6.7.4. Impacto Social

El sector social como base de la investigación, nace y crece en el contexto ambicioso del proyecto, correspondiendo a la mejora en las relaciones sociales, preservando la vigencia y consolidación de la estructura personal como célula y núcleo de la sociedad humana. Recae entonces en los comunicadores tener en cuenta la bidireccional de las relaciones sociales y afectivas que determinan la razón de ser del presente trabajo. En definitiva el impacto que generará es definitivamente en beneficio de la sociedad cuyo eje principal son las personas, todo esto dicho en el mejor sentido de la palabra.

6.7.5 Impacto Metodológico

El impacto metodológico que alcanzará es muy bueno, ya que, la Propuesta propende en todo sentido al mejoramiento en la metodología

comunicacional entre oyentes y profesionales de la comunicación, en consecuencia se espera una alta aceptación de la misma, ya que va en beneficio de los mismos.

6.8 Difusión

La ejecución del proyecto “Procesos de producción y programación para la radio online Rock Radio Station como medio alterativo de comunicación y su aceptación en los oyentes de la ciudad de Ibarra”, se difundirá de manera masiva a través de la misma radio hacia las masas. Por otro lado la entrega de documentación necesaria es inminente e imprescindible, en consecuencia la difusión a través de documentos pertinentes que contemplen los pasos necesarios serán entregados a interesados.

Se brindará charlas exhaustivas indicando los pasos necesarios que contemplan tan grandioso trabajo e involucrando a la sociedad; siempre referenciado por los jóvenes que sin duda alguna son el futuro de la Patria y en definitiva los que llevarán de la mano futuras tecnologías de acorde con lo presentado.

BIBLIOGRAFÍA

- 1 BADURA, B. (2005), Sociología de la Comunicación, Editorial Ariel. Barcelona.
- 2 JEFFREY S, Psicología, (2011), Conceptos y Aplicaciones, Tercera Edición, México.
- 3 BENALCAZAR M, Guía para realizar trabajos de grado.
- 4 POSSO M, (2011), Proyectos, Tesis y Marco Lógico, Imprenta Noción, Quito Ecuador.
- 5 CAMPO E, (2008), Guía práctica para la Elaboración de Tesis, Primera Edición, Gráficas Ruiz, Quito Ecuador.
- 6 TIRADO F, (2010), Psicología, Mc Graw Hill, México
- 7 BISKY, L. (2009) Crítica de la teoría burguesa de la Comunicación de Masas. Ediciones de la Torre, Madrid.
- 8 BOKELMAN, F. (1983). Formación y funciones sociales de la Opinión pública. Editorial Gustavo Gili, Barcelona.
- 9 COLLADO C, (2006), La comunicación en las organizaciones, Editorial Trillas, España.
- 10 CHAIN I, (2008), Medios de Comunicación, Editorial Tonos, Bogotá
- 11 CURRAN, J. (2007), Sociedad y Comunicación de Masas, Editorial F.C.E. México.
- 12 GARRIDO J, (2008), Comunicación estratégica, ediciones gestión, Barcelona – España.
- 13 MURCIANO, M. (2005), Estructura y dinámica de la comunicación internacional. Editorial Bosch, Barcelona.
- 14 REARDON, K. (2008), La persuasión en la comunicación. Editorial Paidós, Barcelona.
- 15 ROMERO B, (2005), Imagen y posicionamiento, Editorial Grijalbo, México.
- 16 VAN R, (2008), Comunicación Corporativa, Editorial Prentice Hall.

- 17 WINKIN Y. (2010), La Nueva Comunicación, Editorial Kairós, Barcelona.
- 18 OROSA B, (2009), Gabinetes de Comunicación Online, Ediciones y Publicaciones Sevilla Zamora.

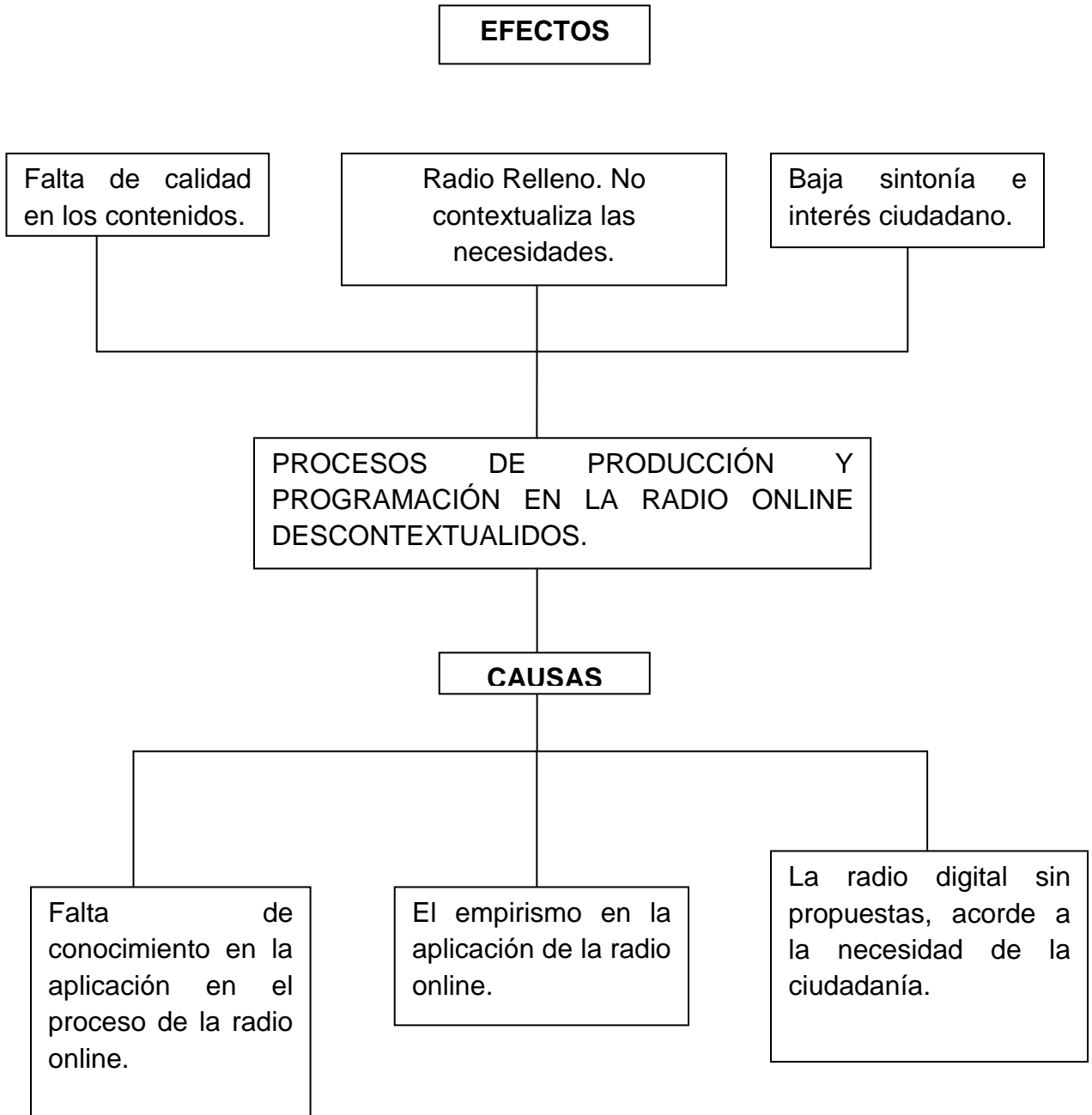
LINK COGRAFÍA

1. <http://bibliotecaetsitupm.wordpress.com/2008/02/02/recursos-para-elaborar-corregir-dar-estilo-y-publicar-proyectos-de-investigacion-y-tesis-doctorales-en-bibliotecaetsit/>
2. www.medios.com.ec
3. http://es.wikipedia.org/wiki/Radio_por_Internet#Historia
4. www.wikipedia.com
5. www.stream25.com
6. www.delsiebotechology.com
7. <http://espitiadaniela.blogspot.com/2011/09/macro-y-micro-comunicacion.html>
8. <http://www.universidadperu.com/radiodifusion-peru.php>
9. <http://html.rincondelvago.com/tipos-de-comunicacion.html>

ANEXOS

ANEXO Nº 1

ÁRBOL DEL PROBLEMA



ANEXO Nº 2

MATRIZ CATEGORIAL

CONCEPTO	CATEGORÍAS	DIMENSIÓN	INDICADOR
Consiste en la realización de programas en diversos formatos, con contenido cultural, educativo, comercial y que siguen una serie de pasos, desde el libreto hasta concluir con el producto final.	Producción Radial.	Radio Online.	-Implementar. -Identidad. -Empoderamiento. -Aceptación del público. -Programación. -Reconocimiento. -Fidelidad. -Contenido. -Responsabilidad ética.
Es un conjunto de contenidos que una emisora de radio ofrece a su audiencia, organizados en varios adecuados programas específicos, los cuales responden a una tipología determinada y están planificadas en una unidad de tiempo que puede ser: día, semana, trimestre, temporada, entre otros.	Programación.	Radio Online.	-Estructura. -Orientar. -Entretener. -Educar. - Informar.
Instrumento que contiene en forma ordena y precisa los pasos de algún asunto específico.	Manual.	Procedimientos.	Pasos. Orden. Estructura.

ANEXO N° 3**MATRIZ DE COHERENCIA**

<p style="text-align: center;">Formulación del Problema</p> <p>Los procesos de programación y producción utilizados en la radio online influye en la ciudadanía y su incidencia en la accesibilidad.</p>	<p style="text-align: center;">Objetivo General</p> <p>Determinar los procesos conceptuales de producción y programación de comunicación para la radio online, a través de la investigación teórica y práctica que permita la socialización de masas de esta realidad.</p>
<p style="text-align: center;">Subproblemas</p> <ul style="list-style-type: none">• ¿Influyen los programas de radio de la Ciudad de Ibarra en la educación de los oyentes?• ¿Influyen los programas de radio de la Ciudad de Ibarra en la educación de los oyentes?• ¿Los radio escuchas poseen información valedera para su desarrollo y autoestima?• ¿Es importante difundir más la radio online con educación, cultura y positivismo en su programación y producción?	<p style="text-align: center;">Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none">a) Elaborar un diagnóstico sobre los avances técnicos y conceptuales de la radio online, para el mejoramiento de sus contenidos.b) Recopilar información de los procesos de producción y programación de la radio digital, que incida en su alterabilidad medio-ciudadanía.c) Elaborar una propuesta comunicacional para la radio digital, utilizando los medios tecnológicos.

ANEXO Nº 4

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
COMUNICACIÓN SOCIAL**

ENCUESTA DIRIGIDA A RADIO - ESCUCHAS

La presente encuesta tiene como finalidad recabar información referida al conocimiento de las radios online como medio alterativo en el Cantón Ibarra. Para contestar, lea con atención las preguntas planteadas y luego marque la respuesta que mejor refleje su criterio. Procure objetividad en sus apreciaciones.

- 1 ¿Considera usted que la radio online como medio alterativo incidirá favorablemente en el Cantón Ibarra?

Muy de Acuerdo De Acuerdo En Desacuerdo

- 2 ¿Usted a escuchado alguna vez una radio online?

Si No

- 3 ¿Considera usted necesario implementar la radio online como medio alterativo?

Muy de Acuerdo De Acuerdo En Desacuerdo

4 ¿Cree usted que se debería mejorar los contenidos de comunicación para lograr un mejor manejo de la información?

Totalmente Parcialmente Nada

5 ¿Considera importante la responsabilidad ética en el manejo de la información?

Totalmente Parcialmente Nada

6 ¿La producción de la radio online debe identificarse con sus oyentes?

Mucho Poco Nada

7 ¿Qué programación le gustaría escuchar en su radio favorita?

- Musical
- Noticiosa
- Radio Revista
- Radio Teatro
- Información Turística
- Otros

9 ¿Qué género musical le gustaría escuchar en su radio por internet?

- | | |
|-----------|--------------------------|
| Romántico | <input type="checkbox"/> |
| Rock ero | <input type="checkbox"/> |
| Salsa | <input type="checkbox"/> |
| Merengue | <input type="checkbox"/> |
| Ochentero | <input type="checkbox"/> |

10 ¿Considera usted que las radios online poseen identidad propia?

- | | |
|-------|--------------------------|
| Total | <input type="checkbox"/> |
| Poco | <input type="checkbox"/> |
| Nada | <input type="checkbox"/> |

11 ¿Cree usted que la programación de una radio debe ser estructurada?

- | | | | | | | | |
|---------|--------------------------|--------------|--------------------------|----------|--------------------------|-------|--------------------------|
| Siempre | <input type="checkbox"/> | Casi Siempre | <input type="checkbox"/> | Rara vez | <input type="checkbox"/> | Nunca | <input type="checkbox"/> |
|---------|--------------------------|--------------|--------------------------|----------|--------------------------|-------|--------------------------|

Gracias por su colaboración.

ANEXO Nº 5

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
COMUNICACIÓN SOCIAL**

ENCUESTA DIRIGIDA A COMUNICADORES DE RADIO

La presente encuesta tiene como finalidad recabar información referida al conocimiento de las radios online como medios alterativos en el Cantón Ibarra. Para contestar, lea con atención las preguntas planteadas y luego marque la respuesta que mejor refleje su criterio. Procure objetividad en sus apreciaciones.

- 1 ¿Considera usted que la radio online como medio alterativo incidirá favorablemente en el Cantón Ibarra?

Muy de Acuerdo De Acuerdo En Desacuerdo

- 2 ¿Usted a escuchado alguna vez una radio online?

Si No

- 3 ¿Considera usted necesario implementar la radio online como medio alterativo?

Muy de Acuerdo De Acuerdo En Desacuerdo

4 ¿Cree usted que se debería mejorar los contenidos de comunicación para lograr un mejor manejo de la información?

Totalmente Parcialmente Nada

5 ¿Considera importante la responsabilidad ética en el manejo de la información?

Totalmente Parcialmente Nada

6 ¿La producción de la radio online debe identificarse con sus oyentes?

Mucho Poco Nada

7 ¿Qué programación le gustaría escuchar en su radio favorita?

Musical	<input type="checkbox"/>
Noticiosa	<input type="checkbox"/>
Radio Revista	<input type="checkbox"/>
Radio Teatro	<input type="checkbox"/>
Información Turística	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

12 ¿En qué nivel considera usted que la radio debería impartir entretenimiento?

Alto

Medio

Bajo

13 ¿Piensa usted que la radio en línea debe tener como prioridad el sentido educativo?

Mucho

Poco

Nada

14 ¿Cree usted que la radio online debe tener calidad en información?

Siempre

A veces

Nunca

15 ¿Le gustaría a usted una radio online con una programación alternativa?

Mucho

Poco

Nada

Gracias por su colaboración.

ANEXO 6

El Mono en su Radio al aire.



Robinson versus Vía Alterna



Luis Mier llenando la Encuesta

Radio América



Carito al aire en Power Balad



Stalin Rodríguez llenando la Encuesta

Radio RTU



Luis Guerrero llenando la encuesta

Radio Activa



