



Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Sede Ibarra

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN

TEMA:

“ANÁLISIS DEL CAMBIO EN LAS PARRILLAS RADIOFÓNICAS EN LAS RADIOS
DEL CANTÓN IBARRA A PARTIR DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA LEY
ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN 2013”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

C3. Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación

AUTORA: Pamela Estefanía Campos Jaramillo

ASESORA: Magister Viviana Noemí Galarza Ligña

Ibarra, noviembre 2018

CERTIFICACIÓN

Ibarra, noviembre de 2018

Mtr. Viviana Noemí Galarza Ligña

Certifica haber revisado el presente proyecto, mismo que se ajusta a los requerimientos expuestos por la Escuela de Comunicación (ECOMS), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCE-SI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines pertinentes.

(f) 

Magister Viviana Noemí Galarza Ligña

C.C.: 1003002522

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los docentes que conforman la mesa del tribunal, aprueban el presente trabajo final de la Srta. Pamela Estefanía Campos Jaramillo, mismos que han considerado que la investigación reúne las cualidades necesarias para el acto de defensa de tesis.

Firman para constancia:

(f) 

Mtr. Viviana Noemí Galarza Ligña

C.C.: 1003002522

(f) 

Mtr. Ana Magali Culqui

C.C.: 100317895-9

(f) 

Mg.Sc. Yaliza Ramos

C.C.:175705739-1

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo Pamela Estefanía Campos Jaramillo, declaro conocer y aceptar las disposiciones del Art.66 del Instructivo de Trabajo de Grado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI), que en su parte pertinente manifiesta textualmente “Forman parte del patrimonio de la universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la universidad”.

Ibarra, noviembre de 2018

(f).....


C.C. 1003775986

AUTORÍA

Yo, Pamela Estefanía Campos Jaramillo, con cédula de identidad N° 100377598-6 declaro que, los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación con título “ANÁLISIS DEL CAMBIO EN LAS PARRILLAS RADIOFÓNICAS EN LAS RADIOS DEL CANTÓN IBARRA A PARTIR DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN 2013”, son de exclusiva responsabilidad de la autora, y que se ha respetado las diferentes fuentes de información realizando las citas correspondientes.



.....
Pamela Estefanía Campos Jaramillo

C.C. 1003775986

RESUMEN EJECUTIVO

Durante el proceso de investigación realizado se han establecido varios aspectos significativos en el estudio de los cambios generados en las parrillas de programación radiofónica en las radios del Cantón Ibarra a partir de la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación 2013 en Ecuador.

En la actualidad, la radio es uno de los medios de comunicación masiva por lo tanto es necesario el estudio de su evolución a través del tiempo y las ordenanzas que rigen el ejercicio de la comunicación en radio. Para regular la programación de las radios de Ecuador, se implementó en el año 2013 la Ley Orgánica de Comunicación, misma que fue aprobada por la Asamblea Nacional. Dicha ley ha transformado en varios aspectos la realidad de las radios, por ende, han provocado múltiples cambios en cuanto a la programación radial, la cual ha tenido que acoplarse constantemente a los estatutos solicitados.

El trabajo de investigación está orientado al análisis y estudio de los diferentes cambios que han realizado las radios en sus parrillas de programación ya establecidas, para, de esta manera identificar lo positivo y negativo de la implementación de esta ley.

Con los fundamentos teóricos, entrevistas, encuestas, observación y resultados compilados se vio oportuno proponer una guía para la elaboración de una parrilla radiofónica y en ella un modelo de parrilla que represente lo solicitado en la Ley de Comunicación 2013, misma que podrá ser usada por profesionales de la radio y estudiantes de las escuelas de Comunicación Social, para que en el futuro, estructuren una programación de calidad, que cumplan con los estatutos de la LOC 2013, aprovechando al máximo el medio de comunicación y así satisfacer a la audiencia.

Palabras claves: Parrillas radiofónicas, Ley Orgánica de Comunicación 2013, estatutos, ordenanzas, audiencia.

ABSTRACT

During the research process carried out, several significant aspects have been established in the study of the changes generated in the radio programming grids on the Ibarra Canton radios, based on the implementation of the Organic Communication Law 2013 in Ecuador.

At present, the radio is one of the mass media therefore it is necessary to study its evolution through time and the ordinances that govern the exercise of radio communication. To regulate the programming of radios in Ecuador, the Organic Communication Law was implemented in 2013, which was approved by the National Assembly. This law has transformed the reality of radios in several aspects, therefore, they have caused multiple changes in terms of radio programming, which has had to be constantly coupled with the requested statutes.

The research work is oriented to the analysis and study of the different changes that radios have made in their programming grids already established, in order to identify the positive and negative aspects of the implementation of this law.

With the theoretical foundations, interviews, surveys, observation and compiled results it was opportune to propose a guide for the elaboration of a radio grill and in it a grill model that represents what is requested in the Communication Law 2013, which can be used by radio professionals and students of Social Communication schools, so that in the future, they structure a quality programming that complies with the statutes of the LOC 2013, making the most of the means of communication and thus satisfy the audience.

Keywords: Radio grills, Organic Law of Communication 2013, statutes, ordinances, hearing.

DEDICATORIA

El presente trabajo elaborado con mucho sacrificio, esfuerzo y entrega se lo dedico con todo el amor a mis padres y hermana, que han sido y son el pilar fundamental en el transcurso de mi vida, me siento feliz llegar a esta etapa de mi vida profesional contando con su apoyo incondicional.

A Dios, por darme la oportunidad de vivir y permitirme cumplir una meta más, por fortalecer mi corazón cuando más he necesitado y no dejarme caer en momentos difíciles.

A mi padre, Luis Alberto Campos por ser mi guía y ejemplo de perseverancia, constancia, valentía y todos los valores que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, por estar siempre apoyándome en todo sentido y por su amor.

A mi madre, Ana Cecilia Jaramillo por darme la vida, quererme mucho, por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada porque nunca dejó de creer en mí.

A mi hermana, Ana María por ser el mejor regalo que mis padres me pudieron dar, por ser ejemplo de una hermana mayor y de la cual aprendí a tener aciertos y de desaciertos en mi vida.

A mi hermano de corazón Christian, porque llena mis días de alegría y quisiera que vea en mí un ejemplo a seguir.

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra por abrirme sus puertas y convertirse en mi segundo hogar, por ser el espacio en donde recibí los conocimientos necesarios para ahora dar inicio a mi vida profesional.

Es imposible olvidar que en las aulas y corredores de esta universidad he vivido experiencias inolvidables que sin duda alguna han contribuido en mi crecimiento personal y profesional. Sobre todo, porque aquí conocí a personas únicas e inigualables, los cuales al inicio eran mis compañeros de clase y ahora son mis grandes amigos y futuros colegas.

Han sido cuatro años compartidos de vivencias buenas y malas, sin embargo, significan mucho para mí, porque juntos hemos demostrado que unidos se pueden superar obstáculos y lograr lo que nos proponíamos, por lo cual a cada uno de ellos les deseo lo mejor y éxitos en la vida.

A mis docentes que supieron transmitirme todos sus conocimientos y han sido mi guía durante el período de preparación profesional, de manera muy especial mi fraterno agradecimiento a mi maestra y asesora, Magister Viviana Galarza, por encaminar de la mejor manera el proceso de esta investigación y que con su experiencia y conocimientos me ha orientado en la construcción de un mejor trabajo.

Finalmente, agradezco a mi familia, amigos y a todas aquellas personas que estuvieron conmigo y han sido mi soporte durante el transcurso de la preparación de mi vida profesional.

Gracias infinitas.

Pamela

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN.....	II
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	III
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS	IV
AUTORÍA	V
RESUMEN EJECUTIVO.....	VI
ABSTRACT	VII
DEDICATORIA	VIII
AGRADECIMIENTO	IX
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	X
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
1.MARCO TEÓRICO	2
1.1 Marco conceptual y teórico	2
1.1.1 Comunicación.....	2
1.1.2 Teorías de la comunicación	3
1.1.3 Los medios de comunicación	9
1.1.4 Características de los medios de comunicación	10
1.1.5 Conceptualización del medio radiofónico	11
1.1.6 Características de la radio.....	12
1.1.7 Clasificación de los medios radiales.....	14
1.1.8 Programación y producción radiofónica	14
1.1.9 Principales modelos de programación radiofónica.....	16
1.1.10 La parrilla radiofónica como elemento visual y dinamizador de la programación radial.....	18
1.2 Marco Histórico.....	21
1.2.1 Historia de la radio en Ecuador	21
1.2.2 Historia de la radio en Ibarra	23
1.3 Marco Legal	24

1.3.1	La ley de comunicación y el cambio en las parrillas radiofónicas en la ciudad de Ibarra.	24
1.3.2	Artículos de la Ley Orgánica de Comunicación que influyen en los cambios de las parrillas radiofónicas	27
CAPÍTULO II.....		35
2	DIAGNÓSTICO	35
2.1	Metodología	35
2.2	Antecedentes diagnósticos	35
2.3	Objetivos diagnósticos	37
2.3.1	Objetivo general del diagnóstico	37
2.3.2	Objetivos específicos diagnóstico	37
2.4	Variables e indicadores diagnósticos	38
2.5	Mecánica operativa.....	39
2.5.1	Identificación de la Población	39
2.5.2	Determinación de la muestra	41
2.5.3	Información primaria.....	42
2.5.3.1	Observación	42
2.5.3.2	Encuestas.....	43
2.5.3.3	Entrevistas.....	46
2.5.4	Información secundaria	47
2.5.4.1	Análisis e interpretación de resultados de la ficha de observación.....	48
2.5.4.2	Análisis general de las parrillas radiofónicas.....	64
2.5.4.3	Análisis e interpretación de resultados de la encuesta	65
2.5.4.4	Análisis general de las encuestas	83
2.5.4.5	Análisis e interpretación de resultados de entrevistas.....	85
2.5.4.6	Análisis e interpretación de matriz de sanciones	93
2.6	F.O.D.A.	97
2.6.1	Fortalezas.....	97
2.6.2	Debilidades	98
2.6.3	Oportunidades.....	98
2.6.4	Amenazas	99
2.7	Matriz estratégica FA-FO- DA-DO	100

2.8 Determinación del problema diagnóstico.....	103
CAPÍTULO III.....	105
3. PROPUESTA.....	105
3.1 Descripción de la propuesta	105
3.2 Macro localización	107
3.3 Micro localización.....	108
3.4 Nombre de la propuesta.....	109
3.5 Objetivo general	109
3.6 Objetivos específicos.....	109
3.7 Misión.....	110
3.8 Visión	110
3.9 Beneficiarios.....	110
3.9.1 Directos.....	110
3.9.2 Indirectos	110
3.10 Actividades para la obtención de resultados	111
3.10.1 Actividades para el cumplimiento del primer objetivo	111
3.10.2 Actividades para el cumplimiento del segundo objetivo.....	112
3.10.3 Actividades para el cumplimiento del tercer objetivo	113
3.11 Contenido de la guía.....	114
CAPÍTULO IV	127
4. ANÁLISIS DE IMPACTOS	127
4.1 Impacto comunicacional.....	128
4.2 Impacto social	129
4.3 Impacto educativo	130
4.4 Impacto cultural.....	131
4.5 Impacto general	133
CAPÍTULO V.....	134
CONCLUSIONES	134
RECOMENDACIONES.....	135
BIBLIOGRAFÍA	137
ANEXOS	140

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Identificación de las radios en Ibarra.....	36
Tabla 2: Variables e indicadores diagnósticos	38
Tabla 3: Resultados del censo de población 2010	40
Tabla 4: Parrilla de programación radio Ampara Su	48
Tabla 5: Parrilla de programación radio Canela	49
Tabla 6: Parrilla de programa	50
Tabla 7: Parrilla de programación radio La Premier	50
Tabla 8: Parrilla de programación radio Los Lagos	51
Tabla 9: Parrilla de programación radio Municipal.....	53
Tabla 10: Parrilla de programación radio EXA FM	54
Tabla 11: Parrilla de programación radio América	55
Tabla 12: Parrilla de programación radio Máxima.....	56
Tabla 13: Parrilla de programación radio Universitaria	57
Tabla 14: Parrilla de programación radio Soy FM	60
Tabla 15: Parrilla de programación radio Ritmo FM	61
Tabla 16: Parrilla de programación radio Caricia.....	62
Tabla 17: Parrilla de programación radio Activa	62
Tabla 18: Clasificación de personas encuestadas según su género	65
Tabla 19: Clasificación de las personas encuestadas por su edad	66
Tabla 20: Radios de Ibarra atendidas por los radioescuchas	68
Tabla 21: Opinión de la programación de las radios de Ibarra.....	70
Tabla 22: Conocimiento de la ciudadanía sobre los cambios que introdujo la Ley Orgánica de Comunicación del 2013 en la programación radiofónica.....	71
Tabla 23: Cambios que los radioescuchas notaron en la programación radial a partir de la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación 2013	72
Tabla 24: Consideran los radioescuchas que la programación radial ha mejorado a partir de los cambios o la ausencia de ellos	74

Tabla 25: Consideración de los radioescuchas sobre fortalezas de la programación de las radios de Ibarra	75
Tabla 26: Consideración de los radioescuchas sobre las debilidades de la programación de las radios de Ibarra	77
Tabla 27: Consideración de tiempo para cambiar la programación de las radios de Ibarra	79
Tabla 28: Tipo de programación que los radioescuchas de Ibarra suelen escuchar con mayor frecuencia.....	80
Tabla 29: Tipo de programación que los radioescuchas de Ibarra suelen escuchar con mayor frecuencia.....	82
Tabla 30: Entrevistas	85
Tabla 31: Sanciones.....	94
Tabla 32: Matriz FA-FO-DA-DO.....	100
Tabla 33: Parrilla de programación	124
Tabla 34: Valores numéricos asignados para calificar los impactos	127
Tabla 35: Impacto Comunicacional.....	128
Tabla 36: Impacto Social	129
Tabla 37: Impacto educativo	130
Tabla 38: Impacto cultural.....	131
Tabla 39: Impacto general	133

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Modelo del paradigma de Lasswell	05
Gráfico 2. Modelo de la teoría matemática de Shannon y Weaver	07
Gráfico 3. Proceso EMIREC.....	08
Gráfico 4: Formato parrilla de programación	20
Gráfico 5: Distribución por provincias de la radio en Ecuador (1929 -1939)	23
Gráfico 6: Resultados del censo de población 2010.....	40
Gráfico 7: Clasificación de personas encuestadas según su género	66
Gráfico 8: Clasificación de las personas encuestadas por su edad	67
Gráfico 9: Radios de Ibarra atendidas por los radioescuchas	69
Gráfico 10: Opinión de la programación de las radios de Ibarra.....	70
Gráfico 11: Conocimiento de la ciudadanía sobre los cambios que introdujo la Ley Orgánica de Comunicación del 2013 en la programación radiofónica.....	71
Gráfico 12: Cambios que los radioescuchas notaron en la programación radial a partir de la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación 2013	73
Gráfico 13: Consideran los radioescuchas que la programación radial ha mejorado a partir de los cambios o la ausencia de ellos.....	74
Gráfico 14: Consideración de los radioescuchas sobre fortalezas de la programación de las radios de Ibarra	76
Gráfico 15: Consideración de los radioescuchas sobre las debilidades de la programación de las radios de Ibarra	78
Gráfico 16: Consideración de tiempo para cambiar la programación de las radios de Ibarra	79
Gráfico 17: Tipo de programación que los radioescuchas de Ibarra suelen escuchar con mayor frecuencia.....	81
Gráfico 18: Tipo de programación que los radioescuchas de Ibarra suelen escuchar con mayor frecuencia.....	83
Gráfico 19: Mapa Ecuador.....	107
Gráfico 20: Mapa Ibarra	108

INTRODUCCIÓN

A partir del año 2013, los medios de comunicación en Ecuador, entre ellos la radio, se han visto envueltos en un considerable proceso de transformaciones y cambios, tanto en fondo como en forma, debido a que se ha implementado la Ley de Comunicación 2013, misma que se introdujo con la finalidad de buscar garantizar la libertad de expresión, promover la democratización de la comunicación como servicio público, impulsar, visibilizar espacios interculturales, la profesionalización de los trabajadores, entre otros factores de la comunicación.

Como consecuencia de la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación 2013 en el medio radial, surgen cambios de suma importancia en lo que refiere a las parrillas de programación radiofónica y ha generado impactos en la audiencia.

Las parrillas de programación radiofónica son estructuras dinámicas y flexibles que contienen los datos de los diferentes programas que tiene una emisora radial para el cumplimiento de su difusión a la audiencia.

Las radios han tenido que reestructurar, adecuar y cambiar su programación a partir de la implementación de esta ley, debido a que solicita el cumplimiento de varias normativas. Entre lo más representativo en cuanto a los cambios en la radio es que exige la difusión de música de producción ecuatoriana en un 50 por ciento de la programación musical, también conocido como el “uno por uno”, de igual manera, solicita la difusión de contenidos interculturales en un espacio que representa el 5 por ciento de su programación diaria. Así también, el respeto y cumplimiento del tipo de segmentos establecido en la franja horaria.

Para este trabajo de investigación se ha tomado en cuenta las emisoras radiales del Cantón Ibarra. A partir de las herramientas de investigación usadas, se analizan los cambios, impactos y el cumplimiento de la Ley Orgánica de Comunicación 2013.

CAPÍTULO I

1. Marco teórico

1.1 Marco conceptual y teórico

1.1.1 Comunicación

La comunicación es el proceso de transmisión y recepción de información y mensajes. Su origen se encuentra con la presencia del hombre en el mundo, debido a que es una característica que identifica y define al hombre. Pero ésta ha ido evolucionando y se desarrolla permanentemente acorde a los avances y a las necesidades la sociedad.

El término comunicación, como concepto se presta a varias interpretaciones, las cuales dependen de los fragmentos históricos, así como de las exigencias políticas, sociales, económicas, culturales y tecnológicas del medio en que se han desarrollado. Por lo tanto, ha logrado que en el transcurso del tiempo surjan varios conceptos, algunos de ellos son:

Para Fernando González Rey (2007);

"La comunicación es la interacción de las personas que entran en ella como sujetos. No sólo se trata del influjo de un sujeto en otro, sino de la interacción. Para la comunicación se necesita como mínimo dos personas, cada una de las cuales actúa como sujeto". (p.89)

Por otra parte, B.F. Lomonosov (2010) indica que:

"Comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano. Puede ser verbal, o no verbal, interindividual o intergrupala". (p.64)

Para López Forero (1996), el fenómeno comunicación guarda estrechas y profundas relaciones con la sociología, la cultura, la política, la economía, la antropología, por tanto,

debe ser estudiada desde los diferentes ámbitos que implica a la sociedad dentro del proceso comunicativo. (p.98)

Como es evidente, los autores concuerdan en resaltar que la comunicación es un proceso por el cual los sujetos se interrelacionan entre sí, para crear una realidad en la que las ideas, pensamientos, eventualidades y conocimientos sean comunes.

De esta manera, los individuos desarrollan la capacidad de comunicarse al nivel superior, este fenómeno sucede cuando hay interacción bilateral entre dos personas que son emisor y receptor (Pasquali, 2012).

Es así, que el proceso de comunicación busca construir un diálogo entre las personas con el objetivo primordial de emitir, recibir y entender un mensaje, mismo que provoca en el receptor varias reacciones, emociones, percepciones y finalmente se produce un proceso de interacción social, feedback.

En concepto, se conoce como interacción social al proceso en el que posteriormente se establece uno o varios cambios de conducta por la influencia social que recibe todo individuo en la sociedad.

Dicha interacción social posibilita que en el proceso de comunicación, el emisor pueda ser receptor y el receptor se convierta en emisor. Así, mutuamente emitan mensajes e inmediatamente reciban respuestas.

1.1.2 Teorías de la comunicación

Es importante reconocer la variada gama de teorías de la comunicación y sus autores, por lo tanto, se indagó los conceptos y las aportaciones que se han generado en el transcurso del tiempo.

Diversas Escuelas de la comunicación enmarcan y reúnen varias teorías, han marcado un camino esencial en los procesos de comunicación al ser establecidas y discrepadas durante años antes del siglo XX, prolongadas en la actualidad, desde diferentes enfoques y perspectivas, todas, en busca de la formación de lo que ahora nos llevan a comprender a la comunicación desde diferentes matices.

Debido a que es imposible abarcar todas las teorías de la comunicación en esta investigación, he citado a las que sobresalen en el ámbito del proceso comunicativo y enmarcan la conceptualización del tema de estudio.

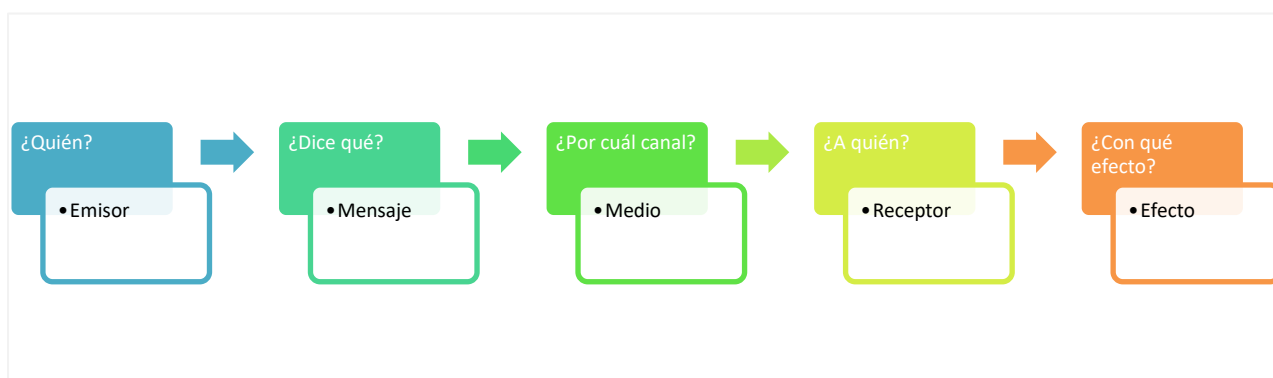
Una de las principales teorías o modelos de la comunicación es *el modelo o paradigma de Lasswell*. Este modelo de comunicación diseñado por Harold Lasswell reconocido como “el paradigma de Lasswell”, se dio a conocer en el año 1948. Se trata de un modelo que se basa en un proceso, que, de manera sintetizada, se simplifica y desglosa a cinco interrogantes las cuales definen los elementos que componen dicho modelo de comunicación.

- ¿Quién?
- ¿Dice qué?
- ¿Por cuál canal?
- ¿A quién?
- ¿Con qué efecto?

Estas cuatro preguntas se usan para identificar el emisor y el análisis del contenido que se va a emitir en forma de mensaje, también el canal por el cual se va a transferir la información y esto implica el estudio de medios y los diferentes accidentes que pueden ocurrir durante la transmisión del mensaje hasta el destino deseado.

Es necesario reconocer claramente al remitente, ya que el objetivo es que el mensaje llegue claro y fácil de decodificar, en esta teoría aún no se reconoce a las audiencias como tal. En cuanto al efecto que producía el proceso de comunicación, básicamente en esos años se perseguía un objetivo y como resultado de su recepción, el entendimiento total y claro del mensaje.

Gráfico 1. Modelo del paradigma de Lasswell



Fuente: Elaboración propia

Al tomar en cuenta que esta investigación se centra en la radio, un medio de comunicación, se considera importante este modelo de comunicación que es universal y enmarca el proceso de transmisión de información, debido a que para construir una parrilla radiofónica es necesario tomar en cuenta un proceso de comunicación para que el mensaje llegue de forma adecuada y directa a quienes va dirigido.

En el caso de la radio, ¿quién? Vendría a ser el locutor, ¿dice qué? Es el mensaje que desea transmitir el locutor, ¿por cuál canal? A través de las ondas radiales, ¿a quién? A los radioescuchas, ¿con qué efecto? Los diferentes impactos que puede causar la información difundida.

Otra de las teorías de la comunicación que ha tenido un gran peso en el estudio y los procesos comunicacionales es la *teoría matemática de la comunicación de Shannon y Weaver*.

Dicha teoría surgió en el año 1948. Se trata de una teoría matemática de la información diseñada en función de la cibernética, la cual es el estudio del funcionamiento de las máquinas, primordialmente de las máquinas electrónicas.

Cuando Shannon se refiere a la información, se trata de una expresión con un enfoque completamente distinto del que habitualmente las personas considerarían que es. Más bien para los creadores de esta teoría, la información se trata de una unidad cuantificable, es un producto vinculado a la cantidad de datos de un mensaje.

Así entonces, el modelo matemático de Shannon y Weaver se aplica a cualquier mensaje sin tomar en cuenta netamente su significación. Esta teoría posibilita, estudiar la cantidad de información de un mensaje en función de la capacidad del medio. Por lo tanto, es necesario mencionar este modelo de comunicación dentro de esta investigación debido a que es coherente y necesario estudiar la cantidad de información en referencia al mensaje que se pretende enviar a los radioescuchas mediante la programación construida en una parrilla radiofónica, tomando en cuenta las características de la audiencia.

Estos teóricos atribuyen que la capacidad del medio se mide según el sistema binario es cero (0) o uno (1) en bits, y a su vez estos vinculados a la velocidad de transmisión del mensaje, pudiendo esta velocidad ser disminuida por el ruido. Todo esto tomando en cuenta la "información" como un valor cuantificable en todos los procesos de comunicación.

Esta teoría posee cinco elementos que son:

Fuente: Es quien inicia el proceso de comunicación, este produce una cierta cantidad de palabras o signos que forman el mensaje a ser transmitido.

El transmisor: Es el emisor técnico, es el que convierte el mensaje representado en un conjunto de señales y códigos que serán ajustados al canal encargado de transmitirlos.

El canal: Es el medio técnico por el cual se transportan las señales codificadas por el transmisor.

El receptor: Se trata del receptor, tiene como objetivo decodificar el mensaje transmitido y conducirlo por el canal, para transcribirlo en un lenguaje comprensible por el verdadero receptor que es llamado destinatario.

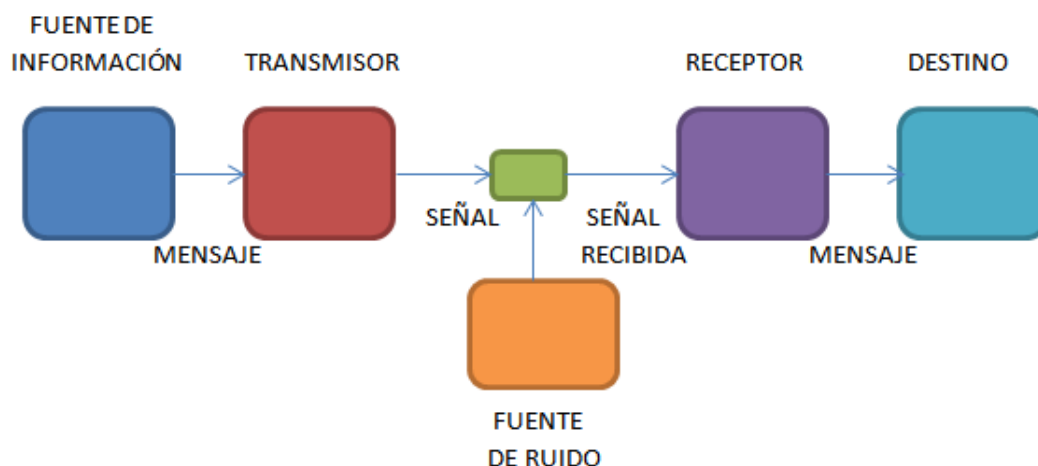
El destinatario: Se trata del efectivo receptor a quien está destinado el mensaje.

A todo esto, se incrementa un último elemento, pero no indispensable para realizarse el proceso de comunicación elaborado en esta teoría de la comunicación.

El ruido: Es un obstáculo, que altera en cierto nivel la señal durante transmisión del mensaje.

Todos estos elementos elaboran un proceso de comunicación con la finalidad de lograr la transmisión del mensaje de manera concreta.

Gráfico 2. Modelo de la teoría matemática de Shannon y Weaver



Fuente: Elaboración propia

La *teoría del estructuralismo* es una corriente filosófica o teoría social que acapara a la comunicación. Surgió en Europa o finales del siglo XIX e inicios del siglo XX. Esta teoría concibe al todo social como resultado de una estructura cuya manifestación siempre es representada, por tanto, significa y se expresa en el lenguaje.

Como representantes de esta teoría tenemos a Ferdinand Saussure, padre del estructuralismo aplicándolo al estudio lingüístico. Charles Sanders Peirce: Filósofo norteamericano, padre de la semiótica, la cual es la teoría general de los signos en su totalidad. Entre otros como Roland Barthes, Claude Lévi- Strauss, Umberto Eco, Michael Foucault, Jaques Lacan.

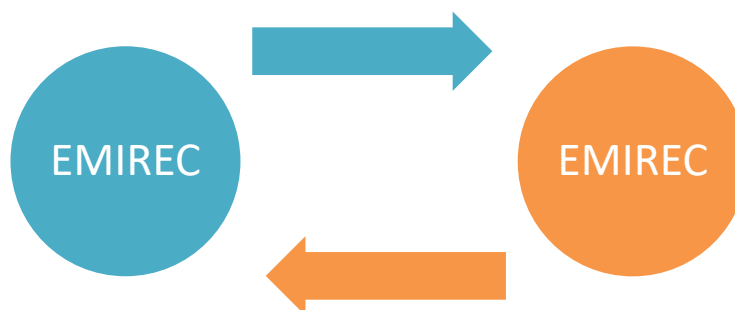
Otro autor relevante de las teorías de la comunicación es Marshall McLuhan. *La teoría macluhaniana* de este canadiense, se fundamenta en el principio “el medio es el mensaje”. Es decir que no es de suma importancia lo que se diga, sino el medio mismo. La influencia del contenido es mínima, lo importante no es lo que diga la televisión o quién aparezca o que se transmita, sino el mismo hecho de que la televisión existe.

La teoría de la aguja hipodérmica es un modelo de comunicación que propone que un mensaje con destino determinado es directamente recibido y aceptado en su totalidad por el receptor. La teoría de la “aguja hipodérmica” nació con base en la necesidad de estudiar los efectos de la propaganda durante los años 20 y los años 30.

Es a través de esta serie de procesos de intercambio de información como los seres humanos establecen relaciones entre sí, y pasan de la objetividad individual a la existencia social. Desde esta perspectiva para Antonio Pascuali (1979) se puede concretar la comunicación como: “la relación comunitaria humana que consiste en la emisión/recepción de mensajes entre interlocutores en estado total de reciprocidad”

En esta línea, Jean Cloutier, propone introducir el término EMIREC (EMIsor-RECeptor) De esta manera sostiene que todo hombre debe ser reconocido, como un EMIREC y tiene derecho a participar en el proceso de comunicación siendo alternadamente emisor y receptor.

Gráfico 3. Proceso EMIREC



Fuente: Elaboración propia

De esta manera, la propuesta que plasma Jean Cloutier sobre de la idea del proceso EMIREC marca un impulso cualitativo respecto a los procesos anteriores, esto determina una característica fundamental a la hora de pensar en la comunicación más allá de la transferencia de información, de los medios de transmisión y de los efectos creados en las audiencias. Desde este punto, se piensa la comunicación como producción social de sentidos que permite ampliar la mirada hacia el terreno de la radiodifusión.

Es decir que, reconocemos los procesos radiales, como aquellos espacios dentro de los cuales se producen constantes intercambios de información, donde los sujetos ya sean

individuales o colectivos necesitan una variedad de información según las características de las audiencias.

Aquí se determina una nueva situación en la que los procesos comunicacionales ya no pueden pensarse a partir de roles de emisión y recepción de una programación prefijada y alternada, sino como una interacción constante en la diferencia de necesidades radiales. Si bien se menciona un receptor activo y participativo que cumpla el proceso EMIREC que completa el sentido de la comunicación desde su propio protagonismo.

Cabe resaltar que, este modelo no solo hace hincapié en los elementos emisor-receptor, sino que destaca todos los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, con el objetivo de potenciar la capacidad de interpretar mensajes; que el radioescucha pueda razonar, deducir, interactuar de manera libre y responsable, de esa manera generar nuevos conocimientos.

1.1.3 Los medios de comunicación

Los medios de comunicación son el instrumento o el canal por el que se difunde información en forma de contenidos y se realiza el proceso comunicacional, mismos que permiten la interacción y la transmisión de mensajes.

Generalmente se utiliza la frase “medios de comunicación” para hacer referencia a los medios de comunicación masivos o conocidos también como mass media, así nos referimos a la prensa, radio y televisión. No obstante, es necesario recordar que como medio de comunicación también tenemos a muchos otros como el teléfono, que claro, no son masivos sino interpersonales.

La aparición de la escritura se toma como inicio de la historia. A partir de ese momento, los procesos sociales fueron impulsando el nacimiento y desarrollo de distintos medios de comunicación, desde los vinculados a la escritura, como es la prensa, su mecanización como fue el aparecimiento de la imprenta, hasta los medios audiovisuales ligados a la era de la electricidad, la revolución de la informática y las telecomunicaciones, cada uno de ellos esenciales para las distintas fases del denominado proceso de globalización de los medios de comunicación.

Para Denis McQuail (2000), tomando en cuenta que los medios de comunicación acaparan la mayor parte de las actividades de ocio y entretenimiento, prensa escrita, radio, televisión, sobre todo. Pero también, sirven para organizar y crear opinión pública entre otras características de las funciones, propias de los medios de comunicación

Así también, es importante reconocer que los medios de comunicación de masas son una industria importante a nivel mundial, proporciona empleos y a su vez genera grandes beneficios económicos.

Los mass media son aquellos canales artificiales a través de los cuáles se transmiten mensajes que se dirigen a un receptor colectivo o social. En el proceso de comunicación de masas se traspasan las fronteras del tiempo y del espacio.

Para López Forero (1996) los medios de comunicación existentes en la sociedad actual, con las características que los definen como medios masivos, no funcionan cada uno por su lado, sino que conforman un sistema único de comunicaciones en forma armónica y sincronizada debido a que están dirigidos a la misma audiencia, cumpliendo en el fondo funciones que no son opuestas sino complementarias y paralelas. (p.106)

1.1.4 Características de los medios de comunicación

- Los medios de comunicación poseen una variedad de características comunes y propias de cada uno, ya sea radio, prensa o televisión.
- Por lo general los medios de comunicación utilizan canales artificiales, en la actualidad se relaciona mucho con la tecnología. En cuanto al contenido el contexto temático abarca una variedad de temas, que comprenden todos los ámbitos del interés público.
- Los mass media se desarrollan bajo una gama de eventualidades, en un ámbito espacial y temporal amplio que da paso a la globalización de la comunicación.
- El mensaje se torna de formas diferentes, con varias estructuras, de acuerdo con los recursos que pueden utilizar los distintos medios, con diferentes formatos.

1.1.5 Conceptualización del medio radiofónico

Es importante conocer el medio radiofónico debido a que es el fundamental su estudio para el desarrollo de esta investigación, por lo tanto, se analizarán los contenidos emitidos por este medio de comunicación.

El primer hito de la radiodifusión puede identificarse en 1902 con el mensaje telefónico que Marconi transmitió sin cables ni hilos. (Schaper, 2002). La radio, es un medio de comunicación que con el paso de los años ha ido recuperando grandes cualidades en la sociedad.

La radiodifusión es producto de la colaboración de varios personajes tales como Edison, Morse, Maxwell, Hertz, Bell, Marconi, Popov. Dichos individuos han sido recopilados dentro de la historia de la radiotelefonía.

Romo (1987) define a la radio como un medio de comunicación masivo que permite una interacción entre los encargados de la transmisión y la sociedad, de manera que se puede lograr una dinámica informativa entre los radioescuchas, se requiere de una planeación para que se logre una radiodifusión; ésta se define como un conjunto de técnicas de emisión de ondas hertzianas que permiten la transmisión de la palabra y de los sonidos. (p.49)

El medio radiofónico presenta una forma comunicativa muy especial y característica, el emisor expresa una idea o realidad al oyente sin el apoyo gestual ni visual, de hecho, exige crear aquellas imágenes sólo con la palabra.

El lenguaje radiofónico es extensamente rico y es capaz de crear imágenes mentales en el receptor. El medio radiofónico sólo es sonoro por lo que requiere una rigurosa precisión y conocimiento del lenguaje. Uno de los grandes retos a los que se enfrenta un locutor, es justamente la capacidad de transmitir sólo con esta herramienta que es la voz.

Ignacio López Vigil (2005), considera que la radio le cambió el libreto a la prensa. La televisión se lo cambió a la radio. Y hoy, la globalización de la cultura y la revolución tecnológica se lo ha cambiado a todos los medios de comunicación masivos. (p.14)

Fernández (2008), explica que la radio socialmente, es definida como un conjunto de textos transmitidos por medio de ondas sonoras que llegan al oído a través de altoparlantes. (p.17)

Por otra parte, López, Fernández y Vilar (2003), mencionan que la, aunque la radio es un medio de comunicación suficientemente complejo, básicamente se encarga de informar y entretener. Para lo cual Sanabria (1994) se refiere a la radio como un medio de difusión de: información, valores, pautas, modelos de comportamiento y cultura.

Para María Cristina Mata como una relación comunicativa;

“Es la visión predominante, sin duda alguna, y desde hace mucho tiempo. Desde los primeros estudios norteamericanos de las décadas del 30/40 pasando por los estudios sociológicos europeos y por buena cantidad de los realizados en América Latina, la radio es pensada como un canal de naturaleza masiva para la transmisión (difusión) de contenidos en los que se persiguen ciertos objetivos y que pueden o no conseguirse” (p,3)

Tomando en cuenta todas estas aportaciones, la radio es un canal tecnológico que necesita y acepta el uso de unos determinados códigos, lo cual da inicio a un conjunto de mensajes y contenidos creados según géneros y formatos, elaborados con la intención de producir ciertos efectos en los radioescuchas. La radio es un medio de comunicación sujeto a regulaciones, leyes, normas y a cambios constantes en aspectos sociológicos, jurídicos y en sus mensajes.

Por lo tanto, la radio es un medio de comunicación accesible, práctica y eficaz, misma que aporta con espacios para tratar una gama de temáticas de acuerdo a la audiencia a la que va dirigida. La radio es usada como instrumento o herramienta para impulsar el desarrollo de la sociedad en cualquier ámbito social.

1.1.6 Características de la radio

Según López, Fernando, (2004) argumenta que:

“La radio sigue siendo el medio de comunicación más reconocido y económico, es escuchada por todas las personas ya que la radio no ha perdido vigencia desde entonces se ha convertido en el medio de comunicación masivo importante de la sociedad. Se define que la radio en la comunicación es unisensorial porque trabaja solo con el sentido del oído, es una limitación, pero al mismo tiempo ayuda a desarrollar la imaginación”. (p.17)

La radio posee entre sus características de ser contemporánea, accesible, atractiva y omnipresente. Este medio de comunicación busca que el público escuche e imagine los hechos y que la audiencia se vuelva creativa.

Según Paredes Eduardo, (2003) menciona que:

“La radio ofrece programación variada con información, comentarios y entretenimiento para todas las edades dependiendo el lugar de trabajo ya que la radio tiene una gran importancia por su penetración y alcance, mayor que el de la cinematografía”. (p.104)

La radio sigue siendo el medio de comunicación más universal. Puede decirse que generalmente las personas se enteran de las noticias por la radio, las confirman por la televisión y la prensa. Debido también a las características propias de la radio, abarcan muchas ventajas como la inmediatez, emotividad, transportabilidad y actualidad.

Por otra parte, Mariano Cebrián (2012) define la radio como:

“Un medio de comunicación a distancia por el que un grupo minoritario, mediante sonidos, difunde por vía hertziana unos contenidos (informativos, formativos, diversivos, persuasivos), cristalizados en unidades de programas que se yuxtaponen en continuidad para formar una emisión, a una audiencia numerosa, disgregada y heterogénea, que, en algunos casos, como el de los radioaficionados permite la respuesta por el mismo sistema”. (p.102)

Así, las características principales de la radio son que el emisor y el receptor se comuniquen sin necesidad de verse, ni percibirse, simplemente se necesita de un aparato electrónico. La radio posibilita que el receptor imagine lo que se le está transmitiendo, crea sus propias imágenes mentales. La información que transmite es inmediata. Llega a todos los públicos. Su lenguaje es más rico y variado de acuerdo a la temática a tratarse y al público al que va dirigido. La radio cuenta con ventajas sumamente importantes ante los demás medios de comunicación, accesibilidad, bajos costos y el alcance que tiene a grandes masas poblacionales.

Todas las características antes mencionadas se relacionan directamente a los avances tecnológicos y ayudan a que la radio se fortalezca e innove para seguir expandiéndose.

1.1.7 Clasificación de los medios radiales

De acuerdo las entidades de propiedad y tipos de medios de comunicación contemplados en la Ley Orgánica de Comunicación Ecuatoriana 2013 se pueden denominar a las radios públicas, privadas y alternativas o comunitarias, estas deben tener como objetivo informar, entretener, educar y servir.

Por otra parte, en el Art.106 de la LOC 2013 se menciona que:

“Las frecuencias del espectro radioeléctrico destinadas al funcionamiento de estaciones de radio y televisión de señal abierta se distribuirán equitativamente en tres partes, reservando el 33% de estas frecuencias para la operación de medios públicos, el 33% para la operación de medios privados, y el 34% para la operación de medios comunitarios” (p.34)

Mismo que demuestra que se trata de dar equitativamente los porcentajes del espacio radioeléctrico a las radios públicas, privadas y comunitarias.

En la actualidad, las radios comerciales estructuran su programación en la diversidad y captación de todo tipo de públicos. Mientras que la radio de modelo especializado se basa en la homogeneización del público en cuanto a una propuesta definida por los objetivos que busca el medio y los públicos a las características del público objetivo. Moreno (2005) aproxima una clasificación de las emisoras de modelo especializado:

- Según el tipo de información especializada (economía, deportes, cultura, etc.).
- Por el interés permanente de los públicos (religión, salud, vida cotidiana).
- De acuerdo a la audiencia que se dirigen (la niñez, mujeres, sindicalistas, etc.).
- De tipo musical (música clásica, rock, urbana, romántica, etc.).

1.1.8 Programación y producción radiofónica

La programación es la conversación planificada que la radio entabla con su audiencia. El concepto de programación nace de la necesidad de proyectar y producir los contenidos para la emisión y recepción de mensajes. De esta manera, la radio fue

estableciendo las bases de su programación acorde con los principios editoriales de las emisoras radiales, los recursos técnicos y humanos con los que dispone y principalmente con las características de su público objetivo o target, tomando en cuenta la música, noticias, entretenimiento y publicidad.

La programación o parrilla radiofónica es el conjunto de programas y de contenidos que salen al aire a través de una emisora de radio. Diseñar una parrilla de programación de calidad, variada, equilibrada, creativa es el desafío mayor de cualquier profesional de la radio.

Con el pasar del tiempo, la programación radiofónica ha evolucionado de acuerdo con el contexto social, cultural, económico, técnico y legislativo ajustándose a las necesidades de la radio y de la audiencia.

Para Martí Josep (2000) el concepto de programación desde la perspectiva radiofónica tiene una gran variedad de extensiones y significados: para ciertos teóricos se trata de una noción que, solamente se refiere a la descripción de un trabajo de planificación y organización en el tiempo de los programas radiales, mientras que para otros, consiste en la previsión de la ubicación de estos mismos programas que tienen que ser difundidos en un determinado espacio del tiempo o ciclo de emisión radial. También, se ha definido como la cadena mediante la cual organiza, de manera coherente, una serie de programas en el interior de un cuadro referencial denominado grilla de programación o parrilla radiofónica. (p.79)

Kaplún (1999) reflexiona sobre la estructura programática:

“Proyectar un programa involucra, pues, crear una estructura, encontrar la idea del programa; definir el carácter de la serie, su temática, su contenido; su título, su género o formato, sus características distintivas. Y, ya establecidos estos aspectos, fijar también su duración, su horario de transmisión, su periodicidad o frecuencia, etc.” (p.311)

Elaborar y estructurar una parrilla de programación ayuda completamente a que los profesionales de la radio tengan el control de todo lo que se transmite por su emisora,

tomando en cuenta programas, tiempos, locutores, clasificación del contenido, entre otros, para de esta manera evitar contratiempos e improvisaciones forzadas.

Sin duda, para proyectar un programa de radio en una parrilla radiofónica tenemos que responder a varios parámetros, definir el contenido del programa, el público al que se lo destinará, la emisora por la que será difundido, el formato o género, el horario. Además, es prioritario saber qué vamos a decir, a quién y dónde, cómo y cuándo lo diremos, es preciso ante todo saber para qué lo vamos a decir, con qué fin está elaborado el programa, qué se propone aportarle al oyente, solo así los objetivos de la programación radial tienen razón de ser.

1.1.9 Principales modelos de programación radiofónica

La programación radiofónica se estructura en base a varias pautas y criterios, los cuales se conocen como: modelo. Esto se realiza en la etapa de pre producción.

La historia de la práctica profesional del medio radiofónico, ha impuesto la clasificación de las programaciones, misma que es aplicada con mucha facilidad gracias a los recursos que simplifican esta actividad.

Ahora bien, el acrecentamiento de emisoras y la saturación del mercado, fue empujando a muchas radios a segmentar sus públicos y a especializar sus contenidos, por razones de competencia y en la búsqueda de innovar. Así surgieron algunos modelos para armar la programación.

Programación generalista: Esta es la estructura de programación de todo tipo de programas y para todo tipo de público. También se la conoce como programación total. Históricamente este modelo hace referencia a la radio AM. Actualmente se sigue empleando en la mayoría de emisoras.

Una de las características principales de la programación generalista es que ofrece una variedad de contenidos a una audiencia igualmente variada. Esto no implica que todos los espacios sean para todo público. La segmentación de los oyentes puede darse a nivel de programas. El conjunto de la programación, sin embargo, busca llegar a la generalidad.

Programación Segmentada: Este modelo entrega todos los contenidos para ciertos públicos, lo que quiere decir que, no se trata de seleccionar el público para uno u otro programa, sino para la programación en su conjunto. Los contenidos, los géneros y formatos, siguen siendo variados. Pero toda esa variedad se orienta a un solo público preferencial.

Por ejemplo: Se puede diseñar una programación radial de mujeres y para mujeres. O una radio dirigida a los migrantes, infantil, juvenil, una radio en lengua indígena dirigida a público indígena. También podemos segmentar la audiencia en base a las clases sociales, esta última es una de las variables que más se toma en cuenta en la actualidad para segmentar el público.

Programación especializada: Este modelo en cambio se refiere a la organización de ciertos contenidos para todos los públicos. En contraposición al anterior. No se segmenta la audiencia, sino se especializa los contenidos de la parrilla de programación.

Aquí se pueden ubicar emisoras de radio que tienen la programación, por ejemplo, solo musical. A veces, un solo género. Estas emisoras musicales pueden incluir algún boletín informativo, pero el 90% de su tiempo está dedicado a la música.

También, algunas radios se especializan en información. Sólo noticias. Incluyen secciones de opinión y análisis, entrevistas, reportajes, formatos eminentemente periodísticos.

Otras emisoras no reducen su programación a lo informativo, pero se definen como de formato hablado solamente. Este modelo, además de noticias, incluye todo tipo de programas hablados, consultorios, tertulias, debates, mucha participación popular, programas de intermediación entre ciudadanos y autoridades.

La especialización puede darse también a nivel de contenidos. Los ejemplos más claros de este tipo son las radios religiosas que se pasan todo el santo día predicando la palabra de Dios. Hacen uso de los más variados géneros radiofónicos.

Otras radios se han especializado en contenidos deportivos, incluyendo no sólo las informaciones y comentarios, sino las transmisiones en vivo. Y algunas han concentrado su programación en contenidos de alfabetización y de educación formal.

La radio fórmula: El modelo de la radio-fórmula, consiste en programar una especie de reloj musical que repite cada cierto tiempo las mismas canciones, según sus posiciones en el ranking de preferencias.

Sin locutores ni locutoras en vivo, sin participación de la audiencia, más que de emisoras podríamos hablar de equipos de sonido al aire libre.

1.1.10 La parrilla radiofónica como elemento visual y dinamizador de la programación radial

El concepto de programación desde el punto de vista radiofónico tiene muchas acepciones y significados: para algunos se trata de una noción que, simplemente, remite a la descripción de una labor de planificación de los programas y de su ordenación en el tiempo; para otros, consiste en la previsión de la ubicación de estos mismos programas, los cuales deben ser difundidos en un determinado período de tiempo o ciclo de emisión; finalmente, para otros, se trata de una estrategia discursiva de la emisora o de la cadena, mediante la cual organiza, de manera coherente, una serie de programas en el interior de un cuadro de referencia denominado parrilla de programación (Martí, 2004, p. 21).

La parrilla radiofónica tiene tres características básicas que la rigen: la coherencia, la planificación y la continuidad.

La confección de la parrilla resulta determinante para lograr la aceptación de una radio, por lo tanto, conviene ubicar los espacios más atractivos en horarios de máxima audiencia potencial, además de variar la distribución de segmentos, tomar en cuenta las ventajas y desventajas de cada uno de los programas mediante análisis que deben realizarse frecuentemente

Este análisis debe estructurarse de acuerdo a:

- a) la definición temática de la programación,
- b) el modo de idear y estructurar el tiempo radiofónico que es la programación,
- c) el uso de las técnicas de inserción del contenido –organizado en el programa o en los “sonidos de las horas”– en la parrilla, y
- d) la creación de estilo en la continuidad narrativa de la emisión. Es decir, los aspectos principales sobre los que se trabaja en la ideación y estructuración de la parrilla de cualquier ciclo de programación.

Ahora bien, para poder crear cualquiera de los modelos de programación anteriormente expuestos, es necesario tomar en cuenta algunos parámetros para tener un diagnóstico previo, que muestre la realidad de la audiencia:

- Conocer el contexto social
Las instituciones que hay en la zona, cuáles tienen credibilidad, cuáles son los centros de poder económico y político, quiénes son los amigos y quienes no, con quiénes se puede relacionar y hacer alianzas, las etnias, gustos, grupos etarios, etc.
- Conocer los públicos
A quiénes está dirigida la programación cuando se abre el micrófono, cuáles son sus horarios, qué les gusta, disgusta y en qué momento, cómo se divierten, qué música prefieren, su terminología, cuáles son sus necesidades prioritarias, qué otros medios de comunicación consumen, su cultura, costumbres, religión, etc.
- Conocer la competencia
Cuántas emisoras radiales existen, cuál de ellas son las más escuchadas, su tipo de programación, qué alcance tienen, a qué necesidades del público responden, qué puesto ocupan en el rating, cuál es su horario prime time, que ventajas tienen sobre la programación a crearse.
- Conocer los recursos

El equipo humano que forma parte de la emisora radial, qué tan capacitados están, qué tan creativos son, con cuánto equipo técnico se cuenta, abastece o no a la programación que está a punto de ser creada.

Al momento de armar la parrilla, es necesario especificar:

- Nombre del programa
- Público al que se dirige
- Duración
- Periodicidad
- Animadores/conductores
- Responsables de producción
- Ejes temáticos
- Formatos y recursos radiofónicos
- Musicalización
- Modos de participación del público
- Diseño general del programa
- Mecanismos de evaluación

Gráfico 4: Formato parrilla de programación

N°	Programa	Clasificación del contenido	Descripción del contenido	Origen	Público objetivo	Franja horaria	Tiempo de duración del programa			Día de transmisión	Observaciones
							Duración del programa sin publicidad (hh:mm)	Duración de la publicidad (hh:mm)	Tiempo total de duración del programa (hh:mm)		

Fuente: Elaboración propia a partir de los parámetros que solicita la Ley Orgánica de Comunicación 2013

1.2 Marco Histórico

1.2.1 Historia de la radio en Ecuador

Las primeras experiencias radiofónicas en el país se realizaron en 1926, en Quito y Guayaquil con la Radiodifusora Nacional de Quito y Radio París, respectivamente. Estas incursiones en la radio se caracterizaron por emplear a aficionados por la electrónica y la mecánica. La programación de aquel entonces se enfatizaba en horas de la tarde y noche. Yaguana y Washington (2014) en su investigación determinaron que “Eran pocas las horas que se transmitía a la semana y no había continuidad ni secuencia en sus programas; pero era todo un acontecimiento para quienes contaban con los receptores de radio” (p.12). Apesar de la carencia de equipos de recepción en la población, el acontecimiento de transmitir ondas sonoras no dejaba de ser un hecho importante para la historia de la radio en Ecuador.

Sin embargo, en Ecuador, la Radio “El Prado” aparece como la primera estación radiodifusora en 1929. Su programación estaba compuesta por programas musicales, culturales, informativos y transmisión de eventos deportivos. Por su parte, las transmisiones musicales se definieron por incluir melodías nacionales e internacionales que se complementaban con recitaciones de poemas. (Yaguana y Washington, 2014)

A medida, que tanto los aficionados, profesionales y equipos de radio avanzaron, las parrillas de programación se adaptaron a esos cambios. Es así como, Ecuadoradio, emitió música fusionada con anuncios comerciales. En el caso de Radio HCJB su programación se estructuraba de música, informativos, programas culturales y de entretenimiento con un enfoque en la divulgación de la palabra de Cristo.

Otra de las radios analizadas por Yaguana y Washington (2014) es Radio H.I.R.S.A. la cual destaca por marcar el despegue de la radiodifusión guayaquileña. Esta radio ofreció a sus radioescuchas una programación basada en la música, radioteatros, noticias y comunicados.

En resumen, Yaguana y Washington (2014) interpretaron que la programación en los primeros años de vida de la radio fue irregular y por horas, y sumaba interpretaciones musicales en vivo de las cuales muchas eran improvisadas. También, señalaron que los

espacios comerciales se incluían entre cada canción. Además de presentar una variedad de productos para el hogar y comunicados personales. De esta manera los anuncios representaron un valor de subsistencia económica para la radio.

Según Guerra (2008) en los años 50 se desató la hegemonía por el radioteatro. Esto se debe a la ausencia de la televisión como fuente de entretenimiento. Formatos similares como las radionovelas, radioseries vieron su éxito en estos años.

En los años 60, la radio se enfrentó a grandes cambios entre ellos la presencia de la televisión. Para este entonces la radio atravesó una crisis generada por los bajos sueldos, el aumento exponencial de emisoras y una programación con mayor carga musical.

Para finales de 90, la radio se fortaleció de una nueva generación de radialistas con nuevas perspectivas. A partir de ese momento se pensó en la radio especializada como una opción de avance. A pesar de ello, la crisis económica de país y otros factores impidieron tal cambio. La estructura en la programación no varió con respecto a los años anteriores, Continuó dando preferencia a la música e informativos.

La programación radiofónica del nuevo siglo ha establecido un modelo general de programación. El mismo que toma referencias en el tipo de contenido que se emite. El cambio más evidente es pasar de una radio teatral e interpretativa a una radio musical. Yaguana y Washington (2014) explicaron esta tendencia en los siguientes puntos:

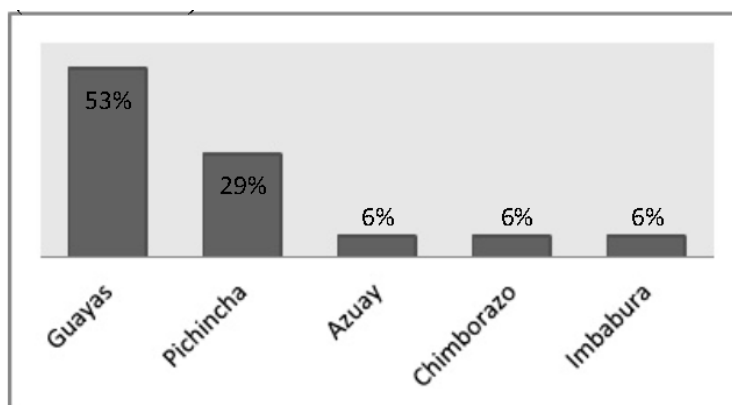
- La facilidad con la cual se obtiene los discos en el mercado. Al no existir un control estricto sobre los derechos de autoría, las emisoras disponen de la música de cualquier artista, sin pagar ningún costo por su uso
- La imitación a cadenas radiales nacionales e internacionales, donde la música es el ingrediente principal de su programación.
- El criterio mal fundado que tienen ciertos productores y locutores de radio al creer que la música se vende por sí sola.
- La maratónica competencia por alcanzar al público joven ha ocasionado que la mayor parte de emisoras privilegien la música, olvidando por completo al resto de géneros que son del agrado de las personas adultas. (p.45)

1.2.2 Historia de la radio en Ibarra

La radio en Imbabura se remonta a los años 30. Y como en la mayoría de radios de esa época su programación se componía de música, anuncios comerciales, resúmenes de noticias locales e internacionales. Y frecuentemente, emitían con una señal con interferencias y ruido estático.

Durante la primera década de la radio en Ecuador, fueron 5 las provincias que contaron con una emisora oficialmente.

Gráfico 5: Distribución por provincias de la radio en Ecuador (1929 -1939)



Fuente: Yaguana y Washington (2014, p.29).

En Imbabura, la primera radio en iniciar su emisión fue radio municipal “La Voz de Imbabura” en 1940 seguido de radio “Equinoccial”, “La Voz del Norte” entre otras en amplitud modulada (AM). En ese momento las programaciones tramitadas eran de tres programas diarios en vivo. Los investigadores, Estévez, Coronado, Flores y Almeida (2017) en estudio histórico determinaron que la producción radial era estricta en cuanto a ceñirse al texto de sus guiones y anuncios comerciales.

En los años 50, la radio adaptó la frecuencia modulada (FM), este avance de calidad en sus transmisiones. También generó un aumento en la cantidad de radio. El estudio de Estévez et al. (2017) afirmaron que en ese momento se registraron 40 estaciones, de las cuales, solo un 40% se mantuvo en 2016.

Para los años 90, las radios encontraron su apogeo. Sin embargo, su programación es similar a lo visto a nivel nacional, destacando producción musical sobre la producción teatral radiofónica.

En Imbabura, según el registro oficial de la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (Arcotel, 2017), existe 39 estaciones de radio. Es importante mencionar que a esta proporción se sumaron las señales repetidoras. De igual forma se comprobó que 5 permanecen en AM y el resto en FM.

1.3 Marco Legal

1.3.1 La ley de comunicación y el cambio en las parrillas radiofónicas en la ciudad de Ibarra.

Es importante analizar los cambios que se han generado en la audiencia a partir de la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación 2013, debido a que en la programación se adjuntaron espacios radiales dedicados a la interculturalidad, se enfocó también al rescate y promoción de la música y artistas ecuatorianos.

La idea de desarrollar este tema de investigación surge de la necesidad de conocer de qué manera la Ley Orgánica de Comunicación 2013 ha transformado la realidad de las radios, en cuanto a la estructuración de sus parrillas de programación, identificar los impactos que causaron estos cambios en la audiencia y las radios.

Una de las leyes más significativas y, además, polémica establecida en Ecuador en el año 2013, es la Ley Orgánica de Comunicación, cuyo objetivo es ser un cuerpo legal para determinar las obligaciones que regulan el trabajo y la autonomía de los medios de comunicación y los profesionales de este ámbito a todo nivel. Este documento ha concebido trascendentales discusiones de múltiples grupos sociales vinculados al campo de la comunicación en esta nación.

La finalidad de esta legislación, es el de practicar una apropiada regulación sobre los medios, basada en la definición de deberes, derechos y compromisos que poseen los actores sociales relacionados con el ejercicio de la del periodismo y la comunicación, estos

compromisos y responsabilidades se encuentran reconocidos por la Constitución de la República.

A nivel mundial, la legislación de la comunicación es un tema que genera controversia, sin embargo, países como Alemania, Australia, Japón, Sudáfrica o el Reino Unido, son algunos ejemplos de Estados que han creado disposiciones legales para el funcionamiento de los medios de comunicación en sus territorios, con la premisa de proteger los derechos a la privacidad de personas y organizaciones, así como facilitar la inserción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

En el caso de España la libertad de prensa ha sido normada en varias ocasiones como son, dos leyes establecida por el gobierno del General Franco: el Decreto de marzo de 1938 y la Ley de Prensa e Imprenta de marzo de 1966, que aún están vigentes de forma parcial, pues recibieron algunas modificaciones luego de la promulgación de la nueva Constitución, en la época de la transición política.

Atención particular reciben las leyes promulgadas en naciones de América Latina en las últimas décadas, donde el factor común ha sido establecer el sentido de responsabilidad social que deben asumir los trabajadores de los medios de prensa y los comunicadores en general. Tal es el caso de la Asociación Colombiana de Periodistas (ACP), que sostiene personería jurídica ante el Ministerio del Trabajo y Seguridad Social en ese país.

En Ecuador, la primera legislación al respecto fue la “Ley de Ejercicio Profesional del Periodista”, publicada en septiembre de 1975 durante el gobierno del General Guillermo Rodríguez Lara. Esta ley estaba conformada por 4 Capítulos, 34 Artículos y 10 Disposiciones Generales, su objetivo principal era garantizar el ejercicio profesional de los graduados en las Escuelas Universitarias de Ciencias de la Información.

En otra instancia al realizar un análisis conceptual desde investigaciones teóricas, se localizó “El proyecto de ley de comunicación y su incidencia en los comunicadores sociales de la provincia de Santa Elena” de la autoría de María Gabriela Álava Ruiz de la Universidad Estatal Península de Santa Elena durante el 2011. La investigadora realizó un estudio del Proyecto de ley de comunicación determinando su influencia en los

comunicadores sociales de la provincia de Santa Elena en el periodo 2010-2011. Esta indagación, a través de encuestas y entrevistas se propuso esclarecer entre los profesionales de la prensa de esa provincia, su percepción de los deberes y derechos del comunicador social y la responsabilidad que tienen ante la sociedad.

Otra investigación al respecto que se considera un antecedente de la situación en análisis es el “Estudio comparativo de la ley de comunicación vigente en Ecuador, frente a la propuesta de la ley de comunicación llevada por la Asamblea Nacional, y su incidencia en las emisiones informativas del noticiero de Radio El Sol de la ciudad de Quito, período septiembre 2012-febrero 2013”, de Cristian Jhoffer Carrasco Viteri en la Universidad Nacional de Loja en el 2013. La tesis tuvo como premisa fundamental la motivación en la defensa de la libertad de expresión, evaluar el impacto que pudiera generar la aplicación de este instrumento jurídico en el ejercicio de la libertad de expresión en la sociedad ecuatoriana, y en específico dentro del noticiero “Sol Noticias” de Radio El Sol, en la ciudad de Quito. Los resultados de este estudio evidenciaron de que el 54% la población encuestada desconocía la Ley de Comunicación, y un 87% de encuestados manifestaron su desacuerdo con la penalización a la opinión pública y la vulnerabilidad de la libertad de expresión.

La comunicación como derecho humano y servicio público de Gissela Poveda Chiriguaya de la Universidad de Guayaquil en 2015, también es un análisis que sirve de referencia. El objetivo principal de este estudio fue reconocer los derechos de la comunicación en la Constitución del 2008, y la determinación como servicio público señalado en la Ley Orgánica de Comunicación 2013 y propuesta de enmienda constitucional, con el fin de empoderar a los ciudadanos sobre los derechos a la comunicación para que ejerzan una participación ciudadana responsable en la toma de decisiones. El estudio expone que la intervención estatal es complicadamente viable desde la doctrina, donde hay características tanto del derecho como del servicio público, que difícilmente coexisten en un régimen democrático y que producen limitaciones a otros derechos en la práctica. Una de las variables a ponderar es que se analizan esas limitaciones al derecho a la comunicación producidas a través de la aplicación a través de la Ley Orgánica de Comunicación, algunas incompatibilidades, vulneración a otros derechos y libertades, expresados en algunos casos de sanciones impuestas por la

Superintendencia de la Información y Comunicación. Los resultados del estudio revelan que el derecho a la comunicación no ha podido desarrollarse en el esquema planteado por la legislación programática al haber limitado su ejercicio y aplicación.

En la actualidad, se plantea con mucha más fuerza la idea de pensar la comunicación de una manera más compleja, no preocupada solamente por la transmisión de información o por efectos de persuasión a través de la mediación tecnológica, sino por la dimensión relacional y cultural que es la que interviene en las transformaciones sociales.

A partir de estos presupuestos teóricos se establece el presente estudio que busca, adentrarse en el análisis de la influencia de la Ley Orgánica de Comunicación 2013 en la realidad del territorio ecuatoriano y en específico en los contenidos de programación de las parrillas radiofónicas de las radios del cantón Ibarra.

El hecho de que la Ley Orgánica de Comunicación 2013, plantee ciertas regulaciones a las parrillas de programación de los medios de comunicación, se establece como un elemento interesante al examinar desde el punto de vista de las experiencias de emisoras ibarreñas en la puesta en práctica de dichas regulaciones y cómo esto ha repercutido de acuerdo con los parámetros a analizar en esta investigación.

1.3.2 Artículos de la Ley Orgánica de Comunicación que influyen en los cambios de las parrillas radiofónicas

Ante la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación en 2013, se establecieron una serie de artículos en beneficio de la comunicación. Las aplicaciones de estas nuevas normativas eliminarían ciertos problemas y ambigüedades con las cuales se manejaban los medios de comunicación hasta entonces. Es así, como en amparo del artículo 384 de la Constitución de la República estipuló asegurar el ejercicio de la comunicación, bastó para consolidar este mecanismo de regulación.

En seguida se citan los artículos de la Ley Orgánica de Comunicación (2013) que influyen en los cambios de las parrillas radiofónicas.

Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos. - Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural,

en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

Este artículo se enfocó en promover una estructurar de programación diversa. Dejando atrás el modelo de programación musical que predominaba en una proporción importante de radios. Resaltando aspectos como la calidad y contenidos educativos.

Art. 10.- Normas deontológicas. - Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones:

1. Referidos a la dignidad humana:

- a. Respetar la honra y la reputación de las personas;
- b. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y,
- c. Respetar la intimidad personal y familiar.

2. Relacionados con los grupos de atención prioritaria:

- a. No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud;
- b. Abstenerse de usar y difundir imágenes o menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades;
- c. Evitar la representación positiva o valorativa de escenas donde se haga burla de discapacidades físicas o psíquicas de las personas;
- d. Abstenerse de emitir imágenes o menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos; salvo el caso que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por autoridad competente;

e. Proteger el derecho a la imagen y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia; y,

f. Abstenerse de emitir contenidos que atenten contra la dignidad de los adultos mayores, o proyecten una visión negativa del envejecimiento.

El incumplimiento de las normas deontológicas establecidas en este artículo podrá ser denunciado por cualquier ciudadano u organización ante la Superintendencia de la Información y Comunicación, la que, luego de comprobar la veracidad de lo denunciado, emitirá una amonestación escrita, siempre que no constituya una infracción que amerite otra sanción o medida administrativa establecida en esta Ley.

Sin bien, cada radio tiene la posibilidad de establecer un código deontológico para su medio de forma individual, deben ceñirse a lo dispuesto en este artículo. El contenido de este artículo fija las particularidades éticas para la formación de la programación radial.

Art. 14.- Principio de interculturalidad y plurinacionalidad.- El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que éstas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano.

Art. 36.- Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional. - Los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes.

Todos los medios de comunicación tienen el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, por un

espacio de 5% de su programación diaria, sin perjuicio de que, por su propia iniciativa, los medios de comunicación amplíen este espacio. El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación establecerá los mecanismos y la reglamentación para el cumplimiento de esta obligación.

La falta de cumplimiento de este deber por parte de los medios de comunicación, será sancionada administrativamente por la Superintendencia de la Información y la Comunicación con la imposición de una multa equivalente al 10% de la facturación promediada de los últimos tres meses presentada en sus declaraciones al Servicio de Rentas Internas, sin perjuicio de que cumpla su obligación de difundir estos contenidos.

Se debe añadir que Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación, establece las siguientes reglas para los contenidos interculturales:

- 1.- En medios audiovisuales la difusión de contenidos interculturales se realizará en horario para todo público, salvo el caso de que incluyan contenidos violentos o explícitamente sexuales.
- 2.- En medios audiovisuales se destinará al menos 5% de la programación de la franja horaria familiar que va de 6:00 a 24:00 horas para la difusión de contenidos interculturales.

DÉCIMA QUINTA. - Los medios de comunicación incluirán en su programación o ediciones, contenidos en las lenguas de relación intercultural, en un porcentaje de al menos el 5% de su programación en un plazo de un año, contado a partir de la publicación de esta Ley en el Registro Oficial.

En estos apartados, se impulsa la producción de contenido que aporte a la identidad de la audiencia. La promoción de estos espacios garantiza el acceso a una comunicación incluyente que toma el idioma y la simbología de las personas a las cuales se dirigen. Fortaleciendo así, una comunicación libre con una multitud de voces.

Art. 60.-Identificación y clasificación de los tipos de contenidos. - Para efectos de esta Ley, los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de

los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en:

1. Informativos -I;
2. De opinión -O;
3. Formativos/educativos/culturales -F;
4. Entretenimiento -E;
5. Deportivos -D; y,
6. Publicitarios -P.

Los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar todos los contenidos de su publicación o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos.

Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deben identificar el tipo de contenido que transmiten; y señalar si son o no aptos para todo público, con el fin de que la audiencia pueda decidir informadamente sobre la programación de su preferencia.

Quedan exentos de la obligación de identificar los contenidos publicitarios, los medios radiales que inserten publicidad en las narraciones de espectáculos deportivos o similares que se realicen en transmisiones en vivo o diferidas.

El incumplimiento de la obligación de clasificar los contenidos, será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con ésta.

La identificación por contenido ayuda tanto a oyentes y productores. En el caso de los oyentes, esta caracterización contribuye en la comprensión del tipo de programa al cual se exponen. Y en cuanto a los productores, es una norma para orientar los ejes de su programa.

Art. 65.- Clasificación de audiencias y franjas horarias. - Se establece tres tipos de audiencias con sus correspondientes franjas horarias, tanto para la programación de los medios de comunicación de radio y televisión, incluidos los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, como para la publicidad comercial y los mensajes del Estado:

1. Familiar: Incluye a todos los miembros de la familia. La franja horaria familiar comprende desde las 06h00 a las 18h00. En esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación “A”: Apta para todo público;

2. Responsabilidad compartida: La componen personas de 12 a 18 años, con supervisión de personas adultas. La franja horaria de responsabilidad compartida transcurrirá en el horario de las 18h00 a las 22h00. En esta franja se podrá difundir programación de clasificación “A” y “B”: Apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta; y,

3. Adultos: Compuesta por personas mayores a 18 años. La franja horaria de personas adultas transcurrirá en el horario de las 22h00 a las 06h00. En esta franja se podrá difundir programación clasificada con “A”, “B” y “C”: Apta solo para personas adultas.

En función de lo dispuesto en esta ley, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación establecerá los parámetros técnicos para la definición de audiencias, franjas horarias, clasificación de programación y calificación de contenidos. La adopción y aplicación de tales parámetros será, en cada caso, de responsabilidad de los medios de comunicación.

Las franjas horarias establecidas en la LOC (2013) delimitan la emisión de contenido, de esta manera se protege a la niñez y adolescencia de contenidos inapropiados. En el caso de infringir el artículo la entidad encargada del cumplimiento de este parámetro sancionará al medio.

Art. 80.- Objetivos. - Los medios de comunicación social públicos tendrán los siguientes objetivos:

1. Producir y difundir contenidos que fomenten el reconocimiento de los derechos humanos, de todos los grupos de atención prioritaria y de la naturaleza;
2. Ofrecer servicios de información de relevancia pública veraz, verificada, oportuna y contextualizada, con respeto a los principios de independencia profesional y pluralismo;
3. Facilitar el debate democrático y la libre expresión de opiniones;
4. Fomentar la igualdad de género y la interculturalidad;
5. Impulsar el intercambio de información y el conocimiento mutuo entre los pueblos de América Latina y el mundo;
6. Promover la producción y difusión de contenidos audiovisuales nacionales;
7. Buscar y ejecutar mecanismos de cooperación y enlace con medios públicos a nivel nacional e internacional;
8. Implementar espacios para la promoción de las actividades productivas del país;
y,
9. Ofrecer contenidos educativos, culturales, de recreación y entretenimiento que contribuyan al buen vivir.

A partir de esta pauta los medios de comunicación deberán construir sus programas y por ende su programación. De tal manera, que se asegure la diversidad, calidad y acceso, a contenidos comunicativos e informativos.

Art. 103.- Difusión de los contenidos musicales. - En los casos de las estaciones de radiodifusión sonora que emitan programas musicales, la música producida, compuesta o ejecutada en Ecuador deberá representar al menos el 50% de los contenidos musicales emitidos en todos sus horarios, con el pago de los derechos de autor conforme se establece en la ley.

Están exentas de la obligación referida al 50% de los contenidos musicales, las estaciones de carácter temático o especializado.

Como parte de este mecanismo de regulación. Los espacios musicales se modificaron para fomentar la producción nacional de música.

En lo que respecta a los artículos que intervienen en la construcción de una parrilla radiofónica. El enfoque general es impulsar una programación con diferentes tipos de contenidos, en la cual la audiencia reconozca a sus participantes, visualice la identidad cultural y participe de la radio. Además de establecer horarios y clasificación de audiencias para proteger al receptor. Estos y otros aspectos, se planearon para la adquisición de una comunicación democrática.

CAPÍTULO II

2 Diagnóstico

2.1 Metodología

De acuerdo con las líneas de investigación habilitadas para la Escuela de Comunicación Social por parte del Departamento de Investigación de la Pontificia Universidad Católica Sede Ibarra, este tema de investigación corresponde a la línea C3. Nuevas tecnologías de la información y la comunicación, en el cual el área de estudio es amplia y se enlaza con el manejo de recursos e instrumentos tecnológicos para la producción creativa de formatos periodísticos en medios tradicionales y digitales.

El presente trabajo de titulación pretende obtener, a través de herramientas metodológicas de tipo cuantitativo y cualitativo, resultados que determinen cuál es el cambio que han tenido las parrillas radiofónicas en las radios del cantón Ibarra a partir de la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación 2013. Por lo tanto, el objetivo primordial de este capítulo es proporcionar a la investigación una serie de técnicas que contribuyan y aporten significativamente al desarrollo de este trabajo, en el cual se usará el método analítico basado en el estudio de caso.

2.2 Antecedentes diagnósticos

El análisis contextual de este estudio permitió determinar que desde la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación 2013 no se han realizado investigaciones de los cambios en las parrillas radiofónicas en el cantón Ibarra. De ahí, que el presente proyecto adquiere relevancia y se vuelve oportuno, al convertirse en una especie de diagnóstico de la realidad comunicacional.

En Imbabura, se registraron 39 emisoras entre matrices y repetidoras. Las mismas que se dividen en 5 en amplitud modulada (AM) y 34 en frecuencia modulada (FM).

En cuanto al cantón Ibarra, esta cuenta con 16 radios. A continuación, se muestra un listado con las radios registradas en 2017 por la Arcotel (2017).

Tabla 1: Identificación de las radios en Ibarra

Nombre	Clase	Categoría
MUNICIPAL 89.9 FM "LA VOZ DE IMBABURA"	Servicio público	AMPLITUD MODULADA
MÁXIMA	Comercial privada	AMPLITUD MODULADA
ACTIVA FM	Comercial privada	FRECUENCIA MODULADA
LOS LAGOS	Comercial privada	FRECUENCIA MODULADA
CARICIA FM	Comercial privada	FRECUENCIA MODULADA
AMPARA SU	Comunitaria	FRECUENCIA MODULADA
AMÉRICA	Comercial privada	FRECUENCIA MODULADA
RITMO	Comercial privada	FRECUENCIA MODULADA
VOCU FM	Comercial privada	FRECUENCIA MODULADA
CANELA	Comercial privada	FRECUENCIA MODULADA
EXA FM	Comercial privada	FRECUENCIA MODULADA
UNIVERSITARIA	Servicio público	FRECUENCIA MODULADA
LA PREMIER	Comercial privada	FRECUENCIA MODULADA
SOY FM	Comercial privada	FRECUENCIA MODULADA

Fuente: Elaboración propia en base al Registro oficial de Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (Arcotel, 2017)

La tabla hace visible un alto porcentaje de radio de carácter comercial privado (11 radios), y en menor medida radio de servicio público (2 radios) y 1 radio comunitaria.

Con lo que respecta al área de servicio, las radios localizadas en Ibarra difunden su señal de forma local y alrededores. Sin embargo, radio como: Activa, Ampara Su, Exa FM llegan con su señal a otros cantones de la provincia, como es el caso de Ibarra, Otavalo, Urcuquí, Antonio Ante, Cotacachi. Por su parte radio América alcanza algunas zonas del norte de Quito.

De forma estratégica, la ciudad en donde se ubican los estudios radiales de muchas emisoras se encuentra en Ibarra, tanto por el número de su población y ubicación geográfica.

2.3 Objetivos diagnósticos

2.3.1 Objetivo general del diagnóstico

Determinar el cambio en las parrillas de programación en las radios del cantón Ibarra a partir de la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación 2013, mediante la aplicación de herramientas cualitativas y cuantitativas de investigación para el diagnóstico del cumplimiento de la ley a nivel local.

2.3.2 Objetivos específicos diagnóstico

- Ejecutar un diagnóstico sobre la reestructuración de las parrillas de programación radiofónica del cantón Ibarra a través de entrevistas, encuestas y fichas de observación, aplicadas a locutores, dueños de frecuencias radiales y radioescuchas del cantón Ibarra.
- Analizar las parrillas radiofónicas de programación de las radios de Ibarra, a través de fichas de observación e identificar los cambios que se realizó a la programación de las emisoras a partir de la Ley Orgánica de Comunicación 2013.
- Diagnosticar los cambios que se han producido en las parillas radiofónicas de programación acopladas a las ordenanzas de la Ley Orgánica de Comunicación 2013, mediante entrevistas dirigida a los directores de programación y gerentes de las radios de Ibarra, cuyo resultado establezca el cambio que se dio a partir de la LOC 2013.
- Descubrir desde las perspectivas de los radioescuchas Ibarra las modificaciones que percibieron como audiencia, mediante encuestas para que los resultados que arrojen, aporten a la investigación del presente proyecto.

2.4 Variables e indicadores diagnósticos

Tabla 2: Variables e indicadores diagnósticos

Objetivos diagnósticos	VARIABLES	Indicadores	Técnica	Fuente de información
1. Analizar las parrillas radiofónicas de programación de las radios de Ibarra, a través de fichas de observación e identificar los cambios que se realizó a la programación de las emisoras a partir de la Ley Orgánica de Comunicación 2013.	Tipo de programación	-Deportiva -Informativa -Cultural - -Entretenimiento -Musical -De opinión - -Dramatizaciones radiales	Observación	Las parrillas radiofónicas de programación
2. Diagnosticar los cambios que se han producido en las parrillas radiofónicas acopladas a las ordenanzas de la Ley Orgánica de Comunicación 2013, mediante entrevistas dirigida a los directores de programación y gerentes de las radios de Ibarra, cuyo resultado establezca el cambio que se dio a partir de la LOC 2013.	Porcentaje de cambios en la parrilla radiofónica de programación	-Incremento de programación en las parrillas radiofónicas -Sigue igual -Reducción de programación en las parrillas radiofónicas	Entrevistas dirigidas	Directores de programación y gerentes de las emisoras de la ciudad de Ibarra.
3. Descubrir desde las perspectivas de los radioescuchas Ibarra las modificaciones que percibieron como audiencia, mediante encuestas para que los resultados que arrojen, aporten a la investigación del presente proyecto.	Cambios que percibieron como audiencia	-Emisoras radiales escuchadas -Tipo de programación que escuchan -Calidad de contenido -Fortalezas de las radios de Ibarra -Debilidades de las radios de Ibarra	Encuesta	Habitantes del cantón San Miguel de Ibarra.

Fuente: Elaboración propia

2.5 Mecánica operativa

El presente estudio tiene el objetivo de analizar los cambios, impactos y transformaciones que se generaron en las parrillas de programación radiofónica a partir de la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación 2013. Para lo cual se diseñó una matriz en la cual se identifican las sanciones que han tenido las radios de la localidad.

Acorde a los resultados obtenidos en el proceso de esta investigación, la radio sigue siendo uno de los medios de comunicación más usado por su fácil accesibilidad. Por tanto, es pertinente aplicar una encuesta dirigida a los radioescuchas de Ibarra para identificar sus necesidades, gustos, preferencias y conocer de qué manera se han visto afectados o beneficiados con la implementación de la LOC 2013. Así también, se elaboró un cuestionario base para las entrevistas realizadas a los gerentes de las radios y a los directores o encargados de la programación radial, todo esto con el objetivo de validar la propuesta.

2.5.1 Identificación de la Población

La población de este estudio tiene dos divisiones: en primer lugar, las radios del Cantón Ibarra. Las radios en este estudio realizado son las frecuencias del cantón Ibarra, perteneciente a la provincia de Imbabura. De las cuales se ha trabajado con 13 radios, entre ellas Radio La Premier, Radio Los Lagos, Radio Municipal 89.9, Radio Ampara Su, Radio Activa FM, Radio América, Radio Máxima 89.5, Radio Vocu FM, Radio Canela, Radio Soy FM, Radio EXA Ibarra, Radio Universitaria y Radio Caricia con el fin de analizar el contexto actual de la radio posterior a la aplicación y efectos de la Ley Orgánica de Comunicación 2013.

En segundo lugar, se ha visto conveniente tomar en consideración a la población de la ciudad de Ibarra ya que el objeto de estudio, en este caso las emisoras analizadas, son referentes para esta ciudad y algunas de ellas son radios nativas de la misma.

Específicamente se tomó en cuenta a la ciudad de Ibarra y sus pobladores de diferentes edades que van desde los 16 hasta los 50 años de edad, esto en función de los siguientes aspectos:

- Ibarra es la ciudad en la donde se encuentran las oficinas centrales de los medios radiales analizados.
- La radio es un medio amigable con cualquier edad, por lo que es imprescindible saber el punto de vista de cada uno de los grupos etarios.
- Facilidad de la investigadora de acceder a esta población.

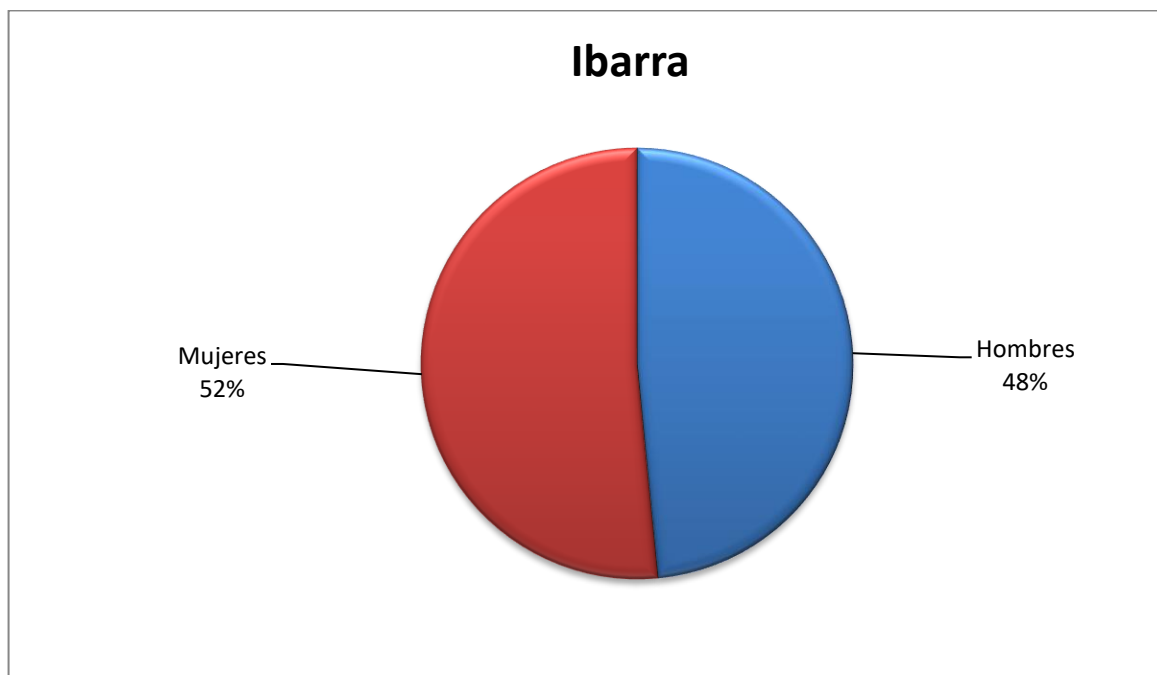
Según los datos oficiales del 2010 del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), la ciudad de Ibarra, capital de Imbabura, muestra un total de 181.175 habitantes entre hombres y mujeres.

Tabla 3: Resultados del censo de población 2010

Cantón	Hombres	%	Mujeres	%	Total
Ibarra	87,786	45,3%	93,389	45,6%	181,175

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 6: Resultados del censo de población 2010



Fuente: Elaboración propia

2.5.2 Determinación de la muestra

Radios de Ibarra

$$n = \frac{Z^2 N pq}{e^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

N = Universo (16 radios de Ibarra)

n = Tamaño de la muestra

p = probabilidad a favor

q = probabilidad en contra

Z = nivel de confianza

e = margen de error

$$n = \frac{1,96^2 * 16 * 0,5 * 0,5}{0,05^2(15 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{13,4}{0,035 + 0,9604}$$

$$n = \frac{13,4}{0,995}$$

$$n = 13$$

Habitantes del Cantón Ibarra

$$n = \frac{Z^2 N pq}{e^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

N = Universo (181.175 habitantes de Ibarra)

n =Tamaño de la muestra

p = probabilidad a favor

q =probabilidad en contra

Z = nivel de confianza

e =margen de error

$$n = \frac{1,96^2 * 181.175 * 0,5 * 0,5}{0,05^2(181.175 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{173928}{452,9346 + 0.9604}$$

$$n = \frac{173928}{453,895}$$

$$n = 383,18$$

2.5.3 Información primaria

La metodología usada en este trabajo de titulación se centró en la recopilación de datos cualitativos y cuantitativos sobre los cambios, impactos y transformaciones que se generaron en las parrillas de programación radiofónica del Cantón Ibarra, tanto como en las emisoras radiales como en los radioescuchas. A partir de este antecedente se aplicaron las siguientes técnicas de investigación:

2.5.3.1 Observación

La observación puede tener el carácter de técnica, que es el que se usó para este estudio, y que consiste en recolectar datos e informaciones que permiten describir informaciones o contrastar hipótesis. Pero también puede ser considerada como un método científico, y para esto se requieren algunos requisitos como delimitar un problema, análisis de datos e interpretación de resultados (Benguría et. al, 2010).

La observación es una tarea primordial de investigación de la cual se pueden desprender otros métodos y técnicas para la recolección de datos e información. Díaz (2011) afirma que “la observación es un elemento fundamental de todo proceso de investigación; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos” (p.5).

2.5.3.2 Encuestas

La encuesta es un método de recopilación de datos que por lo general se usa para recabar información aplicándola a un vasto número de personas. Para Cantín, López y Rodríguez (2010):

“la encuesta es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se realiza a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación”. (p.3)

En esta investigación la encuesta es una parte fundamental para la recopilación de información, aplicándola a 383 personas de la ciudad de Ibarra de entre 16 y 50 años con el fin de saber si son capaces de reconocer los cambios que han tenido las radios en sus parrillas de programación a raíz de la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación en el año 2013.

Modelo de encuesta aplicada

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

El objetivo de esta encuesta es identificar los cambios e impactos que se han generado en los radioescuchas a partir de la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación 2013. Además, saber si la transformación de la parrilla radiofónica es aceptada por la audiencia ibarreña.

- Marcar con una X en la respuesta que usted considere más apropiada
- Se pide contestar con la mayor honestidad posible
- La encuesta es de carácter estrictamente anónimo

Género: Femenino () Masculino ()

Edad: 16 – 21 () 22 – 27 () 28 – 35 () 36 – 42 () 43-50 ()

1. ¿Qué radio escucha?

- a) Popular ()
- b) Caravana ()
- c) Mágica ()
- d) América ()
- e) Ampara Su ()
- f) Municipal 89.9 ()
- g) Radio Pública ()
- h) Activa ()
- i) La Premier ()
- j) Canela ()
- k) Exa - Ibarra ()
- l) Caricia ()
- m) Universitaria ()
- n) Vocu FM ()
- o) Los Lagos ()
- p) Ritmo FM ()
- q) Soy FM ()

2. ¿Qué opina de la programación de las radios de Ibarra?

- Interactiva ()
- Programación variada ()
- Participativa ()
- Poco atractiva ()
- Otro _____

3. ¿Conoce usted los cambios que introdujo la Ley Orgánica de Comunicación del 2013 en la programación radiofónica?

- SI () NO ()

4. De entre los siguientes ¿Qué cambios ha notado en la programación de las radios de Ibarra a partir de la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación?

- Incremento de programación ()
- Variación musical ()
- Adaptación de nuevos formatos ()
- Mayor participación de los radioescuchas en la programación ()
- Nada ()
- Otro _____

5. ¿De acuerdo a los cambios que ha notado o a la ausencia de los mismos considera que la programación radiofónica ha mejorado?

- Mucho ()
- Poco ()
- Sigue igual ()
- Es peor que antes ()
- Otro _____

6. ¿Cuáles considera que podrían ser las principales fortalezas de la programación de las radios Ibarreñas?

- Cercanía ()
- Rapidez en la información ()
- Variedad de programas ()
- Entretenimiento ()
- Innovación ()
- Locutores locales ()
- Incremento de programación cultural ()
- Espacio para la difusión de producción nacional ()
- Otra _____

7. ¿Cuáles considera que podrían ser las principales debilidades de la programación de las radios Ibarreñas?

- Falta de cercanía con el oyente ()
- Pocos espacios de participación ()
- Poca creatividad ()
- Poca innovación ()
- Poca variedad de programas ()
- Otra _____

8. ¿Cada cuánto tiempo considera que las radios deberían cambiar su programación?

- Cada año ()
- Cada 2 años ()
- Cada 4 años ()
- Nunca ()

9. ¿Qué tipo de programación suele escuchar con mayor frecuencia?

- Deportiva ()
- Información ()
- Cultural ()
- Entretenimiento ()
- Musical ()
- De opinión ()
- Dramatizaciones radiales ()
- Otra _____

10. ¿Qué tipo de programación considera que se debería incrementar en la radio que usted escucha?

- Deportiva ()
- Información ()
- Cultural ()
- Entretenimiento ()
- Musical ()
- De opinión ()
- Dramatizaciones radiales ()
- Otra _____

Fuente: Elaboración propia

2.5.3.3 Entrevistas

La entrevista, al igual que la observación y la encuesta en esta investigación, es otro método muy usado para la recolección de datos importantes y en este caso más preciso o puntual, centrándose en una realidad en concreto. Sobre esto Peláez, Rodríguez, Ramírez, Pérez, Vásquez y Gonzáles (2010) mencionan que la entrevista:

Es un proceso de comunicación que se realiza normalmente entre dos personas; en este proceso el entrevistado obtiene información del entrevistado de forma directa. Si se generalizara una entrevista sería una conversación entre dos personas por el mero hecho de comunicarse, en cuya acción la una obtendría información de la otra y viceversa. (p.2)

Para este estudio se realizó una entrevista personal con cada director o representante de las 13 emisoras analizadas: Radio La Premier, Radio Los Lagos, Radio Municipal 89.9, Radio Ampara Su, Radio Activa FM, Radio América, Radio Máxima 89.5, Radio Vocu FM, Radio Canela, Radio Soy FM, Radio EXA Ibarra, Radio Universitaria y Radio Caricia con el fin de analizar el contexto actual de la radio posterior a la aplicación y efectos de la Ley Orgánica de Comunicación 2013.

Modelo de cuestionario base de entrevista aplicada

RADIO: _____

1. ¿Cuántos años de funcionamiento tiene esta emisora?
2. ¿Bajo qué parámetros está establecida la audiencia de esta radio?
3. ¿Cada cuánto tiempo y cómo se mide el rating de la radio?
4. ¿Esta radio cuenta con una parrilla de programación?
5. ¿Qué tipo de programación tiene esta radio?
6. ¿A qué parámetros obedece la programación radial de este medio?
7. ¿Desde hace cuánto tiempo está establecida esta programación?
8. ¿Cada cuánto tiempo se tiene previsto reformar la parrilla radiofónica?
9. ¿Cómo afecto Ley Orgánica de Comunicación a la programación de la radio antes establecida?
10. ¿Se realizaron estudios previos a la aplicación y cambios que solicitaba la Ley Orgánica de Comunicación a la programación radial de este medio?

11. ¿De qué manera se acoplaron a las ordenanzas la Ley Orgánica de Comunicación 2013?
12. ¿Antes de la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación esta radio contaba con una parrilla de programación?
13. ¿Qué programas que se introdujeron a partir de la Ley?
14. ¿Cómo se maneja el contenido cultural que exige la ley?
15. ¿Ha sido difícil cumplir las exigencias de la ley por ejemplo en cuanto a la música nacional?
16. ¿Qué limitaciones se han presentado a partir de la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación?
17. ¿En el sentido financiero como afecto?
18. ¿Cuáles cree que son las razones por las que se debe cambiar la parrilla radiofónica?
19. ¿Cuál considera que es el horario y programa prime time de su radio?
20. ¿Cada cuánto tiempo se tiene previsto reformar la parrilla radiofónica?

Fuente: Elaboración propia

2.5.4 Información secundaria

Para tener una orientación sobre los cambios que se generaron en las parrillas de programación radiofónica a partir de la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación, se inició con la recolección de información desde una base teórica elaborada a partir de fuentes documentales.

2.5.4.1 Análisis e interpretación de resultados de la ficha de observación

Tabla 4: Parrilla de programación radio Ampara Su

RADIO	SEGMENTOS	HORARIO	TIPO DE PROGRAMACIÓN
AMPARA SU	Música al amanecer	00h00 a 02h00	Musical
	Vallenatos	02h00 a 03h00	Musical
	Soy Awá	04h00 a 05h00	Musical
	Medicina tradicional	05h00 a 06h00	Informativo
	Enlace noticioso	06h00 a 07h30	Informativo
	AMPARA SU Cultural	07h30 a 10h00	Entretenimiento y dramatizaciones radiales
	Ritmos sin fronteras	10h00 a 13h00	Musical
	Radio sport EC	13h00 a 15h00	Deportivo
	Tropicalísima	15h00 a 17h30	Musical
	AMPARA SU ecuatorianísima	17h30 a 19h00	Musical
	Medicina tradicional	19h00 a 20h00	Informativo
	Mi rokolita	20h00 a 00h00	Musical

Fuente: Elaboración propia

Radio Ampara Su, es un medio de comunicación comunitario que cuenta con una programación mayormente musical. De doce programas existentes, siete son destinados para los contenidos musicales. En cuanto a los contenidos informativos que se manifiestan con cuatro segmentos en los que se incluye temas culturales y deportivos.

Al ser una emisora con fines comunitarios, la cultura es parte importante en la planificación y difusión de contenidos, sin embargo, en notorio que en esta emisora no se han destinado segmentos en los que se pueda identificar temáticas netamente culturales, mismos que se orientan a la enseñanza y reconocimiento de las costumbres, tradiciones de los pueblos y nacionalidades.

Tabla 5: Parrilla de programación radio Canela

RADIO	SEGMENTOS	HORARIO	TIPO DE PROGRAMACIÓN
CANELA	Con las cobijas al aire	05h00 a 07h30	Musical
	Taller del humor	07h30 a 10h30	Entretenimiento
	Oído fino	10h30 a 12h00	Musical
	Canela íntima	12h00 a 14h00	Musical
	Radio terapia	14h00 a 18h00	Entretenimiento y musical
	Combinación perfecta	18h00 a 20h00	Musical
	Requinteando	20h00 a 22h00	Musical
	Canela break	23h00 a 05h00	Musical
Sábado	Radiación temprana	16h00 a 18h00	Entretenimiento y musical
	Música retro	18h00 a 20h00	Musical
Domingo	Música 24 horas	05h00 a 05h00	Musical

Fuente: Elaboración propia

Radio Canela es una emisora privada que tiene limitados los contenidos de la parrilla de programación habitual, la mayor parte de la programación contiene segmentos musicales, seguido de los segmentos de entretenimiento, mismos que se caracterizan por el tratamiento de temáticas de interés colectivo.

El medio retransmite los programas de “Educa radio”, pero no cuenta con programación autónoma de temas culturales.

Tabla 6: Parrilla de programación radio Vocu

RADIO	SEGMENTOS	HORARIO	TIPO DE PROGRAMACIÓN
VOCU FM	Buen día con energía	04h00 a 07h00	Musical
	Aquí estamos	07h00 a 10h00	Entretenimiento y musical
	Tacones sobre la mesa	10h00 a 13h00	Entretenimiento y musical
	Noticias y deportes	13h00 a 15h00	Informativo y deportivo
	Fusión	15h00 17h00	Entretenimiento y musical
	Seducción radial	17h00 a 18h30	Entretenimiento y musical
	Clásicos vivos	18h30 a 20h00	Musical
	Vocu hits	20h00 a 04h00	Musical

Fuente: Elaboración propia

Radio Vocu, manifiesta su apertura de público jóvenes y adultos en la difusión contenidos mayormente musicales, que se ubican con más del 50% de la programación global de la emisora. En cuanto a la demás programación está destinada a programación informativa y deportiva, de entretenimiento como: talkshows. No cuenta con programación cultural.

Tabla 7: Parrilla de programación radio La Premier

RADIO	SEGMENTOS	HORARIO	TIPO DE PROGRAMACIÓN
LA PREMIER	Música nacional	04h00 a 05h00	Musical
	Sembremos futuro	05h00 a 06h00	Entretenimiento e informativo
	Mundo noticias	06h00 a 08h00	Informativo
	Compartiendo con usted	08h00 a 08h50	Informativo
	Educa radio	08h50 a 09h00	Informativo
	Ruta 91	09h00 a 12h00	Entretenimiento, informativo y musical
	Mundo deportivo	12h00 a 13h30	Informativo y deportivo
	Solo deportes	13h30 a 15h00	Deportivo

	Educa radio	15h00 a 15h10	Informativo
	Fiebre latina	15h10 a 18h00	Musical
	Mundo noticias	18h00 a 19h00	Informativo
	De regreso a casa	19h00 a 20h00	Musical
	Reventón tropical	20h00 a 22h00	Musical
	Música selecta	22h00 a 00h00	Musical
Sábado y Domingo	Chicha	05h00 a 07h00	Musical
	Folclórica	07h00 a 08h00	Musical
	Tropicales	08h00 a 12h00	Musical
	Transmisiones deportivas	12h00 a 18h00	Deportivo
	Música selecta	18h00 a 00h00	Musical

Fuente: Elaboración propia

En el caso de Radio La Premier, se centra en solventar las necesidades de los públicos objetivos. En este caso, se identifica en la parrilla de programación, una mayor presencia de contenido informativo, que abarcan temáticas locales y nacionales a lo largo del día. En cuanto a segmentos deportivos existe un noticiero especializado sobre estas actividades. A diferencia de las otras emisoras radiales el contenido musical en su mayoría se transmite en la noche, madrugada y fines de semana. No existe programación centrada en la cultura, sin embargo, se apegan a la disposición nacional de transmitir los programas de “EducaRadio”.

Tabla 8: Parrilla de programación radio Los Lagos

RADIO	SEGMENTOS	HORARIO	TIPO DE PROGRAMACIÓN
LOS LAGOS	A levantarse	05h00 a 06h00	Informativo y musical
	Educa radio	06h00 a 06h10	Informativo
	A levantarse	06h10 a 07h00	Informativo y musical
	Pulso informativo	07h00 a 09h00	Informativo
	Segmento intercultural	09h00 a 09h10	Entretenimiento e informativo
	El taxímetro	09h10 a 11h50	Informativo, entretenimiento y musical

	Educa radio	11h50 a 12h00	Informativo y entretenimiento
	Puro ñeque deportivo	12h00 a 14h00	Deportivo
	La tarde de los lagos	14h00 a 14h30	Entretenimiento y musical
	Segmento intercultural	14h30 a 14h40	Entretenimiento e informativo
	La tarde de los lagos	14h40 a 15h00	Musical
	La buseta	15h00 a 18h00	Entretenimiento y musical
	Retro música	18h00 a 19h50	Musical
	Retro latino Educa radio	19h50 a 20h00	Musical e informativo
	El festival de la rockola	20h00 a 23h00	Musical
	Programa intercultural	23h00 a 00h00	
Sábado y Domingo	Latinos del mundo	00h00 a 03h00	Entretenimiento e informativo
	Ecuador musical	03h00 a 05h00	Musical
	Chauchando	05h00 a 08h00	Musical
	Folcklor latinoamericano	08h00 a 09h00	Musical
	Los clásicos de siempre	09h00 a 12h00	Musical
	ECOS de la PUCE-SI	12h00 a 12h30	Informativo
	Dj. Lagunerito	12h30 a 15h00	Musical
	Voces de leyenda	15h00 a 18h00	Entretenimiento e informativo
	La semana de:	18h00 a 19h00	Informativo, entretenimiento y musical
	Retro música	19h00 a 21h00	Musical
	Pájaro nocturno	21h00 a 23h00	Musical
	Programa intercultural	23h00 a 00h00	Entretenimiento e informativo

Fuente: Elaboración propia

Radio Los Lagos es un medio privado con fines comerciales. Su parrilla de programación abarca programación variada musical, de entretenimiento, informativa y deportiva. Manteniendo una gama de segmentos dirigidos para todo tipo de público.

Tabla 9: Parrilla de programación radio Municipal

RADIO	SEGMENTOS	HORARIO	TIPO DE PROGRAMACIÓN
RADIO MUNICIPAL 89.9	Noticiero de la mañana	06h30 a 08h00	Informativo
	Para la oreja	08h00 a 10h00	Entretenimiento, musical e informativo
	En la boca del lobo	10h00 a 12h00	Entretenimiento e informativo
	Noticiero de medio día	12h00 a 13h00	Informativo
	Las Empresas Públicas en Municipal 89.9 FM	13h00 a 14h00	Informativo
	La hueca	14h00 a 16h00	Entretenimiento e informativo
	Almendras	16h00 a 17h30	Entretenimiento, musical e informativo
	Retro music - música retro	17h30 a 19h30	Musical
	Noches de ronda	19h30 a 21h30	Musical
Sábado y Domingo	Folcklor latinoamericano	09h00 a 12h00	Musical
	Antología de la música selecta	12h00 a 15h00	Musical
	Paradoja	15h00 a 18h00	Entretenimiento e informativo
	Resistencia rock	18h00 a 20h00	Musical

Fuente: Elaboración propia

Radio Municipal es una emisora pública, cuya programación es de tipo musical, entretenimiento e informativo. Una singularidad que guarda esta emisora es que al estar vinculada al Municipio de Ibarra tiene espacios para el tratamiento de información referente a Empresas Públicas. En el transcurso del día se destina la difusión de radio-revistas, música y noticieros. Uno de los programas con mayor rating y retroalimentación con los públicos es “Para la oreja” en la que se receptan quejas, denuncias, se emiten clasificados, etc.

Tabla 10: Parrilla de programación radio EXA FM

RADIO	SEGMENTOS	HORARIO	TIPO DE PROGRAMACIÓN
EXA FM	Despierta mi bien despierta	05h00 a 08h00	Informativo y musical
	Los hijos de la madre tierra	08h00 a 12h00	Entretenimiento y musical
	Tornamexa	12h00 a 13h00	Musical
	Tu música Exacta	13h00 a 15h00	Entretenimiento y musical
	Tu música Exacta	15h00 a 17h00	Entretenimiento y musical
	Los animales de la radio	17h00 a 20h00	Entretenimiento y musical
	Example	20h00 a 22h00	Entretenimiento
Sábado	Tu música Exacta	15h00 a 18h00	Musical
	Exa Top Dance	18h00 a 19h00	Musical
	Los Exa Djs de EXA FM	19h00 a 00h00	Musical

Fuente: Elaboración propia

Como resultado de la encuesta aplicada, radio EXA FM forma parte de las emisoras más sintonizadas a nivel local y se clasifica en condición de radio comercial. Por sus públicos objetivos que van desde jóvenes a adultos su propuesta de radiodifusión se ve ligada especialmente a programas musicales, contenidos de entretenimiento orientada a la participación e interacción de las audiencias.

Su función principal es el entretenimiento, humor e información de jóvenes y adultos. No cuenta con contenido cultural, sin embargo, cumplen con la disposición de la Ley Orgánica de Comunicación, de retransmitir el segmento intercultural establecido por la SUPERCOM.

Tabla 11: Parrilla de programación radio América

RADIO	SEGMENTOS	HORARIO	TIPO DE PROGRAMACIÓN
AMÉRICA	Full mix	00h00 a 04h00	Musical
	Locos por la chicha	04h00 a 05h00	Musical
	Música ecuatoriana	05h00 a 06h00	Musical
	Buenos días América	06h00 a 09h00	Entretenimiento, musical e informativo
	Vacilando la mañana	09h00 a 13h00	Musical y entretenimiento
	Memorias	13h00 a 15h00	Musical
	Sin control	15h00 a 18h00	Musical
	Memorias	18h00 a 21h00	Musical
	Rockola sin moneda	21h00 a 00h00	Musical y entretenimiento
Viernes	Rockola sin moneda	00h00 a 01h00	Musical
	Full mix	01h00 a 04h00	Musical
	Locos por la chicha	04h00 a 05h00	Musical
	Música ecuatoriana	05h00 a 06h00	Musical
	Buenos días América	06h00 a 09h00	Musical y entretenimiento
	Siempre lo nuestro (edición especial)	09h00 a 10h00	Musical
	Full mix	10h00 a 18h00	Musical
	Rockola sin moneda	18h00 a 22h00	Musical
	Full mix	22h00 a 00h00	Musical
Sábado	Full mix	00h00 a 07h00	Musical
	Los sonidos de	07h00 a 10h00	Musical

	América Latina		
	Enlace informativo	10h00 a 13h00	Informativo
	Full mix	13h00 a 00h00	Musical
Domingo	Full mix	00h00 a 07h00	Musical
	Los sonidos de América	07h00 a 10h00	Musical
	Siempre lo nuestro	10h00 a 12h00	Musical
	Full mix	12h00 a 00h00	Musical

Fuente: Elaboración propia

La propuesta comunicacional de “Radio América”, concentra el 90 % en el contenido musical de diversos géneros. A esto, se suman los contenidos informativos en los que se identifican dos segmentos direccionados a fomentar la opinión de los radioescuchas.

Tabla 12: Parrilla de programación radio Máxima

RADIO	SEGMENTOS	HORARIO	TIPO DE PROGRAMACIÓN
MÁXIMA	Max temprano	05h00 a 06h00	Musical
	Contacto informativo	07h00 a 09h00	Informativo
	Sol al máximo	09h00 a 13h00	Entretenimiento, musical e informativo
	Max romance	13h00 a 15h00	Informativo y musical
	Máximo nivel	15h00 a 18h00	Musical, entretenimiento e informativo
	Max mix	18h00 a 21h00	Musical
	Rockola al máximo	21h00 a 01h00	Musical
	Max mix	01h00 a 05h00	Musical
Viernes	Ecuadorianizate		Musical

Sábado y Domingo	Nuestro mundo	07h00 a 09h00	Informativo, entretenimiento y musical
	Max mix	09h00 a 05h00	Musical

Fuente: Elaboración propia

Radio Máxima, al igual que la mayoría de frecuencias de la ciudad mantiene su programación en base a contenidos musicales, de entretenimiento, informativo. No cuenta con programación cultural, pero cumplen con la transmisión de los segmentos interculturales solicitados por la Ley Orgánica de Comunicación.

Tabla 13: Parrilla de programación radio Universitaria

RADIO	SEGMENTOS	HORARIO	TIPO DE PROGRAMACIÓN
UNIVERSITARIA	Cosmovisión y amanecer andino	04h00 a 04h30	Informativo y musical
	Naturaleza viva	05h00 a 05h30	Informativo
	Compañía de alfabetización	06h00 a 06h30	Informativo y educativo
	Segmento intercultural	06h30 a 06h35	Informativo y entretenimiento
	Noticiero voces UTV	07h00 a 07h30	Informativo
	Salud al día	08h00 a 08h30	Informativo y entretenimiento
	Educa radio	08h30 a 08h45	Informativo y entretenimiento
	Segmento intercultural	09h00 a 09h10	Informativo y entretenimiento
	Agromercado al día	10h00 a 10h30	Informativo
	Segmento intercultural	11h00 a 11h05	Informativo y entretenimiento
	Noticiero voces UTV	12h05 a 12h30	Informativo
	Coctel musical	13h00 a 13h30	Musical

	Segmento intercultural	14h00 a 14h10	Informativo y entretenimiento
	Educa radio	15h00 a 15h10	Informativo y entretenimiento
	Folcklor latinoamericano	16h00 a 16h50	Musical
	Sones y sabores	17h00 a 17h30	Musical
	Noticiero voces UTV	18h00 a 18h30	Informativo
	Selección música ecuatoriana	19h00 a 19h30	Musical
	Segmento intercultural	20h00 a 20h10	Informativo y entretenimiento
	Visión UTN	20h10 a 20h30	Opinión
	Cantares ecuatorianos	21h00 a 21h30	Musical
	Selección música latinoamericana	22h00 a 22h30	Musical
	Selección música juvenil	23h00 a 23h30	Musical
	Música tropical caribeña	00h00 a 00h30	Musical
	Música tropical caribeña	01h00 a 01h30	Musical
	Música retro 70´80´y 90´	02h00 a 02h30	Musical
	Selección música popular ecuatoriana	03h00 a 03h30	Musical
Sábado y Domingo	Selección música Flocklor andino	04h00 a 04h30	Musical
	Selección música afroecuatoriana	05h00 a 05h30	Musical
	Música afroecuatoriana	06h00 a 06h30	Musical
	Segmento intercultural	06h30 a 06h35	Informativo y entretenimiento
	Micro informativo- Mundo al día	07h00 a 07h30	Informativo

Series y novelas radiales	08h00 a 08h30	Entretenimiento
Segmento intercultural	08h30 a 08h45	Informativo y entretenimiento
Educa radio	09h00 a 09h10	Informativo y entretenimiento
Usted y el alcoholismo	10h00 a 10h30	Informativo y educativo
Segmento intercultural	11h00 a 11h05	Informativo y entretenimiento
Selección música tropical	12h05 a 12h30	Musical
Música universal	13h00 a 13h30	Musical
Segmento intercultural	14h00 a 14h10	Informativo y entretenimiento
Educa radio	15h00 a 15h10	Informativo y entretenimiento
Selección música ecuatoriana	16h00 a 16h50	Musical
El mundo al día	17h00 a 17h30	Informativo
Música juvenil	18h00 a 18h30	Musical
Música juvenil español e inglés	19h00 a 19h30	Musical
Selección música romántica	20h00 a 20h10	Musical
Selección música latinoamericana	20h10 a 20h30	Musical
Música juvenil español e inglés	21h00 a 21h30	Musical
Música Tropical Caribeña	22h00 a 22h30	Musical
Música Tropical Caribeña	23h00 a 23h30	Musical
Música Tropical Caribeña	00h00 a 00h30	Musical
Música retro 70´80´y 90´	01h00 a 01h30	Musical
Música juvenil español e	02h00 a 02h30	Musical

	inglés		
	Música juvenil español e inglés	03h00 a 03h30	Musical

Fuente: Elaboración propia

Radio Universitaria es una emisora pública que mantiene mayor responsabilidad con la sociedad, de acuerdo a lo contemplado en la Ley Orgánica de Comunicación 2013. La propuesta institucional de esta emisora se enfoca en la difusión de contenidos informativos, segmentos culturales, educativos, de entretenimiento y musicales, mismos que se surten en la estructura de la programación diaria. En su parrilla de programación es tácitamente visible los tiempos marcados para la difusión de segmentos y pastillas interculturales que exige la LOC 2013.

Tabla 14: Parrilla de programación radio Soy FM

RADIO	SEGMENTOS	HORARIO	TIPO DE PROGRAMACIÓN
SOY FM	Música nacional	06h00 a 08h00	Musical
	Mezclas	08h00 a 12h00	Musical
	Complacencias	15h00 a 18h00	Musical
	Música juvenil	18h00 a 06h00	Musical
Sábado y Domingo	Música tropical	24 horas del día	Musical

Fuente: Elaboración propia

Esta emisora está en funcionamiento desde el 1 de diciembre de 2017, su programación es netamente musical, la cual se programa de acuerdo a las franjas horarias. Esta radio tiene como público objetivo de 14 a 46 años. Radio Soy FM, cumple con los segmentos interculturales que solicita la Ley Orgánica de Comunicación 2013.

Tabla 15: Parrilla de programación radio Ritmo FM

RADIO	SEGMENTOS	HORARIO	TIPO DE PROGRAMACIÓN
RITMO FM	Boleros del recuerdo	00h00 a 05h00	Musical y entretenimiento
	Buenos días Ibarra	05h00 a 06h00	Musical
	Educa radio	06h00 a 06h15	Informativo
	Cantares ecuatorianos	06h15 a 06h30	Musical
	Noticias FM ritmo	06h30 a 09h00	Informativo
	Musical de la mañana	09h00 a 12h00	Musical
	Ovación deportiva	12h00 a 14h00	Informativo, deportivo
	Educa radio	14h00 a 14h15	Informativo
	Musical de la tarde	14h15 a 18h00	Musical
	Memories	18h00 a 19h00	Musical
	Musical de la noche	19h00 a 21h00	Musical
	Educa radio	21h00 a 21h15	
	Baladas del recuerdo	21h15 a 22h00	Musical
	Nuestra música ecuatoriana	22h00 a 24h00	Musical
Sábado y Domingo	Educa radio	16h00 a 16h15	Informativo
	Educa radio	7h00 a 07h15	Informativo
	PUCESI Noticias	08h00 a 08h30	Informativo
	Desde las esquina del coco	08h30 a 09h30	Informativo
	Música de autores e intérpretes Ecuatorianos	Horario rotativo	Musical

Fuente: Elaboración propia

La mayor parte de la programación de radio Ritmo, es de tipo musical, seguido de informativa, deportiva y de entretenimiento. En su parrilla se constituye la difusión del programa “Educaradio” como parte de los contenidos educativo. Esta emisora no tiene producción autónoma intercultural.

Tabla 16: Parrilla de programación radio Caricia

RADIO	SEGMENTOS	HORARIO	TIPO DE PROGRAMACIÓN
CARICIA	Caricia en la mañana <ul style="list-style-type: none">Tu café y las mañanasFormula musical caricia	08h00 a 12h00	Musical, entretenimiento e informativo
	Caricia en la tarde <ul style="list-style-type: none">Caricia a la cartaSesión nocturna	14h00 a 18h00	Musical, entretenimiento e informativo

Fuente: Elaboración propia

Este medio de comunicación comercial, no se diferencia en gran medida con otras emisoras. En las secciones que resaltan en su parrilla, está en principio difusión de programación musical durante todo el día. En segundo lugar, se manifiesta el objetivo de entretener a través de cápsulas rotativas de interés informativo, mensajes de reflexión y aconteceres nacionales e internacionales, en programas matutinos y vespertinos. En radio caricia si se emiten los segmentos interculturales solicitados por la LOC 2013.

Tabla 17: Parrilla de programación radio Activa

RADIO	SEGMENTOS	HORARIO	TIPO DE PROGRAMACIÓN
ACTIVA	El despertador	03h50 a 05h00	Musical
	Bolerísimo	05h00 a 06h00	Musical
	Informativo en primer plano 1ra emisión	06h00 a 08h00	Informativo
	Zona activa	08h00 a 12h00	Musical, entretenimiento e informativo
	Informativo en primer plano 2da emisión	12h00 a 13h00	Informativo
	Punto deportes	13h00 a 14h30	Deportivo

	Latidos en stereo	14h30 a 15h30	Musical
	La tarde activa	15h30 a 17h00	Musical
	Radio hit	17h00 a 19h00	Musical
	Clásicos en stereo	19h00 a 00h00	Musical
	Música variada	00h00 a 03h50	Musical
Sábado	Señor bolero	06h00 a 07h00	Musical
	Latidos en stereo	07h00 a 08h00	Musical
	Rumba son	08h00 a 09h00	Musical
	Fórmula activa	09h00 a 14h00	Musical
	Digital mix	14h00 a 00h00	Musical
	Programación especial en la madrugada	00h00 a 06h00	Programación especial en la madrugada
Domingo	Bolerísimo	07h00 a 08h00	Musical
	Latidos en stereo	08h00 a 09h00	Musical
	Fórmula activa	09h00 a 14h00	Musical
	Transmisiones deportivas	14h00 a 16h00	Deportivo
	Digital mix	16h00 a 20h00	Musical
	Explosión de éxitos	20h00 a 00h00	Musical
	Programación especial en la madrugada	00h00 a 06h00	Programación especial en la madrugada

Fuente: Elaboración propia

Radio Activa, es un medio de comunicación comercial que concentra el 90% de su programación en la transmisión de música variada y hacen uso de diferentes formatos para la difusión de esta programación informativa, deportiva y de entretenimiento que se oferta diariamente. Como todas las interiores radios analizadas, también cumple con la retransmisión de los segmentos interculturales que exige la LOC 2013.

2.5.4.2 Análisis general de las parrillas radiofónicas

La radio es un medio de comunicación que aborda temas de mucha importancia para el servicio y progreso de la sociedad, debido a que esta área tiene una ardua tarea como medio de comunicación.

Las radios se hallan actualmente inmersas en un acelerado cambio estructural, estimulado por la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación 2013 y la irrupción de las nuevas tecnologías de la comunicación y la emigración de sus audiencias hacia otras formas de recepción y consumo.

Las radios deberían estar siempre alertas y en constantes innovaciones con varias iniciativas, recreando una realidad a lo que la ciudadanía necesita y desea receptor, es por eso que de alguna manera se debe conocer la posición de los públicos ante esta actividad y la responsabilidad de quienes manejan el medio radiofónico.

Para Costa (1997) de hecho, la radio presenta tres exigencias en constante evolución: asegurar una cobertura más completa, ofrecer una mayor alternativa de programas y mejorar la calidad de recepción (p.139).

Para las emisoras radiofónicas ibarreñas, aunque esta evolución no ha reemplazado a la radio tradicional, sí que ha supuesto un importante paso hacia el futuro. En este sentido, la multimedialidad les permite a las cadenas hacer uso de una plataforma con nuevas herramientas, así tenemos como ejemplo a radio EXA FM, que transmiten toda la programación su plataforma digital, de esta manera el proceso de transmisión del mensaje se refuerza gracias al empleo de diferentes códigos de comunicación.

En el cantón Ibarra las radios cuentan con infraestructura casi completa para su funcionamiento; sin embargo, la programación es de toda índole, es decir de carácter generalista, se puede mencionar que existen emisoras comerciales, comunitarias, educativas; además, la producción radial en Ibarra en su mayoría se ha enfocado en la generación de programas de tipo comercial, lo que ha conllevado a una parrilla radiofónica deficiente. Por ejemplo, Máxima, Canela, Activa, entre otras.

La programación de las radios de Ibarra está fundamentada mayormente en el trinomio información, musical y entretenimiento.

De carácter especializado, Soy FM y Caricia que son 95% musical. Sin embargo, las radios con parrillas de programación generalistas presentan programas especializados. Casi todas las emisoras tienen en como complemento a los espacios programación de tipo musical. Por lo tanto, es necesario estudiar todo lo referente a las parrillas de programación para cumplir con las ordenanzas de la Ley Orgánica de Comunicación 2013, sin perder la creatividad y las características particulares de cada emisora radial.

Todas las radios cumplen con la retransmisión de segmentos y pastillas interculturales, la aplicación de pisadores de “inicio y fin de espacios publicitarios”, y la búsqueda permanente del cumplimiento del “uno por uno”.

2.5.4.3 Análisis e interpretación de resultados de la encuesta

A continuación, se presentan los resultados del análisis de la encuesta aplicada, misma que consta de 10 preguntas y tiene como objetivo determinar de qué manera la audiencia se vio afectada o beneficiada a partir de la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación. El rango de edad de la audiencia comprende de entre los 16 a 50 años. Además, las preguntas están direccionadas a conocer las preferencias de los radioescuchas en cuestión a las parrillas de programación que ofrecen las emisoras radiales locales.

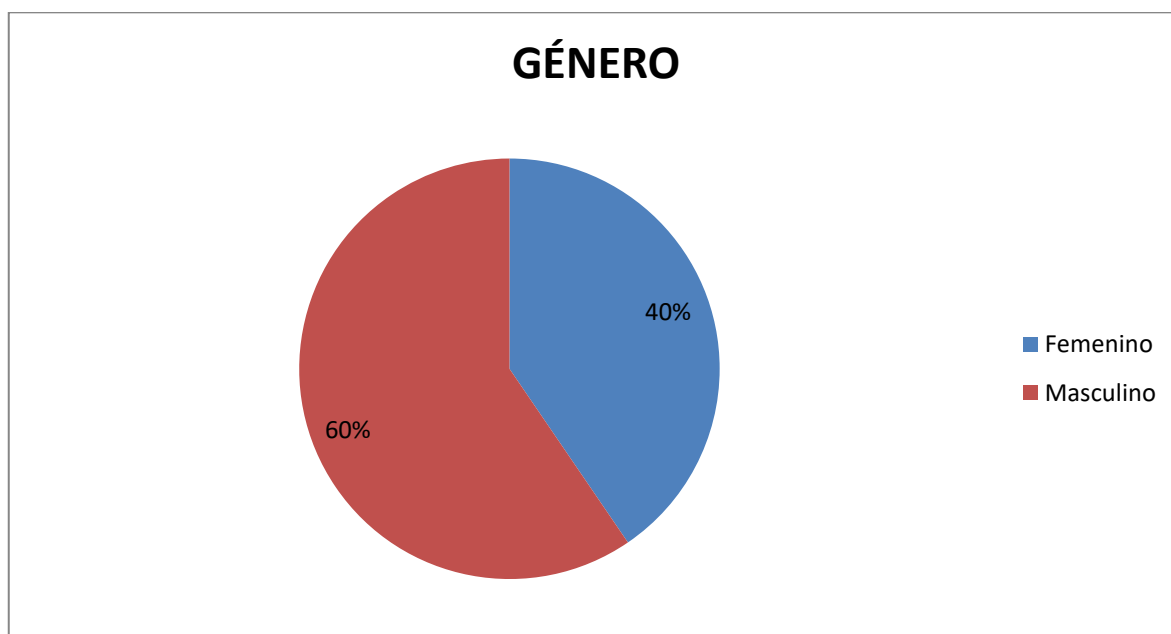
GÉNERO

Tabla 18: Clasificación de personas encuestadas según su género

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	155	40%
Femenino	228	60%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 7: Clasificación de personas encuestadas según su género



Fuente: Elaboración Propia

De las 383 personas encuestadas para esta investigación, 155 (40%) pertenecen al género femenino y, por el contrario, 288 (60%) al género masculino, lo que significa que por una diferencia de 20% los varones pertenecen a la mayoría de los encuestados.

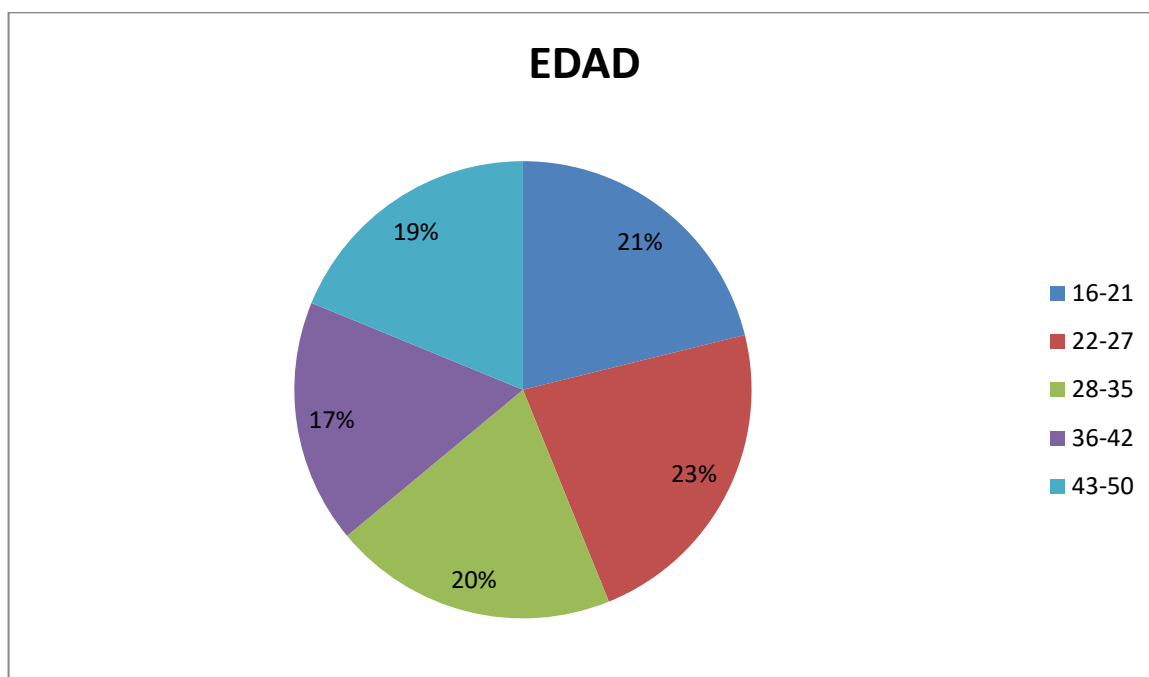
EDAD

Tabla 19: Clasificación de las personas encuestadas por su edad

	Frecuencia	Porcentaje
16 – 21	81	21%
22 – 27	87	23%
28 – 35	77	20%
36 – 42	66	17%
43 – 50	72	19%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 8: Clasificación de las personas encuestadas por su edad



Fuente: Elaboración propia

Para la aplicación de esta encuesta, se dividió en 5 grupos las edades de los encuestados, y siguiendo los intereses de esta investigación se consideró oportuno que cada grupo etario tenga un porcentaje equitativo en comparación con los demás, ya que es importante estudiar las opiniones y perspectivas tanto de las personas más jóvenes como las mayores.

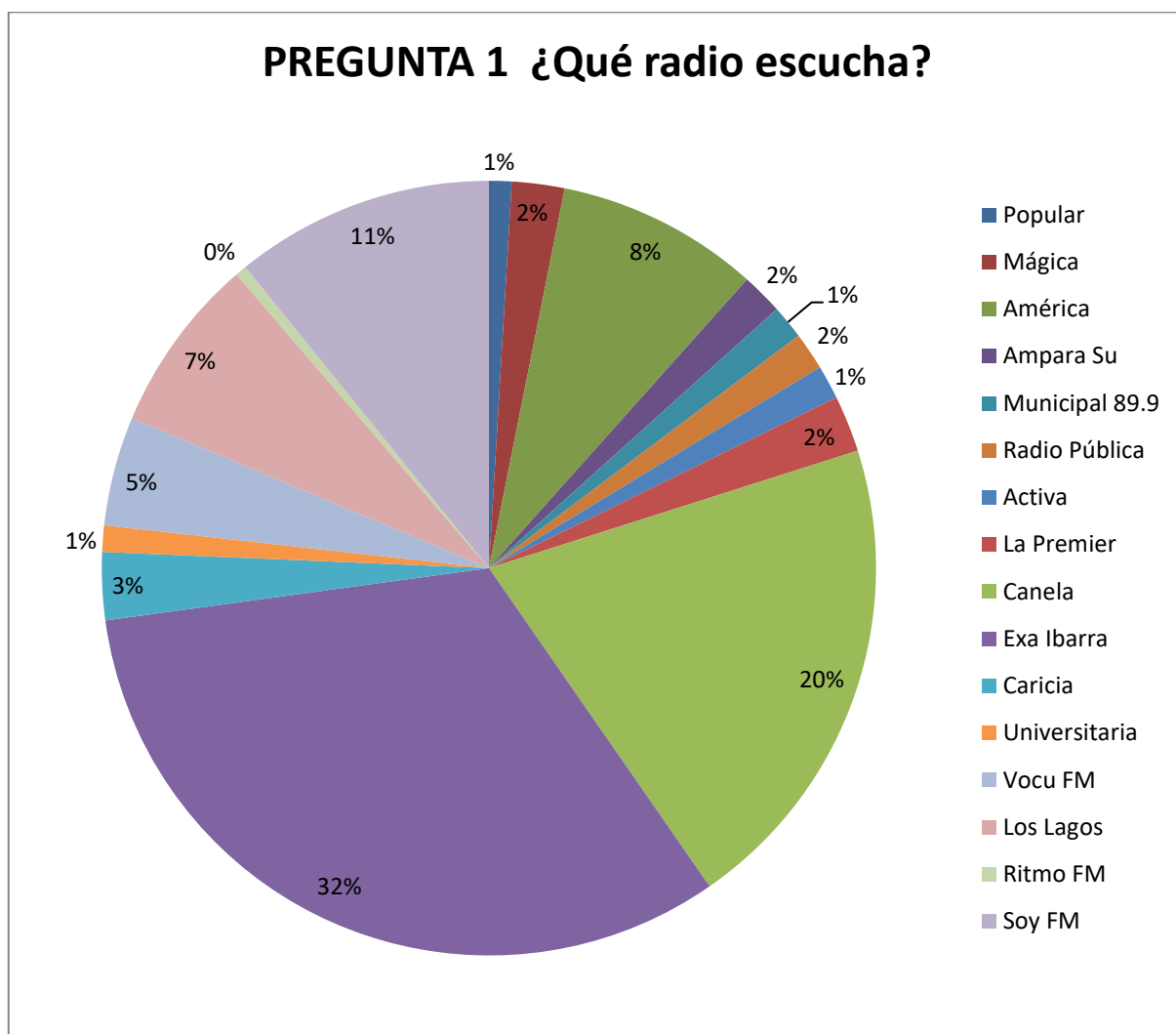
PREGUNTA 1

Tabla 20: Radios de Ibarra atendidas por los radioescuchas

Radio	Frecuencia	Porcentaje
Popular	6	1%
Mágica	14	2%
América	54	8%
Ampara Su	11	2%
Municipal 89.9	9	2%
Radio Pública	10	2%
Activa	9	1%
La Premier	15	2%
Canela	129	20%
EXA- Ibarra	207	32%
Caricia	18	3%
Universitaria	7	1%
Vocu FM	29	4%
Los Lagos	47	7%
Ritmo FM	3	0%
Soy Fm	69	11%
Total	646	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 9: Radios de Ibarra atendidas por los radioescuchas



Fuente: Elaboración propia

En la encuesta se presentaron 17 opciones de emisoras de la localidad, de estas, las tres con mayor preferencia, escuchadas por la ciudadanía ibarreña, son: Radio Exa (32%), seguida por la emisora Canela (20%) y finalmente Soy FM (11%). Este resultado posiblemente puede deberse a que estas radios son un ícono de la ciudad de Ibarra y la programación es agradable, influyente o entretenida para el oyente.

PREGUNTA 2

Tabla 21: Opinión de la programación de las radios de Ibarra

	Frecuencia	Porcentaje
Interactiva	53	14%
Programación variada	182	49%
Participativa	60	16%
Poco atractiva	70	19%
Otro	5	2%
Total	370	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 10: Opinión de la programación de las radios de Ibarra



Fuente: Elaboración propia

Casi la mitad de todas las personas encuestas opinan que la programación de la radio de su preferencia es variada, en contraposición un 19% piensa que es poco atractiva y

un 16 % que fomenta la participación. Con estos datos se puede deducir que las radios se centran en más en difundir contenidos de tipo “E”.

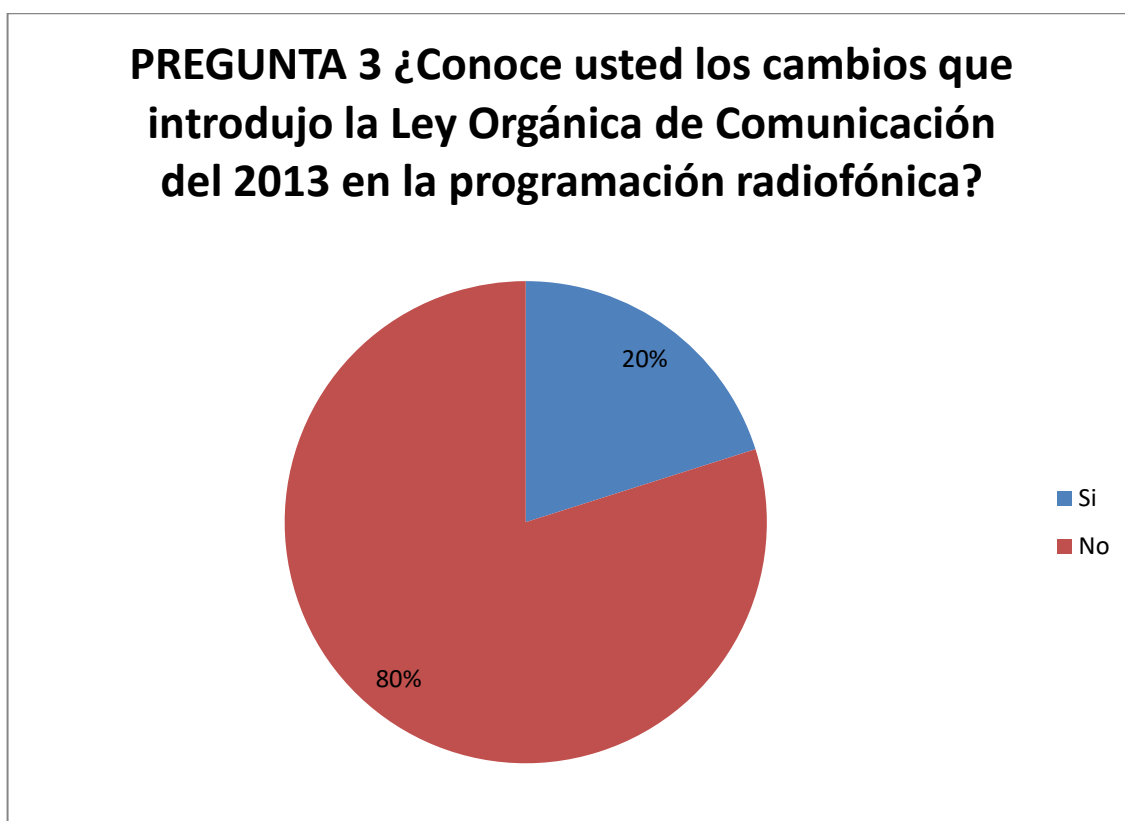
PREGUNTA 3

Tabla 22: Conocimiento de la ciudadanía sobre los cambios que introdujo la Ley Orgánica de Comunicación del 2013 en la programación radiofónica

	Frecuencia	Porcentaje
Si	77	20%
No	306	80%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 11: Conocimiento de la ciudadanía sobre los cambios que introdujo la Ley Orgánica de Comunicación del 2013 en la programación radiofónica



Fuente: Elaboración propia

En este apartado se puede determinar que la mayoría de radioescuchas no tienen conocimiento sobre los cambios que se han realizado en las emisoras a partir de la implementación de la Ley de Comunicación en el 2013. Solo el 20% de ellos afirma conocerlos.

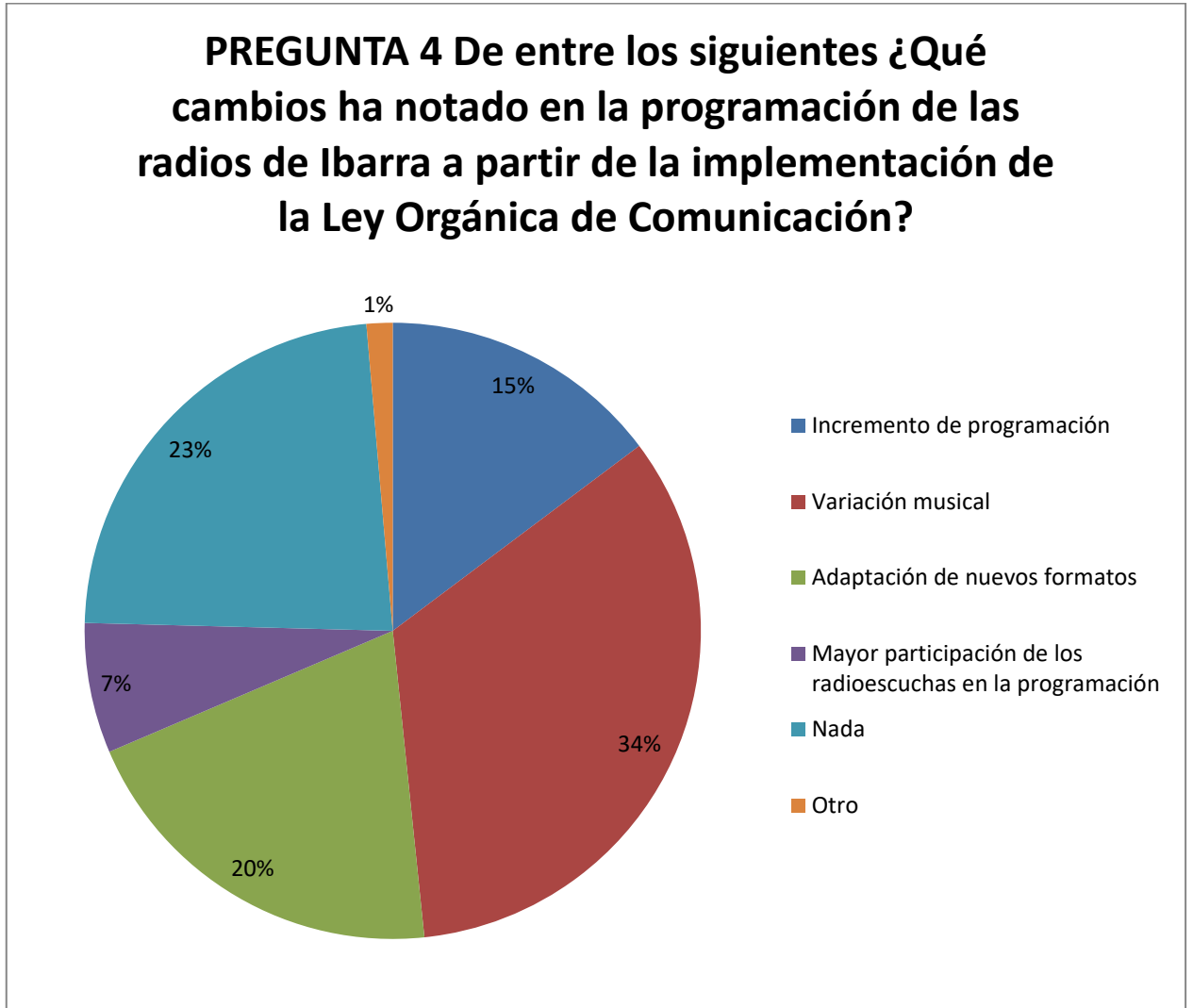
PREGUNTA 4

Tabla 23: Cambios que los radioescuchas notaron en la programación radial a partir de la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación 2013

	Frecuencia	Porcentaje
Incremento de programación	54	15%
Variación musical	123	34%
Adaptación de nuevos formatos	74	20%
Mayor participación de los radioescuchas en la programación	25	7%
Nada	85	23%
Otro	5	1%
Total	366	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 12: Cambios que los radioescuchas notaron en la programación radial a partir de la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación 2013



Fuente: Elaboración propia

Como derivada de las preguntas anteriores, esta interrogante arroja como resultado que un 34% ha notado cambios en las canciones transmitidas, esto puede deberse al 1x1 incorporado por la CORDICOM en 2013, es decir que por cada canción extranjera se debe transmitir una nacional. Por otro lado, un 23% no ha notado cambio, esto se debe a que las personas no conocen lo que implica la Ley de Comunicación.

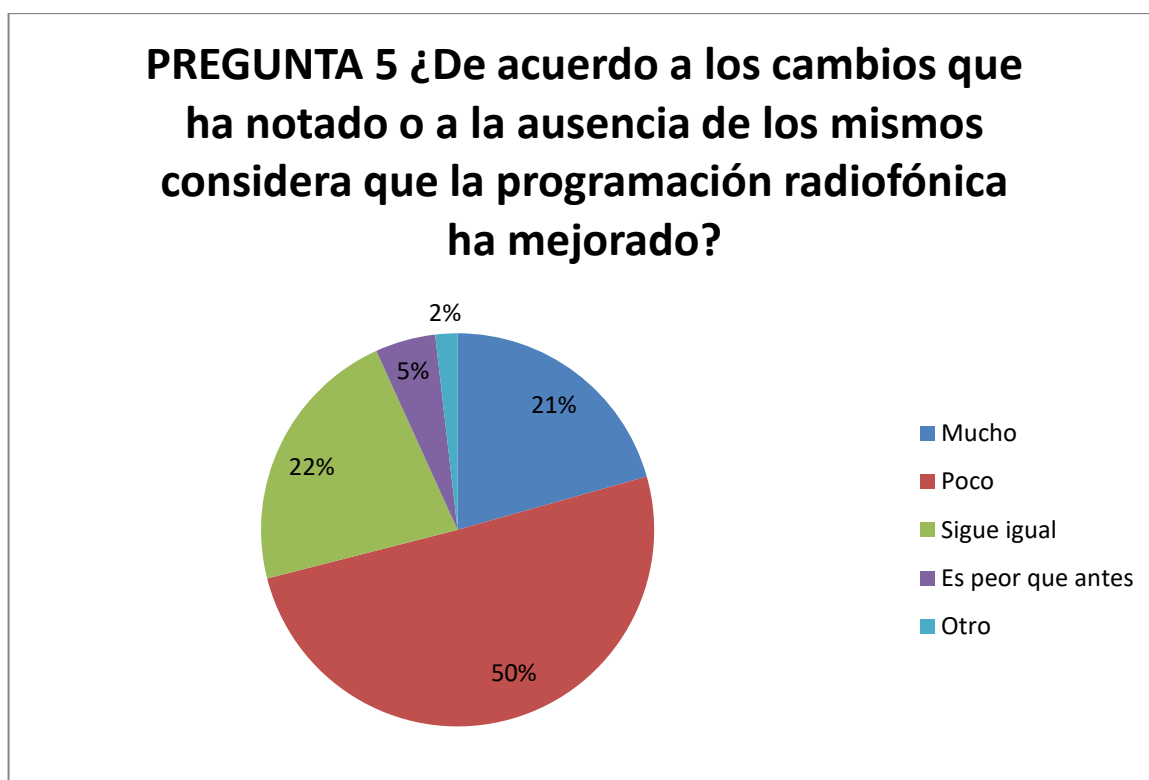
PREGUNTA 5

Tabla 24: Consideran los radioescuchas que la programación radial ha mejorado a partir de los cambios o la ausencia de ellos

	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	79	21%
Poco	193	50%
Sigue igual	85	22%
Es peor que antes	19	5%
Otro	7	2%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 13: Consideran los radioescuchas que la programación radial ha mejorado a partir de los cambios o la ausencia de ellos



Fuente: Elaboración propia

La mitad de las personas encuestadas ha notado poca mejoría en la programación radiofónica de las emisoras de su gusto, mientras que un 22% piensa que no ha cambiado nada, es decir que los cambios no son perceptibles para los oyentes o las emisoras no están ejecutando los cambios de manera adecuada.

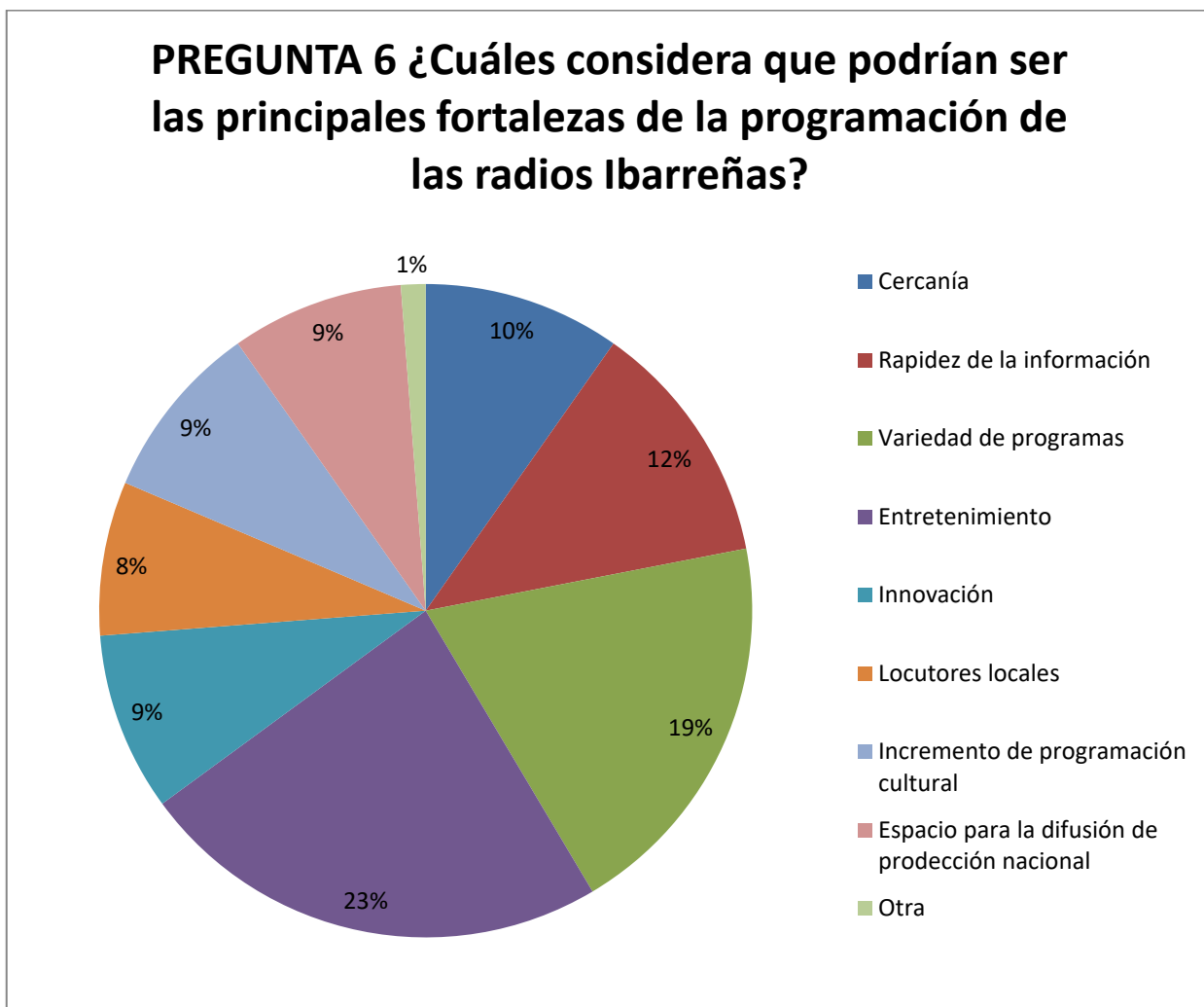
PREGUNTA 6

Tabla 25: Consideración de los radioescuchas sobre fortalezas de la programación de las radios de Ibarra

	Frecuencia	Porcentaje
Cercanía	32	10%
Rapidez en la información	41	12%
Variedad de programas	67	19%
Entretenimiento	80	23%
Innovación	31	9%
Locutores locales	27	8%
Incremento de programación cultural	30	9%
Espacio para la difusión de producción nacional	89	9%
Otra	4	1%
Total	401	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 14: Consideración de los radioescuchas sobre fortalezas de la programación de las radios de Ibarra



Fuente: Elaboración propia

La radio, al ser considerado un medio de comunicación de compañía centra su difusión, en su mayoría, en programas de distracción y música. Esta figura como una posible razón por la cual 23% de las personas opina que una de las fortalezas de las radios ibarreñas es el entretenimiento, mientras que el 19% piensa que es por sus programas variados y el 12% por la rapidez en la que se transmite la información.

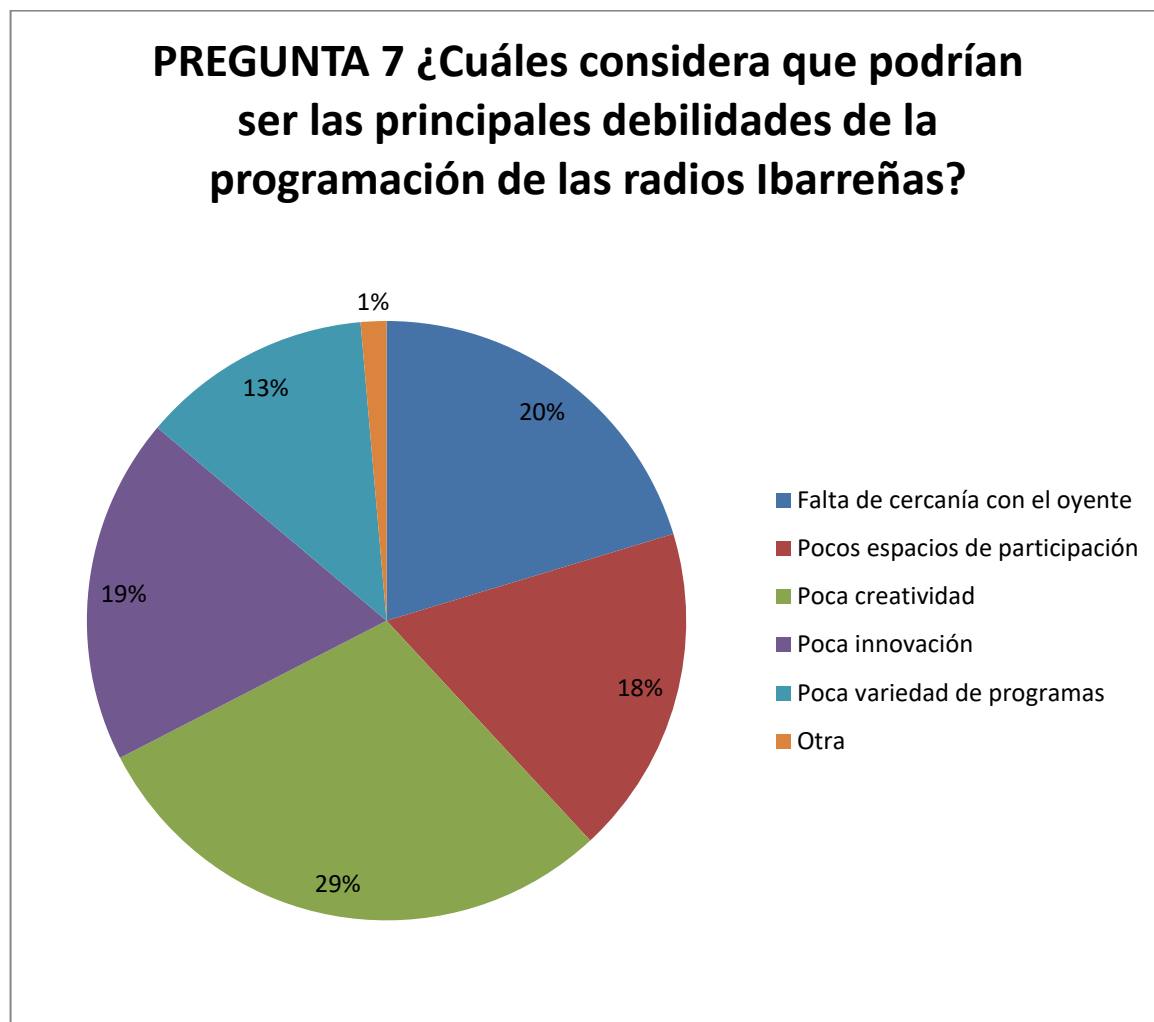
PREGUNTA 7

Tabla 26: Consideración de los radioescuchas sobre las debilidades de la programación de las radios de Ibarra

	Frecuencia	Porcentaje
Falta de cercanía al oyente	88	20%
Pocos espacios de participación	77	18%
Poca creatividad	127	29%
Poca innovación	81	19%
Poca variedad de programas	54	13%
Otra	6	1%
Total	433	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 15: Consideración de los radioescuchas sobre las debilidades de la programación de las radios de Ibarra



Fuente: Elaboración propia

En contraposición a la anterior pregunta, el 29% de las personas piensan que una de las debilidades de las radios ibarreñas es la poca creatividad debido a la falta de innovación en su programación y a los escasos de variedad de programas, seguido por la poca cercanía al oyente y la poca innovación.

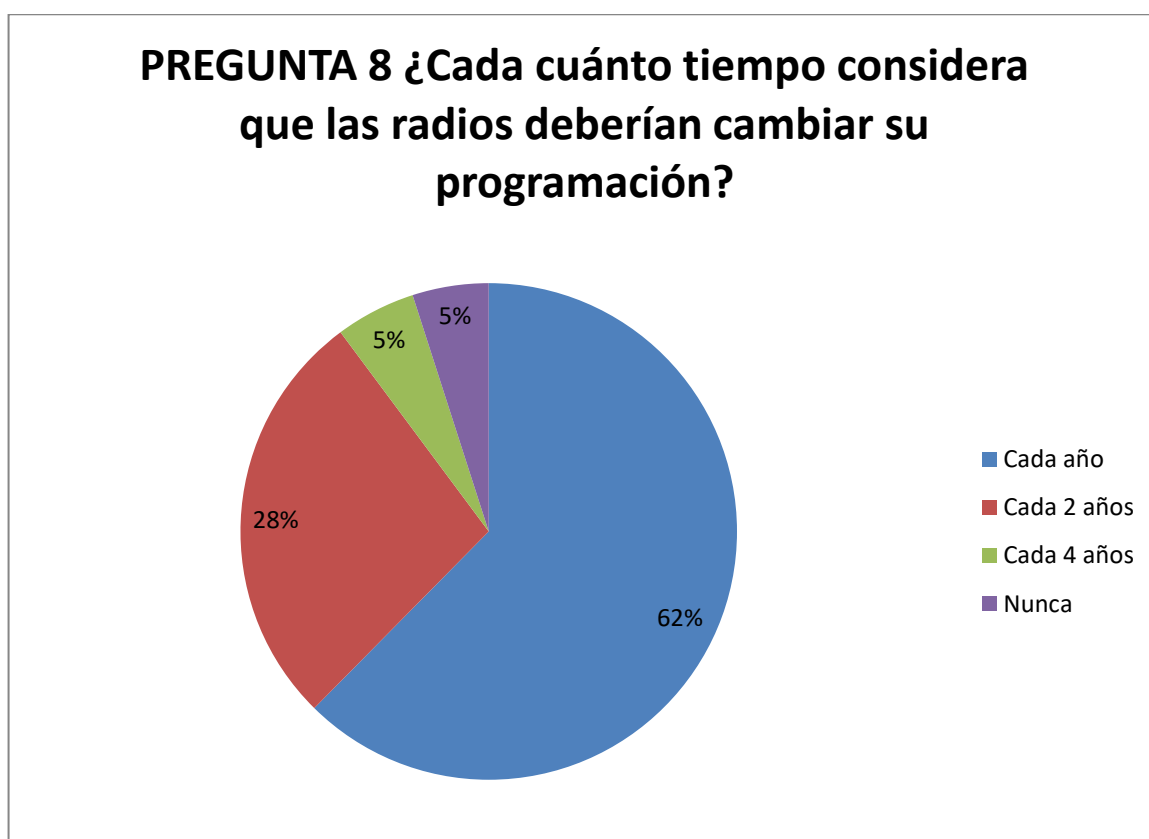
PREGUNTA 8

Tabla 27: Consideración de tiempo para cambiar la programación de las radios de Ibarra

	Frecuencia	Porcentaje
Cada año	239	62%
Cada 2 años	105	28%
Cada 4 años	20	5%
Nunca	19	5%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 16: Consideración de tiempo para cambiar la programación de las radios de Ibarra



Fuente: Elaboración propia

El 62% de los encuestados piensa que las radios deberían cambiar su programación cada año, mientras que el 28 % opina que deberían actualizar su programación cada dos años. Por lo tanto, hay que tomar en cuenta que la audiencia se aburre de la programación

monótona y deja sintonizar ciertas emisoras y recurren a otros medios de comunicación, debido a que la creatividad de productores se desgasta y va perdiendo el impulso inicial. Así pues, es recomendable cada cierto tiempo hacer un sondeo de audiencia para conocer de qué manera está influyendo la programación al público que pretende alcanzar.

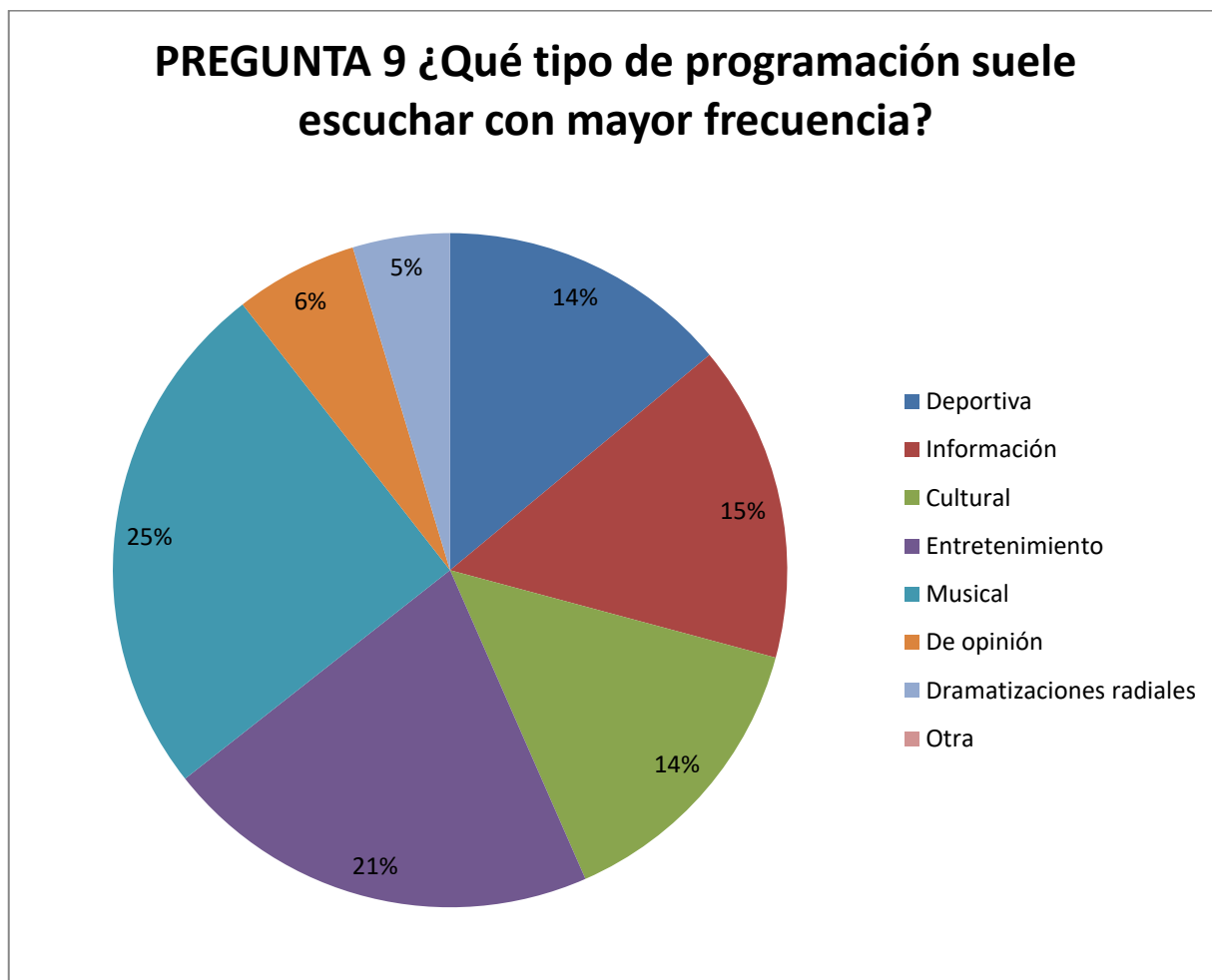
PREGUNTA 9

Tabla 28: Tipo de programación que los radioescuchas de Ibarra suelen escuchar con mayor frecuencia

	Frecuencia	Porcentaje
Deportiva	102	14%
Información	111	15%
Cultural	104	14%
Entretenimiento	153	21%
Musical	183	25%
De opinión	43	6%
Dramatizaciones radiales	34	5%
Otra	1	0%
Total	731	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 17: Tipo de programación que los radioescuchas de Ibarra suelen escuchar con mayor frecuencia



Fuente: Elaboración propia

En correlación con la pregunta 6, 25% de las personas prefieren consumir el contenido musical en su emisora, seguido por el 21% que prefiere contenido de entretenimiento, dejando relegadas a las opciones de información, deporte y cultura.

PREGUNTA 10

Tabla 29: Tipo de programación que los radioescuchas de Ibarra suelen escuchar con mayor frecuencia

	Frecuencia	Porcentaje
Deportiva	91	16%
Información	96	16%
Cultural	96	16%
Entretenimiento	68	12%
Musical	91	16%
De opinión	79	13%
Dramatizaciones radiales	56	10%
Otra	1	1%
Total	578	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 18: Tipo de programación que los radioescuchas de Ibarra suelen escuchar con mayor frecuencia



Fuente: Elaboración propia

Más de la mitad de las personas encuestadas (58%) consideran que la emisora de su preferencia debería incrementar contenido deportivo en su programación, seguido por el 23% que opta por el contenido informativo.

2.5.4.4 Análisis general de las encuestas

Finalmente se puede concluir que, de las opciones de emisoras que se presentaron en las encuestas aplicadas a la ciudadanía de Ibarra, las tres de mayor preferencia del público son: Radio EXA FM (32%), seguida por la emisora Canela (20%) y finalmente Soy FM (11%). Los radioescuchas responden a que la programación de las radios de Ibarra es en mayor parte variada, sin embargo, en cuestión de contenido es poco atractiva.

Creen que las debilidades de las radios ibarreñas se centran en la poca creatividad, poca cercanía al oyente y la poca innovación.

La mayoría de personas encuestadas consideran que las radios se centran en más en difundir contenidos de tipo musical y entretenimiento, además, esa es la programación de su preferencia.

La mayoría de radioescuchas encuestados no tienen conocimiento sobre los cambios que se han visto obligadas a realizar las radios de Ibarra en la programación a partir de la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación en el 2013, solo el 20% de ellos afirma conocerlos.

Por lo que, el 34% dice haber notado cambios en las canciones transmitidas, esto puede deberse al “uno por uno” solicitado por la LOC 2013, es decir que por cada canción extranjera se debe transmitir una nacional. Por otro lado, el 23% no ha notado cambios, es decir, que las modificaciones no son perceptibles para los oyentes. Esto implica que las radios netamente no cambiaron la estructura de la programación, simplemente se reestructuraron cosas puntuales para el cumplimiento de la legislación.

El 62% de los encuestados piensa que las radios deberían cambiar su programación cada año, mientras que el 28 % opina que deberían actualizar su programación cada dos años.

El 25% de las personas prefieren consumir el contenido musical en su emisora, seguido por el 21% que prefiere contenido de entretenimiento, dejando relegadas a las opciones de información, deporte y cultura.

Las personas esperan de la radio una programación sea agradable, incluyente, entretenida, de información veraz y confiable.

2.5.4.5 Análisis e interpretación de resultados de entrevistas

Tabla 30: Entrevistas

RADIO RESPONSABLE	UNIVERSITARIA	VOCU	MÁXIMA
	Franklin Torres	Juan Pablo Morales	Leonardo Yépez
Programación de la radio (5)	Temas educativos encaminados a fortalecer la imagen corporativa de la Universidad Técnica del Norte, programas educativos y culturales. En lo musical impulsa el talento nacional y latino.	La parrilla de programación se hizo depende a la audiencia. Principalmente es una radio con programación variada, musical, revistas radiales, cultural sobretodo entretenimiento.	Variada, existe un informativo en la mañana, a partir de las 9h00 es en su mayoría musical y de entretenimiento.
¿Desde hace cuánto tiempo está establecida esta programación? (7)	Desde que empezó, ese fue un objetivo inicial	Se programó desde hace 5 años, y no hay cambios	Desde su inicio. Hace 3 años
Efectos de la Ley Orgánica de Comunicación sobre la programación (9)	La programación se fortaleció bajo un carácter de responsabilidad. Se considera que es importante la aplicación de la Ley de Comunicación para el control y regulación del contenido que se brinda a la sociedad. La Ley fortaleció los espacios de la radio.	No afectó en nada.	En apertura de espacios para apoyo de los artistas ecuatorianos. Esto por cumplir el 1x1, pero aún existen audiencias que no aceptan este tipo de música. Y algo en el tema intercultural.
Estudios previos a la aplicación y cambios que solicitaba dicha ley (10)	No se realizó ningún estudio.	No se realizó ningún estudio.	Si, se realizaron sondeos para saber qué es lo que el público quiere consumir y en qué momento lo desea. En base a este estudio se organizó la programación y las franjas horarias.
¿De qué manera se acoplaron a las ordenanzas la Ley Orgánica de Comunicación 2013? (11)	No se quitaron programas, por el contrario, se aumentaron. Además, se propició la participación de los actores sociales. Y con la música, el objetivo ha sido fortalecer la identidad cultural.	Afectó un poco en lo que se refiere a pérdidas de audiencia por las transmisiones de los programas como Educa que no son tan escuchados por la gente. El 1x1 no afectó.	Fue fácil, porque se adaptó la programación que ya estaba estructurada a las nuevas ordenanzas que surgieron con la Ley de Comunicación.

¿Antes de la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación esta radio contaba con una parrilla de programación? (12)	Si	Si	Aún no existía la radio
¿Qué programas que se introdujeron a partir de la Ley? (13)	Programas que fomenten la participación de estudiantes de la Universidad Técnica del Norte. Segmentos musicales que impulsen al artista nacional. Programas para fomentar la cultura.	Ninguno, solo nos acoplamos a lo que dijo la Ley en los mismos programas que habían.	Se introdujeron programas culturales.
¿Cómo se maneja el contenido cultural que exige la ley? (14)	Se emite las pastillas culturales durante la programación, así también se trabaja la cultura desde varios segmentos.	Una empresa denominada ASECOER que les facilita toda la programación cultural y sumado a esto Educa que les brinda la SECOM.	De acuerdo a lo que pide la SUPERCOM, centrado a la cultura, etnias costumbres, etc. Todo esto mediante la transmisión de los programas interculturales que solicita la Ley de Comunicación.
¿Ha sido difícil cumplir las exigencias de la ley por ejemplo en cuanto a la música nacional? (15)	No, porque simplemente se ha buscado cumplir a cabalidad lo que la Ley pide.	Al principio nada más.	No, debido a que si existe buena música de producción nacional y en tanto a los demás programas se intenta cumplir con todo lo que la Ley menciona.
¿Qué limitaciones se han presentado a partir de la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación? (16)	Considero que ninguna	Antes se censuraba ahora ya no. Solamente se debe tener cuidado con la música y el contenido que contiene cada programa.	No limitaciones, pero si exigencias que el oyente ante eso se resiste.
¿En el sentido financiero como afecto? (17)	No, debido a que es una radio institucional.	Al parecer no.	No, porque se ha logrado mantener la esencia de la programación y

			esto permite que no se pierda la audiencia ni los auspiciantes.
¿Cada cuánto tiempo se tiene previsto reformar la parrilla radiofónica? (20)	Como radio institucional, se prevé cumplir ciertos objetivos, por lo que las parrillas se actualizan cada año, por lo que se plantean nuevos objetivos y nuevas metas a futuro.	Depende de lo que suceda a futuro, por el momento no.	Aproximadamente cada quimestre o año se realiza un análisis y si es necesario se cambia o reestructura la programación.

RADIO	CANELA	CARICIA	ACTIVA
RESPONSABLE	Mireya Navarrete	Mónica Vaca	Silvia Báez
Programación de la radio (5)	Entretenimiento y musical.	Tiene aproximadamente 5 programas mayormente musicales y entrevistas en vivo.	Cinco programas. Programas de noticia, deporte y musicales.
¿Desde hace cuánto tiempo está establecida esta programación? (7)	Desde hace los 17 años que se creó	Ya son varios años, pero con la programación en vivo desde hace 3 meses	12 años
Efectos de la Ley Orgánica de Comunicación sobre la programación (9)	No afectó en nada. Porque Canela se ha basado toda la vida en transmitir música popular ecuatoriana.	Se implementó sobretodo lo del uno a uno. Y los segmentos interculturales.	Cambió totalmente por los controles estrictos, cambiaron las transmisiones musicales que le gustaban a la audiencia. Se cuarteo la libertad.
Estudios previos a la aplicación y cambios que solicitaba dicha ley (10)	No se realizaron estudios.	No se realizaron estudios.	No se realizaron estudios.
¿De qué manera se acoplaron a las ordenanzas la Ley Orgánica de Comunicación 2013? (11)	Un poco se adecuó la programación por lo del segmento intercultural que da la SUPERCOM.	Lo del 1x1, identificación de publicidad, contenidos culturales y franjas horarias.	Un control riguroso sobre las canciones sobretodo porque la Ley sanciona por lo del 1x1
¿Antes de la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación esta radio contaba con una parrilla de programación? (12)	Si, toda la vida se ha trabajado con parrillas de programación.	Sí, siempre se ha tomado en cuenta para la programación una estructura.	Si, desde hace 26 años
¿Qué programas que se introdujeron a partir de la Ley? (13)	Ninguno	Todo se mantuvo, solamente se introdujeron las	Los mismos programas pero se modificaron de

		pastillas interculturales que envía la SECOM.	acuerdo a la ley.
¿Cómo se maneja el contenido cultural que exige la ley? (14)	Solo lo de la SUPERCOM	Hay espacios todos los días donde se difunde el contenido cultural que se envían desde la SECOM.	Hay productoras que facilitan los programas.
¿Ha sido difícil cumplir las exigencias de la ley por ejemplo en cuanto a la música nacional? (15)	No, solo es cuestión de cumplir lo que solicitan en la Ley	No fue difícil, solo la música que cambió lo del 1x1, porque no había suficiente contenido nacional.	Se eliminaron segmentos musicales, por ejemplo de boleros, debido a que en el cancionero musical ecuatoriano no existen artistas de boleros y por ende se limita mucho.
¿Qué limitaciones se han presentado a partir de la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación? (16)	No se presentaron limitaciones.	Limitaciones en sí, no se han presentado pero si han ido cambiando de a poco ciertas cosas.	Es difícil hasta ahora por que existe la constante preocupación de cumplir la ley. La SUPERCOM cuenta el número de canciones
¿En el sentido financiero como afecto? (17)	No afecto debido a que tenemos fieles oyentes y la audiencia se mantuvo, ya que no existieron cambios.	Afecto un poco pero no de manera significativa.	Fue un bajón porque los oyentes deben acoplarse a lo que la radio está obligada a transmitir por la Ley.
¿Cada cuánto tiempo se tiene previsto reformar la parrilla radiofónica? (20)	Se la refresca, se mejora el contenido de los programas en enero de cada año, pero no se cambia.	No se tiene previsto cambiar la parrilla radiofónica pero se debería cambiar te temporadas cada dos años aproximadamente.	Cada responsable de los programas cambia según las necesidades.

RADIO	EXA	AMPARA SU	LA PREMIER
RESPONSABLE	André Ortiz	Eli Pascal	Luis Viteri
Programación de la radio (5)	La radio es musical y entretenimiento.	Contenido noticioso en la mañana, después cultural, entretenimiento y musical. Todo dirigido para las comunidades.	Variada, noticieros local y nacional, radio revistas de varios temas, para muchas audiencias.
¿Desde hace cuánto tiempo está establecida esta programación? (7)	Desde que radio EXA era radio Sónica	7 años, desde el inicio.	Ya varios años se trabaja con la misma parrilla de programación.
Efectos de la Ley Orgánica de Comunicación sobre la programación (9)	Afectó totalmente, se involucró en muchos aspectos	Siempre se ha cumplido y respetado la ley.	Afectó a la comunidad, a la sociedad. Hay que poner el 1x1.
Estudios previos a la aplicación y cambios que solicitaba dicha ley (10)	Si se realizó un análisis pero no un estudio a la audiencia.	No se realizó ningún estudio.	Se analizó y estudio la Ley, pero no más allá de eso.
¿De qué manera se acoplaron a las ordenanzas la Ley Orgánica de Comunicación 2013? (11)	Se tomó en cuenta lo de las franjas horarias, lo del 1x1, identificación de publicidad, etc.	Todo lo que dice la ley se intenta realizar	Hay que acoplarse se quiera o no, así que toca cumplir con lo que solicita la Ley de Comunicación.
¿Antes de la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación esta radio contaba con una parrilla de programación? (12)	Si	Si, si existía	Si había.
¿Qué programas que se introdujeron a partir de la Ley? (13)	El cultural que da la SUPERCOM que es Educa.	Se implementó el noticiero.	Ninguno, simplemente se reajustaron.
¿Cómo se maneja el contenido cultural que exige la ley? (14)	De una manera más obligada porque el programa lo brinda la SUPERCOM.	Hay que manejar en el idioma de la comunidad..	. Hay que hacer 6 minutos por cada hora de contenido cultural pero no es posible. Además transmitir segmentos como Educa y las pastillas interculturales.
¿Ha sido difícil cumplir las exigencias de la ley por ejemplo en cuanto a la música nacional? (15)	Si, sobretodo todo por el 1x1.	No ha sido difícil, porque se debe impulsar la música ecuatoriana.	Sí, porque no se puede poner libremente la programación musical a gusto de lo que la audiencia quiere escuchar.

¿Qué limitaciones se han presentado a partir de la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación? (16)	En la censura sobretodo de lenguaje.	No ha existido mayor problema.	Perdimos la libertad. Se desequilibró la programación, la esencia de cada radio.
¿En el sentido financiero como afecto? (17)	No habido un efecto negativo ni significativo.	La Ley dice que la radio comunitaria no debe ser con fin de lucro, pero eso afecta a los integrantes de la radio.	Si afectó, porque la audiencia cambió gracias a la transformación de la programación. A esto se le suma las sanciones.
¿Cada cuánto tiempo se tiene previsto reformar la parrilla radiofónica? (20)	Cada 6 meses	Se aproximan cambios, pero no hay fecha programada.	No se puede cambiar constantemente, pero siempre se busca mejorar la programación.

RADIO	SOY FM	MUNICIPAL	LOS LAGOS	AMÉRICA
RESPONSABLE	Dennis Sandoval	María Dolores Morán	Fernando Bravo	Marlene Herrera
Programación de la radio (5)	Programas musicales únicamente, no hay programación con locución, no tiene parrilla.	Variada para todo el público, noticias, deportes, clasificados, entrevistas, músicas	Musical e informativa (No habla mucho de la programación)	Noticiosa, entretenimiento y musical
¿Desde hace cuánto tiempo está establecida esta programación? (7)	8 meses como radio Soy FM	1 año 8 meses	Desde enero de 2018	20 años
Efectos de la Ley Orgánica de Comunicación sobre la programación (9)	Tienen 6 horas de música nacional para cumplir el 1 x1	Si afectó en el tema musical porque la Ley impone las canciones que quiere y esto causo que baje el rating	Imposición de contenido	De ninguna manera, siempre hemos estado apegados a derecho con o sin ley de comunicación. Más bien fortalecimos espacios inclusivos e interculturales que ya existían.
Estudios previos a la aplicación y cambios que solicitaba dicha ley (10)	Sí, se hizo un estudio de mercado para saber la necesidad de la gente.	No se hizo, solo se obedeció a lo que solicita la ley.	No se hizo estudios previos solo se obedeció la ley	No se realizó
¿De qué manera se acoplaron a las ordenanzas la Ley	Reforma total desde cero	Cambiaron en busca del	El 1x1 ya lo venía	No nos acoplamos, solo fortalecimos espacios

Orgánica de Comunicación 2013? (11)		cumplimiento del 1x1	manejando la radio desde hace mucho tiempo	
¿Antes de la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación esta radio contaba con una parrilla de programación? (12)	No tiene parrilla	Si pero se cambió después de la ley	Si tenía pero se reformó en Diciembre de 2017	Sí
¿Qué programas que se introdujeron a partir de la Ley? (13)	Se va a tomar en cuenta todo lo que exige la SUPERCOM como educativos y culturales	Se eliminaron 4, pero se introdujeron nuevos	Se eliminó solo el programa de Ponchito, porque no se ajustaba a lo que solicitaba la Ley de Comunicación 2013.	Ninguno
¿Cómo se maneja el contenido cultural que exige la ley? (14)	Se difunde las pastillas interculturales de Educa, y en cuanto a derechos tienen propias cápsulas informativas	Se transmite 72 min de cultura diarios	El que brinda la SUPERCOM	Cumpliendo con tiempo y espacios dispuestos en la ley y su reglamento.
¿Ha sido difícil cumplir las exigencias de la ley por ejemplo en cuanto a la música nacional? (15)	No, porque se puede acoplar a los intereses de la radio	Sí, porque aun carecemos de buena música en Ecuador.	No ha sido difícil, está bien impulsar lo nacional	No, para nada solo es cuestión de respetar la normativa
¿Qué limitaciones se han presentado a partir de la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación? (16)	No hay limitaciones	La ley impone	La audiencia no le gusta mucho el programa cultural de la SUPERCOM	Ninguna hasta el momento
¿En el sentido financiero como afecto? (17)	No, solo es disciplina, pero pueden seguir siendo los mismos.	Afectó pero no tanto.	No afectó mucho	Solamente es una inversión

¿Cada cuánto tiempo se tiene previsto reformar la parrilla radiofónica? (20)	Tienen que cambiar hasta diciembre.	Hay cambios frecuentes	Se reforma según las necesidades de las audiencias	Cada año se revisa, se afina, se regula, se mejora o se modifica
------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------	------------------------	----------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia

Las entrevistas fueron realizadas a los directores, productores y encargados trece radios importantes de la ciudad de Ibarra: Radio La Premier, Radio Los Lagos, Radio Municipal 89.9, Radio Ampara Su, Radio Activa FM, Radio América, Radio Máxima 89.5, Radio Vocu FM, Radio Canela, Radio Soy FM, Radio EXA Ibarra, Radio Universitaria y Radio Caricia. Esto con el objetivo de recopilar datos en referencia a la programación de la radio, los efectos de la Ley Orgánica de Comunicación sobre ellos y cómo éstas se han adaptado a dicha ley.

A continuación, se realizará el análisis de las entrevistas dividido en varias aristas imprescindibles para esta investigación.

Programación de la Radio

Por una parte, están las radios con fines sociales como la Radio Universitaria (UTN), Ampara Su y Radio Municipal en la que su programación se centra en temas educativos, culturales y entrevistas que vayan en beneficio de su institución, comunidad o ciudadanía.

Y, por otra parte, se encuentran las radios privadas y comerciales, en su mayoría, transmiten segmentos musicales y de entretenimiento las 24 horas del día. Solo unas cuantas como Activa FM o Máxima 89.5 cuentan con contenido informativo.

Efectos de la Ley Orgánica de Comunicación 2013

La mayor parte de las radios ha sentido estragos frente a las imposiciones de la ley, pues concuerdan que lo que más les ha afectado, sobretodo, es el conocido uno por uno. Esta medida intenta apoyar el talento ecuatoriano haciendo que las radios reproduzcan una canción nacional por cada canción extranjera que se emita. Esto les afecta porque las audiencias de las radios no aceptan este tipo de contenido y naturalmente dejan de seguir a la emisora y el rating tiende a bajar.

Las radios han tenido que acoplarse sin ninguna opción, así lo declararon todos los entrevistados, algunos han quitado programas, otros han aumentado, pero la mayoría han hecho reformas a la programación existente para cumplir con las exigencias de la ley, y sobretodo, evitar sanciones.

Manejo del contenido cultural

Muchas de las radios se han tomado este tema como una imposición de la Ley, pues ésta les obliga hablar o transmitir contenido cultural 72 minutos divididos en las 24 horas del día. Además de esto, deben transmitir el programa nacional Educa dado por la Supercom (Superintendencia de Información y Comunicación). Al no tener otra opción, la mayoría de radios comerciales miran esto como un obstáculo y coinciden en que bajan su rating y pierden audiencia cuando estos segmentos son transmitidos.

Limitaciones y problemas

Desde la creación de la Ley Orgánica de Comunicación las radios han visto como mayor limitación el no poder transmitir toda la música que la audiencia quisiera, sin embargo, además de esto, algunos de los entrevistados coinciden que se debe tener cuidado con el uso del lenguaje y la emisión adecuada del contenido.

Los problemas financieros de las radios comerciales se ven reflejados en una pequeña parte por la pérdida de la audiencia que han tenido a raíz de la implementación de la ley y las reformas de la programación.

2.5.4.6 Análisis e interpretación de matriz de sanciones

Uno de los impactos fuertes a nivel nacional a partir de la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación 2013 fue la sanción a los medios de comunicación por lo estipulado en la ley y su reglamento, de acuerdo a esto se presentan las sanciones presentadas en las radios de la ciudad de Ibarra como un aporte al análisis del impacto de la ley en la programación emitida

Se indagó en el sitio web de la Superintendencia de comunicación para poder investigar sobre las radios que fueron sancionadas por el incumplimiento a la LOC 2013.

Tabla 31: Sanciones

DENUNCIANTE	Álvaro Castillo Ramiro Paéz y Byron Gustavo Masache Gualán
TIPO DE INFRACCIÓN O ESTADO	Denuncia desechada.
DENUNCIADO O REPORTADO	Leonardo Yépez, director del espacio de noticias "Buenos Días América", transmitido a través de la estación de radiodifusión "América".
FECHA	05 de marzo de 2014
SANCIÓN	Hacer un llamado de atención al concesionario de la frecuencia en la que opera el medio de comunicación de radiodifusión "AMERICA" de la ciudad de Ibarra, por el incumplimiento en la remisión de las grabaciones solicitadas por la Superintendencia de Información y Comunicación.
OBSERVACIONES	La SUPERCOM resolvió rechazar la denuncia presentada por parte de los denunciantes, por cuanto los hechos denunciados no han sido debidamente probados, por lo tanto, no se habría establecido la responsabilidad del accionado sobre su incidencia en la figura jurídica determinada en el artículo 26 de la Ley Orgánica de Comunicación.

Fuente: Elaboración propia

DENUNCIANTE	
TIPO DE INFRACCIÓN O ESTADO	Clasificación de audiencias y franjas horarias.
DENUNCIADO O REPORTADO	Radio Canela 92.7 FM, de Ibarra
FECHA	26 de agosto de 2016
SANCIÓN	UNO: Multa equivalente a DIEZ SALARIOS BÁSICOS DEL TRABAJADOR GENERAL, es decir, la cantidad de USD \$3.660,00 (TRES MIL SEISCIENTOS SESENTA CON 00/100 DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA); dentro del término de 72 horas. DOS: Corregir y mejorar sus prácticas para el pleno y eficaz ejercicio de los derechos a la comunicación, consecuentemente se le conmina a abstenerse de reincidir en el cometimiento de actos que se encuentran reñidos en la citada Ley.
OBSERVACIONES	

Fuente: Elaboración propia

DENUNCIANTE	
TIPO DE INFRACCIÓN O ESTADO	Clasificación de audiencias y franjas horarias.
DENUNCIADO O REPORTADO	Radio Sónica - EXA 93.9 FM, de Ibarra.
FECHA	31 de agosto de 2016
SANCIÓN	UNO: Determinar la responsabilidad de la compañía de SERVICIOS DE COMUNICACIÓN ZEFINO B CIA. LTDA., concesionaria de la frecuencia 93.9 FM en la

	<p>ciudad de Ibarra, del medio de comunicación social Radio Sónica - EXA, multa equivalente a DIEZ SALARIOS BÁSICOS DEL TRABAJADOR GENERAL, es decir, la cantidad de USD \$3.660,00 (TRES MIL SEISCIENTOS SESENTA CON 00/100 DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA); dentro del término de 72 horas.</p> <p>DOS: Corregir y mejorar sus prácticas para el pleno y eficaz ejercicio de los derechos a la comunicación, consecuentemente se le conmina a abstenerse de reincidir en el cometimiento de actos que se encuentran reñidos en la citada Ley.</p>
OBSERVACIONES	

Fuente: Elaboración propia

DENUNCIANTE	
TIPO DE INFRACCIÓN O ESTADO	Clasificación de audiencias y franjas horarias.
DENUNCIADO O REPORTADO	Radio Vocu 102.3 FM, de Ibarra
FECHA	07 de septiembre de 2016
SANCIÓN	<p>UNO: Multa equivalente a DIEZ SALARIOS BÁSICOS DEL TRABAJADOR GENERAL, es decir, la cantidad de USD \$3.660,00 (TRES MIL SEISCIENTOS SESENTA CON 00/100 DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA); dentro del término de 72 horas.</p> <p>DOS: Corregir y mejorar sus prácticas para el pleno y eficaz ejercicio de los derechos a la comunicación, consecuentemente se le conmina a abstenerse de reincidir en el cometimiento de actos que se encuentran reñidos en la citada Ley.</p>
OBSERVACIONES	

Fuente: Elaboración propia

DENUNCIANTE	
TIPO DE INFRACCIÓN O ESTADO	Copias de programas o impresos.
DENUNCIADO O REPORTADO	Radio Ampara Su 90.7 FM, de Ibarra
FECHA	30 de marzo de 2016
SANCIÓN	<p>UNO: Multa equivalente a UN SALARIO BÁSICO DEL TRABAJADOR GENERAL, es decir, la cantidad de USD \$366,00 (TRESCIENTOS SESENTA Y SEIS CON 00/100 DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA); dentro del término de 72 horas.</p>
OBSERVACIONES	

Fuente: Elaboración propia

DENUNCIANTE	
TIPO DE INFRACCIÓN O ESTADO	Proceso archivado
DENUNCIADO O REPORTADO	Radio Canela 92.7 FM, de Ibarra
FECHA	21 de junio de 2016
SANCIÓN	UNO: Multa equivalente a DIEZ SALARIOS BÁSICOS DEL TRABAJADOR GENERAL, es decir, la cantidad de USD \$3.660,00 (TRES MIL SEISCIENTOS SESENTA CON 00/100 DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA); dentro del término de 72 horas. DOS: Corregir y mejorar sus prácticas para el pleno y eficaz ejercicio de los derechos a la comunicación, consecuentemente se le conmina a abstenerse de reincidir en el cometimiento de actos que se encuentran reñidos en la citada Ley.
OBSERVACIONES	

Fuente: Elaboración propia

DENUNCIANTE	
TIPO DE INFRACCIÓN O ESTADO	Difusión de contenidos musicales
DENUNCIADO O REPORTADO	Radio Ritmo 103.5 FM, de Ibarra
FECHA	23 de junio de 2016
SANCIÓN	UNO: Multa equivalente a DIEZ SALARIOS BÁSICOS DEL TRABAJADOR GENERAL, es decir, la cantidad de USD \$3.660,00 (TRES MIL SEISCIENTOS SESENTA CON 00/100 DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA); dentro del término de 72 horas.
OBSERVACIONES	

Fuente: Elaboración propia

DENUNCIANTE	
TIPO DE INFRACCIÓN O ESTADO	Normas deontológicas
DENUNCIADO O REPORTADO	Radio Vocu 102.3 FM de Ibarra
FECHA	15 de febrero de 2016
SANCIÓN	UNO: Se presentó una amonestación escrita con lo que se previene al medio de comunicación la obligación de corregir y mejorar sus prácticas para el pleno y eficaz ejercicio de los derechos a la comunicación, consecuentemente se le conmina a abstenerse de reincidir en el cometimiento de actos que se encuentran reñidos en la citada Ley.
OBSERVACIONES	

Fuente: Elaboración propia

DENUNCIANTE	
TIPO DE INFRACCIÓN O ESTADO	Normas deontológicas
DENUNCIADO O REPORTADO	"Radio Canela 92.7 FM", concesionaria de Radio Ibarra Factualti S.A.
FECHA	21 de enero de 2016
SANCIÓN	UNO: Se presentó una amonestación escrita con lo que se previene al medio de comunicación la obligación de corregir y mejorar sus prácticas para el pleno y eficaz ejercicio de los derechos a la comunicación, consecuentemente se le conmina a abstenerse de reincidir en el cometimiento de actos que se encuentran reñidos en la citada Ley.
OBSERVACIONES	

Fuente: Elaboración propia

Las radios que han sido amonestadas y sancionadas por la SUPERCOM son: Radio Canela (por tres ocasiones), Radio Ampara Su, Radio EXA Ibarra, Radio Vocu FM (por dos ocasiones) y Radio Ritmo, siendo cinco el total de las radios de Ibarra.

Las emisoras fueron sancionadas principalmente por incumplimiento de audiencias, franjas horarias, contenido y normas deontológicas. Sobre esto los responsables de las radios se limitan a hablar sobre el tema por desacuerdo en la aplicación de la ley.

Se puede deducir que la mayor parte de radios ibarreñas cumplen lo estipulado en la Ley Orgánica de Comunicación vigente.

2.6 F.O.D.A.

En este apartado se expondrán las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que presentan las parrillas de programación de las radios analizadas del cantón Ibarra, después de la creación, vigencia y aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación 2013.

2.6.1 Fortalezas

- Una parrilla de programación permite la correcta esquematización de los segmentos que la radio esté dispuesta a difundir, detallando: tipo, personal encargado, horarios y audiencia a la que va dirigida, conforme lo demanda la Ley Orgánica de Comunicación.

- La aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación permite tener un control más preciso y riguroso sobre la programación de los medios de comunicación, en el caso de la radio, se centra, sobre todo, en la música difundida y el lenguaje utilizado y la difusión de segmentos interculturales.

2.6.2 Debilidades

- Con la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación los medios masivos han tenido que enfrentar sanciones por el incumplimiento de la ley, en el caso de la radio, se debe al mal uso de lenguaje, la transmisión de ciertos programas no acorde a su franjas horarias y audiencia, o la no difusión de la música nacional de acuerdo al “uno por uno”.
- Ligado al punto anterior, la Ley Orgánica de Comunicación ha sido tomada, por algunos, como un documento que promueve la censura, por el hecho de que se impide la difusión de ciertos programas en determinadas franjas horarias o la transmisión de canciones a convenir de la radio, según las demandas de su audiencia.

2.6.3 Oportunidades

- Una programación variada brinda la oportunidad a la radio de aumentar su target y audiencia, lo que figura como beneficio para incrementar su renombre, por ejemplo, las pautas publicitarias y el nivel de rating.
- La correcta aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación ha reducido el porcentaje de errores en la radio, lo cual genera credibilidad y confianza por parte de las audiencias.
- El conocido “uno por uno” implica transmitir una canción nacional por cada canción extranjera o internacional. Esto puede resultar beneficioso porque se fomenta en la audiencia el apoyo al talento de los músicos ecuatorianos.

2.6.4 Amenazas

- Muchas radios han registrado pérdida de audiencia después de la aplicación y vigencia de la Ley Orgánica de Comunicación 2013. En muchas ocasiones porque han tenido que dejar de transmitir programas famosos, o por el contrario han empezado a difundir otros contenidos obligados por la ley como “Educa” o los segmentos interculturales, mismos que no son demandados por la audiencia de la radio.
- Consecuentemente, la pérdida de audiencia podría generar problemas financieros y económicos para las radios por la disminución de pautas publicitarias.

2.7 Matriz estratégica FA-FO- DA-DO

Tabla 32: Matriz FA-FO-DA-DO

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>MATRÍZ FA- FO- DA- DO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Una parrilla de programación permite la correcta esquematización de los segmentos que la radio esté dispuesta a difundir, detallando: tipo, personal encargado, horarios y audiencia a la que va dirigida, conforme lo demanda la Ley Orgánica de Comunicación. • La aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación permite tener un control más preciso y riguroso sobre la programación de los medios de comunicación, en el caso de la radio, se centra, sobre todo, en la música difundida y el lenguaje utilizado y la difusión de segmentos interculturales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Con la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación los medios masivos han tenido que enfrentar sanciones por el incumplimiento de la ley, en el caso de la radio se debe al mal uso de lenguaje, la transmisión de ciertos programas no acorde a su franjas horarias y audiencia, o la no difusión de la música nacional de acuerdo al “uno por uno”. • Ligado al punto anterior, la Ley Orgánica de Comunicación ha sido tomada, por algunos, como un documento que promueve la censura, por el hecho de que se impide la difusión de ciertos programas en determinadas franjas horarias o la transmisión de canciones a convenir de la radio, según las demandas de su audiencia.

OPORTUNIDADES	FO	DO
<ul style="list-style-type: none"> • Una programación variada brinda la oportunidad a la radio de aumentar su target y audiencia, lo que figura como beneficio para incrementar su renombre, por ejemplo, las pautas publicitarias y el nivel de rating. • La correcta aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación ha reducido el porcentaje de errores en la radio, lo cual genera credibilidad y confianza por parte de las audiencias. • El conocido “uno por uno” implica transmitir una canción nacional por cada canción extranjera o internacional. Esto puede resultar beneficioso porque se fomenta en la audiencia el apoyo al talento de los músicos ecuatorianos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar la oportunidad de poder contar con una parrilla de programación radiofónica en las estaciones de radio, ya que permite una programación rica en contenido, la cual genera un notable beneficio debido al incremento y fidelidad de la audiencia. • Motivar a los profesionales de la comunicación que laboran en las diferentes radios del cantón Ibarra la correcta aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación vigente desde el año 2013, la cual tiene como finalidad regular los contenidos de la programación radial y el ejercicio profesional de quienes ejercen la comunicación. Todas estas ordenanzas a las que tienen que regirse las radios lograrán generar credibilidad y confianza por parte de la audiencia. • Por lo tanto, en lo que refiere al “uno por uno” la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación ha solicitado que las estaciones que emitan programación musical deberán difundir la música producida, compuesta o ejecutada en Ecuador y tendrá que representar al menos el 50% del contenido de la programación musical. Es decir, un 50% de canciones nacionales y 50% de extranjeras. Todas estas canciones se difundirán en todos los horarios de la programación, por lo que se impulsará notablemente la música nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se debería realizar la correcta aplicación de las normativas que constan en la Ley Orgánica de Comunicación vigente desde el año 2013, ya que la misma evitaría sanciones a las radios. • Utilizar favorablemente este medio de comunicación para impulsar y apoyar el talento nacional apegado al Art. 103, de la Ley Orgánica de Comunicación sobre la difusión de los contenidos musicales (“uno por uno”), de esta manera evitar sanciones.

AMENAZAS	FA	DA
<ul style="list-style-type: none"> • Muchas radios han registrado pérdida de audiencia después de la aplicación y vigencia de la Ley Orgánica de Comunicación 2013. En ciertas ocasiones porque han tenido que dejar de transmitir programas que tenían ratings altos, o por el contrario han empezado a difundir otros contenidos obligados por la ley como “Educa” o los segmentos y pastillas interculturales, mismos que no son demandados por la audiencia de la radio. • Consecuentemente, las pérdidas de audiencia podrían generar problemas financieros y económicos para las radios por la disminución de pautas publicitarias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Motivar a los profesionales de la comunicación el cumplimiento de la Ley Orgánica de Comunicación en cuanto a la parrilla de programación, sin perder la creatividad al momento de generar programas y contenidos para evitar la pérdida de audiencia. Así, impedir tener problemas financieros y económicos por la disminución de pautas publicitarias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generar espacios para receptar sugerencias y observaciones por parte de la audiencia en cuanto se refiere a la programación radial de esta manera se podría satisfacer a los radioescuchas y evitar la pérdida de audiencia.

Fuente: Elaboración propia

2.8 Determinación del problema diagnóstico

Después de aplicar las herramientas metodológicas en la presente investigación, se comprobó que las radios del cantón Ibarra cuentan con parrillas de programaciones ya establecidas, mismas en las que, su programación busca apearse a los lineamientos que solicita la Ley Orgánica de Comunicación 2013.

Así también, se evidenció que en la población en general existe un descontento en cuanto a las pastillas interculturales las cuales son exigidas por la LOC 2013 en el Art. 36, el cual solicita que se brinde un espacio de 5% de su programación diaria a la difusión de contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de pueblos y nacionalidades del Ecuador.

Las radios del cantón Ibarra cumplen con lo dicho a la Ley Orgánica de Comunicación 2013, sin embargo, no satisfacen a la audiencia. Por lo tanto, se evidenció mediante las encuestas aplicadas que las exigencias de la audiencia en cuanto a la programación van más allá de lo que las radios brindan actualmente.

En esta etapa se puede resaltar la importancia que toma la pertinencia de la riqueza de las parrillas radiofónicas en lo que se refiere a la programación que las radios día a día ofrecen a su público objetivo o target, las cuales exigen formatos de aprendizaje y entretenimiento en su mayoría.

Se ha analizado también el marco jurídico de la SUPERCOM (Superintendencia de Comunicación) que existen nueve sanciones a las radios de Ibarra, entre ellas, tres sanciones para radio Canela, una para EXA 93.9, dos para radio Vocu, una para radio Ampara Su, una para un locutor de radio América y una para radio Ritmo.

Desde otro punto, se enmarcó la necesidad de implementar esta propuesta de parrilla de programación radial apegada netamente a las exigencias de la Ley Orgánica de Comunicación 2013, puesto que en la actualidad, se plantea con mucha más fuerza la idea de pensar la comunicación de una manera más compleja, no preocupada solamente por la transmisión de información o por efectos de persuasión a través de la mediación tecnológica, sino por la dimensión relacional y cultural que es la que interviene en las transformaciones sociales.

Bajo este criterio, se establece la viabilidad de una propuesta, en la cual se plantea la elaboración de un proyecto comunicacional mediante la construcción de una guía para la elaboración de una parrilla radiofónica y en ella un modelo de parrilla en base a las normas de la Ley Orgánica de Comunicación 2013, para que sirva este de modelo a seguir por los radios del cantón Ibarra, como pauta idónea en el compromiso y la responsabilidad que exige el cumplimiento de la LOC 2013, a través de contenidos dinámicos, participativos, de información confiable y con enfoques destinados al desarrollo de actores sociales.

CAPÍTULO III

3 Propuesta

3.1 Descripción de la propuesta

A partir del año 2013 hasta la actualidad, los radios de todo el Ecuador se han visto presionados e interceptados por una cantidad considerablemente extensa de cambios y vicisitudes a raíz de la implementación y vigencia de la Ley Orgánica de Comunicación, tanto en forma como en contenido, debido a que han tenido que adecuarse de a poco a una restauración y regulación de la realidad de los radios, en cuanto al ejercicio profesional de quienes ejercen la comunicación y los contenidos.

Esta Ley Orgánica de Comunicación aplicada desde el año 2013, se ha encargado de contextos como, por ejemplo, el de establecer los mecanismos para el ejercicio de los derechos de los usuarios de la comunicación, regular el acceso a la comunicación e información, regular la clasificación de contenidos y franjas horarias, elaborar los informes para la adjudicación de frecuencias, reconocimiento de errores en la información, entre otras.

Los radios en este estudio realizado son las frecuencias del cantón Ibarra, perteneciente a la provincia de Imbabura. De las cuales se ha trabajado con 13 radios, entre ellas Radio La Premier, Radio Los Lagos, Radio Municipal 89.9, Radio Ampara Su, Radio Activa FM, Radio América, Radio Máxima 89.5, Radio Vocu FM, Radio Canela, Radio Soy FM, Radio EXA Ibarra, Radio Universitaria y Radio Caricia con el fin de analizar el contexto actual de la radio posterior a la aplicación y efectos de la Ley Orgánica de Comunicación 2013.

Los radios del cantón Ibarra han tenido que adaptarse con el pasar de los días a las exigencias de la Ley Orgánica de Comunicación 2013, en cuanto al lenguaje usado en los diferentes programas, han tenido también que adaptar cada programa a la franja horaria establecida, de la misma manera difundir contenidos interculturales y establecer el llamado “uno por uno” que solicita la transmisión de una canción producida en el país y una internacional.

A partir de esta breve introducción se analizan los cambios que se han generado en las parrillas de programación radiofónica, para identificar los pro y contras, y si las radios cumplen o no con las normativas que solicita la Ley Orgánica de Comunicación.

El diagnóstico de este trabajo de investigación proyectó una realidad bastante interesante como resultado que las radios del cantón Ibarra si cuentan con parrillas de programación previamente establecidas anteriores a la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación sin embargo estas tuvieron que ser modificadas para poder cumplir con las ordenanzas de la ley. Así también han tenido que, por así decirlo, limitarse a difundir programas de humor como anterior a la aplicación de la ley solían ser difundidos y que a la gente le gustaba escuchar.

Ahora bien, en cuanto a la ciudadanía Ibarreña, en las encuestas aplicadas se pudo rescatar como resultado en general que la audiencia no está 100% conforme con los contenidos que reciben por las emisoras de radio locales.

Por lo mencionado en los párrafos anteriores, surge la idea de proponer la construcción de una guía para la elaboración de una parrilla radiofónica y en ella un modelo de parrilla en base a las normas de la Ley Orgánica de Comunicación 2013, que sirva como guía para los encargados de la programación de las radios de cómo y bajo qué parámetros debería estar elaborada la parrilla de programación de las emisoras, sin perder las características que son propias de la radio y sobretodo que logre complacer y deleitar el oído de la audiencia.

En los siguientes apartados se detallará a fondo el contenido de la propuesta.

3.2 Macro localización

Gráfico 19: Mapa Ecuador



Fuente: Internet

La presente propuesta tiene como ubicación geográfica un país de América del Sur denominado Ecuador, su capital es Quito.

Hasta la actualidad, está conformado por 16 millones de habitantes, lo que lo lleva a ser el octavo país más poblado y el cuarto más pequeño de América Latina, con un área de 283.561. km².

Este país es reconocido a nivel internacional gracias a una densa variedad de etnias y culturas autóctonas distribuidas en las 24 provincias que lo conforman. Así también, por la variedad en flora y fauna, que hace del Ecuador un país incalculable en riqueza natural.

Limita al norte con Colombia, y al sur y al oeste con Perú y está compuesto por 24 provincias: Orellana, Bolívar, Cañar, Carchi, Chimborazo, Cotopaxi, Imbabura, El Oro, Tungurahua, Esmeraldas, Sucumbíos, Guayas, Loja, Manabí, Morona Santiago, Los Ríos, Napo, Pastaza, Pichincha, Santa Elena, Santo Domingo, Azuay, Zamora Chinchipe y Galápagos.

La lengua oficial es el español, sin embargo, existen una variedad de lenguas nativas indígenas como por ejemplo el Kichwa y el Shuar.

Esta investigación tiene lugar en la provincia de Imbabura, conocida como la provincia de los lagos.

La provincia de Imbabura cuenta con 398.244 habitantes, según los datos del último censo realizado por el INEC (2010). Esta provincia tiene una gran diversidad de flora y fauna, sin dejar de lado su riqueza cultural.

3.3 Micro localización

Gráfico 20: Mapa Ibarra



Fuente: Internet

De manera concreta este trabajo de investigación se realizó en el cantón Ibarra perteneciente a la zona norte del país en la provincia de Imbabura, debido a que las radios analizadas en esta tesis forman parte de este sector geográfico.

Este cantón es identificado por propios y extraños como “La Ciudad Blanca” o la “Ciudad a la que siempre se vuelve”.

Este cantón está formado por cinco parroquias urbana, San Francisco, El Sagrario, Priorato, Alpachaca y Caranqui; y siete parroquias rurales: Ambuquí, Angochahua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas y San Antonio.

La ciudad de Ibarra cuenta con 181.175 habitantes, según los datos del último censo realizado por el INEC (2010) de los cuales 87.786 son hombres y 93,389 mujeres.

Esta ciudad se caracteriza por su diversidad cultural, se puede visualizar una variedad de grupos étnicos, tradiciones, costumbres, diversidad gastronómica, etc.

Además, su riqueza natural impulsa notoriamente que el turismo sea una de las fuentes económicas más importantes para quienes conforman la ciudad.

3.4 Nombre de la propuesta

“Guía para la construcción de una parrilla radiofónica, según lo solicitado en la Ley Orgánica de Comunicación 2013”

3.5 Objetivo general

Elaborar una guía para la elaboración de una parrilla radiofónica y en ella un modelo de parrilla, con la finalidad de a través de ella las radios de Ecuador construyan una programación conforme a las normativas solicitadas por la Ley Orgánica de Comunicación 2013.

3.6 Objetivos específicos

- Diseñar una guía y estructura de programación para radios para el cumplimiento de los estatutos de la Ley Orgánica de Comunicación 2013.
- Promover en las radios de Ecuador la utilidad de esta guía para la construcción de una parrilla de programación radiofónica afín a las ordenanzas de la Ley Orgánica de Comunicación 2013.
- Contextualizar y difundir la guía para construcción de una parrilla de programación radiofónica utilizada para la elaboración de las parrillas de la programación de las radios del cantón Ibarra.

3.7 Misión

Crear una guía para la construcción de una parrilla de programación radiofónica para que los profesionales de la comunicación, puntualmente de la radio se orienten e informen acerca de los parámetros a seguir en la elaboración de la parrilla radiofónica acorde a lo que la Ley Orgánica de Comunicación 2013 pide.

Afín de que las radios cuenten con un referente adecuado de cómo debe constituirse una parrilla de programación. Así, lograr captar más la atención de la audiencia, incrementar la credibilidad del medio y satisfacer las necesidades de los radioescuchas.

3.8 Visión

Nuestra visión es que para el año 2020 se ajusten sus parrillas de programación radiofónica con las características establecidas en la Ley Orgánica de Comunicación 2013, con el apoyo de este trabajo de investigación, para que las radios puedan diseñar con mayor facilidad sus parrillas de programación con el fin de que la audiencia pueda obtener una variedad de contenidos en beneficio del oyente.

3.9 Beneficiarios

3.9.1 Directos

Con la elaboración y difusión de la guía para la elaboración de una parrilla radiofónica los principales beneficiarios son:

- Las radios y el personal de las radios involucradas en la presente investigación: Radio La Premier, Radio Los Lagos, Radio Municipal 89.9, Radio Ampara Su, Radio Activa FM, Radio América, Radio Máxima 89.5, Radio Vocu FM, Radio Canela, Radio Soy FM, Radio EXA Ibarra, Radio Universitaria y Radio Caricia.
- Gerentes y directores de programación de las diferentes estaciones de radio.

3.9.2 Indirectos

Con la elaboración y difusión de la guía para la elaboración de una parrilla radiofónica los beneficiarios indirectos son:

- La audiencia, es decir, las personas que escuchan las diferentes radios del cantón Ibarra y que están a la espera de programación diversa y rica en contenido.
- Estudiantes de la carrera de Comunicación Social, para que tengan concepción de las parrillas de programación radiofónica de acuerdo a los estándares legales actuales.

3.10 Actividades para la obtención de resultados

3.10.1 Actividades para el cumplimiento del primer objetivo

Objetivo

- Diseñar una guía y estructura de programación para radios para el cumplimiento de los estatutos de la Ley Orgánica de Comunicación 2013.

Estrategia

Investigar sobre formatos de parrillas radiofónicas, parámetros para la construcción de parrillas radiofónicas, analizar la programación de diferentes radios del Ecuador y del mundo como ícono de referencia para la creación de la guía a través de investigaciones en internet para poder obtener el producto bajo las características planteadas. Sin olvidar el estudio de la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador del año 2013, a fondo para tener en cuenta las ordenanzas.

Programación

Selección de modelos de parrillas de programación y los parámetros que tengan las características necesitadas para la elaboración del producto.

Actividades

1. Buscar y tener varias opciones de parrillas de programación en las cuales basar el formato general en base a lo que solicita la Ley Orgánica de Comunicación 2013.
2. Emparejar de la manera más conveniente la guía con los parámetros solicitados en la Ley Orgánica de Comunicación 2013 al formato de parrilla de programación radiofónica pertinente.

Resultados esperados

La indagación y las constantes búsquedas en la web permitirán obtener un producto totalmente acertado tanto para la autora de esta propuesta parte del trabajo de investigación como para quienes lo usen para beneficio de la radio y audiencia.

3.10.2 Actividades para el cumplimiento del segundo objetivo

Objetivo

- Promover en las radios de Ecuador la utilidad de esta guía para la construcción de una parrilla de programación radiofónica afín a las ordenanzas de la Ley Orgánica de Comunicación 2013.

Estrategia

Difundir en distintas radios del cantón Ibarra la importancia de cumplir a cabalidad las normativas establecidas en la Ley Orgánica de Comunicación 2013, las cuales deberán ser tomadas en cuenta a la hora de realizar el ejercicio profesional en las radios y en la difusión de los diferentes programas.

Actividades

1. Análisis de los resultados obtenidos en el diagnóstico del presente trabajo de investigación para poder plantear propuestas que surjan en beneficio de las radios del cantón Ibarra a la hora de ejercer la comunicación en radio y difundir contenidos.
2. Obtener sugerencias de expertos en el tema legal de la Ley Orgánica de Comunicación y profesionales de la comunicación, con entrevistas y espacios de diálogo sobre el tema de las parrillas radiofónicas de programación adaptadas a lo que solicita la LOC 2013.

Resultados esperados

El estudio del capítulo del diagnóstico facilitará el diseño de la correcta elaboración de una guía para la construcción de una parrilla de programación radiofónica, misma que aportará indudablemente al mejor ejercicio de la comunicación en radio, así se evitará

cometer errores que signifiquen una sanción por parte de las entidades de regulación y control.

3.10.3 Actividades para el cumplimiento del tercer objetivo

- Contextualizar y difundir la guía para la construcción de una parrilla de programación radiofónica utilizada para la elaboración de las parrillas de la programación de las radios del cantón Ibarra.

Estrategia

Difundir la guía para la construcción de una parrilla de programación radiofónica para que los beneficiarios directos e indirectos de esta investigación puedan usar de la mejor manera para el cumplimiento de la LOC 2013, sin necesidad de perder audiencia.

Actividades

1. Estudio de la guía para la construcción de una parrilla de programación radiofónica planteada en base al diagnóstico realizado en esta investigación.
2. Difundir la guía para la construcción de la parrilla con todos los beneficiarios directos e indirectos, desde los periodistas, locutores, gerentes, directores de programación radial, hasta los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra.

Resultados esperados

La difusión de esta guía para la construcción de la parrilla de programación radiofónica permitirá que las radios del cantón Ibarra y de ser posible de todo el Ecuador cuenten con parrillas de programación que se adapten a lo que solicita la Ley Orgánica de Comunicación 2013, de esta manera, evitar las sanciones innecesarias. Lo cual permitirá tener mayor número de radioescuchas, mayor credibilidad, confianza y fidelidad con la emisora radial.

3.11 Contenido de la guía

Guía para la construcción de una parrilla de programación según lo solicitado por la Ley Orgánica de Comunicación 2013

Panorama

Con la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) en 2013, los medios radiofónicos modificaron ciertos aspectos de su funcionamiento. Algunas de las normativas se enfocaron en la reestructura del contenido para mejorar y regular las transmisiones de los medios de comunicación.

En este sentido, la Ley Orgánica de Comunicación estableció mecanismos para la participación de los oyentes. También delimitó la clasificación de contenidos y franjas horarias. Asimismo, se constituyó un nuevo modelo para la obtención de frecuencias, en el cual uno de los aspectos de valoración es la construcción adecuada de la parrilla de programación.

Es así, como la Ley Orgánica de Comunicación y el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, mediante artículos, disposiciones y resoluciones resolvieron los parámetros apropiados para la creación de una estructura de programación radial.

Documentos para la elaboración de una adecuada parrilla de programación radiofónica

Estos reglamentos se aplican para todos los contenidos que se difunden en los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios de radio.

- 1) Ley Orgánica de Comunicación (LOC) Registro Oficial Suplemento 22 de 25-jun.-2013 Última modificación: 07-jul.-2017

- **Objetivo**

Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger y regular, en el ámbito administrativo, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente. (Art.1 LOC)

2) Reglamento que establece los parámetros técnicos para la definición de audiencias, franjas horarias, clasificación de programación, calificación de contenidos, incluidos los publicitarios, que se difunden en los medios de comunicación social RESOLUCIÓN No. CORDICOM-PLE-2014-031

- Objetivo.

Pretende precisar los parámetros técnicos para la definición de audiencias, franjas horarias, clasificación de programación, calificación de contenidos, incluidos los publicitarios, que se difunden en los medios de comunicación definidos en la Ley Orgánica de Comunicación.

3) Reglamento que establece los parámetros para la calificación del proyecto comunicacional para la adjudicación y autorización de concesiones de frecuencias del espectro radioeléctrico para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión RESOLUCIÓN No. CORDICOM-PLE-2015-0

- Objetivo.

Se centra en garantizar los derechos de las ciudadanas y ciudadanos, como fin de todas las prácticas comunicacionales. Además de la democratización de la palabra, promover la pluralidad y diversidad.

Paso 1

Definición de público

Para la definición de audiencias se establecieron los siguientes parámetros técnicos:

Art. 65 Ley Orgánica de Comunicación

Art. 5 RESOLUCIÓN No. CORDICOM-PLE-2014-031

Familiar: Incluye a todos los miembros de la familia, es decir comprende todos los segmentos etarios de la población.

Responsabilidad compartida: Esta audiencia está compuesta por adolescentes y jóvenes de 12 a 18 años de edad con supervisión y control de personas adultas.

Adultos: Esta audiencia está compuesta por personas mayores de 18 años de edad.

Paso 2

Franjas horarias

Para la definición de franjas horarias se determinaron los siguientes parámetros técnicos:

Art. 65 Ley Orgánica de Comunicación

Art. 6 RESOLUCIÓN No. CORDICOM-PLE-2014-031

Familiar: De 06h00 a 18h00. En esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación “A”, apta para todo público.

Responsabilidad compartida: Comprende desde las 18h00 hasta las 22h00. La componen personas de 12 a 18 años de edad, con supervisión de personas adultas.

Adultos: De las 22h00 a 06h00. En esta franja se podrá difundir programación de clasificación “C”: apta solo para personas adultas.

Paso 3

Clasificación de contenidos

Para la definición de franjas horarias se establecen los siguientes parámetros técnicos:

Art. 60 Ley Orgánica de Comunicación

Art. 9 RESOLUCIÓN No. CORDICOM-PLE-2014-031

Informativos:

1. Contenidos que documenten o informen la historia y la realidad económica, política y social nacional con pertinencia cultural y territorial.
2. Contenidos que informen o documenten sobre las lenguas extranjeras, de relación intercultural y aquellas en peligro de desaparecer bajo su contexto cultural.
3. Contenidos que informen y promuevan acciones afirmativas a favor de los grupos de atención prioritaria y personas en situación de desigualdad y doble vulnerabilidad, con enfoques de género, generacional, étnico - cultural, movilidad humana y discapacidad.
4. Contenidos que promuevan e informen el desarrollo y la participación comunitaria en equilibrio con la naturaleza.
5. Formatos que promuevan e informen sobre el aprendizaje e intercambio de conocimientos desde la información científica y diversos saberes.
6. Contenidos que promuevan el acceso universal a las tecnologías de la información y la comunicación y generen un acercamiento de su uso.
7. Otros contenidos que informen sobre hechos de la realidad, los cuales deberán cumplir los parámetros previstos en este reglamento para su difusión.

Opinión:

1. Opiniones que fomenten el respeto a la dignidad humana y a los grupos de atención prioritaria, personas en situación de desigualdad y doble vulnerabilidad.
2. Contenidos que promuevan la participación y la consulta a niñas, niños y adolescentes en los programas de opinión.
3. Otros contenidos de opinión, los cuales deberán respetar las normas deontológicas establecidas en la Ley Orgánica de Comunicación.

Formativos/educativos/culturales:

1. Contenidos que fortalezcan el aprendizaje desde el arte, la ciencia y la tecnología.
2. Contenidos que estimulen las capacidades cognitivas de las niñas y los niños.

3. Contenidos que mejoren la prestación de servicios educativos de nivel básico, bachillerato o que orienten la elección de educación universitaria.
4. Contenidos que mejoren la prestación de servicios educativos para las personas con discapacidad.
5. Contenidos que mejoren la prestación de servicios educativos en procesos de alfabetización, post alfabetización y alfabetización digital tomando en cuenta el segmento etario.
6. Contenidos especializados sobre educación en derechos sexuales y reproductivos que cuenten con información científica y con pertinencia cultural, tomando en cuenta el segmento etario.
7. Contenidos en formato tutorial para el aprendizaje de las lenguas originarias del Ecuador e idiomas extranjeros.
8. Contenidos en formato tutorial para el aprendizaje del lenguaje de señas y braille.
9. Contenidos que promuevan la lectura y la lectura crítica de medios de comunicación.
10. Contenidos que aborden la identidad cultural.
11. Contenidos que reflejen la cosmovisión y las realidades de los pueblos y nacionalidades desde una mirada descolonizadora de la historia al resaltar los valores y conocimientos diversos.
12. Contenidos que traten sobre la relevancia de los saberes ancestrales, así como la protección y promoción de conocimientos y saberes diversos.
13. Otros contenidos que tengan una función educativa, formativa o cultural, los cuales deberán cumplir los parámetros previstos en este reglamento para su difusión.

Entretenimiento:

1. Contenidos que representen positivamente y permitan el acceso progresivo de las personas con discapacidad.
2. Contenidos generados con el fin de erradicar todo tipo de violencia a nivel educativo e intrafamiliar.
3. Contenidos que promuevan el desarrollo artístico y la expresión creativa de acuerdo con la edad.

4. Contenidos que promuevan los derechos del Buen Vivir.
5. Contenidos que fomenten los derechos, deberes y responsabilidades ciudadanos.

Deportivos:

1. Contenidos que traten sobre la formación física y psicológica de las y los deportistas.
2. Contenidos que impulsen los hábitos deportivos de las personas, en especial de las niñas, niños y adolescentes.
3. Contenidos que fomenten, orienten y promuevan hábitos alimentarios saludables, buenas prácticas de higiene o salud.
4. Otros contenidos deportivos, los cuales deberán cumplir los parámetros previstos en este reglamento para su difusión.

Publicitarios

1. Publicidad no comercial
2. Publicidad política
3. Propaganda
4. Programas de televenta

Paso 4

Clasificación por tipo de radio

Cada radio, según su denominación tiene sus propios parámetros de programación.

Art. 110 Ley Orgánica de Comunicación

Título III RESOLUCIÓN No. CORDICOM-PLE-2015-073

Radio generalista: Es aquella que difunde una variedad de géneros y de contenidos adaptados a las diferentes audiencias. (privada, pública, oficial pública, comunitaria)

Radio temática: Es aquella cuyo contenido de programación no es musical en un 90%. (privada, pública, oficial pública, comunitaria)

Radio musical: Es aquella cuya programación es musical en un 90%. (privada y comunitaria)

Tipos de radio

Radio privada: Es un medio de radiodifusión sonora que presta el servicio público de comunicación masiva con responsabilidad social.

Los contenidos referenciales de programación son:

- Contenido que promueva los derechos humanos o enfoques de igualdad.
- Contenido dirigido a niñas, niños y adolescentes, que promuevan sus derechos, presenten su voz, opiniones, intereses y puntos de vista, incentiven su autoestima o promuevan su integridad y respeto a su identidad.
- Contenido que fomenten la interacción del medio con sus audiencias para el ejercicio de sus derechos a la comunicación e información.

Radio pública: Es un medio de radiodifusión que fomenta la conexión entre la ciudadanía y el interés general, con el fin de garantizar la diversidad cultural, ideológica y territorial.

Los contenidos referenciales de programación son:

- Programas producidos con iniciativa ciudadana y promuevan los derechos humanos o enfoques de igualdad, pluralidad, diversidad e inclusión.
- Programas dirigidos a niñas, niños, adolescentes y jóvenes o grupos de atención prioritaria que promuevan la conciencia crítica respecto a la realidad social.
- Programas que garanticen la promoción de derechos colectivos, sociales y culturales.
- Programas de opinión, periodismo investigativo, formativos, educativos o culturales que traten temas de interés general con enfoques de igualdad, pluralidad, diversidad e inclusión de los diversos sectores de la sociedad.

Radio pública oficial: Es un medio de radiodifusión sonora que presta el servicio público de comunicación social masiva creado por las Funciones del Estado y los Gobiernos Autónomos Descentralizados.

Los contenidos referenciales de programación son:

- Transmisiones que traten temas relacionados a la transparencia de la información pública, de manera que se posibilite la participación ciudadana en temas de interés general y la rendición de cuentas periódica de la gestión institucional.
- Transmisiones que traten temas de relevancia pública o interés general con enfoques de igualdad, pluralidad, diversidad e inclusión de los diversos sectores de la sociedad.
- Transmisiones que promuevan el periodismo ciudadano, la comunicación pública, la participación e información comunitaria y difundan contenidos de interés de la comunidad.
- Transmisiones que promuevan los derechos humanos o enfoques de igualdad.

Radio comunitaria: Es un medio de radiodifusión sonora que presta el servicio público de comunicación masiva, cuyos contenidos se construyen con la participación de la comuna, comunidad, pueblo, nacionalidad u organización a la que representa.

Los contenidos referenciales de programación son:

- Emisiones dirigidas a niños, niñas y adolescentes o grupos de atención prioritaria que promuevan sus derechos desde el contexto de la organización social, colectivo, comuna, comunidad, pueblo o nacionalidad.
- Emisiones que promuevan el desarrollo local, la economía social y solidaria, el fortalecimiento de la democratización de la cultura o la auto representación de los integrantes de la organización social, colectivo, comuna, comunidad, pueblo o nacionalidad.
- Emisiones producidas con la participación de los integrantes de la organización social, colectivo, comuna, comunidad, pueblo o nacionalidad.

- Emisiones que promuevan la organización de los colectivos, organizaciones sociales, comunas, comunidades, pueblos o nacionalidades.

Paso 5

Aspectos a considerar en la programación

La Ley Orgánica de Comunicación implantó una serie de normativas las cuales se deben cumplir en la programación.

Art. 36 Ley Orgánica de Comunicación

Todos los medios de comunicación tienen el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, por un espacio de 5% de su programación diaria.

Art. 103 Ley Orgánica de Comunicación

En los casos de las estaciones de radiodifusión sonora que emitan programas musicales, la música producida, compuesta o ejecutada en Ecuador deberá representar al menos el 50% de los contenidos musicales emitidos en todos sus horarios, con el pago de los derechos de autor conforme se establece en la ley.

Están exentas de la obligación referida al 50% de los contenidos musicales, las estaciones de carácter temático o especializado.

Disposición transitoria - DECIMA QUINTA - Ley Orgánica de Comunicación

Los medios de comunicación incluirán en su programación o ediciones, contenidos en las lenguas de relación intercultural, en un porcentaje de al menos el 5% de su programación en un plazo de un año, contado a partir de la publicación de esta Ley en el Registro Oficial.

Paso 6

Modelo general de parrilla de programación radiofónica

Plan de profesionalización - Comunicación con calidad CORDICOM (2014)

La creación de una parrilla radiofónica y de los programas que lo edifican, deben ser visionados a partir de los preceptos de la Ley Orgánica de Comunicación y los reglamentos adjuntos.

Seguido de la comprensión de los estatutos vigentes, el medio tiene el compromiso de determinar el contexto social y cultural de la población a la que se dirige.

Con los resultados del estudio, se debe consolidar los lineamientos de cada uno de los programas, franjas horarias y público meta. Se debe considerar las características y política editorial de medio radial.

Después de un tiempo de familiarización del contenido radial, es necesario evaluar la programación emitida. Tras comprobar los resultados del sondeo se ajustará la parrilla de programación.

Tabla 33: Parrilla de programación

Días	Lunes			Martes		Miércoles		Jueves		Viernes	
Hora	Programa	Clasificación	Descripción	Origen	Tipo de contenido	Conductores	Producción	Recursos radiofónicos	Ejes temáticos	Modos de participación	Mecanismos de evaluación
06:00	Informativo (1)	A	Noticias , deportes, política, economía, acontecimiento locales e internacionales y opiniones.	Nacional	I – O –D	Nombres	Nombres	Música y voz	Información local	Ninguna	Sondeo
07:00	Informativo (2)	A		Nacional	I – O –D	Nombres	Nombres	Música y voces	Información local, nacional e internacional.	Ninguna	Sondeo
08:00											
09:00	Magazine	A	Música, entrevistas y monólogos	Nacional	E	Nombres	Nombres	Música y voz	Sociedad, cultura, moda, tecnología, mundo.	Llamadas, mensajes de texto y redes sociales	Co-evaluativa
10:00											
11:00											
12:00											
13:00	Informativo - Espectáculo	A	Comentarios, análisis de los hechos del día	Nacional	O	Nombres	Nombres	Música y voces	Información local, nacional e internacional.	Entrevistas en diferido	Co-evaluativa
14:00	Participación	A	Testimonios. Los oyentes participan del segmento.	Nacional	O – E	Nombres	Nombres	Música y voz	Sociedad, cultura y música	Llamadas, mensajes de texto y redes sociales	Sondeo
15:00											
16:00	Educación Y cultural	A	Instructivo para el diferentes actividades cotidianas para niños y jóvenes	Nacional	F	Nombres	Nombres	Pregrabado	Educomunicación	Ninguna	Análisis externo
17:00	Musical	A	Música nacional	Nacional	E	Nombres	Nombres	Música	Artistas ecuatorianos	Ninguna	Encuesta
18:00	Magazine	B	Programa de temáticas variadas.	Nacional	E	Nombres	Nombres	Música y voz	Estilo de vida, salud, trivias y música	Llamadas, mensajes de texto y redes sociales	Encuesta

19:00	Informativo	A	Noticias , deportes, política, economía, acontecimiento locales e internacionales y opiniones.	Nacional	I	Nombres	Nombres	Música y voces	Información local, nacional e internacional.	Entrevistas en diferido	Sondeo
20:00											
21:00	Musical	A	Música en vivo	Nacional	E	Nombres	Nombres	Música	Clásicos en español	Ninguna	Encuesta
22:00	Divulgativos	A	Derechos humanos	Internacional	F	Nombres	Nombres	Pregrabado	Educomunicación	Ninguna	Análisis externo
23:00	Música temática	B	Canciones internacionales	Internacional	E	Nombres	Nombres	Música	Clásicos en español e inglés	Ninguna	Encuesta
00:00	Música	A	Música mezclada	Nacional	E	Nombres	Nombres	Música	Artistas latinoamericanos	Ninguna	Encuesta
05:00											

Días	Sábado						Domingo				
	Programa	Clasificación	Descripción	Origen	Tipo de contenido	Conductores	Producción	Recursos radiofónicos	Ejes temáticos	modos de participación	Mecanismos de evaluación
06:00	Cultural	A	Programa intercultural	Nacional	F	Nombres	Nombres	Pregrabado	Educomunicación	Entrevistas en diferido	Sondeo
07:00	Musical	A	Música mezclada de Iberoamérica	Nacional	E	Nombres	Nombres	Música	Clásicos en español	Ninguna	Encuesta
10:00											
11:00	Informativo	A	Comunicado Oficial	Nacional	I	Nombres	Nombres	Pregrabado	Comunicados oficiales	Ninguna	Análisis externo
12:00	Musical	A	Música temática	Internacional	E	Nombres	Nombres	Música	Clásicos en español e inglés	Ninguna	Encuesta
15:00											
15:00	Magazine	A	Programa	Nacional	E – I	Nombres	Nombres	Música y	Sociedad, cultura	Llamadas,	Sondeo

18:00			juvenil					voz	y música	mensajes de texto y redes sociales	
18:00 21:00	Musical	B	Música y variedades	Variada	E	Nombres	Nombres	Música y voces	Peticiones musicales y actualidad	Llamadas, mensajes de texto y redes sociales	Encuesta
22:00 05:00	Musical	A	Música mezclada	Nacional y extranjera	E	Nombres	Nombres	Música	Clásicos en español e inglés	Ninguna	Encuesta

Fuente: Elaboración propia

El ejemplo mostrado es una muestra práctica de la construcción de una parrilla de programación. Sin embargo, un plan de programación para radio exige de la aplicación de las leyes y al mismo tiempo se orienta a satisfacer las necesidades de la comunidad radiofónica.

CAPÍTULO IV

4 Análisis de impactos

Luego de haber culminado el desarrollo del Marco Teórico, Diagnóstico y la Propuesta de esta tesis, se determina el análisis de los impactos que generará esta investigación en diversas áreas y ámbitos.

Para esta etapa de análisis de impactos, se determina pertinente la aplicación de una metodología sencilla y efectiva, está elaborada con tablas para cada uno de los ámbitos de impactos, directos o indirectos, a ser medidos y valorados los cuales se relacionan con el proyecto desarrollado.

Conforme a lo mencionado, se presenta una tabla que detalla los rangos establecidos con los respectivos valores numéricos que van desde menos tres, valor negativo, hasta tres, valor positivo. Esta puntuación sirve para cuantificar a los impactos que se evidenciaron en el desarrollo de esta etapa.

Tabla 34: Valores numéricos asignados para calificar los impactos

VALOR NUMÉRICO	NIVEL DE IMPACTO
-3	Alto Negativo
-2	Medio Negativo
-1	Bajo Negativo
0	No hay impactos
1	Bajo Positivo
2	Medio Positivo
3	Alto Positivo

Fuente: Elaboración propia

En la matriz de cada área, se encuentra de forma horizontal el rango de impactos establecidos en el cuadro anterior; mientras que de manera vertical se determina una serie de indicadores que indicarán el nivel de impacto.

A cada indicador se asigna de manera sensata un nivel de impacto, consiguiendo realizar la respectiva sumatoria de los diferentes valores numéricos de los niveles de impacto, misma que será dividida por el número de indicadores que se encuentren así se facilitará encontrar y determinar el nivel de impacto de cada área.

Bajo cada matriz se hace un breve análisis, en el que pretende argumentar el por qué se asignó determinado nivel de impacto a cada indicador.

Se concluye con la elaboración de una matriz general de impactos en la que verticalmente se sustituyen los indicadores por las áreas de impactos, y con el procedimiento explicado anteriormente determinar el nivel de impacto global de este proyecto de investigación.

4.1 Impacto comunicacional

Tabla 35: Impacto comunicacional

Indicador	Niveles de impacto							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Efectiva aceptación de la programación por parte de los usuarios						x		
Conformidad y armonía entre el medio de comunicación y sus receptores o target							x	
Socialización de la guía para la construcción de una parrilla de programación radiofónica con los responsables del área de programación de las radios del cantón Ibarra							x	
Satisfacción de las necesidades de información, formación y entretenimiento de los radioescuchas del cantón Ibarra						x		
TOTAL						4	6	$\Sigma = 10$

Fuente: Elaboración propia

$$\text{Nivel de impacto comunicacional} = \Sigma \frac{10}{4} = 2.50$$

El nivel de impacto comunicacional es alto positivo

Análisis

Con la aplicación del presente trabajo de grado se prevé obtener un nivel de impacto alto positivo en el área comunicacional, porque establece la propuesta de una parrilla radiofónica guía para las radios del cantón Ibarra realizada desde la realidad habitual.

Esto generará la satisfacción por parte de los profesionales de la comunicación que trabajan en las radios y a la audiencia o target en cuanto a la programación que la radio les brinda a diario. Creando y difundiendo contenidos que motiven al público objetivo a no desprenderse de la radio.

Se pretende también, que las radios del cantón Ibarra creen estrategias comunicacionales para mantener una estrecha relación con sus radioescuchas, sin deslindarse de las exigencias de la Ley Orgánica de Comunicación 2013 y sin ocasionar que la audiencia se canse de la programación y pierdan sintonía.

4.2 Impacto social

Tabla 36: Impacto social

Niveles de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Reconocimiento de la ciudadanía ibarreña como actores fundamentales para el futuro de las actividades de la radio						x	
Expresión y participación activa de los radioescuchas en la programación habitual de las radios de Ibarra							x
Responsabilidad social en cuanto a lo que se difunde en medios de comunicación social, en este caso puntualmente de la radio							x
TOTAL						2	6
							$\Sigma = 8$

Fuente: Elaboración propia

$$\text{Nivel de impacto Social} = \Sigma \frac{8}{3} = 2.66$$

El nivel de impacto social es alto positivo

Análisis

Esta investigación tendrá un impacto alto positivo en el ámbito social, debido a que permite el reconocimiento de la ciudadanía ibarreña como actores fundamentales para el futuro de las actividades de la radio, por medio de la expresión y participación activa de los radioescuchas en la programación habitual de las radios de Ibarra que contribuyan al desarrollo individual, colectivo y social del medio de comunicación y de los oyentes.

También, cabe mencionar que en el impacto social está la responsabilidad social a lo que se difunde en medios de comunicación, en este caso puntualmente la radio, ya que la Ley Orgánica de Comunicación vigente desde el año 2013 en el Ecuador regula ciertas situaciones y contenidos, por lo tanto, es necesario que se cumpla a cabalidad lo solicitado por la LOC 2013.

4.3 Impacto educativo

Tabla 37: Impacto educativo

Niveles de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Indicador								
Desarrollo de la radio como herramienta de aprendizaje					x			
Reconocimiento por parte de estudiantes de la carrera de Comunicación, la importancia de la responsabilidad y el cumplimiento de las ordenanzas de la Ley Orgánica de Comunicación 2013 en el ejercicio profesional							x	
Instrumento alternativo para la enseñanza en instituciones y programas educativos sobre temas de interculturalidad que se incluye en la programación radial							x	
TOTAL					1		6	$\Sigma = 7$

Fuente: Elaboración propia

$$\text{Nivel de impacto educativo} = \sum \frac{7}{3} = 2.33$$

El nivel de impacto educativo es medio positivo

Análisis

Esta investigación genera un impacto medio positivo en el ámbito educativo, gracias a que podrá impulsar el desarrollo y aplicación de la radio como herramienta de aprendizaje; mismo que servirá como instrumento alternativo para la enseñanza en instituciones y programas educativos sobre temas de interculturalidad que se incluye en la programación radial acorde se solicita por la Ley Orgánica de Comunicación 2013.

Reconocimiento por parte de estudiantes de la carrera de Comunicación, la importancia de la responsabilidad y el cumplimiento de las ordenanzas de la Ley Orgánica de Comunicación 2013 en el ejercicio profesional las cuales se puede introducir y potenciar en la malla de estudio de manera positiva para la enseñanza.

4.4 Impacto cultural

Tabla 38: Impacto cultural

Niveles de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Visibilización de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias ya que la LOC 2013 señala el derecho que tienen a producir y difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en la programación radial.							x
Alternativas de difusión de contenidos de identidad cultural de la ciudad de Ibarra.							x
Potenciación de una sociedad crítica y preparada, gracias a la riqueza de contenidos difundidos por las radios locales.						x	
Búsqueda del crecimiento y desarrollo colectivo.							x

Inclusión y respeto a los derechos ciudadanos en todos los ámbitos.						x		
TOTAL						4	9	$\Sigma = 13$

Fuente: Elaboración propia

$$\text{Nivel de impacto cultural} = \sum \frac{13}{5} = 2.60$$

El nivel de impacto cultural es alto positivo

Análisis

El impacto cultural tiene una valoración numérica alta positiva, debido a que esta investigación impulsa la visibilización de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias ya que la LOC señala el derecho que tienen a producir y difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en la programación radial, generando alternativas de difusión de contenidos de identidad cultural de la ciudad de Ibarra.

Todo esto aportará, al desarrollo y potenciación de una sociedad crítica y preparada, gracias a la riqueza de contenidos difundidos por las radios locales, mientras que en esta búsqueda del crecimiento y desarrollo colectivo se ceñirá la inclusión y el respeto a los derechos ciudadanos en todos los ámbitos

4.5 Impacto general

Tabla 39: Impacto general

Indicador	Niveles de impacto							x	
	-3	-2	-1	0	1	2	3		
Comunicacional								x	2.50
Social								x	2.66
Educativo						X			2.33
Cultural								X	2.60
TOTAL						2.33	7.76	$\Sigma =$	10,09

Fuente: Elaboración propia

$$\text{Nivel de impacto general} = \Sigma \frac{10.09}{4} = 2,52$$

El nivel de impacto general es alto positivo

Análisis

De acuerdo a los impactos comunicacionales, sociales, educativos y culturales que fueron analizados dentro de este proceso, contiguo al impacto general, se obtuvo un resultado numérico de nivel alto positivo en cuanto al desarrollo del “ANÁLISIS DEL CAMBIO EN LAS PARRILLAS RADIOFÓNICAS EN LAS RADIOS DEL CANTÓN IBARRA A PARTIR DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN 2013”; para el uso en cuanto requiera y sea pertinente de toda la ciudadanía ibarreña, de la provincia, del país y del público en general.

Los impactos y la cadena de análisis que se realizó facilitan el fortalecimiento de opiniones y desarrollo de ideas frente a la propuesta de la guía para la construcción de una parrilla radiofónica en el marco del cumplimiento de las ordenanzas de la Ley Orgánica de Comunicación vigente desde el año 2013 en el Ecuador.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

Al finalizar los capítulos que componen el contenido de este trabajo de investigación, se concluye lo siguiente:

- Los trabajos de investigación deben realizarse de forma rigurosa para conseguir los objetivos planteados y asegurar la veracidad de sus resultados.
- La comunicación es y será siempre el canal ideal para la interacción, participación y protagonismo de los actores de la sociedad, para lograr avances de forma individual y colectiva.
- Después de realizar el diagnóstico, se concluye que la radio sigue siendo uno de los medios de comunicación más importantes para la sociedad, gracias a las características positivas propias de la radio.
- La Ley Orgánica de Comunicación, si bien es un ente regulador del ejercicio de la comunicación, también ha sido un factor limitante para la estructuración de la programación radiofónica, ya que establece normas a ser cumplidas.
- En las radios de la ciudad de Ibarra existe la presencia de parrillas radiofónicas, sin embargo, esto no satisface netamente a lo que solicita la audiencia. Se puede evidenciar que a partir de la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación 2013 varias radios han reducido el rating, mientras otras al reestructurar su programación e implementar programas ha incrementado el porcentaje de audiencia.
- Las radios del cantón Ibarra presentaron resultados diferentes entre ellas, debido a que algunas frecuencias radiales mencionan que los cambios que se generaron a partir de la LOC 2013 son mínimos, otras radios, que, si fueron afectadas, mencionan que han sido abruptos los cambios y que limita a la creatividad y a lo que a la gente le gusta escuchar.
- Con los datos recopilados del diagnóstico se plantea como propuesta un formato de parrilla de programación radiofónica que se acople y cumpla con las normativas solicitadas por la Ley Orgánica de Comunicación 2013. Misma que servirá de modelo para quienes deseen hacer uso, así, poder ganar audiencia, generar

contenidos de mejor calidad, sobretodo, cumplir con las funciones de la radio sin desapegarse de la ley.

- Este trabajo de investigación realizado favorecerá en cuatro aspectos fundamentales: la comunicación (la radio), la sociedad (target, público objetivo, audiencia), la educación (estudiantes) y de forma cultural (interculturalidad, inclusión, participación), ya que la propuesta presentada se enfocará en beneficio de estas cuatro áreas para el avance y bienestar de la sociedad.

RECOMENDACIONES

Los resultados de este trabajo de investigación permiten el planteamiento de las siguientes recomendaciones:

- A los estudiantes de las diferentes universidades, en especial a quienes nos encaminamos en el mundo de la comunicación, para que nunca dejen de lado sus sueños y metas, para que con esfuerzo y dedicación superen el proceso de aprendizaje que dure cada carrera y finalmente realicen un excelente trabajo de investigación, en el que puedan reflejar lo aprendido.
- Es fundamental que, se evidencie el crecimiento de apoyo por parte de los directivos de los medios de comunicación locales, en cuanto a la reestructuración constante de la parrilla de programación, así poder captar de una manera más sutil la atención del oyente.
- A los comunicadores sociales, periodistas, locutores, estudiantes y todos quienes formen parte del ejercicio de la comunicación radial para que nunca se limiten a pesar de la ley de comunicación vigente, ni de las que estén por venir, la comunicación nos apasiona y es por ello que hay que luchar sin perder la creatividad que nos identifica.
- A los estudiantes, comunicadores sociales, locutores y directores de programación radial para que hagan uso de la parrilla de programación radiofónica propuesta para la correcta elaboración de las parrillas de programación radial acorde a lo que solicita la Ley Orgánica de Comunicación 2013.

- A las radios del cantón Ibarra para que produzcan contenido de calidad para su programación, que sea atractiva, dinámica y participativa sin dejar de lado el cumplimiento de la LOC.
- A los maestros de las diferentes escuelas y facultades de Comunicación Social para que tomen en cuenta la respectiva importancia sobre impartir asignaturas que tengan como tema central el estudio de la Ley Orgánica de Comunicación, para que formen estudiantes con criterio y capaces de desenvolverse de la manera correcta y elaborar parrillas de programación que cumplan con la LOC.

BIBLIOGRAFÍA

- Álava Ruiz, M. G. (2011). El proyecto de ley de comunicación y su incidencia en los comunicadores sociales de la provincia de Santa Elena. Santa Elena: Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Asamblea Constituyente . (2008). CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR 2008. Quito: Registro Oficial 449 de 20-oct-2008.
- Benguría S (2010) Observación: Métodos de Investigación en Educación Especial. España. Recuperado de:
https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/Observacion_trabajo.pdf
- Berlo, D. K. (1999). El proceso de la comunicación: introducción a la teoría y a la práctica. Buenos Aires.
- Bernal, C. (2006). Metodología de la Investigación. México: Pearson.
- Cantín, S., López, N., y Rodríguez, M. (2009). Estudio de encuestas. Recuperado de https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTAS
- Carrasco Vitei, C. J. (2013). “Estudio comparativo de la ley de comunicación vigente en Ecuador, frente a la propuesta de la ley de comunicación llevada por la Asamblea Nacional, y su incidencia en las emisiones informativas del noticiero de Radio El Sol de la ciudad de Quito. Loja : Universidad Nacional de Loja.
- Cebrián, M. (2012) Información en Radio. Editorial Síntesis, Madrid
- Cebrián, M. (2007) Modelos de radio, desarrollos e innovaciones, Madrid
- Cloutier, J. (1973) Communication Audio-Scripto-Visuelle. Editorial Montreal: Presses Universitaires, Canadá.
- Díaz L. (2011) La observación. México. Recuperado de:
http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Li_dia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf
- Ecuador. Ley Orgánica de Comunicación (LOC). (2013). Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación. Quito: Registro Oficial Suplemento No.22.
- Ecuador. Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM) Marco Jurídico. Quito Recuperado de: <http://www.supercom.gob.ec/es/marco-juridico/resoluciones>
- Ecuador. Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM) Normativa. Recuperado de:
<http://www.cordicom.gob.ec/normativa-cordicom/>

- Estévez, T. Coronado, X. Flores, G. Almeida, K. (2017). Estudio histórico de la prensa y la radio en Imbabura y Carchi entre 1830 y 2013. Universidad de La Laguna: Del verbo al bit.
- Fernández, C., & Baptista, L. (2014). Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hill.
- Fernández, J. (2008). La construcción de lo radiofónico. Editorial La Crujía. Buenos Aires, Argentina
- Forero, L. L. (1996). Introducción a los medios de comunicación. Universidad Santo Tomás, Centro de Enseñanza Desescolarizada, Bogotá.
- Galarza, V, & Pozo, S. (2009). *“Direccionamiento estratégico y gestión por procesos de organizaciones comunicacionales-caso Radio Punto (Ibarra)”* (tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, Imbabura, Ecuador.
- Galeano, E. (1997). Modelos de comunicación, Ediciones Macchi. Buenos Aires.
- González R, F. L., & Rey, F. L. G. (2007). Investigación cualitativa y subjetividad: los procesos de construcción de la información, Colombia.
- Gumucio Dagron, A. (2012). El derecho a la comunicación: articulador de los derechos humanos. Comunicación como valor de desarrollo social. No. 80 AGOSTO - OCTUBRE, 1-31.
- Kaplún, M. (1978). Producción de programas de radio. CIESPAL Quito, Ecuador.
- Lomonosov, B. F. (2010). El problema de la comunicación en Psicología. Editorial de Ciencias Sociales, La Habana.
- López Vigil, J. (2005). Manual urgente para radialistas apasionados y apasionadas. Pablo de la Torriente Editorial. Quito, Ecuador.
- Mascaray, J. (2000). Más allá de la comunicación interna. Barcelona: Gestión S.A.
- Martí, J. M. (2000). Reflexiones sobre la radio musical del futuro. En L. M. Pedrero, La radio musical en España Madrid: IORTV.
- Martí, J. M. (2004). La programación radiofónica. En M. P. Martínez-Costa y E. Moreno, Programación radiofónica Barcelona: Ariel.
- Martínez P & Moreno E. (2004) *Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia* Ariel, Barcelona.
- Mata, C. (2014) La Radio: Una Relación Comunicativa. FELAFACS (Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social) Córdoba. Recuperado de: <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/74-revista-dialogosLa-Radio-una-relacion-comunicativa.pdf>
- McQuail, D. M. (2000). Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Paidós Ibérica, Nueva York.
- Morales, F. (2010). Tipos de Investigación. México: Library of Congress.

- Moreno, E. (2005) Las radios y los modelos de programación radiofónica. Editorial Universidad de Navarra. España.
- Organización de las Naciones Unidas. (2005). Las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la Enseñanza. Paris: EdTed2.
- Pasquali, A. (2012). Derechos del hombre y comunicación en América Latina. Comunicación y derechos humanos, México.
- Pasquali, A (1979). Comprender la Comunicación, Editorial Monte Ávila Latinoamericana, Caracas.
- Poveda Chiriguaya, G. (2015). La comunicación como derecho humano y servicio público . Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación. (2013). Quito: Tercer Suplemento del Registro Oficial No. 22 de 25 de junio de 2013.
- Rodrigo, M. (1995). Los modelos de la comunicación. Madrid: Tecnos.
- Rodrigo, M. (2001). Teorías de la comunicación: ámbitos, metas y perspectivas. Barcelona: UAB.
- Romo, G. C. (1987). La radio y sus facetas. Editorial G. Romo. Madrid.
- Romo, G, C. (1990). La otra Radio. Voces débiles, voces de esperanza. Fundación Manuel Buendía e Instituto Mexicano de la Radio. México.
- Sanabria, F. (1994). Información Audiovisual, Teoría y técnica de la información radiofónica y televisiva. Bosch, Casa Editorial S.A Barcelona.
- Sanabria, F. (1999). Radiotelevisión, comunicación y cultura. Editorial Comandante Zorita. España
- Santesmases, M. (2012). Conceptos y Estrategias. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Schaper, R. (2002). Breve historia de la radio FM. Recuperado de:
http://www.academia.edu/14770776/BREVE_HISTORIA_DE_LA_RADIO_FM
- Shannon, C. E., Montes, S., Weaver, W., Machado, T. B., & Pérez-Amat, R. (1981). Teoría matemática de la comunicación, en Rodrigo, M. (2001). Valencia: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Sornoza, E. (1995). Herramientas de comunicación. Colombia: Mann.
- Troyano, H. (1999). Periodismo cultural y cultura del periodismo. México: Ariel.
- Yaguana, H., & Washington, D. (2014). 85 años de la radiodifusión en Ecuador. Quito: INTIYAN Ediciones Ciespal.

ANEXOS

ANEXO. Evidencias fotográficas



Aplicación de encuestas en la
Parroquia urbana Priorato



Aplicación de encuestas en
Empresas Públicas de Ibarra



Aplicación de encuestas en la
Judicatura de Ibarra



Aplicación de encuestas en la
Universidad Técnica del Norte



Aplicación de encuestas en el
barrio El Tejar



Aplicación de encuestas en el
barrio El Tejar



Aplicación de encuestas en la
Universidad Técnica del Norte



Aplicación de encuestas en la
Universidad Técnica del Norte



Aplicación de encuestas en la Universidad Técnica del Norte



Aplicación de encuestas en la Universidad Técnica del Norte



Aplicación de encuestas en las calles de Ibarra



Aplicación de encuestas en las instalaciones de la Prefectura de



Aplicación de encuestas en
Instituciones Públicas de Ibarra



Aplicación de encuestas en San
Antonio de Ibarra



Aplicación de encuestas en la
UNIANDES

