



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE PERIODISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN PERIODISMO**

TEMA

ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES Y DESARROLLO RURAL

TUTOR

MGS. ALBA DEL ROCÍO PIZARRO MATAMOROS

AUTORES

CONTRERAS LÓPEZ JOHNNY ANDERSON

PAREDES CABEZAS MARÍA ERIKA

GUAYAQUIL

2022

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

Estrategias Comunicacionales y Desarrollo Rural

AUTOR/ES:

Johnny Anderson Contreras
López
María Erika Paredes Cabezas

REVISORES O TUTORES:

MSc. Alba del Rocío Pizarro Matamoros

INSTITUCIÓN:

Universidad Laica Vicente
Rocafuerte de Guayaquil

Grado obtenido:

Licenciado en Comunicación

FACULTAD:

Facultad de Ciencias Sociales
y Derechos

CARRERA:

Periodismo

**FECHA DE
PUBLICACIÓN:**

2022

N. DE PAGS:

76

ÁREAS TEMÁTICAS: Periodismo e información

PALABRAS CLAVE: Estrategias, comunicación, desarrollo rural, modernización.

RESUMEN:

La comunicación es fundamental en las empresas, organizaciones, en el ámbito público, privado y social, entre otros, para ser más competitivos y mejorar su productividad.

<p>Su relevancia radica como componente estratégico en el desarrollo de un territorio específico que permita a las personas promover espacios de comunicación: interactuar, proponer nuevas ideas y proyectos que promuevan con el fin de lograr un mayor beneficio para la organización.</p> <p>. Urge conocer los principales problemas que tienen las comunidades rurales en relación a la falta de integración, participación y organización en su comunidad, lo que implica proponer una estrategia basada en una cultura organizacional que les permita mejorar su desarrollo rural a concretar</p>		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: Johnny Anderson Contreras López María Erika Paredes Cabezas	Teléfono: 0979829986 0961891075	E-mail: jcontreraslo@ulvr.edu.ec mparedesc@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	<p>Lcda. Diana Almeida Aguilera, MSc Teléfono: (04) 2596500 Ext. 249 E-mail: dalmeidaa@ulvr.edu.ec</p> <p>Lcdo. José Omar Villavicencio, MSc Teléfono: (04) 2596500 Ext. 300 E-mail: jvillavicencios@ulvr.edu.ec</p>	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES Y DESARROLLO RURAL

por Erika Paredes Cabezas Y Johnny Contreras López

Fecha de entrega: 29-abr-2022 04:14p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1824207627

Nombre del archivo: TURNITIN_TESIS_ERIKA_PAREDES_Y_JHONNY_CONTRERAS.docx (418.32K)

Total de palabras: 13618

Total de caracteres: 73629



ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES Y DESARROLLO RURAL

6%

INDICE DE SIMILITUD

4%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE



FUENTES PRIMARIAS

Submitted to Universidad de la Rioja

1

Trabajo del estudiante

<1 %

Submitted to Barcelona School of

2

Management

Trabajo del estudiante

<1 %

deconceptos.com

3

Fuente de Internet

<1 %

www.cuadernosartesanos.org

4

Fuente de Internet

<1 %

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los estudiantes egresados María Erika Paredes Cabezas, Johnny Anderson Contreras López, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, “Estrategias comunicacionales y desarrollo rural”, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor(es)



Firma:

María Erika Paredes Cabezas

C.I. 0953164134



Firma:

Johnny Anderson Contreras López

C.I. 1204849739

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del proyecto de investigación, **ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES Y DESARROLLO RURAL**, designada por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la **UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas las partes el proyecto de investigación titulado: **ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES Y DESARROLLO RURAL**, presentado por los estudiantes **MARÍA ERIKA PAREDES CABEZAS** y **JOHNNY ANDERSON CONTRERAS LÓPEZ** como requisito previo, para optar al Título de **LICENCIADO EN PERIODISMO DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR** encontrándose listos para su sustentación.

Docente:



LCDA. ALBA DEL ROCÍO PIZARRO MATAMOROS, MGS

CI: 0920516838.

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CONTENIDO.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	X
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XI
RESUMEN.....	XII
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	2
1.1 Planteamiento del Problema.....	2
1.2 Formulación del Problema	5
1.3 Sistematización del Problema	6
1.4 Objetivos	6
1.4.1 Objetivo General	6
1.4.1 Objetivos Específicos	6
1.5 Justificación de la investigación.....	6
1.6 Delimitación del Problema.....	7
1.7 Hipótesis o Idea a Defender	8
1.8 Línea de Investigación Institucional/Facultad	8
CAPÍTULO II.....	9
MARCO TEÓRICO.....	9
2.1 Marco Referencial	9
2.2 Marco Conceptual	11
2.2.1 Estrategias comunicacionales	11
2.2.2 Gestión de la comunicación.....	13
2.2.3 Desarrollo rural	14

2.2.4 La radio.....	16
2.3 Marco Legal	22
CAPÍTULO III	31
METODOLOGÍA DE LA INVESTGACIÓN	31
3.1 Metodología	31
3.1.1. Método histórico-lógico	31
3.1.2. Método hipotético-deductivo.....	31
3.1.3. Método analítico-sintético	32
3.2 Tipos de investigación	32
3.2.1. Exploratoria	32
3.2.2. Descriptiva.....	32
3.2.3. Observación	32
3.3 Enfoque.....	32
3.3.1 Cualitativo.....	33
3.3.2 Cuantitativo.....	33
3.4 Técnicas e instrumentos de investigación.....	33
3.4.1 Entrevista.....	33
3.4.2 Encuesta.....	34
3.5. Población y muestra.....	34
3.6. Resultados de la investigación	35
3.6.1. Análisis de las encuestas	35
3.6.2. Análisis de las entrevistas.....	50
INFORME FINAL.....	52
CONCLUSIONES	54
RECOMENDACIONES	55
ANEXOS.....	60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Difusión de Agro Ambiente y Agro Católica	35
Tabla 2	Creación de radio comunitaria	36
Tabla 3	Beneficios de radio comunitaria.....	37
Tabla 4	Escucha radio con información agrícola.....	38
Tabla 5	Espacios de programas agrícolas en medios de comunicación.....	39
Tabla 6	Segmentos de radio comunitario	40
Tabla 7	Horario de emisión de radio comunitaria	41
Tabla 8	Medios de comunicación más consumidos en de la parroquia Palo de Iguana	42
Tabla 9	Valoración de la gestión de comunicación de las autoridades hacia los agricultores en parroquia Palo de Iguana	43
Tabla 10	Necesidad de una radio comunitaria para el desarrollo de la parroquia Palo de Iguana	44
Tabla 11	Transparencia en la información emitida por los periodistas	45
Tabla 12	Ética periodística en las notas emitidas	46
Tabla 13	Valoración del trabajo de campo llevado a cabo por los periodistas de los programas Agro Ambiente y Agro Católica.....	47
Tabla 14	Espacio/tiempo dedicado a los programas propicio para informar	48
Tabla 15	La radio como medio propicio para informar a los agricultores	49
Tabla 16	Entrevista al Ing. Manuel Badillo	50
Tabla 17	Entrevista al Ing. John Franco	51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>El enfoque tradicional y el nuevo paradigma rural</i>	15
Figura 2 Difusión de Agro Ambiente y Agro Católica.....	35
Figura 3 Creación de radio comunitaria.....	36
Figura 4 Beneficios de radio comunitaria	37
Figura 5 Escucha radio con información agrícola	38
Figura 6 Espacios de programas agrícolas en medios de comunicación	39
Figura 7 Segmentos de radio comunitario	40
Figura 8 Horario de emisión de radio comunitaria.....	41
Figura 9 Medios de comunicación más consumidos en de la parroquia Palo de Iguana	42
Figura 10 Valoración de la gestión de comunicación de las autoridades hacia los agricultores en parroquia Palo de Iguana	43
Figura 11 Necesidad de una radio comunitaria para el desarrollo de la parroquia Palo de Iguana	44
Figura 12 Transparencia en la información emitida por los periodistas	45
Figura 13 Ética periodística en las notas emitidas.....	46
Figura 14 Valoración del trabajo de campo llevado a cabo por los periodistas de los programas Agro Ambiente y Agro Católica.....	47
Figura 15 Espacio/tiempo dedicado a los programas propicio para informar	48
Figura 16 La radio como medio propicio para informar a los agricultores	49

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Modelo de encuesta	60
Anexo 2 Modelo de entrevista	63

RESUMEN

La comunicación es fundamental en las empresas, organizaciones, en el ámbito público, privado y social, entre otros, para ser más competitivos y mejorar su productividad. Su relevancia radica como componente estratégico en el desarrollo de un territorio específico que permita a las personas promover espacios de comunicación: interactuar, proponer nuevas ideas y proyectos que promuevan con el fin de lograr un mayor beneficio para la organización. De esto se puede observar que existen muchas organizaciones y que estas a su vez tienen una estrategia de comunicación a través de una red de innovación a nivel macrorregional y que es necesario fortalecerlas articulando sus anexos, distritos y provincias que permitan tener mayores oportunidades de desarrollo. Urge conocer los principales problemas que tienen las comunidades rurales en relación a la falta de integración, participación y organización en su comunidad, lo que implica proponer una estrategia basada en una cultura organizacional que les permita mejorar su desarrollo rural a concretar. Los resultados muestran que las organizaciones en su conjunto cuentan con miembros con participación limitada, otros no han participado activamente en ningún tipo de proceso organizacional, pero cuando tienen la iniciativa de trabajar en equipo, la organización generalmente tiene problemas para manifestar su aprobación y a la hora de tomar la decisión. -hacer que les permita cumplir con sus obligaciones.

Palabras claves: Estrategias, comunicación, desarrollo rural, modernización.

ABSTRACT

Communication is essential in companies, organizations, in the public, private and social spheres, among others, to be more competitive and improve their productivity. Its relevance lies as a strategic component in the development of a specific territory that allows people to promote communication spaces: interact, propose new ideas and projects that they promote in order to achieve greater benefit for the organization. From this it can be seen that there are many organizations and that these in turn have a communication strategy through an innovation network at the macro-regional level and that it is necessary to strengthen them by articulating their annexes, districts and provinces that allow them to have greater development opportunities. It is urgent to know the main problems that rural communities have in relation to the lack of integration, participation and organization in their community, which implies proposing a strategy based on an organizational culture that allows them to improve their rural development. The results show that the organizations as a whole have members with limited participation, others have not actively participated in any type of organizational process, but when they have the initiative to work as a team, the organization generally has problems expressing their approval and at the time to make the decision. -make it possible for them to fulfill their obligations.

Keywords: Strategies, communication, rural development, modernization.

INTRODUCCIÓN

Vivimos un momento de profundos cambios a escala global en la sociedad, la política, la economía y la cultura, como resultado de los nuevos conocimientos que la humanidad ha adquirido en las últimas dos décadas, tanto en la ciencia como en el desarrollo de la comunicación. Por primera vez todas las culturas, pueblos, miembros del planeta están conectados y forman un nuevo sistema mundial. Hemos entrado en un nuevo paradigma: el de la complejidad, donde existen interdependencias que exigen una visión multidimensional y multiInteraccional de la realidad que estamos analizando. Al abordar la realidad de las organizaciones desde el paradigma de la complejidad, vemos la necesidad de cambiar los modelos organizacionales y de comunicación existentes.

La comunicación, a su vez, es constitutiva de una organización, establece las conexiones entre los diferentes actores en un momento determinado y en un lugar determinado. Posibilita el desarrollo de una red dinámica y cambiante de relaciones, conexiones, intercambios y transformaciones. Los sistemas sociales siempre se crean a través de la comunicación. Nos encontramos en un momento histórico donde la crisis del modelo económico, ambiental, tecnológico y cultural conduce a la construcción paradigmática de una nueva extensión rural que busca dar respuesta a las necesidades sociales, económicas, ambientales e institucionales de nuestras sociedades contemporáneas.

Desde cierto punto de vista consideramos que el desarrollo implica transformación, pero no se trata de lograr algo fuera de uno mismo, ni de seguir ningún modelo de desarrollo. El cambio siempre viene de adentro, de cada uno de nosotros, de nuestras organizaciones, aunque no estemos acostumbrados a pensar en la innovación de esta manera. Por tanto, esta investigación consistió en un análisis comparativo de aspectos organizativos y comunicativos para comprobar cómo se puede beneficiar el desarrollo rural de un país.

La radio es el medio de comunicación más práctico para los ciudadanos que trabajan en el campo, porque la mayoría de ellos madruga y apenas tiene tiempo para ver un programa de televisión. Algunos escuchan este medio en el trabajo, al que el programa para este grupo demográfico puede acceder fácilmente, incluso para conocer los derechos que tienen por ley como trabajadores.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del Problema

El desarrollo rural abarca un conjunto de fenómenos tanto sociales, culturales y políticos como económicos, los cuales, especialmente en regiones ex coloniales como América Latina, surgen simultáneamente de procesos nacionales y fuerzas internacionales que se refuerzan, en este sentido, para conseguir tal desarrollo, se deben establecer acciones que van desde la modernización y tecnificación de la producción agrícola, asimismo, la verificación de la calidad para poder competir en los mercados nacionales e internacionales (Idrovo, 2016). Es por ello que, se cita textualmente a Vieytes, quien señala que “la agricultura bien ejercida es capaz por si sola de aumentar la riqueza de los pueblos, por eso merece la mayor atención y protección pública” (Vieytes, 1803). Basado, en ello se considera al autor uno de los principales defensores de la transformación técnica de la producción y del libre comercio, las dos medidas consideradas necesarias para desarrollar la producción agrícola.

En el Ecuador, el Estado impulsó la Ley de Reforma Agraria y Colonización y la creación del Instituto Ecuatoriano de Reforma Agraria y Colonización (IERAC) en 1964, siendo esta entidad encargada del proceso de redistribución de tierras, sin embargo, fue a partir de 1980 que el gobierno nacional al adoptar el Plan Nacional de Desarrollo, identificando 17 áreas marginales en el ámbito rural que requerían una intervención directa, con el objetivo de solucionar su marginalidad, para lo cual se estableció un procedimiento de acción denominado Subsistema de Desarrollo Rural adscrito a la Presidencia de la República, fue aquí en donde se plantearon acciones que deberían brindar continuidad hasta lograr que el nivel de desarrollo económico sea capaz de generar un crecimiento auto-sostenido (Organización de los Estados Americanos , 1995).

Del mismo modo, se estableció el Fondo de Desarrollo del Sector Rural Marginal (FODERUMA), teniendo como objetivo principal modificar las condiciones de vida,

fortalecimiento de las organizaciones campesinas, apoyar emprendimientos y financiar a una parte empobrecida del campesinado —medida por su renta anual; más adelante para 1996 se instauró el Proyecto de Modernización de Servicios Agropecuarios (PROMSA) con una inversión de USD 65,5 millones del Banco Mundial para la mejora de la productividad: investigación, transferencia tecnológica y sanidad agropecuaria, pero a pesar de ello, no tuvo gran impacto en los sectores campesinos (Vinueza, 2009).

En este orden de ideas, se han establecido un sinnúmero de estrategias o planes entre los más destacados se puede mencionar el Proyecto de Desarrollo de los Pueblos Indígenas y Negros del Ecuador (PRODEPINE) ejecutado en 288 parroquias rurales, entre 1998 y 2004, fortalecimiento del Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos, así como el proyecto de Reducción de la Pobreza y Desarrollo Rural Local (PROLOCAL), ejecutado entre 1999 y 2006, y direccionado a 120 parroquias no indígenas que no entraron en el PRODEPINE ni en EL PRONADER, el objetivos en general fue generar encadenamientos con la agroindustria, con financiamiento del Banco Mundial, la Comisión Europea y el Gobierno Nacional con una inversión de 49 millones de dólares, esta dio como resultados la mayor producción de maíz en la provincia de Los Ríos (Rosero, Carbonell, & Regalado, 2011; Madrid, 2018).

Basado en todo lo expuesto, para el año 2001 en el Ecuador, más o menos la tercera parte de la Población Económicamente Activa (PEA) se encontraba en la categoría censal de agricultura, ganadería, caza y pesca, y 41,2% de la población vivía en el campo o en centros poblados con menos de 10.000 habitantes, conjuntamente, gran cantidad de pobladores de áreas periféricas de las ciudades grandes está involucrados en actividades rurales agrícolas (North, 2008). Para el año 2010, se establece que el PEA se redujo al 21%, así como también el declive del campo donde la edad del agricultor ha ido decayendo hasta situarse en 52 años y en donde se evidencia que gran parte de las pequeñas y medianas UPAS (Unidades Productivas agropecuarias), son sobrellevadas en su mayoría por personas adultas mayores (Guerra, 2012).

Extrapolando lo expuesto, es importante reconocer lo trascendental que es para la economía del Ecuador el desarrollo y la práctica de la actividad agrícola, es por ello que la dinámica de la economía ecuatoriana históricamente ha estado estrechamente relacionada con los periodos de auge y crisis de la agro exportación, asimismo, se suma

a ello, el escaso apoyo de los diferentes gobiernos de turno, considerando los beneficios monetarios que cada año el sector campesino aporta al país, gracias a su productividad. La Revista Espacios señala que aproximadamente el 25% de la población económicamente activa trabajan en este sector. Se calcula que alrededor de 1.6 millones de personas se benefician de las fuentes de empleo generadas por la agricultura (Pino, Aguilar , Apolo, & Sisalema , 2018).

Relacionado aquello, es importante recalcar que existiendo en el país un alto porcentaje de producción agrícola, decrece la necesidad de introducir en el país productos provenientes de territorios extranjeros. Lo que se produce en Ecuador es de excelente calidad, esto representa un enorme beneficio que repercute en el bolsillo de la sociedad. Ecuador se sitúa entre las naciones que tienen una elevada capacidad de producción agrícola en todo el mundo, lo cual genera una importante demanda de sus principales productos como el cacao, café, banano, maíz, flores, entre otros, por parte de países de los distintos continentes en el mundo.

Se prevé que en los próximos años exista en todo el mundo una mayor demanda de productos agrícolas, principalmente los que contienen un alto porcentaje de valor nutricional o alimenticio. Esto representa buenas noticias para la economía del país, debido a que Ecuador es considerado territorio agroexportador, debido a la fertilidad que proporciona su suelo. Bajo este contexto, es de suma importancia integrar a los medios de comunicación tanto nacionales, locales o comunitarios a realizar una mayor cobertura comunicacional, la cual contribuya a reconocer y promover el importante rol que constituye el trabajo del agricultor ecuatoriano en el crecimiento productivo y económico del país. Además, de mejorar las condiciones de vida los campesinos y de la población rural.

Una buena iniciativa es la que lleva a cabo la Universidad Católica Santiago de Guayaquil (UCSG), al poner en marcha el proyecto de dos programas radiales “Agro católica y Agro ambiente, los cuales están enfocados en ejecutar coberturas periódicas relacionadas con las diferentes actividades agropecuarias y ambientales que se desarrollan en el área rural de la provincia del Guayas. Otras universidades de la provincia deberían adoptar la iniciativa de la UCSG, y también incluir en sus parrillas radiales espacios o programas dedicados a informar a la audiencia de todas las acciones

que se llevan a cabo dentro de una actividad tan importante para la economía del país como es la agricultura.

Desafortunadamente son pocos los espacios radiales tanto públicos como privados que le brindan una atención a través de coberturas informativas a las distintas labores que efectúa el sector campesino en la provincia del Guayas. Y son muchos los problemas e inconvenientes por los que suelen atravesar las familias campesinas que se dedican a la agricultura y que residen en sectores rurales del Guayas. Los pequeños y medianos agricultores son a los que menos atención se les dedica, siendo estos los más vulnerables frente a plagas, lluvias torrenciales y demás situaciones que se presentan en la agricultura.

Al no existir tantos espacios o programas radiales que hagan un seguimiento o brinden información relacionada con el día a día de las familias agricultoras, se desconoce la realidad de sus vidas. Son varias las circunstancias por las que atraviesan los pequeños y medianos agricultores en sus lugares de cultivos, entre las que figuran las siguientes:

- Robos de sus productos por parte de bandas delictivas
- Pérdida de cultivos por ataque de nuevas plagas
- Inundaciones en zonas de cultivos originadas por las lluvias
- No poder sacar sus cosechas en vehículos debido a que los caminos son de tierra y el acceso al transporte de carga se dificulta
- Abuso por parte de comerciantes que ofrecen a los agricultores comprar sus cosechas a precios extremadamente bajos

Con una mayor estrategia y desarrollo comunicacional se contribuiría en mejorar el bienestar y estabilidad productiva de los campesinos de las diferentes áreas rurales que existen en toda la provincia del Guayas.

1.2 Formulación del Problema

¿De qué manera incide en el desarrollo rural del cantón Salitre, la gestión comunicacional de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil con sus programas radiales Agro católica y Agro ambiente?

1.3 Sistematización del Problema

¿Cuáles han sido los enfoques teóricos y metodológicos que han puesto de manifiesto las estrategias comunicacionales radiales enfocadas en el desarrollo rural?

¿Cuáles han sido los cambios que se han evidenciado en el sector agrícola del cantón Salitre a raíz de la ejecución de los programas de radio Agro católica y Agro ambiente?

¿Qué tan beneficioso sería para el crecimiento agrícola del Guayas, la implementación de más programas radiales enfocados en la agricultura, por parte de otras universidades de la provincia?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Analizar la incidencia de la gestión comunicacional de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil con sus programas radiales Agro católica y Agro ambiente en el desarrollo rural del Cantón Salitre.

1.4.1 Objetivos Específicos

- Determinar el índice de audiencia generada por la gestión comunicacional de la Universidad Santiago de Guayaquil, en el cantón salitre.
- Analizar el porcentaje de crecimiento productivo y económico generado por la agricultura en el cantón Salitre, a raíz de la ejecución de los programas Agro católica y Agro ambiente.
- Evaluar el trabajo de campo realizado por los periodistas de los programas Agro católica y Agro ambiente, en beneficio de del crecimiento agrícola del cantón Salitre.
- Valorar el resultado de la estrategia comunicacional por parte de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, con el desarrollo de los programas radiales Agro católica y Agro ambiente.

1.5 Justificación de la investigación

La agricultura es un aspecto muy importante en nuestro país, según el reporte de Productividad Agrícola del Ecuador, señala que esta actividad aporta un promedio de

8.5% al Producto Interno Bruto (PIB), siendo el sexto sector que contribuye a la producción del país, generando un 25 % en la economía del Ecuador y proporcionando empleo a la sociedad. Adicional a esto, proporciona alimentos y materia prima a la ciudadanía. Por ese motivo es necesario que las personas conozcan más sobre el tema de la siembra, cosecha y el proceso que lleva cultivar lo que consumen.

Mediante esta investigación las personas que no están involucradas en esta actividad directamente, podrán conocer más sobre este tema teniendo en cuenta que al consumir cualquier producto agrícola son parte del proceso.

La Universidad Católica Santiago de Guayaquil tiene dos programas de radio relacionados a la agricultura, en 1190 AM; Agro ambiente que se trasmite los viernes a las 21H00 y los domingos a las 06H00; Agro católica que se trasmite los miércoles a las 21H00 y los sábados a las 06H00.

Con el análisis de estos programas de radio conoceremos si la población de UCSG está pendiente a esta temática y si muestra interés sobre ella. Además, gracias a esta iniciativa se puede incentivar a crear un espacio radial sobre agricultura en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil con el objetivo que no solo se escuche en la Universidad, sino que también a nivel de ciudad, provincial o nacional.

Para que las personas y estudiantes de carreras afines a la agricultura puedan identificar cualquier duda que tengan, crear nuevas ideas de innovación para llegar a mercados internacionales, emprender, etc. Todo esto con ayuda del programa ya que es necesario incluir un segmento con profesionales.

La radio es un medio de comunicación más factible para los ciudadanos que laboran en los cultivos. Porque la mayoría se levanta temprano y casi no tienen tiempo de ver un programa de tv. Algunos mientras trabajan están escuchando este medio, lo cual el programa puede acceder fácilmente a esta población, hasta para conocer los derechos que tienen por ley como empleados.

1.6 Delimitación del Problema

Con esta investigación se podrá analizar la influencia y el impacto comunicacional generado por la cobertura de los espacios radiales Agro católica y Agro ambiente,

impulsados por el área comunicacional de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, en el sector campesino del cantón Salitre de la provincia del Guayas.

Campo: Comunicacional

Área: Periodismo radial

Ámbito geográfico: Cantón Salitre – provincia del Guayas

Ámbito temporal: Período 2020 - 2021

1.7 Hipótesis o Idea a Defender

La creación de programas o espacios radiales dedicados a desarrollar coberturas periodísticas sobre la práctica agrícola en el país, ayudaría a fortalecer la producción agrícola y los conocimientos tradicionales del campesinado ecuatoriano.

1.8 Línea de Investigación Institucional/Facultad

Sociedad civil, derechos humanos y gestión de la comunicación. / Gestión de la comunicación, nuevas tecnologías y análisis del discurso

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Marco Referencial

En los últimos años la aplicación intencionada del apoyo de los medios y la comunicación ha asumido un papel cada vez más importante en muchas facetas del desarrollo rural. Gran parte de ella se ha incluido en el movimiento más amplio normalmente denominado comunicación de apoyo al desarrollo o también denominada comunicación para el desarrollo. En este sentido, se han establecido algunas investigaciones del temario, entre ellos, el estudio efectuado en África del Sur por Rasila y otros (2012) denominada “la comunicación efectiva como herramienta estratégica para las áreas rurales desarrollo: un modelo para llevar a Sudáfrica Gobierno más allá de la movilización y la consulta a través de la participación pública”; misma que señala que, la comunicación eficaz para el desarrollo rural se caracteriza por la participación comunitaria donde los miembros de la comunidad están empoderados con información y son parte de la identificación de sus necesidades, desafíos, intervención planes, ejecución de los mismos, seguimiento y evaluación en un entorno propicio para que se enfrenten a cuestiones de su propio desarrollo en sus propias manos al convertirse participantes activos y dueños de todo el proceso.

En otras palabras, se expone que, la comunicación eficaz implica el análisis de la situación e investigación de la comunicación que se considera clave en el contexto, por lo que son las estrategias o acciones que se planteen las que tendrán un papel significativo, lo que permitirá que miembros de la comunidad participen en iniciativas que mejoran sus vidas a través de la auto-actualización. De esta manera es la autorrealización que viene como resultado de una comunicación eficaz, por lo que la persuasión está relacionada con la noción de éxito y esto enfatiza la importancia de una efectiva comunicación en el desarrollo rural.

Chambers (2010) en su artículo “Revolución en el desarrollo rural” describe la comunicación efectiva para el desarrollo rural como comunicación caracterizada por

participación comunitaria donde los miembros de la comunidad están empoderados con información y son parte de la identificación de sus necesidades, desafíos, intervención planes, ejecución de los mismos, seguimiento y evaluación en un entorno propicio para que se enfrenten a cuestiones de su propio desarrollo en sus propias manos al convertirse participantes activos y dueños de todo el proceso. Esto significa que los miembros de la comunidad están convencidos de tomar el asunto de su desarrollo en sus propias manos, también están hechos para rendir cuentas a la iniciativa de desarrollo. Del mismo modo, se hace hincapié a las implicaciones en donde se incluyen balances ambientales personales para las personas que gozan de una vida más cómoda y para los más pobres, así como las políticas y acciones para mejorar las capacidades, mejorar la equidad y aumentar la sostenibilidad social.

En el mismo sentido, Coldevin (2014) señala en su artículo denominado “comunicación para el desarrollo rural” señala que el desarrollo rural se analiza a menudo junto con el desarrollo agrícola y la extensión de la misma, es por ello que, la "extensión agrícola" a menudo se denomina "extensión rural"; sin embargo, el desarrollo rural lo incluye, pero se expande más allá de los confines de la agricultura y, además implica desarrollos distintos de la agricultura. Basado en ello, es que se estima la importancia del desarrollo rural a través de las políticas de comunicación, siendo estas las que tienen como objetivo promover sistemáticamente las actividades de comunicación rural, especialmente en medios de gran acogida, siendo estos los intermediarios de comunicación y agentes de extensión agrícola que brindan información a las poblaciones rurales. Por lo que se concluye que, la comunicación para el desarrollo rural puede proporcionar información útil a todos los segmentos de la población rural.

Para Massoni (2000) en su artículo denominado “estrategias de comunicación rural: hacia una ciencia social más comprometida con lo social y sus transformaciones” señala que, son las estrategias de comunicación como proyecto de comprensión un esfuerzo constante por instalar una conversación en un espacio rural determinado que asume el aporte de los estudios culturales en relación a que la crisis entre autoridad y crisis de hegemonías, sin embargo, no implica la correlación de varias teorías, sino que asume la rearticulación del orden como disputa del poder que se adquiere. Relacionando dicho contenido, se entabla que, es la comunicación social en el ámbito rural a través de un enfoque etnográfico la que ofrece una alternativa capaz de afrontar la dinámica social para constituir comparativamente semejanzas y diferencias entre las matrices

socioculturales de los distintos grupos y sectores intervinientes en un ámbito rural y en función de una problemática específica y la optimización de la misma.

De este modo, Galindo y otros (2001) exponen en su temario investigativo como lo es un estudio de caso denominado "estrategia de comunicación en el medio rural zacatecano para transferir innovaciones agrícolas", que es la modernización una gran medida que se ha dado el proceso de comunicación; un cambio de lo tradicional a lo moderno implica la comunicación y la adopción de nuevas innovaciones; mismo que ha favorecido a grandes sectores, incluyendo el área rural, en este sentido, se establece que, es el estado de Zacatecas, se caracteriza por las siembras anualmente en un promedio de 1.2 millones de ha. Sin embargo, son sus productores los que carecen de conocimientos en áreas significativas de la comunicación, lo que deriva a poseer una deficiente asistencia técnica y baja retroalimentación hacia la investigación; así como la falta de continuidad de los programas de validación de tecnología; del mismo modo el empleo de métodos de difusión y transferencia que no responden a las características socioculturales de los receptores es nula. Todo ello ha generado problemas en el desarrollo rural, es por ello que se estimó que como acción de mejora se debe implementar una estrategia de comunicación para el medio rural, que parta del conocimiento preciso de las necesidades reales de la zona.

2.2 Marco Conceptual

2.2.1 Estrategias comunicacionales

En la actualidad hay que tener presente los diferentes cambios respecto a la comunicación así lo menciona los autores Phillippi y Avendaño (2011) mismos que hacen hincapié que;

Las políticas de comunicación de este siglo deben incorporar nuevas dimensiones en sus diseños, de manera de recoger los desafíos que plantean no solo los cambios tecnológicos y los nuevos modelos de negocio de la industria. Es imprescindible que se incorpore la nueva mirada, desde la comunicación y educación, que dé cuenta de la formación de un sujeto que participe comunicacionalmente en las nuevas posibilidades que ofrece la televisión digital y los diversos dispositivos

en que es posible acceder a ella, desde los tradicionales aparatos al móvil, en las casas, desde la oficina y en el aula (p . 64)

Así mismo Villalobos (2005) en su artículo indica que “el aporte esencial de la comunicación, como disciplina profesional, se ubica en términos de propiciar el surgimiento, ampliación y consolidación de un ciudadano ético, que se mueva dentro de parámetros de responsabilidad social, justicia y democracia” (p . 75). Por lo que es necesario que algunos aspectos estén presentes “eso requiere que se vea la ciudadanía en toda su integralidad, es decir con una visión de totalidad y no simplemente como un concepto político abstracto” siendo la sociedad muy grande que abarca muchas temáticas tanto de manera colectiva como individual. Del mismo modo es colectiva porque es una totalidad en donde viven muchas personas que necesitan comunicarse por lo tanto incluye lo económico, social y cultural. Individual porque la ciudadanía tiene necesidades diferentes en donde cada uno es responsable” (Villalobos, 2005, pág. 76).

En relación a ello, Martínez- Fresneda (2010) explica que existen elementos claves en el proceso de persuasión dentro de la comunicación que es necesario analizar y reflexionar sobre ellos para no distorsionar el verdadero papel de la comunicación que es que las personas busquen, conozcan, vivan y transmitan la verdad que conduzca al amor en libertad. Asimismo, Martínez- Fresneda (2010) expone que:

Desde quién transmite, el canal por el que se transmite, el mensaje y, por supuesto, la respuesta del receptor, es necesario replantearse el esquema clásico del proceso de comunicación en el que se intensifica la atención, con este tema que abordamos en Comunicación y Hombre, en los efectos, aquellos que pueden conducir a comportamientos sociales bien mediante la simple atención bien a través de actos que se producen tras la comprensión y aceptación del mensaje (p . 21)

En este sentido, existen diferentes teorías en torno al mensaje persuasivo, pero todos parecen encaminados al cambio de actitud de las personas. La capacidad persuasiva, la credibilidad y el atractivo con el que los diferentes agentes del proceso de comunicación se presentan forman parte de las estrategias persuasivas que ponen en funcionamiento emisores de diferentes tipologías.

2.2.2 Gestión de la comunicación

La gestión y los modos de comunicación están cambiando día a día, antes con un simple humo las personas podían dialogar a lo lejos; esto fue evolucionando hasta llegar a una comunicación e información global en donde la tecnología está presente en conjunto con el internet, Díez (2010) explica que:

La revolución tecnológica canalizada a través de Internet hace posible dinamizar los intercambios de información y, por lo tanto, el conocimiento sobre los comportamientos, las actitudes, los hábitos, las creencias y los valores de otras sociedades y culturas diferentes a la nuestra, sin olvidar la cara documental sobre la especificidad económica, financiera y política del mundo exterior (p . 4)

Es decir que, hace referencia al acceso que hay a otras naciones y países por medio del internet. No hay impedimento entre fronteras para que las personas conozcan varias ciudades, aunque no puedan estar ahí físicamente, pero lo pueden ver. Además de entablar una conversación sin importar la distancia o el idioma, ya que en la actualidad la misma tecnología se los permite. Además, los medios tradicionales se están adaptando a este sistema tecnológico, teniendo en cuenta las necesidades comunicativas que tienen las personas en estos tiempos, para Rodríguez (2011) “la radio ha sido siempre el medio de comunicación por excelencia debido a su temprana aparición y su rápida masificación”, más aún en zonas aisladas en donde no existían recursos básicos, pero la radio siempre estuvo en cada uno de esos hogares (p . 36) .

Por otro lado, están “la televisión y la prensa escrita que son medios de comunicación que tuvieron mayor éxito en los países occidentales debido a la capacidad de acceso tecnológico y la rapidez en la implementación”. Esta fue una nueva forma de entender la comunicación visual para la gente, debido a que los contenidos eran mayormente occidentales; por ejemplo, los canales de televisión cuya programación era en gran medida películas y videos americanos (...) (Rodríguez , 2011, pág. 36)

Así mismo, la prensa escrita tiene una trayectoria de estar vinculada directamente con la vida citadina, la sociedad en el pasado les gustaba leer el periódico. Todos estos medios de comunicación en la actualidad se manejan de dos maneras; una es tradicional y la otra enfocándose en lo digital, con las redes sociales y plataformas, utilizando la tecnología. Según Tomàs, Feixas y Marquès (1999) señala que en la sociedad las

Tecnologías de la información y de la comunicación están en todas partes y las redes de comunicación integran todos estos recursos bajo el imperativo del formato digital facilitando el tránsito de informaciones y mensajes por todo el planeta.

Como en otros entornos de la actividad humana, las TIC aportan una serie de ventajas y funcionalidades que también resultan patentes en la Universidad: mismo que tienen gran capacidad de tratamiento y almacenamiento de la información, interactividad y automatización de tareas, acceso flexible a la información y fácil transporte de datos, canales de comunicación, integración de medios y códigos, reducción de costes, tiempo y esfuerzo en la realización de los trabajos, etc.” (Tomàs, Feixas , & Marquès, 1999). Además, el impacto de las TIC en la sociedad es mayor si cabe que en otros entornos porque muchas de las funciones básicas de esta institución se basan precisamente en la localización, producción, almacenamiento, crítica y transmisión de la información, operaciones que se ven facilitadas y desde luego modificadas con el empleo de las nuevas tecnologías, que además afectan a nuestra forma de pensar, de aprender y de actuar.

2.2.3 Desarrollo rural

2.2.3.1 Desarrollo rural en América Latina

Según Altieri y Yurjevic (1999) las estrategias de desarrollo rural han cambiado desde principios de la década de los ochenta, en una investigación realizada por organizaciones no gubernamentales (ONG), se destacan varias aristas dando a conocer cinco preocupaciones principales de esta industria: siendo la carencia de presencia social del campesinado al interior del sistema social nacional; la creciente pérdida de identidad de los grupos campesinos; la creciente desesperación y los escasos incentivos de los campesinos para mejorar su condición de pobreza; los factores limitantes que impiden el proceso de acumulación campesina, y e) el precario nivel de subsistencia de la familia campesina (p . 30).

Por otro lado, Kay (2007) afirma que el papel de la agricultura en la estrategia de desarrollo estructuralista es múltiple y da a conocer algunos puntos importantes: como el sostener el proceso de industrialización mediante las divisas obtenidas por las exportaciones y destinados a financiar las importaciones de bienes de equipamiento (...), proporcionar un suministro constante de mano de obra barata para esa industria;

además de satisfacer las necesidades alimentarias de las poblaciones urbanas, evitando el incremento tanto del precio de los alimentos nacionales como de las importaciones en este sector. (...); suministrar a la industria las materias primas que requería y el generar un mercado doméstico para los productos industriales.

La agricultura no logró alcanzar la demanda que efectuaba la industrialización por ese motivo “fue incapaz de satisfacer las crecientes necesidades alimentarias, lo que condujo al aumento de la importación de alimentos, con la consecuente reducción del monto de la balanza exterior dedicado a importar los bienes de equipo y otros recursos requeridos por la industria” (Kay, 2007, pág. 11). Así fue como por primera vez varios países pudieron importar sus productos agrícolas netos obteniendo una ganancia mayor que las de exportaciones de ese sector.

2.2.3.2 Desarrollo rural en Ecuador

En el Ecuador la pobreza rural sigue presente pese a los innumerables intentos de disminuirla. En este sentido, Chiriboga y Wallis (2010) señalan que “las reducciones logradas no han sido sostenibles en el tiempo y en general son pequeñas. Este país ha sido una suerte de laboratorio de programas de desarrollo rural” (p . 4). Pero que en su momento no han sido suficientes; aún falta mucho para cambiar este aspecto, es por ello que se en la siguiente figura se exterioriza algunas aristas de esta industria.

Objetivos	Transferencias presupuestarias, ingreso agrícola, competitividad de las explotaciones	Competitividad territorial, valorización de los activos locales, aprovechamiento de recursos subutilizados
Especialización	Agricultura	Diversos sectores de la economía rural (ejemplo turismo, industria, tics)
Instrumentos	Subvenciones	Inversiones
Actores	Administración nacional, agricultores	Diversos actores locales, (públicos, privados, ONG) todos los niveles de la administración.

Figura 1 El enfoque tradicional y el nuevo paradigma rural

Tomada del informe del RIMISP, 2010

En relación a ello, los autores Chiriboga y Wallis (2010) vuelven hacer hincapié indicando que existe una gran cantidad de personas pobres en Ecuador, siendo esto reflejado en “el mayor número se encuentra entre agricultores, familiares de

subsistencia y trabajadores agrícolas eventuales sin tierra”. Es decir que la región costa acoge a los primeros, mientras que la región sierra y oriente tiene a los segundos nombrados.

2.2.4 La radio

La radio puede aceptar más de una conceptualización. Las diferencias tendrán que ver con el lugar desde el cual se observa, el modo como se la piensa, la manera como se la enseña. Es por ello que Haye (1995) plantea dos grandes perspectivas sobre cómo concibe a la radio: la radio entendida como medio de difusión. Es decir, medio como canal de transmisión de mensajes que buscan objetivos definidos. Del mismo modo, la radio como práctica significativa, ya que no es pensada como un canal a través del cual se transmiten contenidos sino como un espacio en el cual los actores ponen en juego diferentes competencias produciendo conjuntamente el sentido (p . 222).

En relación a ello, Piarpuezán (2018) establece que la radio es el medio apropiado para la educación o el entretenimiento y además para brindarle un espacio a la propaganda. Desde las radionovelas hasta las gestas deportivas, así como también los hechos que han revolucionado la sociedad, la radio ha informado, entretenido, asustado y transportado. Asimismo, agrega que con la radio se han construido historias de vida y narrativas populares que han dado cuerpo a identidades ocultadas. Dentro de este medio de comunicación y alrededor del mismo, se evocan recuerdos, las reuniones familiares, los domingos deportivos, los programas emblemáticos y las voces destacadas de quienes llevaban las historias “pegadas” a sus inconfundibles voces. La radio posee una capacidad comunicativa que otros medios no contienen. Escuchar radio no implica necesariamente sentarse y prestar atención de manera constante, sino por el contrario.

La radio se escucha en la cocina, en el trabajo, en el patio, al despertarse, por la mañana o por la noche. La radio para estar con los chicos o para no escucharlos, la música suave del programa de la noche o algo movido para limpiar la casa o el auto. El pronóstico para saber cómo salir a la calle. El sentido del hoy se presenta en la intersección de lo emergente y lo residual. La radio puede verse como un embregue de sentidos en un mundo de diferencias. Un mundo de tensión entre enérgicas transformaciones y tranquilizadora estabilidad. Su función de anclaje semiótico la hace encallar en terrenos diversos, ora en la corriente de lo nuevo, ora en el remanso de lo viejo (Mata & Scaraffia, 1993, pág. 16).

El medio radiofónico funciona como cimiento de las relaciones de diálogos proveyendo tópicos a la conversación conjuntamente con los otros medios de comunicación. La radio crea una agenda con diversas temáticas que provee a los oyentes de información para dialogar e interaccionar con otras personas. En ocasiones la radio crea vínculos en torno de escuchar. La radio une. Escuchar lo mismo, compartir gustos. Se genera un sentido de pertenencia apoyado en cierta solidaridad mecánica, un vínculo construido en la semejanza, cimentado en el terreno del consumo radial.

Es por ello que, escuchar radio puede ser una forma de evitar conflicto y disminuir tensiones, siendo la función de ambientación puede contribuir también a un fin relacional de evitación, por ejemplo, el hecho de acondicionar con sonido el lugar de abajo puede ser una forma de sobrellevar las relaciones con otras personas, etc. La radio permite crear espacios de soledad, aun cuando el individuo esté rodeado de gente. Del mismo modo cubre la necesidad de informar, existe un mundo exterior al cual el individuo accede por medio de este canal, es decir que es el medio menos costoso y difícil de operar en comparación con los otros medios.

Como una relación comunicativa en su condición de práctica significativa y espacio de producción de sentido; su condición de espacio de interacción, de dialogicidad; su condición de experiencia cultural inserta en la trama textual y contextual (discursiva e histórica) que la constituye, pero a la cual a su vez modela. (Mata, 1993, pág. 17)

En esta línea de pensamiento, la radio, en tanto tiene varias funciones como las de informar y de servir como elemento mediador entre el poder y los ciudadanos. Otra función considerada como primordial es la de integración. En este orden de ideas, Larraín (2008) señala que “la integración hay que entenderla como un proceso tendiente a la homogeneidad de la sociedad, tanto en sus aspectos políticos y sociales como culturales y psicológicos” (p . 17). Este proceso conduce a la homogeneidad y a la uniformidad social debido a la profunda penetración de los medios en la sociedad contemporánea, siendo la forma en que la radio puede realizar la función integradora es mediante diversas acciones como Acción de Psicoterapia, de Solidaridad, de Desarrollo, de Participación y de Comprensión Internacional.

Como lo señala Duverger (1974) exponiendo que la integración social se realiza por un doble camino, uno negativo, que consiste en suprimir los conflictos que dividen a la sociedad - supresión de la violencia-, y otro positivo, que se basa en el desarrollo de

solidaridad entre los hombres a partir de factores materiales –abundancia económica, justicia distributiva, división del trabajo, o factores psicológicos, apoyando las ideologías comunitarias y frenando las individualistas.

Conjuntamente, se encuentran los medios masivos de comunicación, en este caso la radio, cumple con un papel fundamental en el desarrollo de la integración social que implica necesariamente la creación y/o reproducción de una identidad cultural desde los órdenes local, regional y nacional. Mismos que a partir de la teoría de la Agenda Setting, los media construyen realidades e imponen temas y la importancia de los mismos mediante sus agendas, y se presentan a la sociedad con una estricta visión del mundo a partir de modelos diferentes. En este sentido se señala que “cada cual crea su historia, una historia que es constantemente revisada, puesta al día y movilizada en los momentos críticos” (Sanguineti & Pereyra, 2013, pág. 18)

2.2.4.1 La radio universitaria

En lo que refiere a la radio universitaria Bohmann (1989) señala que esta “presenta varios modelos y está condicionada por la naturaleza de sus contenidos, por la producción y los actores que intervienen en ella” (p . 11). Bajo este paradigma, se establece que las emisoras universitarias (AM, FM, o Virtuales) se encuentran administrativamente bajo la dependencia de los programas de comunicación social – periodismo.

Desde el punto de vista de Martín y Agudé (2016) exponen que las radios universitarias “son un modelo de comunicación horizontal en el cual los usuarios pueden asumir el rol de emisores, fungiendo como los nuevos actores claves en el proceso de democratización de las comunicaciones, convirtiendo a las emisoras en medios inclusivos” (p . 254). Es decir, que, estas forman parte del plan estratégico de información y comunicación de las instituciones académicas, como instrumentos valedores de la formación, la divulgación y el servicio público.

De esta manera Marta & Martín (2014) “los contenidos relacionados con la divulgación científica pueden escucharse en cualquier parte del planeta, lo que puede servir para establecer redes de investigación” (p. 23). A su vez la red “permite a la radio romper con una de las desventajas que ha tenido siempre como es la fugacidad, en esta nueva plataforma los contenidos se pueden administrar de forma asíncrona, dando mayores

posibilidades y ventajas al escucha” (Yaguana & Aguiló, 2014, pág. 35). El podcast faculta tener una radio a la carta, para que los diversos contenidos radiofónicos estén a disposición de la audiencia a toda hora y en todo momento. Con todos estos elementos “la universidad tiene el compromiso y el deber de informar a la ciudadanía a través de diversos canales y aprovechar la red, que es donde ahora accede la población” (Vázquez , 2015)

Extrapolando, todo lo anterior expuesto, se establece que, la radio universitaria es el espacio ideal para la democratización del conocimiento, el desarrollo de la educación informal, la socialización de actividades del quehacer universitario, y el fomento de la praxis en la comunicación. En este orden de ideas, la web 2.0 ha sido una herramienta perfecta para su expansión, ya que esta ha facilitado la obtención de las frecuencias, evadiendo las dificultades burocráticas. Para Ortiz y Arquero (2013) las limitaciones en cuanto al acceso a las frecuencias analógicas han sido superadas gracias a la web un nexo de unión barato y sostenible para hacer posible el binomio conocimiento/divulgación.

En relación aquello, Pagardo (2012) expone que el Internet ha gestado un entorno multimedia en el que la radio se ha sumergido encontrando nuevos formatos y posibilidades, eso sí, sin perder su propia identidad. Asimismo, los centros de educación superior han logrado crear sus medios radiales mediante el acceso a internet y el uso del streaming que “ha fomentado un desarrollo y boom que permite su existencia y trabajo en red” (Vázquez , 2015, p . 24). Las radios universitarias son una “herramienta única para la generación de contenido sobre ciencia de referencia para una ciudadanía “infotóxica” y rodeada de información”. El debate, la tertulia, en torno a las problemáticas sociales son formatos que permiten que la audiencia no solo consuma información sobre ciencia y cultura, sino que reflexione sobre ella.

Al utilizar la web 2.0, la radio universitaria se convierte en un medio glocal “entendida ésta como aquella especializada en contenidos locales, que gracias a las herramientas de Internet se difunde a nivel global” (Chomón , 2016, p . 260). Es así que “ahora se superan las fronteras geográficas y podemos hablar de otro tipo de proximidad, de carácter temático, dado que los ciberoyentes descargarán aquellos contenidos que más les interesen, independientemente del lugar donde se produzcan” (Marta & Segura, 2014, p . 342). En cuanto a los formatos de transmisión, la oralidad ya no es suficiente,

la era digital trae consigo la necesidad de crear una radio multimedia, es decir el texto, la fotografía, el audio y el video se complementan en un solo medio de comunicación. “En las web radios universitarias los contenidos de carácter educativo pueden enriquecerse con la incorporación de nuevos elementos de carácter multimedia, susceptibles de mejorar la experiencia de aprendizaje” (Piñeiro & Ramos, 2013, p . 94)

Por lo consiguiente, es la presencia en internet de las emisoras universitarias, la que no se visualiza como una solución al problema de acceso a las frecuencias, al final termina por ser una necesidad, en función de llegar al público juvenil, que es nativo digital. Si no que la presencia en internet y en redes sociales es mayoritaria. La red es el “escenario propicio para la visibilización y el dialogo directo con la audiencia (Barrios, 2014, p . 73). La radio universitaria con presencia en redes sociales, busca promocionar sus contenidos y a su vez crear comunidades fieles que le permitan tener vigencia en las preferencias de la comunidad universitaria y de la sociedad en general. Por ende “un medio universitario ya no solo se limita a hacer el programa con todo lo que conlleva, labores de edición, producción y demás; ahora hay que moverlo o publicitarlo para que llegue al mayor número de gente posible” (Pagardo, 2012, p . 97).

En este sentido, son las redes sociales tales como Facebook y Twitter las que “se han convertido en una especie de barómetro para las radios, ya que gracias a la interacción directa con los oyentes se puede conocer con mayor profundidad sus gustos y responder otorgándole el sitio que merecen” (Casajús & Martín , 2016, p . 303). La audiencia se convierte en prosumer, es decir produce y consume información. Se involucra en el discurso radiofónico, permitiendo una retroalimentación directa.

Para Espino & Martín (2012) el internet permite a las radios universitarias “ser puramente interactivas y experimentales, ya que son emisoras de servicio público que no tienen que responder ante objetivos mercantiles, políticos o partidistas” (p . 27). Si bien la web 2.0 tiene grandes beneficios para la radio, presenta también grandes retos para sus colaboradores. Como por ejemplo “la habilitación para la publicación de comentarios o la valoración de los contenidos, actualizar constantemente la información en la red o generar aplicaciones específicas para los usuarios (Casajus & Vázquez, 2014, p . 101). Por ello es preciso un cambio de paradigma en la forma de hacer radio, para que el medio subsista y tenga el impacto deseado en los públicos, tanto del claustro académico, como de la sociedad en general.

Generalizando el contexto de estudio se estima que, para llegar a los jóvenes oyentes, la radio universitaria debe involucrarse en la web 2.0, sea que tenga o no presencia en el formato tradicional. En tanto que, en función del uso de los Smartphone, la conocida web 3.0 es una nueva tendencia a la cual las emisoras de radio universitaria deben adaptarse. Así lo afirma Fidalgo (2012) señalando que “crear aplicaciones para poder emitir sus contenidos por esos dispositivos móviles, ya sea con una emisión en directo o a través de un repositorio de programas enlatados, es decir, de un podcast” (p . 136). Es decir que con la llegada de la web 2.0 se catapultó la expansión de las emisoras radiales universitarias y con las ayudas de las aplicaciones se crearon nuevos formatos multimedia.

2.2.4.2 Origen de la radio rural

La radio rural, creada y establecida desde hace más de treinta años, originalmente se refería a un servicio dentro de una radiodifusora nacional. Desde la ciudad capital la tarea principal de este servicio fue la producción de programas rurales, para su posterior difusión por onda corta hacia la zona rural. Alejada de la realidad de la vida rural, la programación que resultó de este modelo vertical fue de poca relevancia para la población rural.

En este sentido, la experiencia radial de las zonas rurales comenzó a mediados del siglo XX, motivada por objetivos religiosos, pastorales y educativos. La radio, por su naturaleza, facilidad de acceso y manejo, ha sido adoptada por la población rural. De esta manera se ha convertido en el vector de expresión de los grupos rurales, el medio para hacer oír su voz, como lo demuestran las siguientes experiencias que hemos seleccionado por el impacto social que han tenido en la región y porque representan los “modelos”, fue adoptado en experimentos de radio rural. Pero son solo un breve ejemplo de las muchas experiencias generadas en la región (Barandiarán, 2018).

En referencia a la historia, se expone que, con la introducción de transmisores y receptores de FM de bajo costo, se establecieron emisoras locales de radio en áreas remotas en muchos países en vías de desarrollo. Dirigidas por y para la comunidad, y sobre todo con contenidos locales, estas emisoras fueron muy distintas a las radios anteriores, porque su proximidad a las comunidades les permitió contribuir a los procesos participativos de comunicación – agregando las voces, las inquietudes y las

costumbres de la población rural a las de los expertos de la ciudad. (Ilboudo & Castello, 2004, pág. 45)

En lo que corresponde al Ecuador, la radio en la zona rural está en funcionamiento desde 1995 y se despliega desde la localidad de Pucará en la provincia del Azuay, impulsada por la Fundación Chaguarurco para el Desarrollo Rural, organizada por parroquias católicas, organizaciones campesinas y voluntarios locales. A pesar del apoyo de la solidaridad internacional, la línea principal es la autofinanciación, para lo que cuenta con una estrecha red de empleados que elaboran gran parte de la programación para la que reciben formación. La emisora tiene un gran número de seguidores entre los productores de los pequeños pueblos de montaña que ven la radio como un medio insuperable para intercambiar experiencias, fortalecer la democracia y reevaluar la cultura local (Girard , 2000).

2.3 Marco Legal

Constitución de la República del Ecuador (2008)

En lo que refiere a la Carta Magna del Ecuador se exponen los siguientes artículos:

Art. 57.- Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos: 1. Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social. 2. No ser objeto de racismo y de ninguna forma de discriminación fundada en su origen, identidad étnica o cultural. 3. El reconocimiento, reparación y resarcimiento a las colectividades afectadas por racismo, xenofobia y otras formas conexas de intolerancia y discriminación. 4. Conservar la propiedad imprescriptible de sus tierras comunitarias, que serán inalienables, inembargables e indivisibles. Estas tierras estarán exentas del pago de tasas e impuestos. 5. Mantener la posesión de las tierras y territorios ancestrales y obtener su adjudicación gratuita. 6. Participar en el uso, usufructo, administración y conservación de los recursos naturales renovables que se hallen en sus tierras. 7. La consulta previa, libre e informada, dentro de un plazo razonable, sobre planes y programas de prospección, explotación y comercialización de recursos no

renovables que se encuentren en sus tierras y que puedan afectarles ambiental o culturalmente; participar en los beneficios que esos proyectos reporten y recibir indemnizaciones por los perjuicios sociales, culturales y ambientales que les causen.

La consulta que deban realizar las autoridades competentes será obligatoria y oportuna. Si no se obtuviese el consentimiento de la comunidad consultada, se procederá conforme a la Constitución y la ley. 8. Conservar y promover sus prácticas de manejo de la biodiversidad y de su entorno natural. El Estado establecerá y ejecutará programas, con la participación de la comunidad, para asegurar la conservación y utilización sustentable de la biodiversidad. 9. Conservar y desarrollar sus propias formas de convivencia y organización social, y de generación y ejercicio de la autoridad, en sus territorios legalmente reconocidos y tierras comunitarias de posesión ancestral. 10. Crear, desarrollar, aplicar y practicar su derecho propio o consuetudinario, que no podrá vulnerar derechos constitucionales, en particular de las mujeres, niñas, niños y adolescentes. 11. No ser desplazados de sus tierras ancestrales. 12. Mantener, proteger y desarrollar los conocimientos colectivos; sus ciencias, tecnologías y saberes ancestrales; los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agrobiodiversidad; sus medicinas y prácticas de medicina tradicional, con inclusión del derecho a recuperar, promover y proteger los lugares rituales y sagrados, así como plantas, animales, minerales y ecosistemas dentro de sus territorios; y el conocimiento de los recursos y propiedades de la fauna y la flora. Se prohíbe toda forma de apropiación sobre sus conocimientos, innovaciones y prácticas. 13. Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador. El Estado proveerá los recursos para el efecto. 14. Desarrollar, fortalecer y potenciar el sistema de educación intercultural bilingüe, con criterios de calidad, desde la estimulación temprana hasta el nivel superior, conforme a la diversidad cultural, para el cuidado y preservación de las identidades en consonancia con sus metodologías de enseñanza y aprendizaje. Se garantizará una carrera docente digna. La administración de este sistema será colectiva y participativa, con alternancia temporal y espacial, basada en veeduría comunitaria y rendición de cuentas. 15. Construir y mantener organizaciones que los representen, en el marco del respeto al pluralismo y a la diversidad cultural, política y organizativa. El Estado reconocerá y promoverá todas sus formas de expresión y organización. 16. Participar mediante sus representantes en los organismos oficiales que determine la ley, en la definición de las políticas públicas que

les conciernan, así como en el diseño y decisión de sus prioridades en los planes y proyectos del Estado. 17. Ser consultados antes de la adopción de una medida legislativa que pueda afectar cualquiera de sus derechos colectivos. 18. Mantener y desarrollar los contactos, las relaciones y la cooperación con otros pueblos, en particular los que estén divididos por fronteras internacionales. 19. Impulsar el uso de las vestimentas, los símbolos y los emblemas que los identifiquen. 20. La limitación de las actividades militares en sus territorios, de acuerdo con la ley. 21. Que la dignidad y diversidad de sus culturas, tradiciones, historias y aspiraciones se reflejen en la educación pública y en los medios de comunicación; la creación de sus propios medios de comunicación social en sus idiomas y el acceso a los demás sin discriminación alguna. Los territorios de los pueblos en aislamiento voluntario son de posesión ancestral irreductible e intangible, y en ellos estará vedada todo tipo de actividad extractiva. El Estado adoptará medidas para garantizar sus vidas, hacer respetar su autodeterminación y voluntad de permanecer en aislamiento, y precautelar la observancia de sus derechos. La violación de estos derechos constituirá delito de etnocidio, que será tipificado por la ley. El Estado garantizará la aplicación de estos derechos colectivos sin discriminación alguna, en condiciones de igualdad y equidad entre mujeres y hombres.

Art. 282.- El Estado normará el uso y acceso a la tierra que deberá cumplir la función social y ambiental. Un fondo nacional de tierra, establecido por ley, regulará el acceso equitativo de campesinos y campesinas a la tierra. Se prohíbe el latifundio y la concentración de la tierra, así como el acaparamiento o privatización del agua y sus fuentes. El Estado regulará el uso y manejo del agua de riego para la producción de alimentos, bajo los principios de equidad, eficiencia y sostenibilidad ambiental.

Comentario

Elegimos estos dos artículos porque consideramos que se relacionan con nuestro trabajo de investigación, el cual está centrado en el desarrollo rural del país a través de la práctica agropecuaria.

Ley orgánica de comunicación (2019)

Art.- 5.- Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y

comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Art. 34.- Derecho al acceso a frecuencias. - Todas las personas en forma individual y colectiva tienen derecho a acceder, en igualdad de condiciones, al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico, asignadas para los servicios de radio y televisión abierta y por suscripción en los términos que señala la ley.

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

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, afro ecuatorianas y montubias, por un espacio de 5% de su contenido comunicacional, bajo los parámetros que establezca el Reglamento, sin perjuicio de que, por su propia iniciativa, los medios de comunicación amplíen este espacio.

El Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación establecerá los mecanismos y la reglamentación para el cumplimiento de esta obligación.

La investigación y producción de contenidos para la difusión que se refiere el inciso anterior será prioritariamente realizada por los titulares de derechos colectivos.

La persona afectada podrá ejercer las acciones constitucionales que se le asistan o acudir a la Defensoría del Pueblo para que inicie los procesos de derechos en conformidad con sus competencias.

Art.- 86.- Acción afirmativa.- El Estado implementará las políticas públicas que sean necesarias para la creación y el fortalecimiento de los medios de comunicación

comunitarios como un mecanismo para promover la pluralidad, diversidad, interculturalidad y plurinacionalidad; tales como: crédito preferente para la conformación de medios comunitarios y la compra de equipos; exenciones de impuestos para la importación de equipos para el funcionamiento de medios impresos, de estaciones de radio y televisión comunitarias; acceso a capacitación para la gestión comunicativa, administrativa y técnica de los medios comunitarios.

La formulación de estas medidas de acción afirmativa en políticas públicas son responsabilidad del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación y su implementación estará a cargo de las entidades públicas que tengan competencias específicas en cada caso concreto. El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación elaborará un informe anual acerca de las medidas de política pública adoptadas por el Estado, destinadas a la conformación o consolidación de los medios comunitarios; informe que será obligatoriamente publicado en su página web.

Comentario

Todos los ciudadanos que viven en zonas rurales y que trabajan la tierra tienen derecho a acceder fácilmente a cualquier transición que ofrece un medio de comunicación, para conocer lo que sucede en el país. Las frecuencias radiales deben llegar a cada uno de estos rincones. Los medios de comunicación están obligados a difundir contenido de índole intercultural y plurinacional, sea entendido por todos ellos. Así mismo, deben darles espacios a aquellas personas de diversas etnias que quieran hacer parte de algún programa, en cualquier medio. Es necesario que haya programas de contenido sobre la agricultura para que este grupo de individuos estén más informados al respecto. Considerando que el sector agropecuario genera ingresos al país.

Ley orgánica del régimen de la soberanía alimentaria (2011)

Artículo 6. Acceso a la tierra. - El uso y acceso a la tierra deberá cumplir con la función social y ambiental. La función social de la tierra implica la generación de empleo, la redistribución equitativa de ingresos, la utilización productiva y sustentable de la tierra. La función ambiental de la tierra implica que ésta procure la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de las funciones ecológicas; que permita la conservación y manejo integral de cuencas hidrográficas, áreas forestales, bosques,

ecosistemas frágiles como humedales, páramos y manglares, que respete los derechos de la naturaleza y del buen vivir; y que contribuya al mantenimiento del entorno y del paisaje.

La ley que regule el régimen de propiedad de la tierra permitirá el acceso equitativo a ésta, privilegiando a los pequeños productores y a las mujeres productoras jefas de familia; constituirá el fondo nacional de tierras; definirá el latifundio, su extensión, el acaparamiento y concentración de tierras, establecerá los procedimientos para su eliminación y determinará los mecanismos para el cumplimiento de su función social y ambiental. Así mismo, establecerá los mecanismos para fomentar la asociatividad e integración de las pequeñas propiedades. Además, limitará la expansión de áreas urbanas en tierras de uso o vocación agropecuaria o forestal, así como el avance de la frontera agrícola en ecosistemas frágiles o en zonas de patrimonio natural, cultural y arqueológico, de conformidad con lo que establece el Art. 409 de la Constitución de la República.

Comentario

Es un artículo muy interesante porque mediante esta ley se hace respetar el derecho que tiene todo ciudadano ecuatoriano al manejo, conservación y producción agrícola. Es muy importante porque de esta forma se permite la utilización productiva y sustentable de la tierra, lo cual permitirá el desarrollo de empleo en el país.

2.3 Marco Conceptual

Para este trabajo es importante exponer las distintas definiciones que se han tomado en cuenta durante el desarrollo de la investigación, las cuales sustentan este proyecto y dan conocer su contenido.

Para lo cual se puntualiza lo siguiente:

2.3.1 Actividad agrícola:

Autores: Arsenio Corella Hurtado

Localización: Revista de Ciencias Agrícolas, ISSN-e 2256-2273, ISSN 0120-0135, Vol. 17, N°. 2, 2000 (Ejemplar dedicado a: Revista de Ciencias Agrícolas - Segundo semestre, Julio - Diciembre 2000), págs. 219-225

Idioma: español

La actividad agrícola se ha constituido a través del tiempo como la base de la producción de alimentos y materias primas, logrando fortalecer la economía de los pueblos. La inversión otorgada a dicha actividad repercute claramente en el bienestar de las sociedades.

2.3.2 Capacidad de producción:

Los costos y procesos de producción, opción estratégica de productividad y competitividad en la industria de confecciones infantiles de Bucaramanga.

Rev. Esc.adm.neg no.70 Bogotá Jan. /June 2011

Ofelia Gómez Niño*

La capacidad de producción en una empresa responde al número de productos que puede fabricar en un periodo determinado, teniendo en cuenta los recursos disponibles, representados en: recursos económicos, físicos, tecnológicos, humanos, entre otros. Todos ellos deben estar equilibradamente distribuidos, pues de qué le sirve a la empresa tener una excelente planta física si no cuenta con los recursos económicos o financieros para producir o viceversa, por lo tanto la administración debe analizar los factores de producción con los que cuenta y las necesidades de producción de acuerdo al pronóstico de ventas para ajustar la programación de la producción a necesidades concretas y evitar un mal uso de los mismos.

2.3.3 Desarrollo local:

A nivel general, el desarrollo local pretende situar como punto central al ser humano y a los intereses colectivos, potenciando en su esfera diaria las capacidades de los individuos. Es un enfoque y una práctica que persigue impulsar el desarrollo endógeno, la auto-organización y el bienestar social, para lo que requiere tanto de la participación colectiva como de la intervención individual.

2.3.4 Radio comunitaria

Repositorio de: Universidad Central del Ecuador

Facultad de comunicación social

Autora: Diana Guisela Pupiales Tipán

Año: 2013

Son medios de información que propician nuevos relatos comunicacionales, modos de trabajo en el ámbito político, social, educativo y cultura de los actores. Los relatos comunicacionales son expresiones de la vida cotidiana de los habitantes que desembocan en prácticas sociales, estas son subjetivas y reflejan la individualidad del sujeto en el colectivo. La radio comunitaria permite ejercer el derecho a la libertad de expresión como un derecho fundamental del hombre.

2.3.5 Desarrollo rural

redalyc.org

CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa, 7-42, 2006

Autor: María de los Ángeles Nogales Naharro

Es el proceso de revitalización equilibrado y auto sostenible del mundo rural basado en su potencial económico, social y medioambiental mediante una política regional y una

aplicación integrada de medidas con base territorial por parte de organizaciones participativas.

2.3.6 Estrategias comunicacionales

Repositorio de: Universidad Técnica de Machala

Unidad Académica de Ciencias Sociales

Autores: Katherine Alexandra Cuenca Gallardo

Leyder Mauricio Villa Darquea

La estrategia de comunicación, permite que cada mensaje sea fabricado y transmitido utilizando los medios más idóneos de tal forma que llegue al receptor de una forma eficaz, comprensible y oportuna.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTGACIÓN

3.1 Metodología

Desde el punto de vista conceptual y de acuerdo a su importancia para la investigación los métodos teóricos permiten mostrar las relaciones esenciales del objeto de investigación no observables directamente, cumpliendo así una función muy importante que hace posible la interpretación de conceptos de los datos empíricos encontrados, la construcción y desarrollo de teorías, creando las condiciones para la caracterización de los fenómenos.

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo, se ha aplicado como base la investigación mixta, ya que la información recabada es científica, contrarrestada con entrevistas y encuestas. En este marco, se obtendrá un mayor desarrollo en la indagación del proyecto, permitiendo de esta manera conocer la problemática a investigar y la solución de la misma.

Los tres métodos teóricos que se han utilizado para el sustento de esta investigación, juegan un papel fundamental para la comprensión del problema de estudio.

3.1.1. Método histórico-lógico

Este método nos permitirá en nuestra investigación analizar la evolución de la temática que estamos estudiando. Nos ayudará a comprender de forma lógica y coherente, el porqué de la situación que se presenta en la actualidad con relación a nuestro trabajo investigativo.

3.1.2. Método hipotético-deductivo

Con este método podremos planificar a futuro lo que queremos lograr con nuestro trabajo investigativo. Plantearnos alcanzar ciertos resultados que sean favorables a la línea de investigación que hemos estructurado.

3.1.3. Método analítico-sintético

Este método de investigación es muy importante ya que nos sirve para analizar un fenómeno o problemática en concreto de manera puntual. En nuestro trabajo de tesis nos será de mucha utilidad para estudiar los problemas que tienen actualmente las personas que viven en determinados sectores rurales del país, desde el punto de vista comunicacional.

3.2 Tipos de investigación

3.2.1. Exploratoria

Las herramientas e instrumentos aplicados permiten la obtención de información de lo general a lo particular de acuerdo a la necesidad del presente estudio. Este tipo de investigación permite tener un primer acercamiento frente a la problemática estudiada (Sampieri, Fernández, & Lucio, 2010), tal como se realizó con la revista La Periódica al hacer un primer monitoreo de la misma para ver cómo estaba estructurada.

3.2.2. Descriptiva

Este tipo de investigación permite precisar en los datos que representa el fundamento y entendimiento del problema. Puntualiza descriptivamente las particularidades del problema en estudio y de los fenómenos que influyen en la conducta de las variables.

3.2.3. Observación

Es necesario aplicar el tipo de investigación observacional, el cual permite entender el comportamiento de las variables de estudio a partir de la observación directa, sin manipulación de las mismas. Se aplica para la revisión del manejo comunicacional de La Periódica, pues se observó la página web, los reportajes y las redes sociales

3.3 Enfoque

El enfoque efectuado es el mixto debido a que no se manipulan. Incluye la observación de respuestas abiertas para profundizar en significados y la realidad en su contexto natural del objeto de estudio. “Se fundamenta en ideas, opiniones y creencias” (Sampieri, Fernández, & Lucio, 2010).

3.3.1 Cualitativo

En el enfoque cualitativo de una investigación, se utilizan la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. El investigador plantea un problema, pero no se rige a un patrón o proceso estructurado de trabajo de investigación.

3.3.2 Cuantitativo

Se trata cuando la preponderancia del estudio de los datos se fundamenta en la cuantificación y cálculo de los mismos. Estudiar y elegir estos dos métodos permitieron recoger la información, analizar e interpretar los datos obtenidos para finalmente certificar los datos adquiridos. En el presente trabajo de titulación, es necesario aplicar el enfoque cuantitativo, porque al aplicarse se obtendrá la opinión de la muestra seleccionada, a través de encuestas en cuanto a la percepción que tienen los habitantes de la parroquia Palo de Iguana, cantón Salitre y entrevistas a expertos en el tema, ante la implementación de una radio comunitaria en el sector.

3.4 Técnicas e instrumentos de investigación

Las técnicas e instrumentos de investigación permiten extraer datos, los cuales serán expuestos a un respectivo análisis, con la finalidad de obtener resultados transparentes que contribuyan al desarrollo del trabajo investigativo. Para ello, en el presente tema de investigación, se aplicaron las siguientes técnicas e instrumentos:

3.4.1 Entrevista

La entrevista es fundamental en todo trabajo de investigación, ya que por medio de esta técnica se logra mantener un diálogo directo entre dos personas, con lo finalidad o el propósito de intercambiar pensamientos, ideas o conocimientos sobre un determinado tema.

El objetivo fundamental por el cual se aplica la técnica de la entrevista en el desarrollo de este tema investigativo, es para conocer de manera real las verdaderas necesidades que presentan las personas que habitan en la parroquia Palo de Iguana y lo fundamental

y prioritario que sería instaurar una radio rural que contribuya al crecimiento tanto productivo, como el cultural y económico de la zona.

Los posibles entrevistados serían, Ing. Manuel Badillo, conductor del programa Agro Ambiente, Ing. John Franco, conductor del programa Agro Católica.

3.4.2 Encuesta

La aplicación de esta técnica se efectuó con el propósito de obtener datos significativos sobre la realidad de vida que tienen los habitantes de una determinada población. A diferencia de la entrevista, la encuesta ayuda a conocer más de cerca los criterios de diferentes personas, por medio de una cantidad establecida de preguntas.

3.5. Población y muestra

La población del presente estudio está compuesta por los habitantes de la parroquia Palo de Iguana, cantón Salitre que según su GAD municipal, la población total asciende a 1000 personas. Con la intención de que todos los pobladores tengan la misma oportunidad de formar parte de la muestra, se llevó a cabo una muestra no probabilística, que se hizo a través de un cálculo muestral, determinando que la encuesta se aplicara a una muestra de 80 personas

Nivel de confianza:	95%
Margen de error:	0,05%
Población:	1000
Tamaño de la muestra:	80

Debido a la situación causada por la PANDEMIA DEL COVID-19 se realizó la encuesta a un total de 80 personas que habitan en la localidad de Palo de Iguana del Cantón Salitre.

3.6. Resultados de la investigación

3.6.1. Análisis de las encuestas

1. ¿Ha escuchado usted los programas radiales Agro Ambiente y Agro Católica que emite la radio de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil?

Tabla 1
Difusión de Agro Ambiente y Agro Católica

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si los he escuchado	44	53%
No los he escuchado	36	47%
Total	80	100%

Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

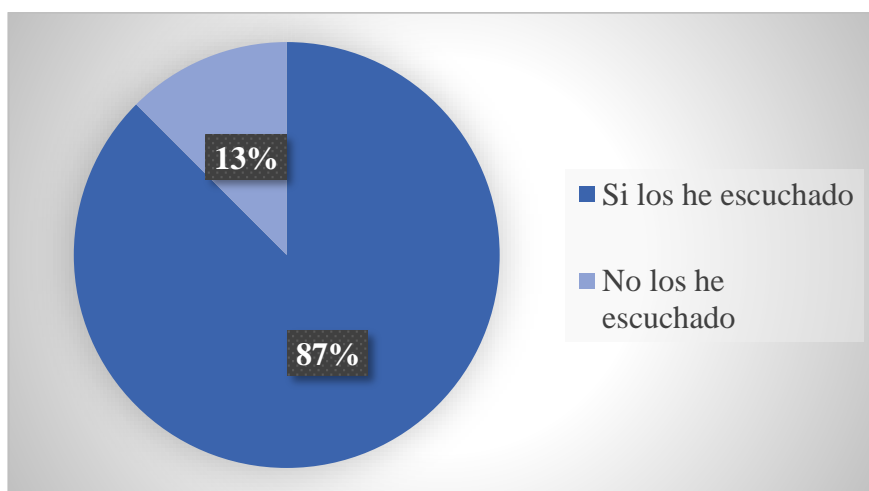


Figura 2 Difusión de Agro Ambiente y Agro Católica
Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

Análisis: de la totalidad de los encuestados, el 65% afirma no haber escuchado los programas radiales agrícolas que emite la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, mientras tanto, solo el 35% afirma haber escuchado los programas radiales emitidos por la entidad.

2. ¿Está usted de acuerdo con la creación de una radio comunitaria en la parroquia?

Tabla 2
Creación de radio comunitaria

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Estoy de acuerdo	53	65%
Me es indiferente	7	11%
No estoy de acuerdo	20	24%
Total	80	100%

Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

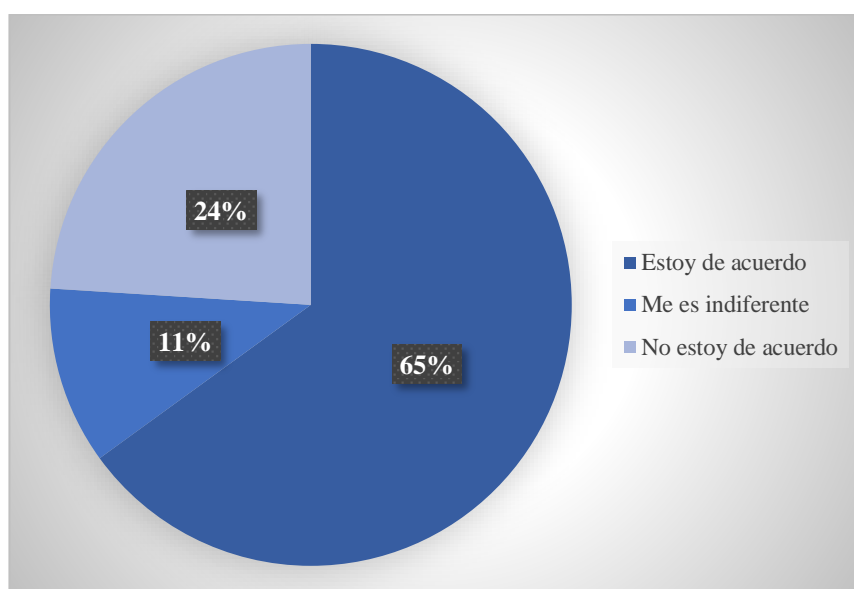


Figura 3 Creación de radio comunitaria
Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

Análisis: del 100% de los encuestados, el 65% está de acuerdo con la creación de una radio comunitaria en la parroquia Palo de Iguana, el 24% no considera importante la creación de una radio comunitaria en la zona, mientras el 11% restantes le es indiferente.

3. ¿Qué beneficios aportaría la instauración de una radio comunitaria en la Parroquia?

Tabla 3
Beneficios de radio comunitaria

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Conocerían más a mi parroquia	31	47%
Comunidad más informada	26	29%
Agricultores más respaldados	0	0%
Crecimiento económico	23	24%
Total	80	100%

Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

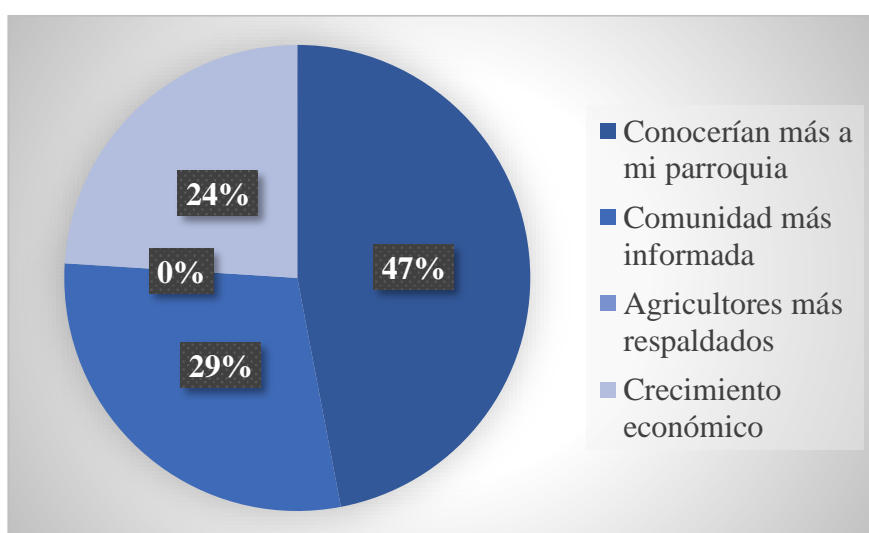


Figura 4 Beneficios de radio comunitaria
Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

Análisis: con base a las respuestas emitidas por los encuestados se reconoció que, el 47% considera que parte de los beneficios de una radio comunitaria sería conocer en mayor medida la parroquia en la que habitan, el 29% estima que una radio comunitaria mantendría a la localidad informada, mientras que el 24% afirma que la zona crecería económicamente.

4. ¿Escucha alguna radio que tenga un programa de información agrícola?

Tabla 4

Escucha radio con información agrícola

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	55	67%
No	25	33%
Total	80	100%

Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

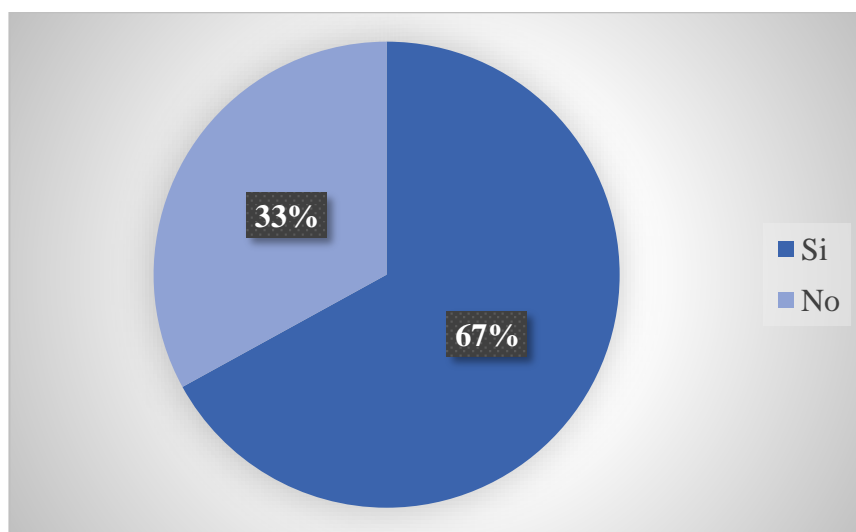


Figura 5 Escucha radio con información agrícola
Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

Análisis: del 100% de encuestados, el 67% afirma escuchar programas radiales cuyo tema central es la agricultura, por su parte el 33% restante no escucha programas que informen sobre el área agrícola.

5. ¿Se debería dar más espacio a programas agrícolas en los medios de comunicación?

Tabla 5
Espacios de programas agrícolas en medios de comunicación

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Es necesario	66	87%
No es necesario	14	13%
Total	80	100%

Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

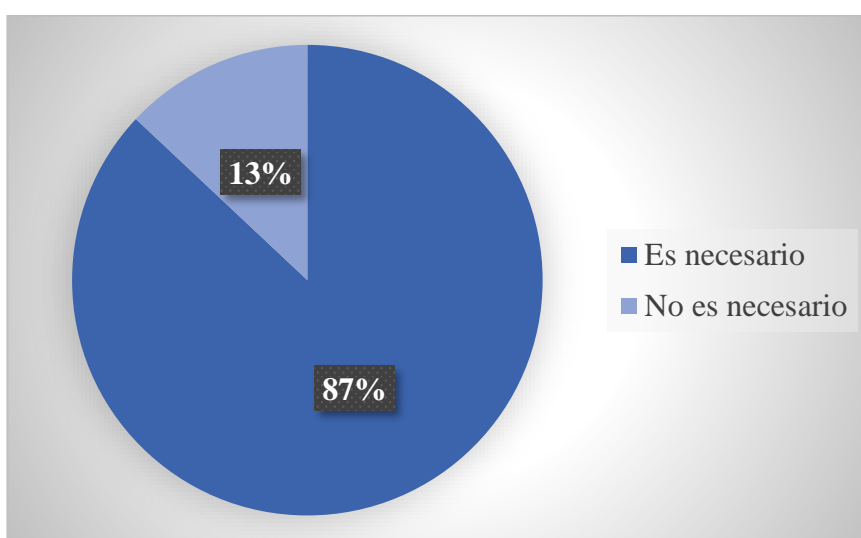


Figura 5 Espacios de programas agrícolas en medios de comunicación
Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

Análisis: de la totalidad de los encuestados, el 87% considera necesaria la integración de programas agrícolas en los medios de comunicación, no obstante, el 13% niega que los medios de comunicación deban emitir programas agrícolas.

6. ¿Qué tipos de programas o segmentos le gustaría escuchar a través de la radio comunitaria?

Tabla 6
Segmentos de radio comunitario

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Deportivos	13	13%
Agrícolas	37	48%
Musicales	5	5%
Noticias	21	28%
Farándula	6	6%
Total	80	100%

Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

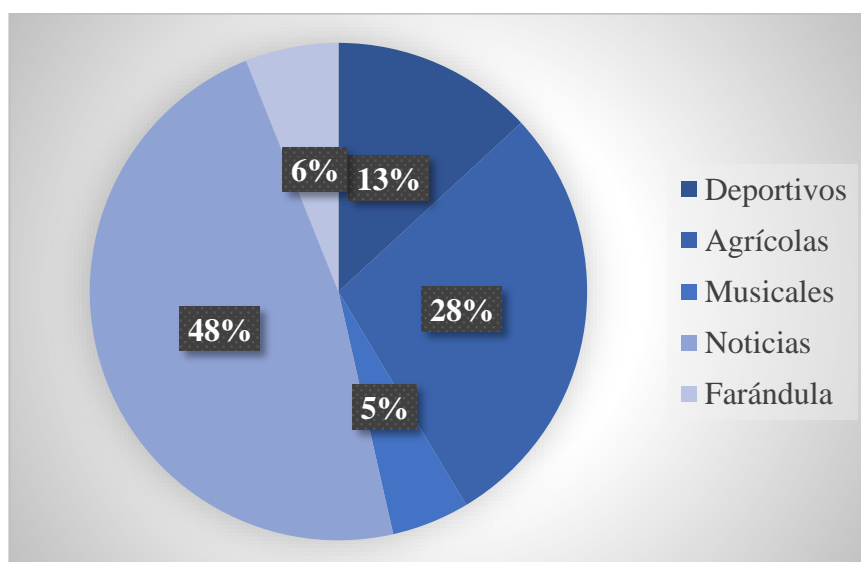


Figura 6 Segmentos de radio comunitario
Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

Análisis: en consideración de las respuestas emitidas por los encuestados, el 47% preferiría escuchar noticias en una radio comunitaria, el 28% le gustaría escuchar información referente a la agricultura, mientras que el 13% elige a los deportes como el segmento que debe ser emitido por una radio comunitaria.

7. ¿En qué horario le gustaría escuchar la radio comunitaria?

Tabla 7
Horario de emisión de radio comunitaria

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	0	0%
Medio día	52	60%
Tarde	0	0%
Noche	28	40%
Total	80	100%

Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

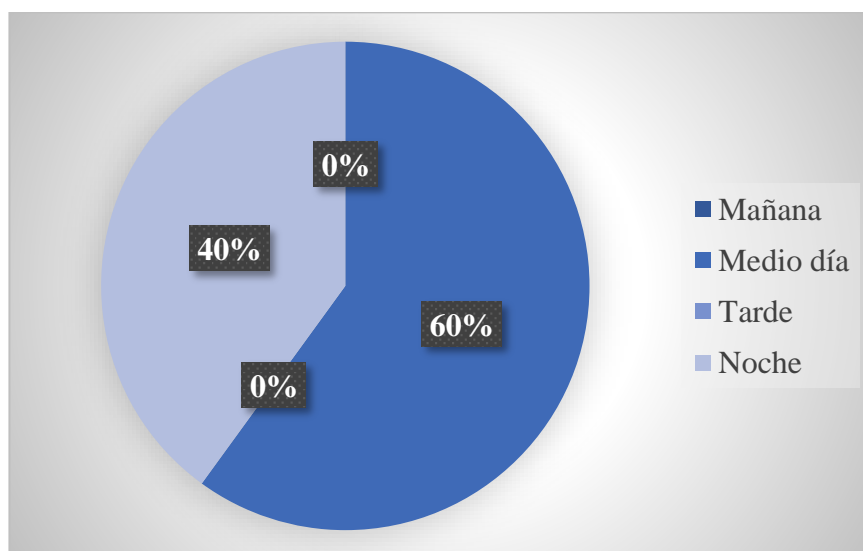


Figura 7 Horario de emisión de radio comunitaria
Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

Análisis: en relación con el horario de emisión de preferencia, el 60% de los encuestados afirman que sería conveniente que se emita a medio día, mientras que el 40% restante manifiesta que la programación debe ser nocturna.

8. ¿Cuál es el medio de comunicación que más consumen los habitantes de la parroquia Palo de Iguana?

Tabla 8

Medios de comunicación más consumidos en de la parroquia Palo de Iguana

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Radio	20	22%
Televisión	46	66%
Internet	14	12%
Prensa escrita	0	0%
Total	80	100%

Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

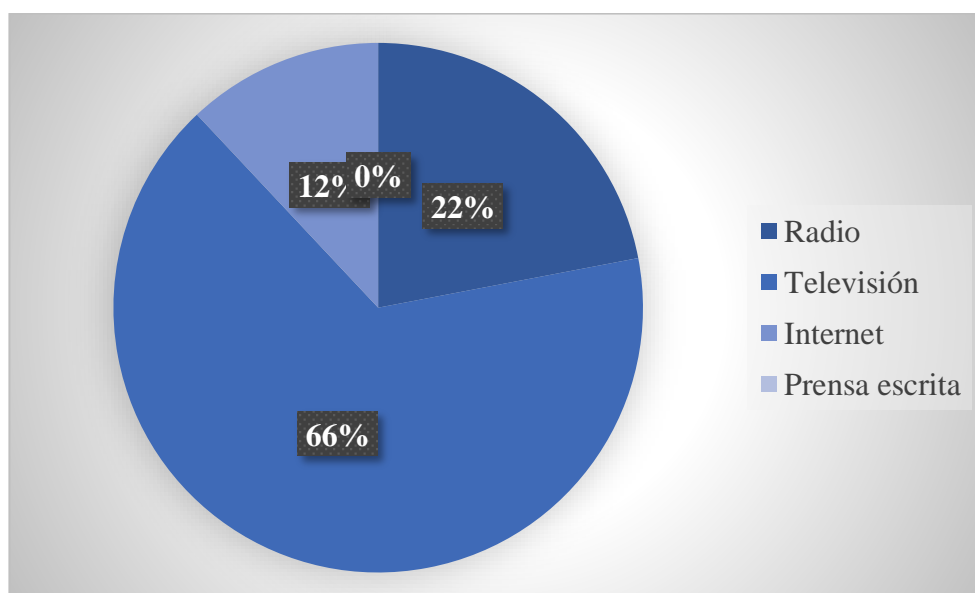


Figura 8 Medios de comunicación más consumidos en de la parroquia Palo de Iguana
Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

Análisis: al cuestionar los medios de comunicación más empleados por los habitantes de la parroquia Palo de Iguana se determinó que, el 66% consume televisión, el 22% la radio y el 12% internet.

9. Valore la gestión de comunicación por parte de las autoridades de la parroquia Palo de Iguana con los agricultores

Tabla 9

Valoración de la gestión de comunicación de las autoridades hacia los agricultores en parroquia Palo de Iguana

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	0	0%
Adecuada	0	0%
Escasa	64	76%
Nula	16	24%
Total	80	100%

Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

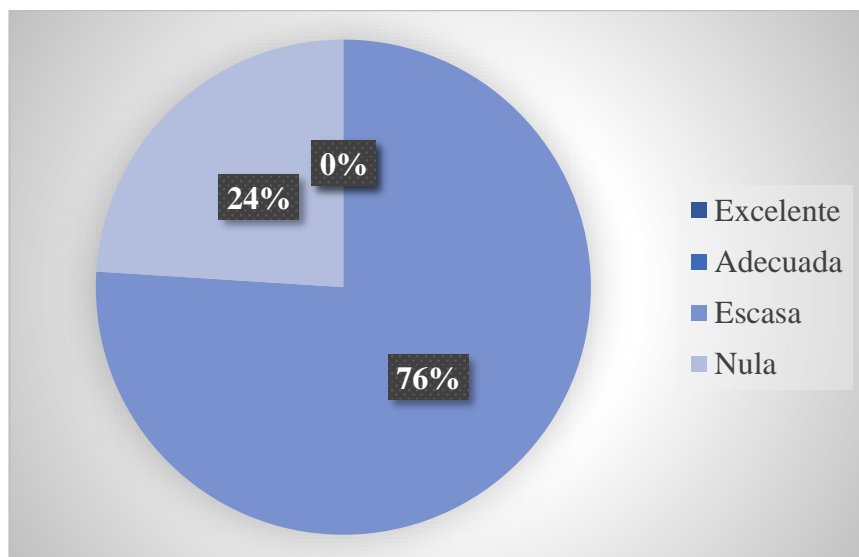


Figura 9 Valoración de la gestión de comunicación de las autoridades hacia los agricultores en parroquia Palo de Iguana

Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

Análisis: de la totalidad de los encuestados, el 76% considera que la gestión comunicacional en la parroquia Palo de Iguana es escasa, mientras que el 24% afirma que la comunicación dentro de la localidad es nula.

10. ¿Cree usted que la creación de una radio comunitaria sería necesaria para el desarrollo cultural y educativo en la parroquia Palo de Iguana del cantón Salitre?

Tabla 10

Necesidad de una radio comunitaria para el desarrollo de la parroquia Palo de Iguana

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	69	92%
No	11	8%
Total	80	100%

Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

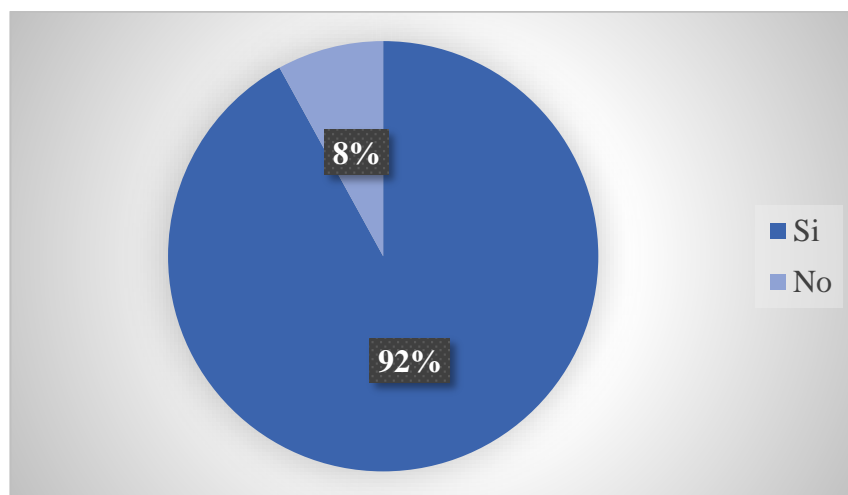


Figura 10 Necesidad de una radio comunitaria para el desarrollo de la parroquia Palo de Iguana
Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

Análisis: en relación con la interrogante se reconoció que, el 92% considera necesaria la creación de una radio comunitaria para el desarrollo cultural y educativo en la parroquia Palo de Iguana, mientras que solo 8% no cree que la creación de una radio comunitaria favorecería al desarrollo de la localidad.

11. Considera que hay transparencia en la información emitida por los periodistas de los programas radiales Agro Ambiente y Agro Católica

Tabla 11

Transparencia en la información emitida por los periodistas

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	57	71%
No	23	29%
Total	80	100%

Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

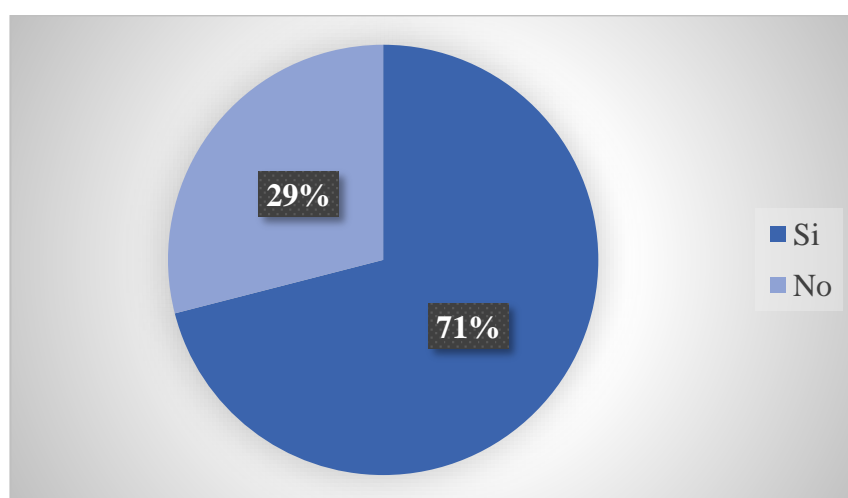


Figura 11 Transparencia en la información emitida por los periodistas
Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

Análisis: del 100% de encuestados, el 71% considera que la información emitida por los periodistas de los programas radiales Agro Ambiente y Agro Católica posee transparencia en sus contenidos, mientras que el otro 29% no cree que la información de dichos programas sea totalmente transparente

12. Cree que los periodistas aplican la ética periodística en las notas emitidas en los programas Agro Ambiente y Agro Católica

Tabla 12
Ética periodística en las notas emitidas

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	20%
No	64	80%
Total	80	100%

Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

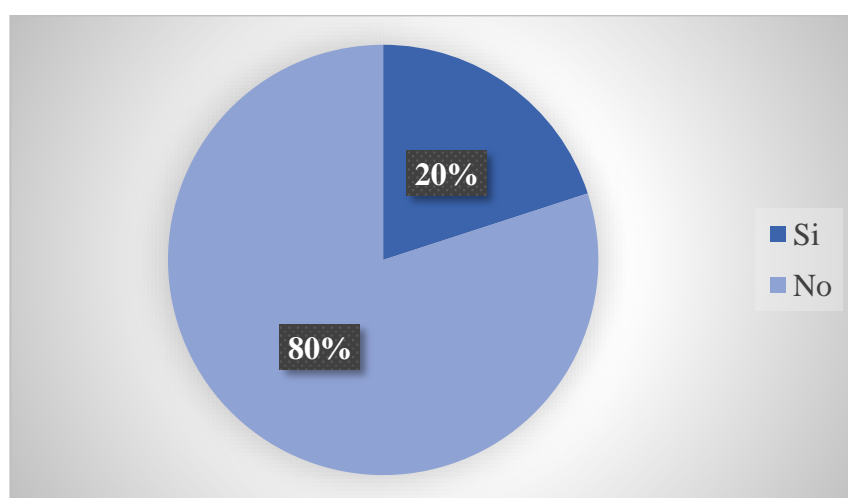


Figura 12 *Ética periodística en las notas emitidas*
Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

Análisis: de la totalidad de los encuestados, el 80% manifiesta que los periodistas aplican la ética periodística en las notas emitidas en los programas radiales de la Universidad Católica, por su parte el 20% expresa que los periodistas que elaboran e contenido de los programas gozan de ética periodística.

13. Como califica el trabajo de campo llevado a cabo por los periodistas de los programas Agro Ambiente y Agro Católica

Tabla 13

Valoración del trabajo de campo llevado a cabo por los periodistas de los programas Agro Ambiente y Agro Católica

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	0	0%
Bueno	11	14%
Normal	47	59%
Regular	22	28%
Malo	0	0%
Total	80	100%

Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

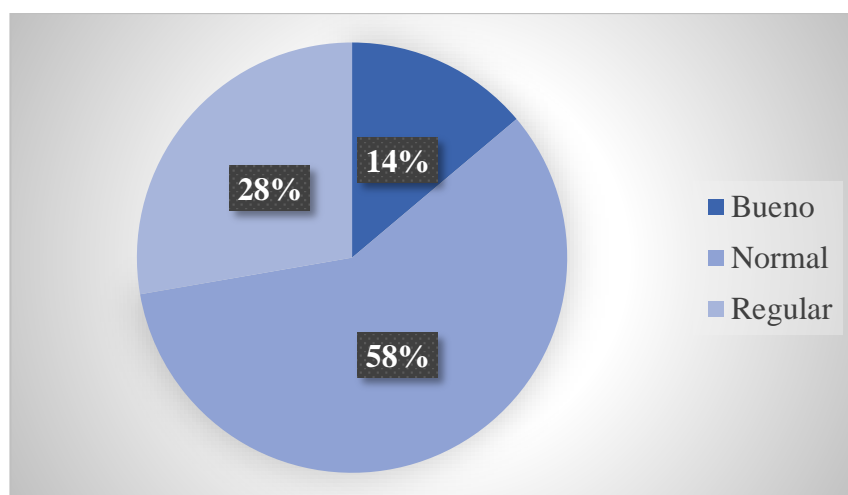


Figura 13 Valoración del trabajo de campo llevado a cabo por los periodistas de los programas Agro Ambiente y Agro Católica

Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

Análisis: en relación con la interrogante se reconoció que, el 59% estima que el trabajo de campo llevado a cabo por los periodistas es normal, el 28% considera que su trabajo de campo es regular, mientras que el 14% considera la investigación de campo que ellos realizan en los programas Agro Ambiente y Agro Católica es buena.

14. Cree que la extensión del espacio/tiempo dedicado a los programas Agro Ambiente y Agro Católica es el adecuado para informar a los agricultores en la parroquia Palo de Iguana del cantón Salitre?

Tabla 14

Espacio/tiempo dedicado a los programas propicio para informar

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	16%
No	67	84%
Total	80	100%

Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

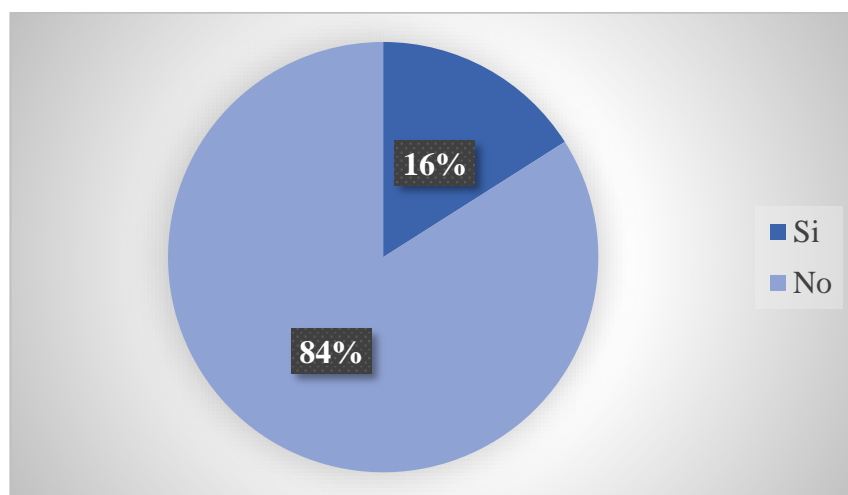


Figura 14 Espacio/tiempo dedicado a los programas propicio para informar
Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

Análisis: relación con la interrogante se reconoció que, 84% considera que la extensión del espacio/tiempo dedicado a los programas Agro Ambiente y Agro Católica no es el adecuado con la intención de informar a los agricultores sobre temáticas importantes en su rubro es el adecuado, mientras que el otro 16% cree que el espacio/tiempo que poseen estos programas sean propicios para mantener informados a los agricultores.

15. Considera que la radio es el canal de comunicación propicio para informar a los agricultores

Tabla 15

La radio como medio propicio para informar a los agricultores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	76	95%
No	4	5%
Total	80	100%

Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

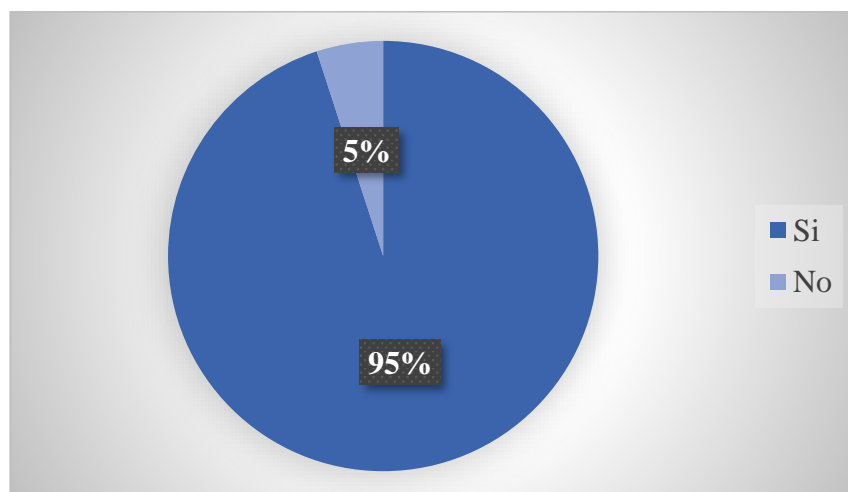


Figura 15 La radio como medio propicio para informar a los agricultores
Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

Análisis: de la totalidad de los encuestados, el 95% Considera que la radio es el canal de comunicación propicio para informar a los agricultores, por su parte, el 5% restante no cree que l radio deba ser el único por el cual los agricultores pueden mantenerse informados

3.6.2. Análisis de las entrevistas

Tabla 16

Ing. Manuel Badillo, conductor del programa Agro Ambiente

PREGUNTA	RESPUESTA
¿Qué concepto tiene usted del Medio de Comunicación Comunitario?	Es un medio de comunicación si fines de lucro que informe a una localidad de las noticias y actividades que se realizan dentro de ella.
¿Puede usted determinar cuáles serían las tres normas básicas para crear un medio de comunicación comunitario?	- Solicitar una emisora - Determinar la parrilla de programación - Determinar un horario acorde con las actividades de la localidad
¿Cuáles considera son los temas o la información que la ciudadanía más demanda sobre temas de agricultura?	Saber sobre nuevas técnicas de agricultura, los precios que se manejan en el mercado, además de difundir información sobre las normas que los avalan.
¿Qué le hace falta a la radio en general para que llegue con más frecuencia a zonas rurales?	Pienso que es importante asignar un buen horario de difusión para que los habitantes pueden escuchar el programa en su tiempo libre.
¿Existe algún organismo que ayude con la organización de los medios comunitarios?	El organismo que ayuda a regular y organizar los medios comunitarios es el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, en conjunto con la ley orgánica de comunicación
¿Cree usted que la creación de una radio comunitaria sería necesaria para el desarrollo cultural y educativo en la parroquia Palo de Iguana del cantón Salitre?	Si lo creo, las radios comunitarias favorecen al desarrollo de las comunidades al informaras sobre acontecimientos que compren a la localidad.
¿Considera usted que la instauración de una radio comunitaria ayudaría a mantener una comunicación directa entre los directivos parroquiales y sus habitantes?	Las radios comunitarias favorecen en gran medida a la comunicación ejercida por parte de las autoridades a los habitantes, por esto, creo que ayudaría mucho la instauración de una radio comunitaria en la parroquia Palo de Iguana.
¿Cree usted que los medios comunitarios deberían implementar el periodismo digital?	En la actualidad es importante que los medios de comunicación tengan presencia en la web, por lo tanto es importante implementar el periodismo digital en los medios comunitarios.

Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

Tabla 17

Ing. John Franco, conductor del programa Agro Católica

PREGUNTA	RESPUESTA
¿Qué concepto tiene usted del Medio de Comunicación Comunitario?	Pienso que es un espacio de construcción de nuevas relaciones sociales dentro de una localidad, para el fortalecimiento de la cultura local.
¿Puede usted determinar cuáles serían las tres normas básicas para crear un medio de comunicación comunitario?	Lo primero sería solicitar una frecuencia radial al Ministerio de Telecomunicaciones, luego se debe determinar los programas que se emitirán, y seleccionar a los conductores de la radio.
¿Cuáles considera los temas o la información que la ciudadanía más demanda sobre temas de agricultura?	Creo que deben ser los temas relacionados con pesticidas y leyes que ayuden a los cultivos.
¿Qué le hace falta a la radio en general para que llegue con más frecuencia a zonas rurales?	Tener una programación que le atraiga a los ciudadanos rurales.
¿Existe algún organismo que ayude con la organización de los medios comunitarios?	El Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información es el organismo que regula a los medios comunitarios
¿Cree usted que la creación de una radio comunitaria sería necesaria para el desarrollo cultural y educativo en la parroquia Palo de Iguana del cantón Salitre?	Es evidente que la radio comunitaria ayuda al desarrollo de una localidad, por lo cual, una radio comunitaria favorecería a la población de la parroquia Palo de Iguana.
¿Considera usted que la instauración de una radio comunitaria ayudaría a mantener una comunicación directa entre los directivos parroquiales y sus habitantes?	En parte una de las funciones centrales de las radios comunitarias es gestionar la comunicación entre las autoridades y la población, no dudo que ayudaría a la comunicación en la parroquia Palo de Iguana.
¿Cree usted que los medios comunitarios deberían implementar el periodismo digital?	Es importante implementar el periodismo digital en los medios comunitarios, ya que , en la actualidad gran parte de la población se informa a través de medios digitales.

Elaborado por: Contreras y Paredes (2022)

INFORME FINAL

La especificidad de la radio comunitaria es el elemento participativo y su gestión por parte de la comunidad a la que sirve. De hecho, estos hechos constituyen el elemento clave de las radios comunitarias. En este sentido se menciona que el índice de audiencia generada por la gestión comunicacional de la Universidad Santiago de Guayaquil en el cantón salitre, es del 35%.

Esto se debe a que el 66% en de los habitantes de esta localidad optan por informarse por medio de la televisión, seguido del 22% que eligen la radio y el 12% que se informa por internet. Con base a los medios de comunicación predilectos de la localidad se subraya que, a diferencia de los medios tradicionales, la información en una estación de radio comunitaria no se trata como un hecho aislado o como un evento único, es más bien una parte integral de un proceso continuo y en evolución que sirve como caldo de cultivo para el cambio y el desarrollo de la comunidad. Esta idea se confirma con base al 67% de crecimiento productivo y económico generado por la agricultura en el cantón Salitre, a raíz de la ejecución de los programas Agro católica y Agro ambiente. Sin embargo, al ser su estrategia comunicacional escasa no se ha difundido en toda la localidad.

De esta manera los habitantes del cantón salitre consideran que parte de los beneficios de una radio comunitaria sería conocer en mayor medida la parroquia en la que habitan. Por tal motivo consideran importante la integración de programas agrícolas en los medios de comunicación para el desarrollo cultural y educativo en la parroquia Palo de Iguana.

Para el conductor del programa Agro Católica es evidente que la radio comunitaria ayuda al desarrollo de una localidad, por lo cual la creación de una radio comunitaria favorecería a la población de la parroquia Palo de Iguana. No obstante, los habitantes del sector indican que si bien una radio comunitaria sería de gran utilidad, si el mismo no está dotado de noticias o información referente a la agricultura (temas relacionados con pesticidas y leyes que ayuden a los cultivos) no captaría la atención de los pobladores, dado que estos son temas de su interés.

El mantenimiento es una oferta en forma de expresión cultural y colectiva, en el lugar de ser presentado por artistas profesionales sofisticados. La educación aquí se trata más de compartir experiencias e intercambiar conocimientos dentro de la comunidad que de escuchar hablar a un experto o un maestro. Por último, se menciona que el trabajo de campo realizado por los periodistas de los programas Agro católica y Agro ambiente se limita a una investigación digital.

CONCLUSIONES

Con base a los datos obtenidos de las técnicas de recolección se puede decir que el índice de audiencia generada por la gestión comunicacional de la Universidad Santiago de Guayaquil, en el cantón salitre es del 35%. Situación que se estima puede deberse a la escasa estrategia comunicacional gestionada por la entidad.

Se determinó que el porcentaje de crecimiento productivo y económico generado por la agricultura en el cantón Salitre, a raíz de la ejecución de los programas Agro católica y Agro ambiente es del 67%, dado que promueve el cambio y el desarrollo cultural y educativo de la comunidad.

Se concluyó que, el trabajo de campo llevado a cabo por los periodistas de los programas Agro católica y Agro ambiente se limita a una investigación digital.

Para finalizar se subraya que la estrategia comunicacional por parte de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, con el desarrollo de los programas radiales Agro católica y Agro ambiente es escaso.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a los programas radiales Agro católica y Agro ambiente trabajar desde la comunicación comunitaria como herramienta de construcción colectiva, que enfatice el proceso de identidad y reconozca a cada actor social, con la intención de crear unidad entre la diversidad cultural.

Sería de gran importancia, además, que se integre a su contenido segmentos relacionados a los pesticidas que se encuentran en el mercado, socialización de leyes que benefician o perjudica a los agricultores, con la finalidad de abarcar temas de interés de la localidad de Salitre

Al haber reconocido por medio de un análisis bibliográfico el carácter educativo, cultural y movilizador que tiene la radio comunitaria, se recomienda plantear objetivos y desafíos claros para el desarrollo de estudios cuyo tema principal abarque el equipamiento y sostenibilidad de las emisoras comunitarias.

BIBLIOGRAFÍA

- Idrovo, J. (2016). Transformaciones rurales y agrarias en Ecuador. *Centro Latinoamericano para el desarrollo rural* .
- Vieytes, J. (1803). El pensamiento agrario ilustrado en el Río de la Plata. *Semanario de Agricultura, Industria y Comercio*.
- Organización de los Estados Americanos . (1995). Proyecto de Desarrollo Rural Integral del Occidente de Pichincha - Fase II. *Secretaría general de la Organización de los Estados Americanos*.
- Vinueza, A. (2009). *La inserción de pequeños productores maiceros organizados del cantón Ventanas en la agricultura por contrato y el desarrollo local. (Tesis de maestría)*. . Flacso, Quito.
- Rosero, F., Carbonell, Y., & Regalado, F. (2011). Soberanía alimentaria, modelos de desarrollo y tierras en Ecuador. . *Cafolis-Grupo Apoyo*.
- Madrid, T. (2018). La política agraria en Ecuador (1965-2015). *Revista Economía*.
- North, L. (2008). El desarrollo rural: sine qua non del desarrollo nacional. *Comentario Internacional*.
- Guerra, M. (2012). Cayambe: entre la agroempresa y la agrobiodiversidad. *Flacso, Sede Ecuador*.
- Pino, S., Aguilar , H., Apolo, A., & Sisalema , L. (2018). Aporte del sector agropecuario a la economía del Ecuador. Análisis crítico de su evolución en el período de dolarización. Años 2000 – 2016. *Revistas Espacios*.
- Phillippi, A., & Avendaño, C. (2011). Empoderamiento comunicacional: Competencias narrativas de los sujetos. *Revista Científica de Educomunicación*.
- Villalobos, O. (2005). Claves comunicacionales que intervienen en la construcción de ciudadanía. *Quórum Académico*, 2(1).
- Martínez-Fresneda , H. (2010). La trascendencia de la comunicación: una visión pedagógica de los medios . *Fragua*.
- Díez , J. (2010). Gestión de la comunicación en la sociedad del siglo XXI: Un ‘arma’ sutil para una globalización bajo sospecha. *Revista De Comunicación De La SEECI*, 22, 1-15.
- Rodríguez , L. (2011). Los paradigmas de la comunicación en el altiplano. *Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 2(1), 33-38.

- Tomàs, M., Feixas, M., & Marquès, P. (1999). La universidad ante los retos que plantea la sociedad de la información. El papel de las TIC. *Universidad Autónoma de Barcelona*.
- Altieri, M., & Yurjevic, A. (1999). La agroecología y el desarrollo rural sostenible en América Latina. *CEPAL*.
- Kay, C. (septiembre de 2007). Algunas reflexiones sobre los estudios rurales en América Latina. *Iconos. Revista de Ciencias Sociales*, 29, . 31-50.
- Chiriboga, M., & Wallis, B. (2010). Diagnóstico de la pobreza rural en Ecuador y respuestas de política pública. *RIMISP*.
- Haye. (1995). *Hacia una nueva radio RM*. Paídos.
- Piarpuezán, J. (2018). *Radio Púrpura: Educomunicación y género. Proyecto radiofónico para el empoderamiento de los derechos de las mujeres. Estudio de caso*. Universidad Central del Ecuador.
- Mata, M., & Scaraffia, S. (1993). *Lo que dicen las radios. Una propuesta para analizar el discurso radiofónico*. ALER, Quito.
- Larraín, J. (2008). El concepto de identidad. *Revista FAMECOS*, 1(21).
- Duverger, M. (1974). *Los Partidos Políticos* (Vol. Quinta reimpresión). México: FCE.
- Sanguineti, S., & Pereyra, M. (2013). Vocación de radio. Procesos de producción. *Universidad Nacional de Córdoba*.
- Rasila, B., & Mudau, M. (2012). la comunicación efectiva como herramienta estratégica para las áreas rurales desarrollo: un modelo para llevar a Sudáfrica Gobierno más allá de la movilización y la consulta a través de la participación pública. *Journal of Media and Communication Studies*, 4(7), 134-141.
- Chambers, R. (2010). Seminar: Revolution in development. . *Wits University*.
- Coldevin, G. (abril de 2014). Comunicación para el desarrollo rural. *La Red de Manejo de Recursos Naturales*.
- Massoni, S. (2000). Estrategias de comunicación rural: hacia una ciencia social más comprometida con lo social y sus transformaciones. *La Trama De La Comunicación*, 123-136.
- Galindo, G., Pérez, H., López, C., & Robles, A. (2001). Estrategia de comunicación en el medio rural zacatecano para transferir innovaciones agrícolas. *Terra Latinoamericana*, 19(4), 393-398.

- Bohmann, K. (1989). *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. Mexico, D.F, Mexico: Alianza Editorial Mexicana : Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Aguaded, J., & Martín, D. (2016). Educomunicación y radios universitarias: panorama internacional y perspectivas futuras. *Chasqui*, 124, 63-70.
- Marta, C., & Martín, D. (2014). Investigación sobre radio universitaria: presente, pasado y futuro. *Edmetic*, 3(1), 8-25.
- Yaguana, H., & Aguiló, J. (2014). La radio universitaria ecuatoriana, un reto para un nuevo tiempo. *Fragua*.
- Vázquez , M. (2015). La radio universitaria en México y España. Estudio de la participación y formación de los jóvenes. *Universidad Pompeu Fabra*.
- Ortiz , M., & Arquero , I. (2013). La manzana de Newton en Inforadio: redescubrir la ciencia y divulgar el conocimiento desde la radio universitaria. In Más Ciencia. Como trabajar la divulgación científica desde las Radios Universitarias. *Comunicación Social*,, 134-143.
- Pagardo, I. (2012). La ventana radiada. Oyentes y Red en conexión. *Editorial UOC*, 1-287.
- Chomón , J. (2016). La radio glocal cross-media: la alternativa ante la reducción de espacios de proximidad local en la radio convencional, revista icono 14. . *Revista científica de comunicación y tendencias emergentes*, 14(1), 258-286.
- Marta, C., & Segura, A. (2014). Radios universitarias y redes sociales: modelos de gestión y perfiles de usuario. *Historia y comunicación social*, 19, 341-354.
- Piñeiro, M., & Ramos, F. (2013). Potencialidades educativas de las webradios universitarias: una aproximación desde la perspectiva de docentes y discentes. *Redmarka*, 6, 85-112.
- Barrios, A. (2014). ¿La radio universitaria, a una mezcla de experiencia, juventud y tecnología? Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 126.
- Casajús , L., & Martín , D. (2016). La presencia de las radios universitarias españolas en las redes sociales. *Edmetic*.
- Espino, C., & Martín, D. (2012). Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica. *UOC*, 21-34.
- Casajús, L., & Vázquez, M. (2014). Los jóvenes prosumidores en la radio universitaria 2.0: un perfil en construcción. *Edmetic*, 3(1), 87-111.

- Fidalgo, D. (2012). Los dispositivos móviles marcan la nueva forma de escuchar las radios universitarias en el inicio de la segunda década del siglo XXI. *UOC*, 126-137.
- Barandiarán, M. (2018). En su propia voz: la radio rural en América Latina. *Revista Agroecología Leisa*, 18(2).
- Girard , B. (2000). La Radio no está amenazada por Internet. *Revista Latinoamericana de Comunicación*.
- Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi, Ecuador.
- ARCOTEL. (2019). *Ley orgánica de comunicación*. Quito.
- Presidencia del Ecuador. (2011). *Ley orgánica del régimen de la soberanía alimentaria*. Quito, Ecuador.

ANEXOS

Anexo 1 Modelo de encuesta

1. - ¿Ha escuchado usted los programas radiales Agro Ambiente y Agro Católica que emite la radio de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil?

a. Si los he escuchado ()

b. No los he escuchado ()

2.- ¿Está usted de acuerdo con la creación de una radio comunitaria en la parroquia?

a. Estoy de acuerdo ()

b. No estoy de acuerdo ()

d. Me es indiferente ()

3.- ¿Qué beneficios aportaría la instauración de una radio comunitaria en la Parroquia?

a. Conocerían más a mi parroquia ()

b. Comunidad más informada ()

c. Agricultores más respaldados ()

d. Crecimiento económico ()

4) ¿Escucha alguna radio que tenga un programa de información agrícola?

Si ()

No ()

5.- ¿Se debería darle más espacio a programas agrícolas en los medios de comunicación?

a. Es necesario ()

b. No es necesario ()

6.- ¿Qué tipos de programas o segmentos le gustaría escuchar a través de la radio comunitaria?

Deportivos ()

Agrícolas ()

Musicales ()

Noticias ()

Farándula ()

7.- ¿En qué horario le gustaría escuchar la radio comunitaria?

Mañana ()

Medio día ()

Tarde ()

Noche ()

8.- ¿Cuál es el medio de comunicación que más consumen los habitantes de la parroquia Palo de Iguana?

a. Radio ()

b. Televisión ()

c. Internet ()

d. Prensa escrita ()

9.- Valore la gestión de comunicación por parte de las autoridades de la parroquia Palo de Iguana con los agricultores

- a. Excelente**
- b. Adecuada**
- c. Escasa**
- d. Nula**

10.- ¿Cree usted que la creación de una radio comunitaria sería necesaria para el desarrollo cultural y educativo en la parroquia Palo de Iguana del cantón Salitre?

Si ()

No ()

Anexo 2
Modelo de entrevista

1 - ¿Qué concepto tiene usted del Medio de Comunicación Comunitario?

2 ¿Puede usted determinar cuáles serían las tres normas básicas para crear un medio de comunicación comunitario?

3 ¿Cuáles considera los temas o la información que la ciudadanía más demanda sobre temas de agricultura?

4 ¿Qué le hace falta a la radio en general para que llegue con más frecuencia a zonas rurales?

5 ¿Existe algún organismo que ayude con la organización de los medios comunitarios?

6 ¿Cree usted que la creación de una radio comunitaria sería necesaria para el desarrollo cultural y educativo en la parroquia Palo de Iguana del cantón Salitre?

7 ¿Considera usted que la instauración de una radio comunitaria ayudaría a mantener una comunicación directa entre los directivos parroquiales y sus habitantes?

8 ¿Cree usted que los medios comunitarios deberían implementar el periodismo digital?