



Universidad de Guayaquil
Facultad de Comunicación Social

TEMA:

“Análisis comunicacional del programa Salsa a la Carta de Radio Tropicalida y su impacto cultural en los moradores de Bastión Popular de Guayaquil”.

Autor:

Hayban Medina Campos

Tutora:

Lcda. Yamil De Haz Cruz, MCs.

Guayaquil - Ecuador

Octubre, 2020



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO: “Análisis comunicacional del programa Salsa a la Carta de Radio Tropicalida y su impacto cultural en los moradores de Bastión Popular de Guayaquil”.

AUTOR: Hayban Medina Campos

TUTORA: Lcda. Yamil De Haz Cruz, Msc.

INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil

FACULTAD: Comunicación Social

CARRERA: Comunicación Social

FECHA DE PUBLICACIÓN

N. DE PÁGS.: 88

ÁREAS TEMÁTICAS: Comunicación y cultura

PALABRAS CLAVES: Programa, radial, parrilla, musical, salsa.

RESUMEN: En el presente resumen se trata de la falta de impacto cultural en los moradores de Bastión Popular por el programa Salsa a la Carta donde se analizara el contenido del programa Salsa a la Carta de Radio Tropicalida y su impacto cultural en los moradores de Bastión Popular Bloque Dos, de la ciudad de Guayaquil. Siendo la metodología de investigación para este proyecto de titulación el método Descriptivo y se utilizara Técnicas cuantitativas y cualitativas además de entrevistas a expertos en el tema y encuestas realizadas al objeto de Investigación y la observación, además del diseño de investigación que se utilizo es el no experimental, además tiene como relación a la población de estudio cuya muestra son los habitantes del sector en referencia los mismos que nos ayudaran a mejorar el proceso del contenido de una nueva parrilla musical, dándonos como resultado una mejor sintonía y mayor cantidad de audiencia para el programa creado.

N. DE REGISTRO (en base de datos):

N. DE CLASIFICACIÓN

DIRECCIÓN URL (Tesis en la web)

ADJUNTO URL (Tesis en la web)

ADJUNTO PDF:

X SI

NO

CONTACTO CON AUTOR/ES

Teléfono:
0996100892

E-mail:
Hayban.medinac@ug.edu.ec

CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN

Nombre: Lcda. Yamil De Haz Cruz, Msc.

Teléfono: 0991002479

E-mail: angela.dehazc@ug.edu.ec

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR



ANEXO VIII.- INFORME DEL DOCENTE REVISOR

Guayaquil, 16 de octubre de 2020.

Dra. Alba Barreto González, MSc.
Directora de la carrera de Comunicación Social
Facultad de Comunicación Social
Universidad de Guayaquil
Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a usted el informe correspondiente a la **REVISIÓN FINAL** del Trabajo de Titulación "**Análisis comunicacional del programa Salsa a la Carta de Radio Tropicalida y su impacto cultural en los moradores de Bastión Popular de Guayaquil**" del estudiante Hayban Medina Campos

Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimiento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma:

El título tiene un máximo de 30 palabras.

La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.

El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad. La investigación es pertinente con la línea y sublíneas de investigación de la carrera.

Los soportes teóricos son de máximo 5 años.

La propuesta presentada es pertinente.

Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:

El trabajo es el resultado de una investigación.

El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.

El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.

El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica el que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que el estudiante está apto para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

Ing. Byron Castro Villacís Mgtr.
Docente Revisor
0909128209



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL
USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÈMICOS**

Yo, **Hayban Medina Campos** con C.C. No. **0927257436**, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “**Análisis comunicacional del programa Salsa a la Carta de Radio Tropicalida y su impacto cultural en los moradores de Bastión Popular de Guayaquil**” son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

Hayban Medina Campos
C.C 0927257436

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

Certificado del Docente Tutor

ANEXO VI. - CERTIFICADO DEL DOCENTE-TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

FACULTAD: COMUNICACIÓN
SOCIAL CARRERA: COMUNICACIÓN
SOCIAL

Guayaquil, 3 octubre 2020

Sra.
Alba Barreth
DIRECTORA DE LA CARRERA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación: **"Análisis comunicacional del programa Salsa a la Carta de Radio Tropicalida y su impacto cultural en los moradores de Bastión Popular de Guayaquil"** del estudiante **Hayban Medina Campos**, indicando que ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que el estudiante está apto para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,



MCs. YAMIL DE HAZ CRUZ

C.C. 1202032965

FECHA: OCTUBRE

ACTA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Hayban Medina Campos**, estudiante de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil deja constancia escrita de ser el autor responsable del presente trabajo de Titulación.



Hayban Medina Campos
CC 0927257436

Dedicatoria

Como pilar fundamental agradecido con Dios que sin el nada de esto fuera posible, brindándome sabiduría, salud, constancia y por ayudarme a cumplir mis objetivos y metas.

A mis padres Elías Medina y Lorena Campos los cuales me han ayudado en toda mi etapa como estudiante siendo un gran apoyo, dándome consejos. También a mis familiares como mi abuelo que es como mi padre, el señor Primitivo Campos, el cual me ha apoyado en todo momento, a mis dos ángeles en el cielo que me han sabido cuidar durante todo este proceso, mami Nola y mi Geruchita, a mis hermanos Michael y Nohelia que han aportado un granito de arena para llegar a obtener el anhelado título universitario.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por darme la sabiduría y paciencia de poder elaborar mi trabajo de titulación, el cual me ha costado cinco años de aprendizaje en mi querida facultad.

Imposible no estar agradecido con mis padres por su apoyo, el cual me ha servido de mucho no sólo para seguir este sueño sino, también para concluirlo.

A mis amigos que con consejos nos han sabido encaminar de manera correcta y con cariño este proyecto, por todas esas veces que no hemos apoyado y hemos estado del uno para el otro, en todas las ocasiones que nos hemos necesitado.

A la facultad de comunicación social que nos abrió sus puertas para lograr el objetivo de ser un profesional y a los maestros por compartir varios conocimientos y valores para el desarrollo de nuestra vida como comunicador social.

Extiendo el agradecimiento a mi Tutora la Lcda. Yamil De Haz MCs. por ser una pieza importante para la conclusión de esta etapa.

Índice de Contenido

Portada	I
Contenido	
REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	II
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR	III
LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÈMICOS	IV
CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD	V
Certificado del Docente Tutor	VI
ACTA DE RESPONSABILIDAD	VII
Dedicatoria	VIII
Agradecimiento	IX
Índice de Contenido	X
Índice de Figuras	XIII
Índice de Tablas	XIV
Anexos	XV
RESUMEN	XIII
Abstract	XIV
Introducción	1
CAPÍTULO I	3
EL PROBLEMA	3
1.1 Planteamiento del Problema	3
1.2 Formulación y Sistematización del Problema	4
1.2.1 Formulación del Problema	4
1.2.2 Sistematización del Problema	4
1.3 Objetivos de la Investigación	4
1.3.1 Objetivo General	4
1.3.2 Objetivos Específicos	4
1.4 Justificación	Error! Bookmark not defined.
1.5 Delimitación	5
1.6 Hipótesis	6
1.7 Identificación de las Variables	6
1.7.1 Definición Conceptual de las Variables	6
1.7.2 Definición Real de las Variables	6

1.7.3 Definición Operacional de las Variables	7
CAPITULO II	9
MARCO TEÓRICO	9
2.1 Antecedentes del estudio	9
2.2 Fundamentación Teórica	10
2.2.1 Comunicación	10
Emisor	10
Receptor	10
Mensaje	11
Canal	11
Ruido	11
Retroalimentación	11
2.2.2 Formato Radiofónico	12
2.2.3 Contenido Comunicacional	14
2.3 Marco Conceptual	24
2.4 Marco Contextual	25
2.5 Marco Legal	27
CAPITULO III	30
METODOLOGÍA	30
3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	30
3.1. Metodología	30
3.2. Diseño de la investigación	30
3.3 METODOS DE LA INVESTIGACION	30
3.3.1. Cualitativa	30
3.3.2. Cuantitativa	30
3.3.3. Método Inductivo – Deductivo	31
3.3.4. Método Estadístico	31
3.4 Tipo de Investigación	31
3.4.1. Investigación descriptiva	31
3.5 Técnicas Instrumentos de investigación	31
3.5.1. Encuesta	31
3.5.2. Observación	32
3.5.3. Entrevista	32
3.6. Población y Muestra	32
3.6.1. Población	32
3.6.2. Muestra	33

3.7 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	35
Entrevista 1.....	45
Entrevista 2.....	47
CAPITULO IV	49
LA PROPUESTA	49
4.1 Introducción.....	49
4.2 Descripción de la Propuesta	49
4.3 Justificación	49
4.4 Objetivos	50
4.4.1 Objetivo General	50
4.4.2 Objetivos Específicos.....	50
4.5 Contenido de la Propuesta.....	50
Logo representativo de Radio Tropicalida	50
Programación Salsa a la Carta	51
Guión para la parrilla de contenido	54
4.6 Recursos Financieros	58
4.6 Recursos Humanos.....	59
Cronograma de Actividades.....	60
4.7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	61
4.7.1 conclusiones	61
4.7.2 Recomendaciones	61
Bibliografía	62
Anexos	66

Índice de Figuras

Figura 1 Google Maps del bloque 2 de Bastión Popular.....	5
Figura 2 Proceso de Comunicación	11
Figura 3 Formato Radiofónico.....	13
Figura 4 Programacion en la radio.....	14
Figura 5 Contenido Comunicacional.....	15
Figura 6 Efecto comunicacional en la radio.....	17
Figura 7 Modelo del programa Radial	18
Figura 8 Segmento Radial	20
Figura 9 Impacto Cultural	21
Figura 10 Radio Tropicalida	25
Figura 11 sintonía radial.....	35
Figura 12 Programa Salsa a la Carta	36
Figura 13 Continuidad que escucha el programa	37
Figura 14 Contenido que presenta el programa.....	38
Figura 15 Parrilla de contenido en el programa	39
Figura 16 Cambiar la parrilla de contenido	40
Figura 17 Contenido apto para todo público.....	41
Figura 18 Franja de horario estelar	42
Figura 19 Horario que prefieren el programa.....	43
Figura 20 Desarrollo de contenido por los locutores.....	44
Figura 21 Logo de Radio Tropicalida	50
Figura 22 Programación de Salsa a la Carta.....	51
Figura 23 Red social Facebook de Radio Tropicalida	52

Índice de Tablas

Tabla 1 Operacionalización de las Variables	7
Tabla 2 Distribución de la población	32
Tabla 3 Cálculo de tamaño de la Muestra	33
Tabla 4 Resultado de la muestra del sector	34
Tabla 5 Sintonía Radial	35
Tabla 6 Programa Salsa a la Carta	36
. Tabla 7 Continuidad que escucha el programa	37
Tabla 8 Contenido que presenta el programa	38
Tabla 9 Parrilla de contenido en el programa	39
Tabla 10 Cambiar la parrilla de contenido	40
Tabla 11 Contenido apto para todo público	41
Tabla 12 Franja de horario estelar	42
Tabla 13 Horario que prefieren el programa	43
Tabla 14 Desarrollo de contenido por los locutores	44
Tabla 15 Guion de la Propuesta	54
Tabla 16 Recurso Financiero	58
Tabla 17 Recursos Humanos	59
Tabla 18 Cronograma de actividades	60

Anexos

Anexo 1 Certificado de Radio Tropicalida.....	67
Anexo 2 Encuestas.....	68
Anexo 3 Entrevistas.....	70



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

COMUNICACIÓN SOCIAL

UNIDAD DE TITULACIÓN

“Análisis comunicacional del programa Salsa a la Carta de Radio Tropicalida y su impacto cultural en los moradores de Bastión Popular de Guayaquil”.

Autor: Hayban Medina Campos

Tutora: Lcda. Yamil De Haz Cruz, MCs.

RESUMEN

En el presente resumen se trata de la investigación del impacto cultural en los moradores de Bastión Popular por el programa Salsa a la Carta donde se analizará el contenido del programa Salsa a la Carta de Radio Tropicalida y su impacto cultural en los moradores de Bastión Popular Bloque Dos, de la ciudad de Guayaquil. Siendo la metodología de investigación para este proyecto de titulación el método Descriptivo y se utilizara Técnicas cuantitativas y cualitativas además de entrevistas a expertos en el tema y encuestas realizadas al objeto de Investigación y la observación, además del diseño de investigación que se utilizo es el no experimental, además tiene como relación a la población de estudio cuya muestra son los habitantes del sector en referencia los mismos que nos ayudaran a mejorar el proceso del contenido de una nueva parrilla musical, dándonos como resultado una mejor sintonía y mayor cantidad de audiencia para el programa creado.

Palabras clave: Programa, radial, parrilla, musical, salsa.

Abstract



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

"Communicational analysis of the program Salsa a la Carta of Radio Tropicalida and its cultural impact on the residents of the Popular Bastion of Guayaquil".

Author: Hayban Medina Campos

Advisor: Leda. Yamil De Haz Cruz, MCs.

Abstract

This abstract deals with the lack of cultural impact on the residents of "Bastión Popular" by the program Salsa a la Carta where the content of the program Salsa a la Carta of "Radio Tropicalida" and its cultural impact on the residents of Bastión Popular Block Two, in the city of Guayaquil. Being the research methodology for this degree project the Descriptive method and quantitative and qualitative techniques will be used in addition to interviews with experts on the subject and surveys carried out for the purpose of research and observation, in addition to the research design that was used is the no It is also related to the study population whose sample is the inhabitants of the sector in reference, the same ones that will help us to improve the content process of a new musical grid, resulting in a better tuning and a greater amount of audience for the created program.

Keywords: Program, radio, grill, musical, salsa.



Dr. Pedro Alvarado Andino

Introducción

La influencia de las radios a nivel mundial es de gran relevancia, debido a la información que brindan de manera inmediata, logrando captar la atención de grandes masas, mediante programas noticiosos, de entretenimiento, musicales, entre otros, donde los radioyentes se sienten identificados con la programación que consumen, incluso siendo participes acotando en los respectivos segmentos que manejan las emisoras.

En Ecuador las radios buscan entretener a la población por medio de programas musicales que se dividen por segmentos de toda índole, contando con la participación de locutores, dándole un plus a la programación, buscando interactuar con los radioyentes que se encuentran en todos los rincones del país, sintonizándolos con gran frecuencia debido que es gratuita.

Guayaquil una ciudad muy entretenida la cual escucha música a cualquier horario del día, logrando influir en los programas mediante juegos o concursos que realicen para interactuar de mejor manera en el programa también realizan llamadas telefónicas para que incluyan su canción favorita, logrando de esta forma la emisora tener una mayor audiencia.

En el capítulo I del proyecto de titulación se descubre el planteamiento del problema el cual es escuchar música sin interrupciones por parte de los locutores o manejando un guion donde las personas puedan participar constantemente con los conductores del programa, la situación y ubicación del problema se da en los moradores del Bloque 2 de Bastión Popular, el objetivo principal es analizar la influencia comunicacional de Radio Tropicalida sobre el programa Salsa a la Carta y su impacto en los moradores de Bastión Popular Bloque 2 Guayaquil 2020 y la justificación se enlaza en promover una parrilla de contenido para que el segmento pueda generar mayor audiencia.

En el capítulo II por medio del marco teórico se indaga fuentes investigativas que sustenten nuestro trabajo, donde por medio de los antecedentes se busca temas similares que puedan complementar el proyecto en conjunto con las variables, las cuales van

ayudar al manejo de información en la propuesta y el marco legal fundamentando, en los artículos y leyes que se basen en el tema.

El capítulo III se muestra el desarrollo metodológico con el diseño de investigación descriptivo y exploratorio para llegar a fondo en el tema, mediante las técnicas y métodos ayudaran a determinar los resultados de las encuestas y entrevistas que se aplicaran por medio de la fórmula de muestreo, teniendo como prioridad recopilar información importante para el desarrollo de la propuesta.

El capítulo IV la propuesta se basa en la creación de una parrilla de contenidos para el segmento que impacte en los moradores de Bastión Popular Bloque 2 que ayude a mejorar el programa.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

La Red de Revista Científica de América Latina: La comunicación radial y la participación de los públicos en la sociedad indica.

“Como una necesidad propia el hombre para comunicarse, nace la radio, al tomar como antecedentes las aportaciones hechas por investigadores desde épocas pasadas.” (Sosa Velazquez & Martinez Alvarez, 2017, pág. 94).

La radio es un medio de comunicación tradicional, la cual permite llegar a millones de personas que reciben información de gran relevancia, entre ellos noticias o de entretenimiento por los interlocutores los cuales intervienen en la realización de algún programa o segmento de cualquier índole. A lo largo del tiempo ha ido evolucionando con la tecnología, donde se puede interactuar por medio de las redes sociales o llamadas telefónicas con los oyentes.

Los elementos primordiales que posee la radio es la realización de un estudio configurado para medir su audiencia por medio del rating, además de visualizar que edad tiene su público objetivo, dado que este medio es más utilizado por personas adultas, las cuales tienen mayor participación por medio de los segmentos y redes sociales de los respectivos programas.

Ecuador es un país que ama la música por eso cada emisora radial contiene una parrillada de programas importantes en sus radios, donde escuchan la radiodifusión personas de cualquier clase social, dado que no contiene ningún valor, por eso según estudios la clase media y baja son los que la sintonizan con mayor frecuencia, debido que son amas de casa, estudiantes, choferes, empleados entre otros.

Las personas escuchan con continuidad segmentos musicales, debido que es lo más llamativo, generando un gran impacto en los jóvenes que perciben géneros de diferentes índoles, dándole la adecuada importancia que se merece este medio, una de las categorías es la salsa, dado que contiene varios ritmos, como lo es romántico, choque y rumbero considerando todas bailables y sobre todo bien sintonizadas.

El programa salsa a la carta transmitido por Radio Tropicalida de Guayaquil es considerado en poner música salsa para todos sus oyentes, los cuales prefieren escucharla sin interrupciones por medio de los locutores, que le dan vida al programa, mandando algunos saludos o respondiendo preguntas y complaciendo a los usuarios.

1.2 Formulación y Sistematización del Problema

1.2.1 Formulación del Problema

¿Cómo se va analizar el programa Salsa a la Carta de Radio Tropicalida y su impacto en los moradores de Bastión Bloque 2?

1.2.2 Sistematización del Problema

- ¿Cuáles son las teorías que se debe examinar para comprender el análisis comunicacional del programa Salsa a la Carta de Radio Tropicalida y su impacto cultural en los moradores de Bastión Popular bloque 2 Guayaquil?
- ¿Qué metodología sería la indicada para desarrollar el impacto cultural en los moradores de Bastión Popular Bloque 2 y su conducta por el programa Salsa a la Carta?
- ¿Cuál es el estado actual de los moradores de Bastión Popular Bloque 2 y su análisis comunicacional del programa Salsa a la Carta?
- ¿Qué componente debe contener la creación de una parrilla de contenidos para el programa que impacte en los moradores de Bastión Popular Bloque 2?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

- Analizar el programa Salsa a la Carta de Radio Tropicalida y su impacto cultural en los moradores de Bastión Popular Bloque 2 Guayaquil 2020.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Determinar las fuentes primordiales que mantienen el proyecto de investigación.
- Indagar el estado actual de los moradores de Bastión Popular Bloque 2 y su influencia en el programa Salsa a la Carta.
- Diseñar una parrilla de contenidos para el programa salsa a la carta de radio tropicalida de 12:00 a 14:00 que impacte en los moradores de Bastión Popular Bloque 2.

1.4 Justificación

En el actual estudio análisis comunicacional del programa Salsa a la Carta de Radio Tropicalida y su impacto cultural en los moradores de Bastión Bloque 2 Guayaquil 2020. Es de gran importancia porque permite verificar que impresión tienen las personas sobre la sección de contenido que brinda un programa radial en el entretenimiento y comportamiento de la audiencia.

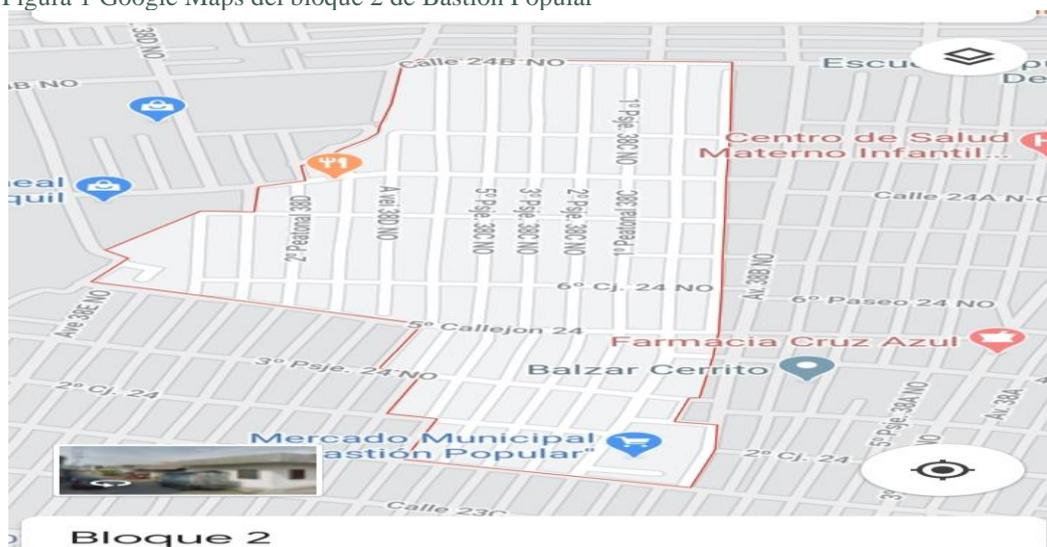
Es bueno poder promover a la comunidad un segmento el cual tenga las condiciones necesarias que el público desea, para mantener satisfecho a los oyentes, existiendo una parrilla de contenido para el segmento se podría generar mayor audiencia.

Es relevante dado que se cuenta con todos las tácticas y técnicas necesarias para lanzarlo al medio comunicacional y trascendental porque los oyentes podrán tener un segmento como siempre lo han deseado, cumpliendo todas sus necesidades.

1.5 Delimitación

La presente investigación se realizará a los moradores del Bloque 2 de Bastión Popular, teniendo como finalidad primordial analizar la comunicación que existe en el programa Salsa a la Carta de Radio Tropicalida y su impacto cultural en los moradores de Bastión Popular bloque 2 Guayaquil, la cual cuenta con una población de 3.700 personas.

Figura 1 Google Maps del bloque 2 de Bastión Popular



Fuente: Google Maps

Dirección: Bastión Popular Bloque 2, Norte de Guayaquil

Espacio: Comité de Bastión Popular Bloque 2

Campo: Campo- Cultural

Sublinea de Investigación: Comunicación, Cultura y Desarrollo Comunitario

Delimitación temporal: 2020

El proyecto “Análisis comunicacional del programa Salsa a la Carta de Radio Tropicalida y su impacto cultural en los moradores de Bastión Popular de Guayaquil”.

1.6 Hipótesis

¿La parrilla de contenido en el programa Salsa a la Carta en Radio Tropicalida se analizará de manera significativa en los moradores de Bastión Popular de Guayaquil?

1.7 Identificación de las Variables

Variable Independiente: Análisis Comunicacional

Variable Dependiente: Impacto cultural

1.7.1 Definición Conceptual de las Variables

El libro Nuevas Tendencias en Comunicación Estratégica expone:

Análisis Comunicacional: “La comunicación es una herramienta indispensable de las empresas en su relación con los públicos.” (Pintado & Sanchez, 2017, pág. 15).

Impacto cultural: “Hablar de Comunicación para el cambio social conlleva acercarse a términos como comunicación alternativa, participativa o para el desarrollo”

(Contreras, Pulido, & González Mairena, 2014).

1.7.2 Definición Real de las Variables

Análisis Comunicacional: Es la manera de influir en los moradores el segmento radial que se va presentar.

Impacto cultural: La manera en la que llega el mensaje hacia los oyentes lo que permite acercarse al desarrollo radial.

1.7.3 Definición Operacional de las Variables

Tabla 1 Operacionalización de las Variables

VARIABLE	DIMENSION	INDICADOR	INSTRUMENTO
<p>ANÁLISIS COMUNICACIONAL</p> <p>Variable Independiente</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Formato Radiofónico • Interacción de locutores • Modelo del programa 	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de programación • Comentarios de locutores • Clase de segmento 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Entrevista • Observación

<p>IMPACTO CULTURAL</p> <p>Variable Dependiente</p>	<ul style="list-style-type: none">• Oyentes• Nivel de comentario• Efecto comunicacional	<ul style="list-style-type: none">• Medición de aceptación• Manera de Expresión• Respuesta del oyente	<ul style="list-style-type: none">• Encuesta• Entrevista
---	---	---	---

Elaborado por: Hayban Medina

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del estudio

En el actual proyecto “Análisis comunicacional del programa Salsa a la Carta de Radio Tropicalida y su impacto cultural en los moradores de Bastión Popular de Guayaquil. Se basa en los siguientes antecedentes.

Revisando el Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil de la Facultad de Comunicación Social, donde hace mención al proyecto “Estudio del lenguaje periodístico que utiliza el programa radial “Radiación Temprana”, de la emisora Canela y su influencia en los jóvenes del segundo semestre de la Carrera de Comunicación, Facultad de Comunicación Social, periodo 2019” realizado por la señorita Rosmery Avilés (2019) con características similares a esta investigación.

Este estudio se basa en el lenguaje que utilizan los locutores de la emisora Radio Canela, en el programa Radiación Temprana, donde utilizan un lenguaje llamativo para el público, pero es un poco morboso debido al contenido que manejan, mediante chistes vulgares y la utilización de información con doble sentido, manteniendo un impacto en las personas de forma negativa.

El proyecto de titulación “Influencia del programa Radial La Rotativa Regional RRP filial de Trujillo en la formación de la conciencia ciudadana de los pobladores de 18 a 65 años de edad del distrito de Trujillo, 2016 de la Universidad Privada Antenor Orrego de Perú” (Chavez, 2017).

El programa radial influye de manera relevante en la sociedad, ayudando en información importante a los radioyentes, los cuales mantienen una frecuente comunicación con llamadas telefónicas o redes sociales para mostrar si el contenido de información que manejan es de gran ayuda o es malo.

La investigación de Contreras & Sandoval (2016) “Influencia de la emisora Sarare FM estéreo en los procesos de construcción de comunidad en el municipio de Saravena Arauca Colombia”.

La radio Sarare sirve para información a la comunidad, mediante la incidencia social que ocurre en los diferentes lugares de su ciudad, pero en ocasiones alteran el uso

de comunicar, haciendo que el público se sienta atraído por los locutores, no midiendo el bienestar de la información la manipulan para poder atraer mayor audiencia, permitiendo que las personas pierdan credibilidad al escucharlos.

Revisando el repositorio Latinoamericano con el tema “Elementos que conforman el que hacer del periodista radial en los noticieros matutinos de la emisora Caracol Radio, RCN la Radio y Radio Metecaña de Pereira de la Universidad Tecnológica de Pereira” (Osorio, 2014). Se refiere a la forma de interactuar los locutores con el público, donde se crea un manejo de información poco complejo para la audiencia, manteniendo datos poco creíbles de la comunicación que imparten estos medios.

2.2 Fundamentación Teórica

2.2.1 Comunicación

La comunicación permite tener una relación directa entre dos o más personas, permitiendo deducir información por medio de los interlocutores.

En términos generales, la comunicación es un medio de conexión o de unión que tenemos las personas para transmitir o intercambiar mensajes. Es decir, que cada vez que nos comunicamos con nuestros familiares, amigos, compañeros de trabajo, socios, clientes, etc., lo que hacemos es establecer una conexión con ellos con el fin de dar, recibir o intercambiar ideas, información o algún significado. (Thompson, 2008).

Los elementos de la comunicación permiten desarrollar un debido proceso importante para enviar y recibir información, la cual consta de un emisor, receptor, canal, ruido y retroalimentación, donde el codificador es quien emite el mensaje y a través del decodificador se lo recepta.

Emisor

Es la persona idónea de enviar el mensaje para que sea receptado, esto funciona a través de una debida sucesión en el desarrollo comunicativo, dado que si uno de estos dos elementos no están la comunicación no podría posible desplegarse, a tal punto que la información seria incompleta, generando un mensaje intermitente entre ambos.

Receptor

Es quien decodifica el mensaje o señal por medio de códigos, el cual emite el emisor, para que se pueda interactuar de buena manera y la información pueda ser

codificada, debe existir una retroalimentación directa entre estos dos elementos fundamentales en la comunicación.

Mensaje

En comunicación es lo que envía el emisor para ser decodificado por el receptor, donde se llevara a cabo la información impartida, ya sea a través de códigos o señales, manteniendo una estética adecuada el mensaje podrá llegar sin ningún problema.

Canal

Son las diferentes señales de información, que son impartidas por el emisor, quien empieza el debido proceso de comunicación.

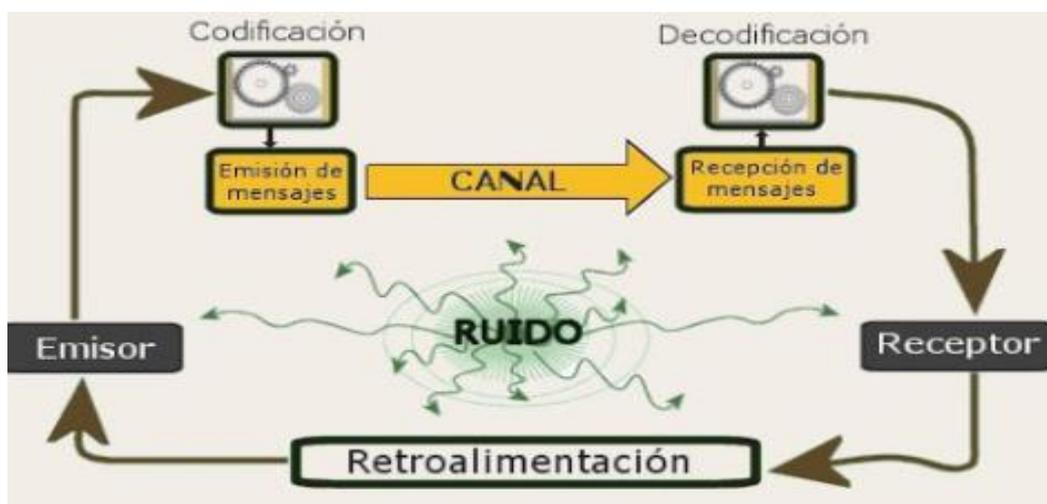
Ruido

Es el mensaje que se quiere transferir, pero se lo califica ruido por las diferentes señales que brinda al momento de impartir la información.

Retroalimentación

Este elemento es uno de los más primordiales, dado que permite verificar si el mensaje es decodificado por el receptor, para el luego dar una respuesta hacia el emisor.

Figura 2 Proceso de Comunicación



Fuente: Proceso de Comunicación
Adaptado por: Hayban Medina

La lógica de la comunicación masiva se basa en el esquema tradicional: un emisor emite un mensaje dirigido a miles de personas que muy eventualmente generarán un feedback. Con diferencias de estilos y características tanto la radio, la televisión y la prensa, se sustentan sobre

esta lógica unidireccional, jerárquica y de uno a muchos. (Bertolotti, 2009).

La comunicación permite lograr interactuarse de forma directa entre el emisor y receptor, lo importante es hacer llegar el mensaje, por los diferentes canales de información, entre ellos la radio la cual permite relacionarse de manera rápida, sustentando con bases teóricas importantes, manejando un dialecto con un razonamiento lógico relevante para el proceso comunicativo.

“La necesidad de comunicarse fue el motor de todo tipo de codificaciones expresivas” (Vazquez Montalban , 2014, pág. 5). La obligación de mantenerse informado o comunicado es un derecho, por el cual se crea la exigencia de distribuir información o recibirla.

“La comunicación es la interacción de las personas que entran en ellas como sujetos. No solo se trata del influjo de un sujeto en otro, sino de la interacción” (Arab, 2015).

La relación entre el dialogador y el oyente, ya permitir fomentar una comunicación clara y precisa, influyendo de buena forma a grandes masas, hasta poder involucrarse en el proceso de comunicación, influyendo hasta tal punto de existir varias interlocutores.

2.2.2 Formato Radiofónico

La radio maneja algunos formatos radiofónicos, los cuales conllevan a un ordenamiento del programa que se quiere proyectar, manteniendo un contenido de impacto, que llegue al oyente agrupándose por diferentes formas de información, bajo de manejo de entretener, comunicar, informar y lograr una interacción entre los locutores y la audiencia.

La radio es un medio de comunicación con grandes ventajas una de ellas es que es de fácil acceso, además que el oyente tiene la facilidad de realizar otras actividades mientras se informa, es por esta razón que el lenguaje radiofónico conocido por ser unisensorial es otra de las grandes ventajas debido a que si se habla de unisensorialidad se refiere a la utilización de un solo sentido en este caso se realiza mediante el oído, de

esta manera el oyente se informa mientras trabaja, realiza quehaceres domésticos o viaja. (Choez, 2017, pág. 13).

Figura 3 Formato Radiofónico



Fuente: Formato Radiofónico
Adaptado por: Hayban Medina

Las personas que escuchan la radio, prefieren que los formatos sean desarrollados en base a lo que ellos desean oír, de tal manera dicho medio interactúa con su público para lograr una fidelidad en los oyentes, dado que esto genera seguridad por la configuración que manejan los productores, al generar diferentes tipos de información entre ellos la música o clase de argumentos.

Los géneros radiofónicos son categorías de programas que se fundamentan en un acuerdo implícito entre emisores y receptores, conforme a un conjunto de reglas de producciones institucionalizadas y reconocibles. Modelos de representación de la realidad que otorgan estructura y orden a los contenidos de la radio para conseguir la creación de sentido por parte del emisor y la interpretación de sus mensajes por parte del receptor. (Pincay, 2019, pág. 11).

Existen diferentes programas, los cuales presentan contenidos en base a lo que requiere su medio de comunicación, por ende mantienen políticas adaptadas, para impartir un dialogo de acorde a sus directrices basadas a la interpretación del oyente con

lo que indica el locutor, haciendo referencia a su buen lenguaje y entendimiento a base la información que imparten.

Figura 4 Programacion en la radio



Fuente: Formato Radiofónico
Adaptado por: Hayban Medina

“Los medios de comunicación, es el vehículo más importante, eficaz e inmediato al momento de difundir hechos sobre el acontecer humano para mantener informada a la sociedad en general. Y tiene como objetivo informar, educar y entretener” (Granda Ramirez, 2017, pág. 13).

El objetivo principal que tiene la radio es informar, luego está el divertir y entretener al público, mediante un ordenado modelo de programación que contenga variedad para no aburrir a la audiencia, dado que es un medio gratuito y pueden cambiar de frecuencia las veces que deseen, hasta poder encontrar un programa de acorde a lo que desean escuchar.

2.2.3 Contenido Comunicacional

El contenido comunicacional que se refleja a la audiencia, debe ser decodificado de una manera positiva por el receptor, manteniendo un lenguaje descifrado por la audiencia, para poder lograr el manejo del mismo código del emisor, se podrá mantener una comunicación de manera positiva.

“Un criterio o idea en base de los conocimientos adquiridos debido a la aceptación que la persona logra alcanzar en los medios masivos” (Galdos, 2019, pág. 20).

“La noticia y la información a transmitirse a través de cualquier medio de comunicación deben de ser utilizado para acrecentar el conocimiento y respeto de quienes lo reciben” (Lema, 2017, pág. 36).

Esta aceptación de la información va depender de la forma en que se dé la comunicación, para lograr una aproximación adecuada en la recepción del mensaje. La noticia debe ser verificada bajo una fuente investigativa, la cual sirva como fuente de información para otras, la cual van a generar conocimientos.

Figura 5 Contenido Comunicacional



Fuente: Contenido Comunicacional
Adaptado por: Hayban Medina

Muchos de los individuos toman como hecho indudable lo que los medios producen, o compran lo que les ofrecen como muchos otros no lo hacen, ya que consideran que los medios mienten, pero también hay una realidad y es que su consumo es constante y cuentan con un alto poder de influencia en la vida de las personas (Reihis & Salinas, 2012).

El contenido que es producido por los medios genera un impacto social en la población, produciendo una incertidumbre en caso que la noticia impartida sea sin credibilidad y contrastada, dado que influyen de mala manera, donde deberían basarse en la realidad de los hechos o sucesos que se presentan en los diferentes tipos de contenidos que se puede socializar.

“Entre los aspectos positivos de los medios de comunicación se encuentran que ofrecen información, cultura y recreación, comunican con

otras culturas, creencias, países, conocimientos, entre otros. Son excelentes medios para desarrollar programas de cultura y educación” (Mendez & Quintana, 2017, pág. 242).

Esta información que ofrecen los medios es producida por fuentes investigativas adaptadas a la realidad, mostrando un conocimiento nítido, eficaz y de gran relevancia hacia la audiencia para que pueda generar un aprendizaje por medio de lo que comunican, logrando un gran interés en seguir escuchando su programación se va lograr una fidelidad en sus sintonizaciones.

2.2.4 Efecto Comunicacional

La comunicación logra un impacto en el la sociedad, deduciendo la manera de interpretar la información, manejando un debido proceso de comunicación entre el emisor y receptor, el cual sintetiza lo expresado por la codificación del mensaje.

En toda comunicación está presente una serie de elementos sin los cuales no se llevaría a cabo este proceso tan complejo. No basta sólo con hablar, es necesario ir más allá, romper la barrera de lo superficial. No se trata solamente de transmitir información, sino de expresar ideas, opiniones, sentimientos, emociones, tanto de un lado (emisor), como del otro (receptor). Para que se logre la comunicación entre dos personas, se tiene que dar un intercambio mutuo. (Gomez, 2016, pág. 5).

Este efecto genera diferentes expresiones de parte del receptor, el cual decodifica la información, manteniendo ideas acerca de lo que brinda el emisor, generando parte de este proceso comunicativo se empieza a desarrollar un efecto agradable entre ambos, logrando captar la atención de otros decodificadores se lograra una interrelación adecuada.

“La Radio es un medio de comunicación de masas, que su principal papel es el de comunicación e información y la sociedad produciendo una dinámica interactiva entre el medio y los radioescuchas” (Granda Ramirez, 2017, pág. 15).

La radio genera un aspecto social, ambiguo entre positivo y negativo dado que algunos medios, brindan información un poco vistosa al momento de comunicar, adulterando la noticia con la finalidad de captar la atención con los oyentes y otros tienen credibilidad, manejando una interacción permanente y directa hacia el radioescucha el cual genera su propio entendimiento en la información.

La interacción entre usuarios ha permitido que se pueda profundizar en el debate de los temas en los que se interese cada individuo. Hasta ahora el público recibía la información de los Medios de Comunicación o de otros emisores directamente y se tenía poca capacidad de respuesta, crítica o diálogo. (Torres & Pineda, 2017, pág. 31).

Figura 6 Efecto comunicacional en la radio



Fuente: Efecto comunicación en la radio
Adaptado por: Hayban Medina

La relación entre los medios de comunicación y los oyentes, se logra a medida del alcance informativo entre las grandes masas, logrando una interacción entre el panelista con el oyente, manteniendo un pensamiento crítico y lógico se va mantener un efecto comunicación que podrá relacionarse entre sí.

La comunicación brinda muchos factores importantes y uno de ellos es la facilidad del entendimiento. Es de gran importancia saber escuchar para aprender, por eso la creatividad es de consideración porque permite obtener nuevo contenido y a su vez mayor audiencia, también para los críticos que por ellos se mejora los temas a tratar. (Pineda, 2019, pág. 13).

La comprensibilidad del manejo de información, en la clase de contenido que se va impartir debe generar una perspectiva positiva hacia el receptor, el cual debe de confiar en el emisor, el cual para dar una noticia debe estar seguro de lo que imparte, debido que genera una difusión correcta.

2.2.5 Modelo de Programa

Los diferentes modelos de programas producen contenidos de gran índole, siendo relevantes para quienes los escuchan, manteniendo una identidad significativa en su rol de compartir hechos de conocimiento social.

La programación radial es considerada como la tarjeta de presentación de una emisora, es la identidad y la razón de ser como imagen. Es un conjunto de programas que se transmiten al aire en el transcurso del día, es una planificación previa de lo que el medio de comunicación radial va a difundir (Cerezo, 2016, pág. 27).

La programación radial genera información de acorde a lo que desea su producción o contenido, manteniendo una imagen constructiva a lo que quieren proyectar, manteniendo una difusión de gran importancia a los oyentes para que puedan entretenerlos, educarlos y culturalizarlos para generar conocimientos y aprendizaje en lo que se imparte.

Figura 7 Modelo del programa Radial



Fuente: Efecto comunicación en la radio
Adaptado por: Hayban Medina

La radio es una tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación de ondas electromagnéticas. Este medio de comunicación es efectivo para el hombre, pues no necesita de imágenes para poder transmitir la información. Y por su alcance electromagnético

le es mucho más fácil el poder llegar a lugares lejanos. (Jurado, 2014, pág. 14).

Las diferentes herramientas tecnológicas que han adaptados algunos medios de comunicación son con mayor frecuencia, pero en general la radio maneja sus redes sociales para proyectar imágenes o brindar mayor información, para que la audiencia se haga una idea o genere conocimiento de la proyección que están comunicando, además que sirve para llegar a grandes masas.

2.2.6 Segmento en la radio

Los medios de comunicación presentan diferentes segmentos en sus contenidos, manejando una relación con la audiencia, mediante diferentes variedades en su información.

“La radio tiene una infinidad de usos, sin embargo la mayoría de nosotros dependemos de la comunicación de masa, puesto que tiene un gran agujero y una variedad ilimitada de información y entretenimiento” (Rosales, 2017, pág. 21).

Los segmentos generan una estructura permanente de un orden adecuado, para su programación, la cual se encuentra dividida en, contenidos noticiosos e informativos, cultural, deportivo, educativo y salud, desarrollando una sección adecuada para que el oyente se pueda relacionar con los locutores de acorde a la información que imparten mediante una búsqueda investigación de acorde a lo que desea su público objetivo.

La estructura es el esqueleto del programa, porque aquí se ubican las secciones, sus respectivas duraciones en tiempo y sección que acumula conforme avanza el programa. El cual hace un ordenamiento adecuado de las secciones, pues conforme avanza la transmisión del programa, el oyente se va adaptando psicológicamente a él. (Araya, 2004, pág. 195).

Figura 8 Segmento Radial

Fuente: Segmento radial
Adaptado por: Hayban Medina

El orden de la información que presentan los medios radiales va depender de la audiencia o clase de programa que presentan, además con la actualización de herramientas tecnológicas y didácticas se ha proyectado el manejo de la web, la cual ha servido para relacionarse con el público de manera directa, mediante el programa en vivo, donde se puede presentar algún hecho noticioso o de entretenimiento el cual sea enfocado de manera positiva en la programación.

2.2.7 Impacto Cultural

La socialización en la información logra un impacto en la información impartida por el emisor a tal punto de gestionar algún acto comunicativo de importancia con el receptor para que este lo pueda proyectar en su capacidad de conocimiento y poder adquirir ideas del mensaje.

“La cultura se debe apreciar como una manifestación propia del ser humano que consiste en comprender, organizar y significar al mundo. Costumbres y tradiciones son rasgos muy peculiares de la cultura” (Silva, 2019, pág. 8).

Las personas aprecian la clase de contenido que reciben a tal punto buscan culturalizarse a través de la información, conociendo los rasgos comunicativos, los cuales se producen a través de la decodificación del hecho o acontecimiento percibido en el control de la regulación de argumentos contraídos por terceras personas.

En general se puede decir que los problemas éticos planteados por los medios masivos de comunicación eran, antes de Internet, más fáciles de solucionar dado que bastaba aparentemente poner reglas de control adecuadas en las emisoras, e impartir una educación ética adecuada a los intermediarios responsables de la selección y/o interpretación de los mensajes, o sea los periodistas. (Capurro & Gutierrez, 2009).

Figura 9 Impacto Cultural



Fuente: Segmento radial
Adaptado por: Hayban Medina

Este impacto puede generar actitudes positivas y negativas de quien recibe la información, dado que las herramientas tecnológicas juegan un rol significativo, a tal punto que proyectan información a su manera, generando en ocasiones contenido un poco basados en la imaginación de los oyentes, generando una confusión, a tal punto que se ven obligados a cambiar de medio de comunicación, por la búsqueda de un medio confiable.

“La identidad común entre los miembros de una sociedad global se refuerza porque se comparten símbolos, valores, modos de vida que conforman una unidad de conciencia que permite establecer vínculos mucho más sólidos” (Cevallos, 2018, pág. 33).

Cada persona logra tener una perspectiva diferente en la manera de escuchar las cosas, pero es necesario que todos capten la misma información, donde se puedan recrear imágenes o sucesos de acorde a los códigos que desarrollan los emisores,

impacto el contenido o teniendo como resultado una muestra como su modo de vida mediante fusiones resistentes.

2.2.8 Recepción de contenidos

El control de la recepción de información depende de la interpretación de la información o ver la realidad de las cosas, mediante lo que transmiten en este caso los locutores de radio.

Para emitir un mensaje se lo realiza mediante códigos y en la mente se formulan ideas para transmitir lo que el ser humano va a decir en forma hablada, con el objetivo de comunicar algún pensamiento, colocando a los individuos como receptores y así empatizar entre ellos, además la comunicación oral sirve para compartir conocimientos hacia los demás verbalmente. (Cordova, 2017).

La mente de los oyentes juega un rol importante, el cual va lograr captar información de lo que brindan los medios de comunicación, donde los receptores manejan el proceso comunicativo de acorde a lo que imparten, para este contenido ser decodificado para hacerlo llegar a grandes masas.

El mundo actual se caracteriza por tener un consumo excesivo de los medios de comunicación, estos en gran parte fijan una fidelización en las audiencias. Por lo tanto dentro de la masividad de los medios estos buscan diferentes tipos de estrategias de comunicación para así lograr posesionarse dentro del mercado de las audiencias al punto de influir en ellas (Tipan, 2019).

En la actualidad los medios de comunicación generan contenidos de acorde a los que el oyente, o en este caso receptor desea oír, manejando estrategias propias para que la audiencia logre una fidelización a su medio de comunicación, para lograr una interacción con gran relevancia entre el locutor y las personas, de acorde a la información impartida se podrá desarrollar un orden debido en el proceso comunicativo.

El proceso por el cual debe pasar la recepción para obtener e interpretar una problemática es el manejo de la comunicación, es decir que exista la relación que une tanto al que emite como al que lo recibe y que el mensaje sea codificado (Uzhca, 2017, pág. 17).

Como indica el autor la forma de interpretar el mensaje va permitir una relación comunicacional buena o mala, debido a la forma en que el emisor va transferir el mensaje, se podrá deducir el hecho noticioso desde una perspectiva envuelta a la realidad de lo que se quiere dar a entender, como forma de idea o conocimiento entre estos dos elementos.

La radio es un medio que nunca se ha mantenido al margen de los cambios tecnológicos. La evolución de las formas de producción, distribución y recepción se ha proyectado en la configuración de los contenidos y de las formas de interacción con la audiencia desde los orígenes centenarios del medio. (Martinez & Prata, 2017, pág. 110).

La radio ha producido cambios muy profundos adaptando medidas de gran apoyo para su medio de comunicación, con una configuración de orden adecuado, acorde lo que la audiencia desea recibir, para mostrar de cierto modo, el contenido que desea impartir los locutores, por ende optan por realizar videos en sus redes sociales manteniendo una proyección de lo que muestran o hacen en la cabina de radio.

2.3 Marco Conceptual

Segmento radial: Los medios de comunicación presentan diferentes segmentos en sus contenidos, manejando una relación con la audiencia, mediante diferentes variedades en su información.

Impacto Cultural: La socialización en la información logra un impacto en la información impartida por el emisor a tal punto de gestionar algún acto comunicativo de importancia con el receptor para que este lo pueda proyectar en su capacidad de conocimiento y poder adquirir ideas del mensaje.

Modelo de programa: Los diferentes modelos de programas producen contenidos de gran índole, siendo relevantes para quienes los escuchan, manteniendo una identidad significativa en su rol de compartir hechos de conocimiento social.

Hecho Noticioso: Es un suceso importante que muestran los medios de comunicación.

Formato Radiofónico: La radio maneja algunos formatos radiofónicos, los cuales conllevan a un ordenamiento del programa que se quiere proyectar, manteniendo un contenido de impacto, que llegue al oyente agrupándose por diferentes formas de información, bajo de manejo de entretener, comunicar, informar y lograr una interacción entre los locutores y la audiencia.

Contenido Comunicacional: El contenido comunicacional que se refleja a la audiencia, debe ser decodificado de una manera positiva por el receptor, manteniendo un lenguaje descifrado por la audiencia, para poder lograr el manejo del mismo código del emisor, se podrá mantener una comunicación de manera positiva.

.

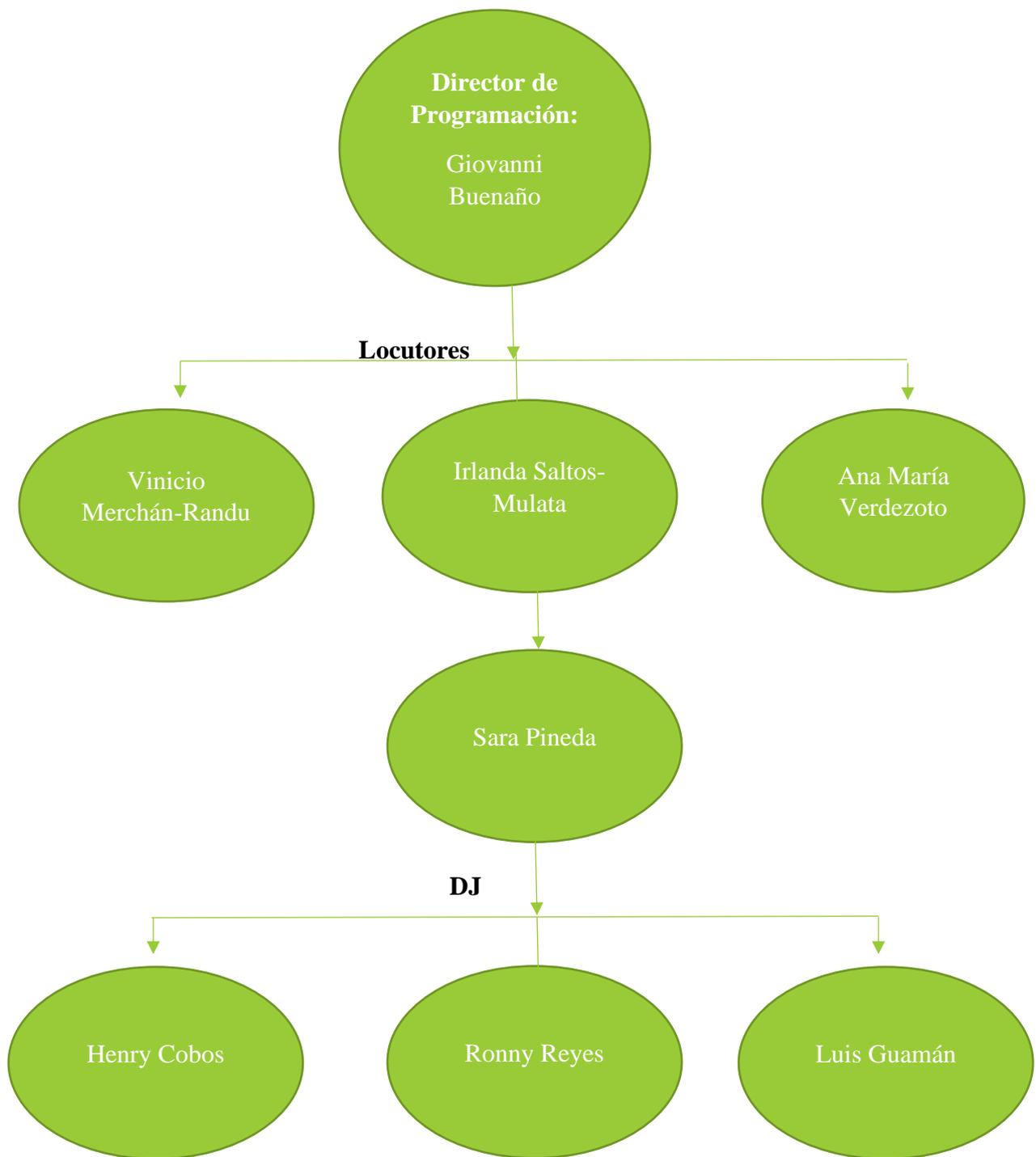
2.4 Marco Contextual

Figura 10 Radio Tropicalida



Fuente: Formato Radiofónico
Adaptado por: Hayban Medina

El presente proyecto “Análisis comunicacional del programa Salsa a la Carta de Radio Tropicalida y su impacto cultural en los moradores de Bastión Popular de Guayaquil. Se desarrolla la investigación en el Bloque 2 de Bastión de Popular la cual se encuentra comprendida por 776 personas en un rango de 18 años a 60 años en según datos recolectados por el INEC. Donde se podrá verificar que impacto logran tener mediante la comunicación que imparte Radio Tropicalida, la cual cuenta con los siguientes aspectos:



2.5 Marco Legal

El presente marco legal ha sido tomado basado en la Constitución de la República del Ecuador, del año 2008 aprobado en Montecristi Manabí tomando los siguientes artículos en concordancia con el tema.

Sección tercera Capitulo: Comunicación e Información

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

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

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

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelará que en su utilización prevalezca el interés colectivo.
2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los 25 medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

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

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

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

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente. Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

Art. 20.- El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación.

Ley Orgánica de Comunicación

Art 34 -. Derecho al acceso a frecuencias. Todas las personas en forma individual y colectiva tienen derecho 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 (Ley Orgánica de Comunicación, 2013, pág. 18).

Art 97 -. La Ley Orgánica de Comunicación en la sección sexta sobre Producción Nacional en el Artículo 97 sobre Espacio Nacional expresa lo siguiente:

Los medios de comunicación audiovisual, cuya señal es de origen nacional, destinarán de manera progresiva, al menos el 10% de su programación diaria en el horario apto para todo público, a la difusión de contenidos de producción nacional. Este contenido de origen nacional deberá incluir al menos un 10% de producción nacional independiente, calculado en función de la programación total diaria del medio. La difusión de contenidos de producción nacional que no puedan ser transmitidos en horario apto para todo público será imputable a la cuota de pantalla que deben cumplir los medios de comunicación audiovisual. La cuota de pantalla para la producción nacional independiente se cumplirá con obras de productores acreditados por la autoridad encargada del fomento del cine y de la producción audiovisual nacional.

Declaración de los Derechos Humanos

Artículo 19.- Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión. (Declaración Universal de los Derechos Humanos, 1948, pág. 40).

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Metodología

Se partió de la definición de que por metodología se entiende el conjunto de orientaciones teóricas, el método, las técnicas e instrumentos que guardan coherencia para que el enfoque y la recolección de información tengan congruencia y permitan plantear la información de las diferentes fuentes seleccionadas.

En ese sentido es importante afirmar que si bien se tome en cuenta una institución de salud y ayuda comunitaria como unidad de análisis de la investigación, solamente pueden inferirse criterios generales para ubicar el enfoque que prevalece en la atención al adulto mayor, los servicios y recursos de que se dispone, pero no se pretendió realizar un análisis comparativo, considerando la dinámica de la institución y su cobertura; además, la investigación por su naturaleza exploratoria y descriptiva no parte de datos previos para profundizar en el análisis comparativo.

3.2. Diseño de la investigación

Para el presente proyecto se utilizará un diseño no experimental, es decir, las variables no serán manipuladas, solo se encontrará la incidencia que tiene la variable X1 y variable X2, en un momento determinado del estudio, donde se aplicarán las distintas técnicas de investigación para el sector del fenómeno observable.

3.3 METODOS DE LA INVESTIGACION

3.3.1. Cualitativa

La representación de la indagación es Cualitativa, porque a través de los objetivos que se propuso en el proyecto se analizarán las causas de este problema social, y el aporte representativo en entrevistas a expertos, como la locutora Irlanda Saltos Rivera, y Gino Molineros, locutor de radio Disney.

3.3.2. Cuantitativa

La Cuantitativa se recolectará datos estadísticos que se obtendrán a través de encuestas, direccionadas al grupo de habitantes del sector de Bastión Popular Bloque 2, para medir su opinión con las distintas técnicas que servirán de argumento y peso al

estudio sobre el análisis comunicacional de la sintonía radial del programa Salsa a la Carta de radio Tropicalida 91.3 Fm . De manera que pueda definir el plan de comunicación planteado en mi proyecto investigativo, que es una parrilla de programación radial.

3.3.3. Método Inductivo – Deductivo

La aplicación permitió recopilar información de fuentes secundarias e Internet, con la finalidad de conformar el marco teórico que orientó la emisión de criterios sobre la realidad observada en los octavos años de educación básica de la institución investigada.

3.3.4. Método Estadístico

Se aplicó para el proceso de recopilación de datos de fuentes primarias, para luego procesar, describir e interpretar los datos en base a los resultados porcentuales organizados en tablas y gráficos estadísticos.

3.4 Tipo de Investigación

La presente investigación es de tipo descriptiva.

3.4.1. Investigación descriptiva

Es de tipo descriptiva por cuanto describe hechos, causas y consecuencias, mediante la aplicación de instrumentos documentales y de campo para conocer la población de Bastión Popular Bloque 2, quienes responderán el cuestionario para identificar las características de sus actos.

3.5 Técnicas Instrumentos de investigación

3.5.1. Encuesta

Se aplicará las encuestas a las familias del Sector de Bastión Popular Bloque 2 de la parroquia Pascuales de la Ciudad de Guayaquil con la finalidad de obtener la información sobre los tipos y dimensiones del programa radial Salsa a la carta de radio Tropicalida 91.3 Fm, y las características del problema para identificar las repercusiones en la conducta y en el hogar, estos instrumentos que se estructuran con preguntas cerradas con alternativas de selección, con la finalidad de obtener información precisa y objetiva.

3.5.2. Observación

Es el procedimiento más usado porque consiste en observar con atención los hechos y seleccionarlos para analizarlos en el proceso de la investigación. Además de que va acorde al tema de investigación.

Nos permite percibir el problema de la emisión de los comentarios realizados por el locutor en el momento de salir al aire con el programa el cual desmotiva a la audiencia, que son objeto de la investigación, a fin de determinar y recopilar datos reales del problema.

3.5.3. Entrevista

Para conocer el problema en los hogares y dar una ayuda para que salgan de este problema.

3.6. Población y Muestra

3.6.1. Población

Para el desarrollo de la investigación se considera como población de estudio a las familias que pertenecen a los radioescuchas del programa Salsa a la Carta de Radio Tropicalida 91.3 Fm de la Ciudad de Guayaquil, ubicadas en el sector Bastión Popular Bloque 2 de la Parroquia Pascuales en donde se aplicaron las técnicas e instrumentos de investigación necesarios que permitieron recolectar datos que fueron analizados críticamente los resultados, la población está caracterizada de la siguiente manera: sector Bloque 2 de Bastión Popular con un total de 125 familias.

Tabla 2 Distribución de la población

	POBLACIÓN
BLOQUE 2 CUADRA #1	50
BLOQUE 2 CUADRA #2	50
BLOQUE 2 CUADRA #3	50
BLOQUE 2 CUADRA #4	50
BLOQUE 2 CUADRA #5	50
TOTAL	250

FUENTE: elaboración a base de los moradores del Bloque 2 de bastión Popular de la ciudad de Guayaquil.

Elaborado por: Hayban Medina Campos, estudiante del 9no semestre de Facso.

3.6.2. Muestra

Es una parte de la población, o sea, un número de individuos u objetos seleccionados científicamente, cada uno de los cuales es un elemento del universo. La muestra “es obtenida con el fin de investigar, a partir del conocimiento de sus características particulares, las propiedades de una población, y consiste: “en que las poblaciones pequeñas o finitas no se selecciona muestra alguna para no afectar la validez de los resultados”.

En vista de que la población es pequeña se tomará toda para el estudio y esta se denomina muestreo censal.

Tomando en consideración la fórmula para el cálculo de muestras con población conocida, el resultado es el siguiente:

Tabla 3 Cálculo de tamaño de la Muestra

n	Muestra
N	Población
pq	Varianza Poblacional
E	Error Máximo admisible 5%
K	Coficiente de corrección de error

FUENTE: Cálculo de tamaño de la Muestra

Elaborado por: Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

$$n = \frac{N * pq}{(N-1) (E/K)^2 + pq}$$

$$n = \frac{276 (0.25)}{(276 - 1) (0.05/2)^2 + 0.25}$$

$$n = \frac{69}{(275) (0.025)^2 + 0.25}$$

$$n = \frac{69}{0.171875 + 0.25}$$

$$n = \frac{69}{0.421875}$$

$$n = 120$$

Las encuestas se aplicarán a 120 habitantes del Sector Bastión Popular bloque 2 de la ciudad de Guayaquil.

Tabla 4 Resultado de la muestra del sector

	POBLACION (N)	MUESTREO(n)
BLOQUE 2 CUADRA #1	50	25
BLOQUE 2 CUADRA #2	50	30
BLOQUE 2 CUADRA #3	50	28
BLOQUE 2 CUADRA #4	50	22
BLOQUE 2 CUADRA #5	50	15
TOTAL	250	120

Fuente: Elaboración según los archivos de Bastión Popular bloque 2 de la ciudad de Guayaquil

Elaborado por: Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

3.7 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

1.- ¿Al medio día usted escucha el programa radial Salsa a la Carta?

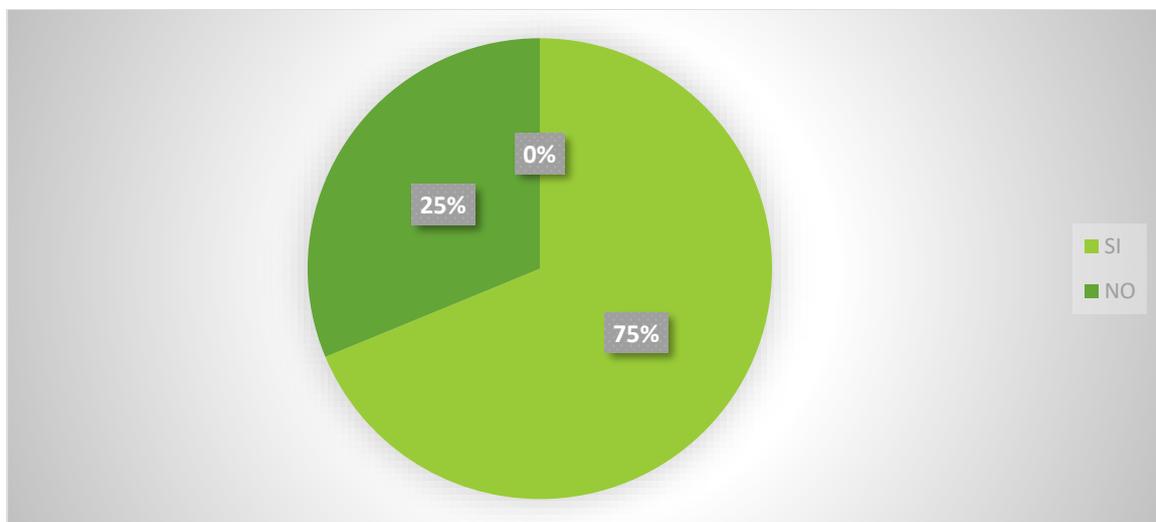
Tabla 5 Sintonía Radial

No.	INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	SI	90	75%
2	NO	30	25%
Total		120	100%

Elaborado Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

Fuente: Encuesta realizada a los moradores de Bastión Popular bloque 2

Figura 11 sintonía radial



Elaborado Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

Fuente: Encuesta realizada a los moradores de Bastión Popular bloque 2

Análisis:

Como podemos percibir el 75% de la población escucha el medio día el programa radial Salsa a la Carta, debido que se encuentra en su hora de almuerzo y les da un poco de tiempo para prestarle mayor atención a la clase de contenido que presenta el programa, mientras que el 25% indica que no, dado que se encuentran realizando algunas actividades.

2. ¿Qué tal le parece el programa Salsa a la Carta?

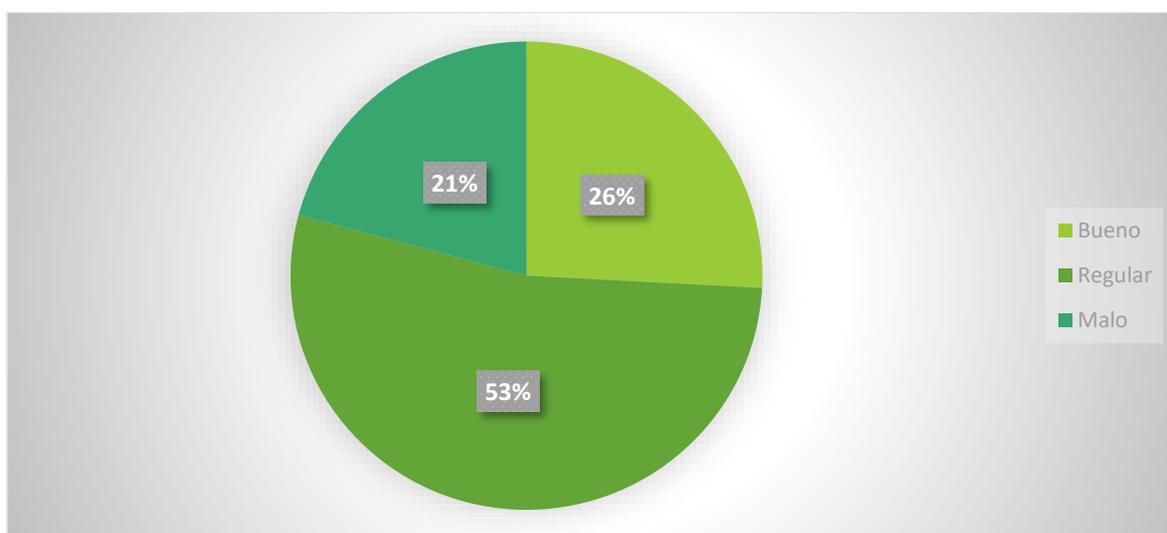
Tabla 6 Programa Salsa a la Carta

No.	INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Bueno	31	26%
2	Regular	64	53%
3	Malo	25	21%
Total		120	100%

Elaborado Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

Fuente: Encuesta realizada a los moradores de Bastión Popular bloque 2

Figura 12 Programa Salsa a la Carta



Elaborado Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

Fuente: Encuesta realizada a los moradores de Bastión Popular bloque 2

Análisis

El 53% de los encuestados indica que el programa Salsa a la Carta es regular debido a la clase de contenido que presentan que en ocasiones se pasan de exagerados en el lenguaje que manejan, mientras que el 26% indica que es bueno debido que los entretiene y lo consideran bien atraídas para su percepción, mientras que el 21% indica que es malo dado que prefieren contenidos novedosos.

3. ¿Con que continuidad escucha el programa Salsa a la Carta?

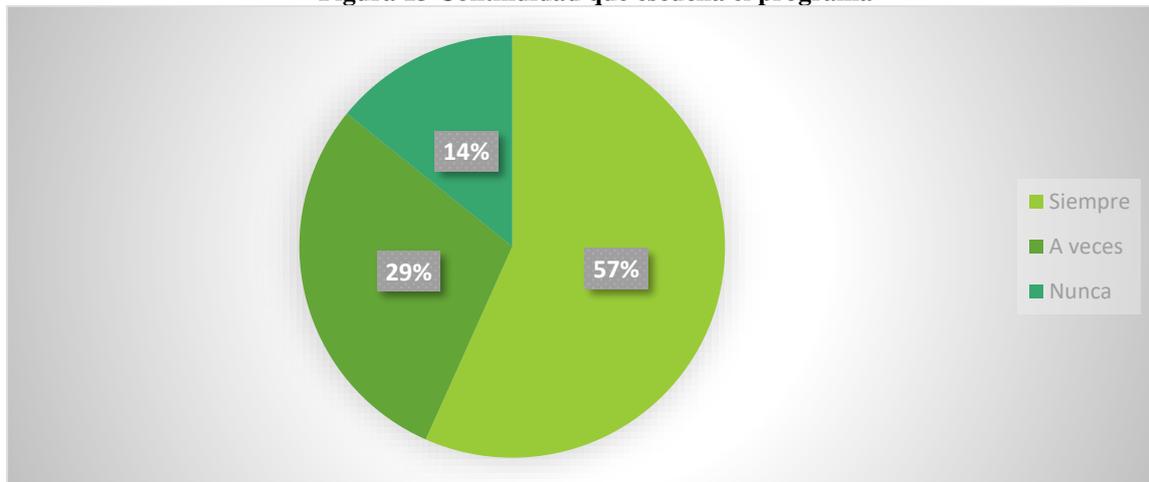
Tabla 7 Continuidad que escucha el programa

No.	INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Siempre	68	57%
2	A veces	35	29%
3	Nunca	17	14%
Total		120	100%

Elaborado Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

Fuente: Encuesta realizada a los moradores de Bastión Popular bloque 2

Figura 13 Continuidad que escucha el programa



Elaborado Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

Fuente: Encuesta realizada a los moradores de Bastión Popular bloque 2

Análisis

Las personas encuestadas indican que escuchan con continuidad el programa Salsa a la Carta, reflejándose con un 53% dado que les gusta la música que imparten, mientras que el 29% indica que a veces escucha dado que realizan algunas actividades y les da poco tiempo de sintonizar la radio, mientras que el 14% indica que casi nunca escucha, debido que ofrecen poco contenido.

4. ¿Está de acuerdo con el contenido que presenta el programa Salsa a la Carta?

Tabla 8 Contenido que presenta el programa

No.	INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	De acuerdo	37	31%
2	A veces	52	43%
3	En desacuerdo	31	26%
Total		120	100%

Elaborado Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

Fuente: Encuesta realizada a los moradores de Bastión Popular bloque 2

Figura 14 Contenido que presenta el programa



Elaborado Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

Fuente: Encuesta realizada a los moradores de Bastión Popular bloque 2

Análisis

El 43% de los encuestados indican que a veces está de acuerdo con el contenido que presentan en el programa, dado que existen otras emisoras que proyectan el mismo contenido, solo varía su forma de dar la información, mientras que el 31% indica que está de acuerdo debido que generalmente hablan poco y comúnmente proyectan sonidos musicales y por último el 26% está en desacuerdo dado que no refleja contenido relevante.

5. ¿Está usted de acuerdo con que se realice una parrilla de contenidos en el programa Salsa a la Carta?

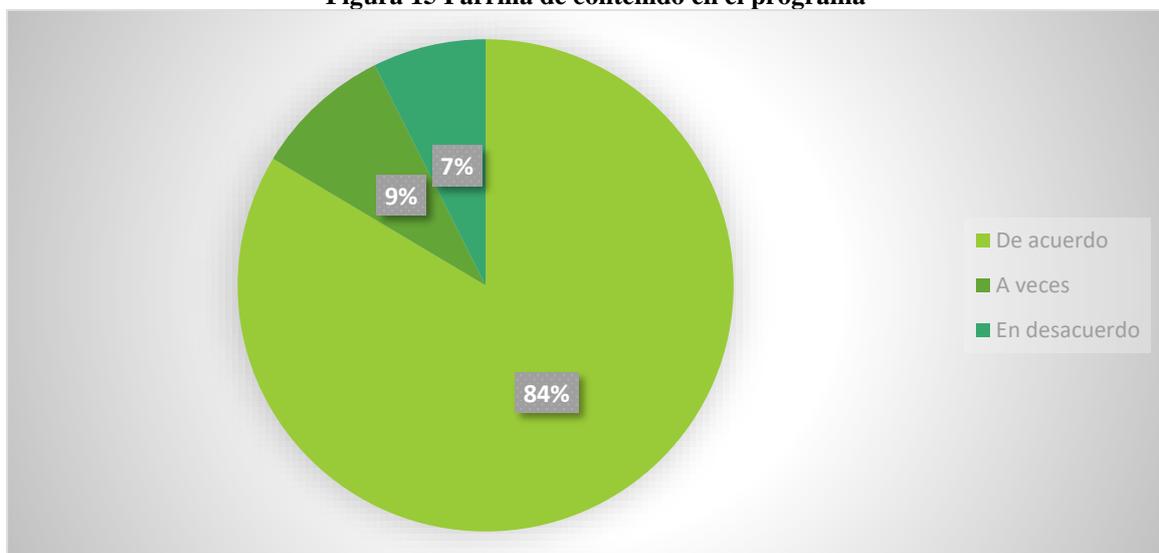
Tabla 9 Parrilla de contenido en el programa

No.	INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	De acuerdo	102	84%
2	A veces	11	9%
3	En desacuerdo	9	7%
Total		120	100%

Elaborado Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

Fuente: Encuesta realizada a los moradores de Bastión Popular bloque 2

Figura 15 Parrilla de contenido en el programa



Elaborado Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

Fuente: Encuesta realizada a los moradores de Bastión Popular bloque 2

Análisis

El 84% de las personas están de acuerdo en que se realice una parrilla nueva de contenido del programa la cual va atraer mayor audiencia, mientras que el 9% indica que a veces dado que puede variar entre la antigua programación de contenido que se manejan y la nueva y por último con el 7% se encuentra en desacuerdo.

6. Está de acuerdo con que se cambie la parrilla de contenidos que presenta en la actualidad el programa Salsa a la Carta.

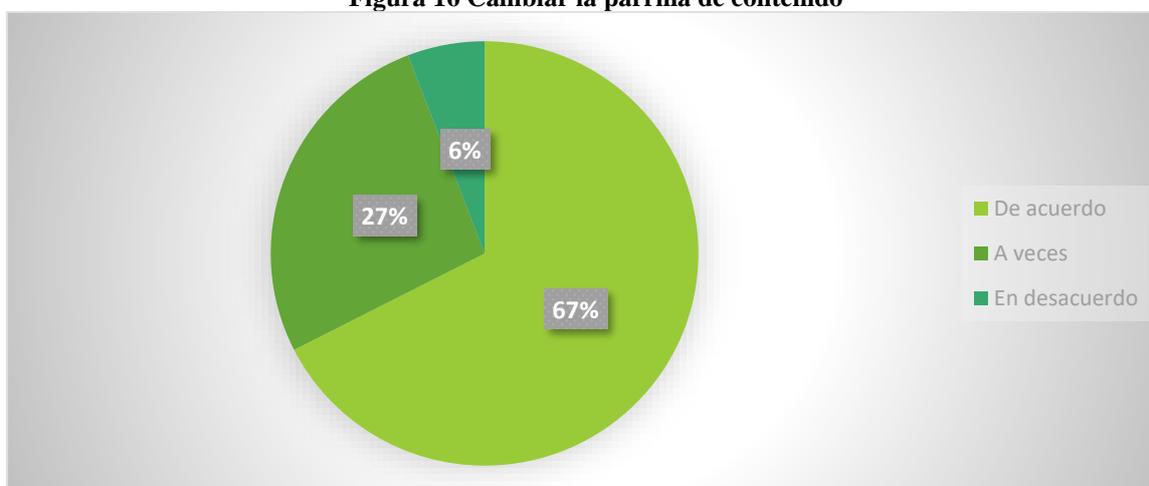
Tabla 10 Cambiar la parrilla de contenido

No.	INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	De acuerdo	81	67%
2	A veces	32	27%
3	En desacuerdo	7	6%
Total		120	100%

Elaborado Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

Fuente: Encuesta realizada a los moradores de Bastión Popular bloque 2

Figura 16 Cambiar la parrilla de contenido



Elaborado Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

Fuente: Encuesta realizada a los moradores de Bastión Popular bloque 2

Análisis

El 67% de los moradores de Bastión Bloque 2 indican que están de acuerdo con que se cambie la parrilla de contenido que presentan en la actualidad, debido que es la misma forma de expresión de otras emisoras y deberían realizar al nuevo, mientras que el 27% indica que a veces dado que puede variar en su forma de impartir el contenido y el 6% está en desacuerdo,

7. Cree que el programa Salsa a la Carta presenta contenido apto para todo público.

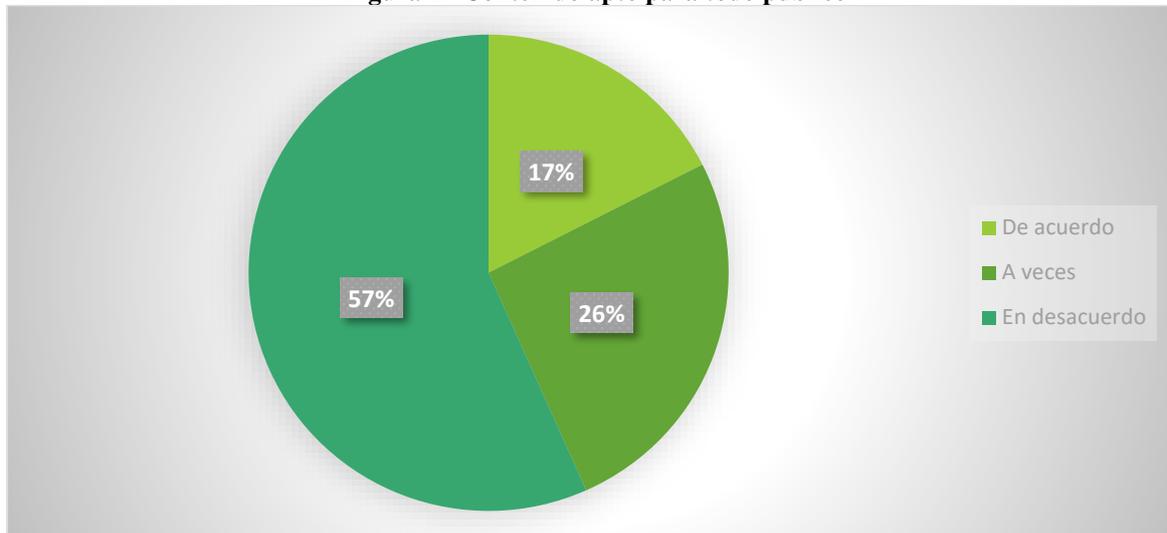
Tabla 11 Contenido apto para todo publico

No.	INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	De acuerdo	21	17%
2	A veces	31	26%
3	En desacuerdo	68	57%
Total		120	100%

Elaborado Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

Fuente: Encuesta realizada a los moradores de Bastión Popular bloque 2

Figura 17 Contenido apto para todo público



Elaborado Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

Fuente: Encuesta realizada a los moradores de Bastión Popular bloque 2

Análisis

El 57% de los encuestados indican que están en desacuerdo que el programa Salsa a la Carta no presenta contenido apto para todo público, debido que en ocasiones los locutores se expresan con palabras de doble sentido o cosas obscenas, mientras que el 26% indica que a veces presentan contenido disponible para todos y por ultimo con el 17% están de acuerdo con lo que presentan.

8. Le gustaría que la parrilla de contenidos sea adecuado en una franja horario estelar.

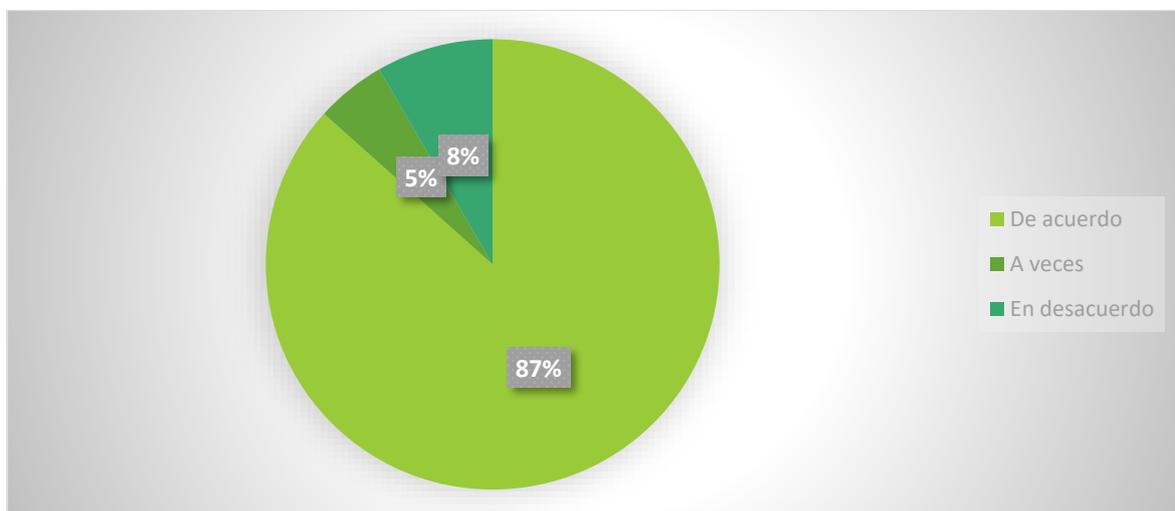
Tabla 12 Franja de horario estelar

No.	INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	De acuerdo	104	87%
2	A veces	6	8%
3	En desacuerdo	10	5%
Total		120	100%

Elaborado Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

Fuente: Encuesta realizada a los moradores de Bastión Popular bloque 2

Figura 18 Franja de horario estelar



Elaborado Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

Fuente: Encuesta realizada a los moradores de Bastión Popular bloque 2

Análisis

El 87% se encuentra de acuerdo en que el programa se brinde en un horario estelar, donde las personas tengan disponibilidad de escuchar el programa, mientras que el 8% indica que a veces debido que les da igual en el horario que sintonicen, dado que cuentan con tiempo para escuchar el programa y por último el 5% se encuentra en desacuerdo.

9. Que horario prefiere que se presente el programa Salsa a la Carta.

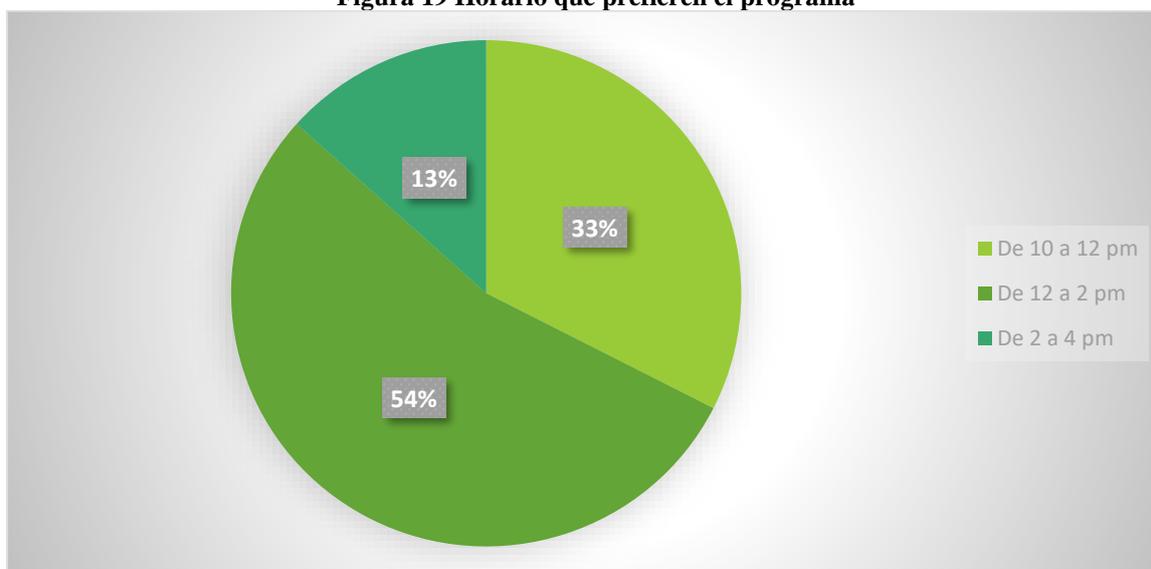
Tabla 13 Horario que prefieren el programa

No.	INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	De 10 am a 12 pm	39	33%
2	De 12 a 2 pm	65	54%
3	De 2 a 4pm	16	12%
Total		120	100%

Elaborado Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

Fuente: Encuesta realizada a los moradores de Bastión Popular bloque 2

Figura 19 Horario que prefieren el programa



Elaborado Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

Fuente: Encuesta realizada a los moradores de Bastión Popular bloque 2

Análisis

El 54% de la población prefiere el programa de 12 a 2pm, debido que una hora muy buena para poder informarse, dado que se desocupan de realizar sus actividades, mientras que el 33% prefiere el horario de 10am a 12pm, dado que es una hora donde existen pocas programaciones radiales y por último el horario de 2 a 4 pm.

10. Está de acuerdo con que los locutores del programa Salsa a la Carta desarrollen los contenidos de la parrilla de programación.

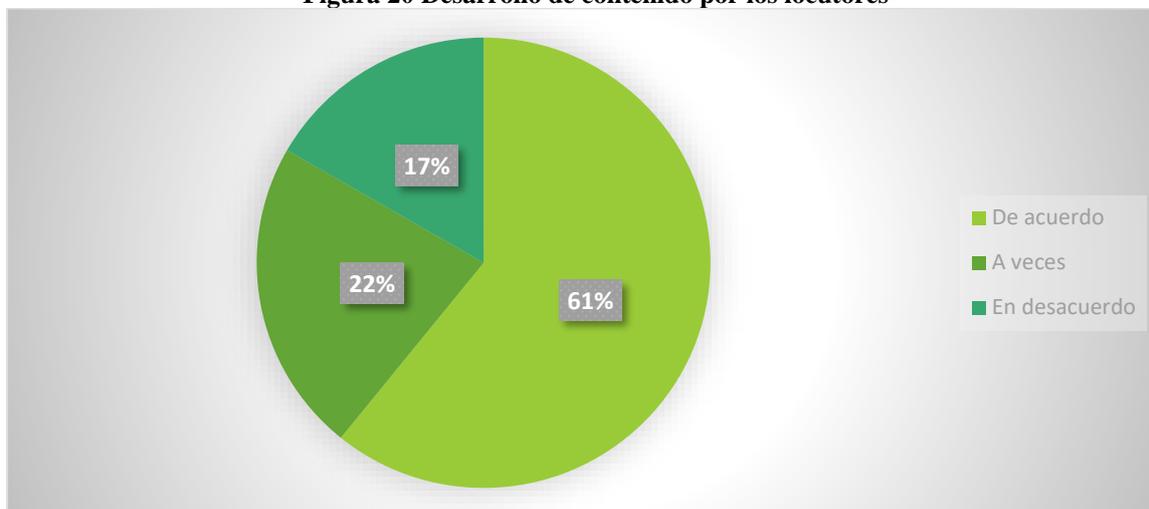
Tabla 14 Desarrollo de contenido por los locutores

No.	INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	De acuerdo	73	61%
2	A veces	27	22%
3	En desacuerdo	20	17%
Total		120	100%

Elaborado Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

Fuente: Encuesta realizada a los moradores de Bastión Popular bloque 2

Figura 20 Desarrollo de contenido por los locutores



Elaborado Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

Fuente: Encuesta realizada a los moradores de Bastión Popular bloque 2

Análisis

El 67% de los encuestados están de acuerdo con que los locutores desarrollen contenidos en su programación, dado que con los encargados de impartir el contenido, por ende sería importante que lo puedan crear, mientras que el 22% indica que a veces dado que existe una producción la cual puede realizar ese trabajo y por ultimo con el 17% se encuentra en desacuerdo debido que los locutores tienen que seguir una planificación por el director de la radio y que esa es la esencia del programa.

Entrevista ·1

Irlanda Saltos- Locutora del programa Salsa a la Carta Radio Tropicalida 91.3 FM, quien cuenta con 13 años de trayectoria, manteniéndose en la misma emisora 9 años, ha participado en grandes eventos a nivel Nacional, se considera una persona muy responsable en lo que hace y ama la buena música.

1. Con su experiencia en Radio usted está de acuerdo con el contenido que se presenta en el programa Salsa a la Carta.

Puedo dar mi punto de vista de acorde al programa, dado que pertenezco al set de locutores que lo representan, existe muchas programaciones basadas en el contenido que se proyecta, pero en ocasiones sería bueno cambiar, la cuestión es que algunas personas ya se sienten identificados con el programa y es difícil poder cambiar el enfoque a algo nuevo que puede resultar positivo como negativo.

2. Si fuera el productor programa que le implementaría.

Se le podría acomodar de nuevo concursos para tener interacción con las personas o por llamadas telefónicas, dado que ahora envían un mensaje por Whatsapp y eso es reproducido prácticamente no tenemos una relación abierta con el oyente como sucedía en otras ocasiones, además generaría segmentos los cuales se encuentren dividido para no interrumpir la música.

3. Qué clase de contenido según su trayectoria considera que le gusta a la población.

A la población le gusta el entretenimiento, pero siempre a lo sano sin utilizar un lenguaje algo vulgar ni doble sentido, sino llegar de buena manera con un vocabulario entendible, generando música de acorde a lo que ellos piden y se podría mostrar la biografía de algún cantante al cual se le rinda alguna clase de tributo para que las personas conozcan más allá de la música, sino sus pasos del cantante, considero que eso les gusta.

4. Prefiere un programa de variedades o solo de entretenimiento.

Se podría proyectar ambos dado que se puede presentar mayor tipo de contenido, pero el entretenimiento es lo que genera interés en el público por ende prefiero este último dado que le da alegría al programa.

5. ¿El horario en que se reproduzca el programa puede variar según el público?

Claro que puede variar porque si el programa funciona en la noche es evidente que solo publico mayor podría escuchar la programación, pero en el día manteniendo un horario de esa magnitud cualquiera se sintonizaría a lo que presenta la radio.

GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN

Entrevista 2

Tecnólogo Gino Molineros en la actualidad se encuentra laborando en Radio Disney 93.7 FM Guayaquil contando con 4 años en dicha emisora, manteniendo una experiencia de 6 años, el cual es apasionado a la locución desde muy joven y hoy por hoy se prepara en la Facultad de Comunicación Social para ejercer la profesión como Licenciado.

1. De qué manera cree que influye el programa Salsa a la Carta en el público.

Se podría decir que de manera positiva porque entretiene al público, pero también negativa porque en ocasiones hablan cosas de doble sentido y existen jóvenes o niños que los escuchan dado que es un programa que se proyecta en el medio día, los pueden sintonizar en el expreso cuando van a clases o retornan a casa, por eso se tiene que hacer un programa que sea apto para todo público.

2. ¿Según su experiencia los locutores deberían crear la parrilla de programación? Porque.

Se podría decir que la producción es la encargada de elegir la clase de contenido que se va presentar durante el día, pero los que socializan esa información son los locutores y como todo empleador debe obedecer, pero sería bueno que exista una parrilla de programación que sea creada por parte de los locutores, dado que son quienes dan cara a la hora de presentar un tema.

3. ¿Cómo considera el programa Salsa a la Carta? Porque

El programa es bueno, pero debe cambiar cierto contenido, un ejemplo es cuando proyecta las canciones y el locutor se mete hablar cuando debería esperar que se termine la música para dar su punto de vista de lo que trata este género, además de interactuar más con su público ya sea en las redes sociales o durante la programación en vivo.

4. ¿Si habría que agregar un tipo de contenido al programa que le implementaría?

Se le podría agregar algo como cultural, proyectar música de nuestro país o la biografía de cantante de la música que proyectan generando una mejor interacción con el público debido que va generar conocimiento, además de implementar la conocida llamada telefónica para mantener una relación con los locutores y se los pueda premiar por su fiel sintonía.

5. ¿Cuál cree que sería el horario idóneo para presentar una parrilla de contenido nueva en el programa Salsa a la Carta?

Se podría manejar en el mismo horario que ellos presentan para que el público que mantienen siga con la misma fidelidad y se acoplen a la nueva presentación que tienen en mente, manejando ahora un contenido más cauteloso hasta niños los podrían escuchar y aprender sobre sus cantantes favoritos.

GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN

CAPITULO IV

LA PROPUESTA

Tema: Diseño de una parrilla de contenidos para el programa salsa a la carta de Radio Tropicalida de 12:00 a 14:00 que impacte en los moradores de Bastión Popular Bloque 2.

4.1 Introducción

El este capítulo se va desarrollar una parrilla de contenido, la cual va servir de gran ayuda a los moradores de Bastión Popular Bloque 2, para que sigan sintonizando la emisora, por medio de información novedosa, por ende seria relevante que se haga un modelo del programa de acorde a lo que pide la audiencia, en este caso se va implementar segmentos musicales y que los locutores puedan realizar concursos o una interacción directa con los radioyentes.

Es importante que se mantenga un guion adaptado por parte de los productores o locutores, donde se pueda seguir una secuencia permanente para mantener entretenida a la audiencia, manteniendo una franja estelar de acorde al horario en que puedan sintonizarlo.

4.2 Descripción de la Propuesta

Se diseñará un guion el cual se encontrará dividido por segmentos para mantener una interacción directa entre la música, los locutores y los oyentes, por ende se necesita el diseño de una parrilla de contenidos mediante este fragmento, que será de entretenimiento, informativo y cultural para ganar una interacción con el público, por ende es importante que los locutores puedan crear una información importante para los oyentes con la finalidad que sean fiel a la programación.

4.3 Justificación

Es bueno poder promover a los moradores de Bastión bloque 2 un segmento el cual tenga las condiciones necesarias para que se sientan satisfecho con lo que presentan los locutores, de tal forma va generando un gran impacto, presentando contenido novedoso, mediante un orden en el contenido, desarrollando una interacción directa con la

audiencia se va a lograr una incidencia comunicacional. Se escogió el programa Salsa a la Carta debido que tienen gran sintonía y se puede presentar algo novedoso como diferentes segmentos en los cuales las personas puedan enterarse por medio de la música las diferentes culturas que poseen estos géneros.

4.4 Objetivos

4.4.1 Objetivo General

Fortalecer el desarrollo cultural de los moradores de Bastión Bloque 2, mediante el diseño de una parrilla de contenidos para el programa salsa a la carta.

4.4.2 Objetivos Específicos

- Creación de contenido informativo mediante los locutores en la radio.
- Elaboración de un guion el cual se encuentre dividido entre la música que se proyecta y contenido de los locutores.
- Desarrollar estrategias mediante concursos en los diferentes canales de información del programa para llegar a la audiencia.

4.5 Contenido de la Propuesta

Logo representativo de Radio Tropicalida

Figura 21 Logo de Radio Tropicalida



Adaptado por: Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

Programación Salsa a la Carta

Figura 22 Programación de Salsa a la Carta



Adaptado por: Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

Radio Tropicalida se funda el 24 de febrero de 1997 con la finalidad de llegar al público con buena música y la esencia de sus locutores, transmitiendo programaciones que lleguen con buen contenido a la audiencia, mediante una interacción directa, bajo el concepto de la realización de concursos, implementando las llamadas telefónicas se logró un apego más de las familias ecuatorianas. Haciendo que se lograra crear cuatro frecuencias Pichincha 90.1 FM, Manabí 106.5 FM y Azuay 89.7 FM. Contando en la actualidad con programaciones como:

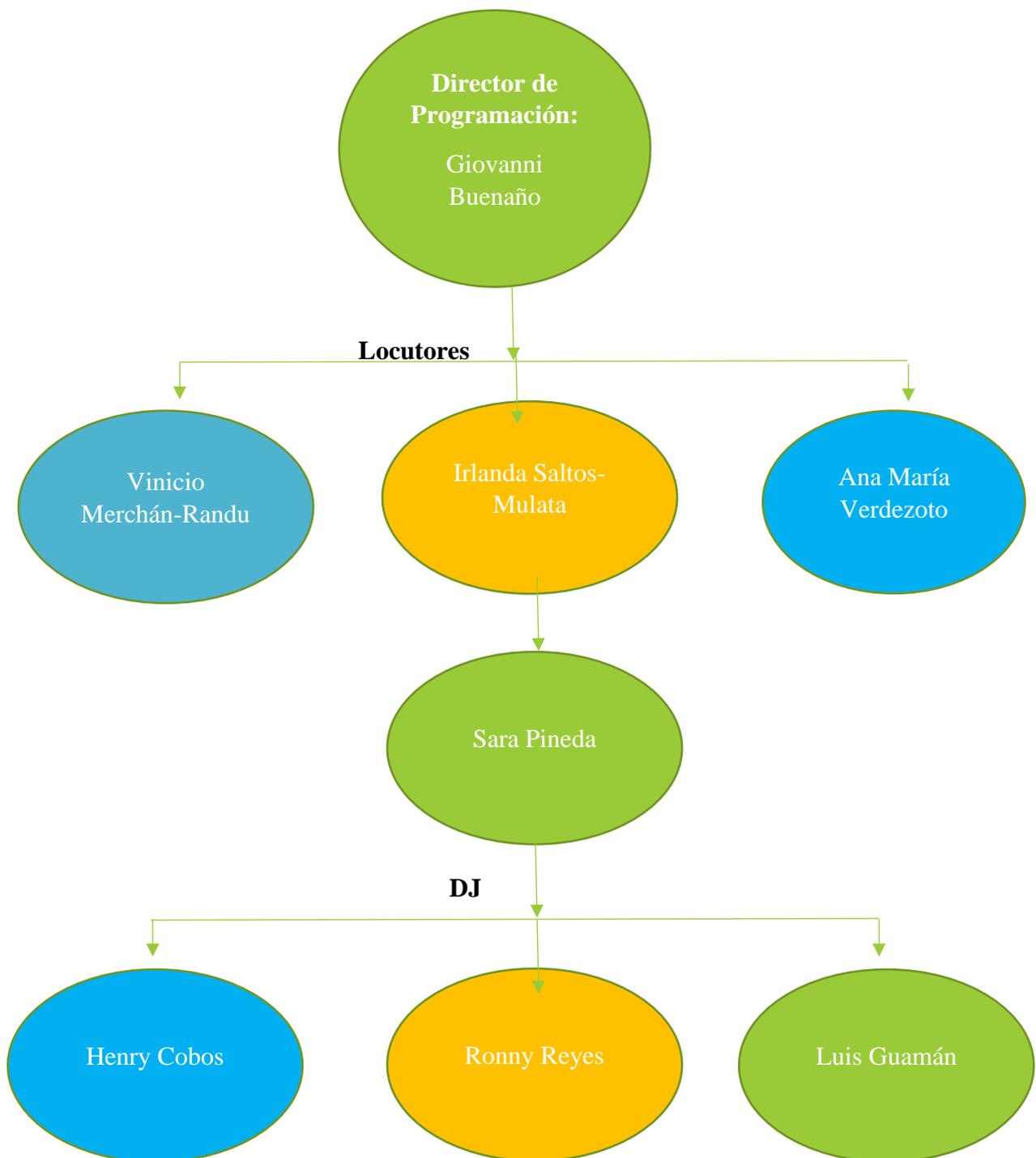
- Pa” los Mañaneros
- Los Maestros de la Diversión
- Salsa a la Carta
- El Swing de la Tarde
- El Bachaton
- La Tropimezcla
- El top más Caliente
- La Movida del Fin de Semana

Figura 23 Red social Facebook de Radio Tropicalida



Adaptado por: Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

La red social Facebook de Radio Tropicalida sube información en respecto a todos los programas que presentan, generando un desorden en su parrilla de programación, por ende se requiere que se suba contenido de acorde al horario de los diferentes programas que mantienen, generando una interacción directa con el público, mientras se mantengan en vivo, por ende seria relevante que hagan una transmisión mediante la página para las personas que no pueden escucharlos se pueda genera una buena relación comunicacional. Organigrama del programa Salsa a la Carta.



Guión para la parrilla de contenido

Tabla 15 Guion de la Propuesta

Control de locutores	Audio	Tiempo	Duración
Control	Música característica del Programa	45 seg.	45 seg
Loc1	(Saludo al Publico) El programa Salsa a la Carta va presentar el día de hoy un programa novedoso, el cual será dividido por varios segmentos, entre ellos entretenimiento, cultural y musical (información del locutor)	2 min	2. 45 minutos
Loc 2	(Saludo al Publico) El tema de hoy se analizara porque a las personas les gusta el género musical Salsa, donde activaremos nuestros diferentes medios telefónicos y redes sociales para que se comuniquen con nosotros. (información del locutor)	3 min	5.45 minutos
Control	Música representativa segmento de entretenimiento	45 seg	6.30 minutos
Loc 3	(Saludo al Publico)	2 min	8.30 minutos
Control	Pausa Comercial	1 minuto	9. 30 minutos
Locutor	Presentación Musical (Jerry Rivera) (información del locutor)	2 minutos	11. 30 minutos
Control	Música (Mix Jerry	3 minutos	14.30 minutos

	Rivera)		
Control	Música representativa del segmento cultural	45 seg	15.15 minutos
Loc 1	Creación de la Radio(información del locutor)	3 minutos	18.15 minutos
Loc 2	La radio como llega a Ecuador	3 minutos	21.15 minutos
Control	Pausa comercial	45 seg	22 minutos
Loc 3	Primeras programas en Ecuador	3 minutos	25 minutos
Loc 2	Fundación de Radio Tropicalida	2 minutos	27 minutos
Loc 1	Segmentos que tiene Radio Tropicalida	1.30 minutos	28.30 minutos
Control	Pausa Comercial	45 segundos	29.15 minutos
Control	Música representativo del programa	45 segundos	30 minutos
Loc 3	Vamos a poner una pequeña Salsa para comenzar con el segmento de la llamada ganadora donde van a participar 3 participantes y van a responder las siguientes preguntas (información del locutor)	2 minutos	32 minutos
Control	Música (mix de Franklin Ruiz)	3 minutos	35 minutos
Loc 2	Comenzamos con la llamada telefónica, desde ya se activan las líneas del programa y las redes sociales (información del locutor)	1 minuto	36 minutos
Control	Llamada telefónica (oyente)	20 seg	36.20 minutos
Loc 1	Vamos empezar con la pregunta ¿ En qué año se fundó radio Tropicalida (información del locutor)	25 seg	36.45 minutos
Oyente	Responde	15 seg	37 minutos

Loc 1	(información del locutor)	25 seg	37.25 minutos
Control	Música (Mix de Tony Vega)	2 minutos	39.25 minutos
Control	Pausa comercial	45 segundos	40 minutos
Control	Música representativa del programa	45 segundos	40.25 minutos
Loc3	Tenemos otra llamada en la línea (información del locutor)	25 segundos	40.50 minutos
Oyente	interacción con el locutor	20 segundos	41.10 minutos
Loc 3	En qué fecha se fundó la radio? (información del locutor)	25 segundos	41.35 minutos
Oyente	Respuesta	20 segundos	41.55 minutos
Loc1	Vamos escuchar a la suprema corte (información del locutor)	30 segundos	41.25 minutos
Control	Música (Suprema Corte)	2.30 minutos	44.05 minutos
Loct 2	Información que le den like a las redes sociales del programa	1 minuto	45. 05 minutos
Control	Pausa comercial	45 segundos	45.50 minutos
Control	Publicidad de auspiciantes	1 minuto	46.50 minutos
Control	Música de Rubén Blades	3 minutos	49.50 minutos
Loc 1	La última llamada telefónica y presentaremos a nuestro ganador (información del locutor)	1.10 minutos	51 minutos
Oyente	Interacción con el locutor	30 segundos	51.30 minutos
Loc 1	Pregunta ¿Cuántos programas tiene Radio Tropicalida? información del locutor)	30 segundos	52 minutos
Oyente	Respuesta e interacción con el locutor	1 minuto	53 minutos

Loc 2	Correcto información del locutor)	1 minuto	54 minutos
Control	Algarabía –Aplausos respuesta correcta del ganador	30 segundos	54.30 minutos
Oyente	Emocionado	30 segundos	55 minutos
Lo 2	En nuestra red social Facebook preguntamos que querían de premio para el ganador y respondieron entradas para el partido clásico del astillero información del locutor)	1 minuto	56 minutos
Oyente	Agradecimiento	30 segundos	56.30 minutos
Control	Pausa comercial	45 segundos	57.15 minutos
Control	Música representativa del programa	45 minutos	58 minutos
Loc 1	Despedida	30 segundos	58.30 minutos
Loc 2	Despedida	15 segundos	58.45 minutos
Loc 3	Despedida	15 segundos	59 minutos
Control	Despedida y música del programa	1 minuto	1:00 hora

Elaborado por: Hayban Medina

4.6 Recursos Financieros

Tabla 16 Recurso Financiero

No	Estrategia	Responsable	Participante	Recursos	Costo unitario	Costo USD
1	Participación Comunitaria	Comité Barrial	Presidente del comité Barrial de Bastión Bloque 2	Bingo y Rifa		\$10
	Guion técnico, hojas, impresión				2	
2	Panificación Interna	En el sector	Moradores de Bastión Bloque 2	El Programa Salsa a la Carta	0	\$0
	Reunión de Trabajo					
3	Relaciones Publicas y Gestión de Medios	Radio Tropicalida-producción	Producción de Salsa a la Carta	Producción de Salsa a la Carta		\$100
	Cuñas en radio Tropicalida				0	
	Publicidad en la red social Facebook de la radio				100	
Total						\$110

Elaborado Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

Todos estos recursos se contará con ayuda de la comunidad y de los productores de Radio Tropicalida, los cuales colaboraron con el plan financiero de la investigación, dado que es un proyecto novedoso al querer implementar el diseño de una parrilla de contenido el cual les va servir como base a futuro poder desarrollarlo

4.6 Recursos Humanos

Tabla 17 Recursos Humanos

Licenciado en ciencias de la comunicación social	Bryan Pineda	Creación de contenido
Licenciado en ciencias de la comunicación social	Allison Arias	Elaboración del guion técnico
Estudiante de 9no semestre de comunicación social	Irlanda Saltos	Locución del programa Salsa a la Carta
Estudiante de 9no semestre de comunicación social	Hayban Medina	Producción del segmento

Elaborado Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

El Lcdo. Bryan Pineda ayudara en la creación de contenido para realizar un orden adecuado en la división de la información que se va impartir.

Lcda. Allison Arias es la encargada de elaborar el guion el cual se va llevar como secuencia para la realización del programa y la locutora que pertenece al programa Salsa a la Carta colaborara con la locución del nuevo contenido que se va proyecta.

Hayban Medina Campos, quien se va desempeñar en la parte de la producción radial en lo referente al pautaje, cuñas, jingles y en la parte que respecta a la producción radial, durante el proceso del proyecto presentado con la finalidad que este sea sostenible y sustentable en tiempo y espacio mediante la aprobación del comité ejecutivo que dirige la radio, verificando el profesionalismo realizado mediante la ejecución, planificación, y desarrollo de este programa radial llamado Salsa a la Carta el cual sale al aire de lunes a viernes de 12:00 a 14:00 horas con la parrilla musical de salsa.

Cronograma de Actividades

Tabla 18 Cronograma de actividades

Actividad	Noviembre 02 -2020	Noviembre- 06-2020	Noviembre 15-2020
Publicidad por la red social Facebook del programa para incluir la nueva parrilla de contenido			
Cuña Radial			
Realización del guion			
Locución del programa			

Elaborado Hayban Medina Campos, Estudiante del 9no semestre de Facso

4.7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.7.1 conclusiones

- Mediante los resultados obtuvo que los moradores del sector de bastión Bloque 2 prefieren que exista una parrilla de contenido apta para todo público, sin manejar un lenguaje obsceno o vulgar.
- Difundir información coherente al público para generar una interacción directa y puedan participar con los locutores.
- La propuesta es de gran beneficio para implementar nuevos segmentos.

4.7.2 Recomendaciones

- Que las redes sociales del programa puedan ser partícipe de interacción con los oyentes.
- Se recomienda a los locutores manejar un lenguaje entendible para la audiencia.
- Se recomienda usar como base el proyecto para otra clase de programas que no cumplen con los requisitos que desea la audiencia.

Bibliografía

- Arab, E. (2015). Impacto de la redes sociales e internet en la adolescencia. *Revista Medellin Clinica Condes*. Obtenido de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0716864015000048?token=47C6870D6C7851488E52C3C99BAD3F42F3445416D3FDE326DA179B76CAEED3AF8A205ABA8DD66887EEA4675B20903460>
- Araya, C. (2004). Como planear un programa de radio . *Revista de Educacion*, 191-200. Obtenido de https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/educacion/article/view/2828/pdf_12
- Avilez, S. (2019). *Estudio del Lenguaje Periodístico que utiliza El Programa Radial "RADIACIÓN TEMPRANA", de la Emisora Canela y su influencia en los jóvenes del Segundo Semestre de la carrera de Comunicación, Facultad de Comunicación Social, periodo 2019* . Universidad de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/44349/1/ESTUDIO%20DEL%20LENGUAJE%20PERIOD%20c3%8dSTICO%20QUE%20UTILIZA%20EL%20PROGRAMA%20RADIAL%20e2%80%9cRADIACI%20c3%93N%20TEMPRANA%e2%80%9d.pdf>
- Bertolotti, P. (2009). *Conceptos Basicos de comunicacion digital*. Obtenido de <http://argos.fhycs.unam.edu.ar/bitstream/handle/123456789/152/Conceptos%20Comunicacion%20digital.pdf?sequence=4>
- Capurro, & Gutierrez. (2009). *Etica Intercultural de la Informacion*. Obtenido de <http://www.capurro.de/reforma.html>
- Cerezo, M. (2016). *Analisis a la programacion radial de radio Sibimbe 105.1 FM; del canton Ventanas, de la provincia de los Rios, para la creacion de una radio-revista*. Universidad de Guayaquil. Obtenido de http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/15317/1/TESIS_16_DE_JUNIO_DEL_2016.henry_cerezo_mosquera%5b1%5d.pdf
- Cevallos, A. (2018). *Analisis del impacto comunicacional de la radio online 4 de marzo; sector Isla Trinitaria, Guayaquil 2017*. Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/32660/1/ANGEL%20ALBERTO%20CEVALLOS%20ARROYO.pdf>
- Chavez, L. (2017). *Influencia del programa radial la rotativa regional RPP filial trujillo Inluencia del programa radial la rotativa regional RPP filial Trujillo la formacion de la conciencia ciudadana de los pobladores de 18 a 65 años de edad del distrito de trujillo, 2016*. Universidad Privada Antenor Arrego, Trujillo. Obtenido de http://200.62.226.186/bitstream/upaorep/2509/1/RE_COMU_LORENA.CHAVEZ_INF LUENCIA.DEL.PROGRAMA.RADIAL.LA.ROTATIVA.REGIONAL.RPP.FILIAL.TRUJILLO_DATOS.PDF
- Choez, E. (2017). *Analisis Comunicacional de la influencia e impacto de la creacion de una radio comunitaria en el Canton Pedro Carbo, Provincia del Guayas, año 2017*. Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20987/1/EVELYN%20MARIANELLA%20CH%20c3%93EZ%20TIGUA%20TESIS%202017.pdf>
- Contreras, & Sandoval. (2016). *INFLUENCIA DE LA EMISORA SARARE FM STEREO EN LOS PROCESOS DE CONSTRUCCION DE COMUNIDAD EN EL MUNICIPIO DE SARAVENA ARAUCA COLOMBIA*. UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD CEAD ACACIAS. Obtenido de

Obtenido de <https://www.medigraphic.com/pdfs/revcubmedgenint/cmi-2017/cmi172i.pdf>

- Osorio, G. (2014). *Elementos que conforman el quehacer del pElementos que conforman quehacer del periodista radial en los noticieros matutinos de las emisoras Caracol Radio, RCN la Radio y Radio Matecaña de Pereira*. Universidad Tecnológica de Pereira. Obtenido de <http://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/141092>
- Pincay, V. (2019). *Analisis de la parilla de programacion de Radio Estrella 92.1 FM y su incidencia en la construccion de produccion radial*. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/3243/1/T-ULVR-2830.pdf>
- Pineda, B. (2019). *Analisis del desarrollo Infocultural y su incidencia comunicacional en los estudiantes del tercer semestre A1 de comunicacion social, Facso ug,2019*. Universidad de Guayaquil, Facultad de Comunicacion Social, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/44843/1/An%c3%a1lisis%20del%20desarrollo%20Infocultural%20y%20su%20incidencia%20Comunicacional%20en%20los%20estudiantes%20del%20tercer%20semestre%20a1%20de%20Comunicaci%c3%b3n%20Social%2c%20FACSO%20UG%2c%202019>
- Pintado, T., & Sanchez, J. (2017). *Nuevas tendencias en comunicacion estrategica* (4ta ed.). (G. M. Belen Lopez y, Ed.) Madrid, España: ESIC. Recuperado el 8 de julio de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=bLZiDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=comunicacion+&ots=iXrkAxbJV&sig=kSg5wRzTIQ3rNAZi75mVH93wtU#v=onepage&q=comunicacion&f=false>
- Reihs, & Salinas. (2012). *La influencia de las nuevas tecnologías en el comportamiento comunicacional. Creación y producción en diseño y comunicación* (Vol. 53). Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/457_libro.pdf#page=11
- Rosales, W. (2017). *Analisis de la radio universitaria como proceso de formacion profesional en la Facultad de Comunicacion Social de la Universidad de Guayaquil en el año 2017*. Universidad de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/19554/1/WALTER%20ENRIQUE%20ROSALLES%20PE%c3%91AFIEL.pdf>
- Sabino. (2014). *El proceso de investigacion* (10 ed.). Guatemala: Episteme. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=jwejBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP6&dq=metodologia+de+la+investigacion+cientifica+y+tecnologica+&ots=WOg9yG7jPG&sig=zm0eocViBsNXJue0rF_emTudoQA#v=onepage&q&f=false
- Sampiere, R., Baptista, & Fernandez. (2014). Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias . *Metodos y tenicas de investigacion social*, 2-21. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58257558/Definiciones_de_los_enfoques_cuantitativo_y_cualitativo_sus_similitudes_y_diferencias.pdf?1548409632=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDefiniciones_de_los_enfoques_cuantitativ.pdf&Expires=159
- Silva, O. (2019). *ANÁLISIS SEMIÓTICO DE LA SEMANA SANTA COMO IDENTIDAD CULTURAL DE LOS MORADORES DE SAN LUIS, PERIODO ENERO – JUNIO*

2018". Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5742/1/UNACH-EC-FCP-COM-SOC-2019-0029.pdf>

Sosa Velazquez, A., & Martinez Alvarez, F. (1 de enero de 2017). La comunicacion radial y la participacion de los publicos en la sociedad cubana actual .Quorum Academico. *Red de revistas cientificas de America Latina ; El Caribe , España, Portugal , 14(1)*, 87-114. Recuperado el 10 de julio de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/1990/199053181004.pdf>

Tipan, L. (2019). *Impacto del programa En Contacto de Ecuavisa en la Opinion de los estudiantes de octavo semestre de la carrera de comunicacion social, Universidad de Guayaquil 2019*. Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/44896/1/Impacto%20del%20Programa%20%e2%80%9cEN%20CONTACTO%e2%80%9d%20de%20ECUAVISA%20en%20la%20opini%c3%b3n%20de%20los%20estudiantes%20del%20octavo%20semestre%20de%20la%20carrera%20de%20Comunicaci%c3%b3n%20Soci>

Torres, & Pineda. (2017). *Prosumers generadores culturales en redes sociales y su influencia comunicacional en jovenes de la ciudad de Riobamba, en el periodo octubre 2016 - marzo 2017*. Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/4455/1/UNACH-EC-CFP-COM-SOC-2017-0048.pdf>

Uzhca, A. (2017). *Analisis y recepcion comunicacional de la pelicula Spotlight, a partir de la construcción de identidad periodística en los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social de la universidad de Guayaquil en el período 2016 - 2017*. Universidad de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21159/1/T.T.%20Uzhca%20Baque.pdf>

Vazquez Montalban , M. (2014). *Historia y Comunicacion Social*. Las Tunas, Cuba : Pablo De La Torriente . Obtenido de http://roa.ult.edu.cu/bitstream/123456789/2418/1/Historia_y_comunicacion_social.pdf

Anexos

Anexo 1 Certificado de Radio Tropicalida

Guayaquil, 25 de septiembre de 2020

Señor
Licenciado
Fernando Heredia J.
Director General Radio Tropicalida Ecuador
Ciudad.-

De mis consideraciones:

Yo HAYBAN MEDINA CAMPOS, estudiante de Noveno Semestre de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, me dirijo a Usted con la finalidad de solicitar su autorización para realizar una investigación que trata sobre EL ANALISIS COMUNICACIONAL DEL PROGRAMA SALSA A LA CARTA Y SU IMPACTO CULTURAL EN LOS MORADORES DE BASTION POPULAR DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, cabe recalcar que dicha investigación es el proceso para mi proyecto de Tesis de Titulación.

Es importante destacar la aceptación que tiene Radio Tropicalida en dicho sector, motivo que me llevo a realizar el estudio pertinente, donde se observará las reacciones de oyentes que escuchan Radio Tropicalida en este Pobloso Sector de Guayaquil.

En espera de su respuesta favorable, me suscribo de Usted, deseándole éxitos en sus labores,

Atentamente,

Hayban Medina Campos
E-0927257436


ANDIVISION S.A.

Anexo 2 Encuestas

Foto N°1 Sr. Richard Delgado Morador de Bastión Popular bl 2



Foto N° 2. Sr Christian Guamán Morador de Bastión popular Bl 2



Foto N° 3. Tienda Niño Erick Sr. Olmedo Yungan y Sr Wilmer Zamora



Foto N°4 Sra. Eva Orrala Moradora de Bastión Popular B12



Foto N°5 Taller Mecánico TecniAuto Sr. Walter Quisnia, Sr. Roberto Lara

Anexo 3 Entrevistas a Expertos



Foto N°6 Tecnólogo Gino Molineros locutor Radio Disney 93.7 Fm.



Foto N° 7 Locutora Irlanda Saltos Radio Tropicalida 91.3 Fm