



Universidad del Azuay

**Facultad de Filosofía, Letras
y Ciencias de la Educación**

Escuela de Comunicación Social

**MEDICIÓN DEL IMPACTO QUE TIENEN LAS
CÁPSULAS RADIALES INTERCULTURALES
CREADAS POR LOS ESTUDIANTES DE LA
UNIVERSIDAD DEL AZUAY DE LA CIUDAD
DE CUENCA.**

**Trabajo de graduación previo a la obtención del título de
Licenciado en Comunicación Social y Publicidad.**

Autora:

Gabriela Catalina Flores Hurtado

Director:

Mst. Ana María Durán

**Cuenca -Ecuador
2019**

Dedicatoria

Por educarme, motivarme y por convertirme en una persona de bien, íntegra y honesta.

Por todo ese sacrificio y entrega, por creer en mí, y aunque hemos pasado muchos momentos difíciles, siempre has estado brindándome tu comprensión, cariño y amor, gracias por ser un gran padre y madre, promotor de todos mis sueños, te amo papá.

A mis abuelos

Por ese profundo y cálido amor, por todos los buenos valores enseñados en este largo camino, por ser un gran ejemplo de lucha y entrega por las causas que valen la pena luchar, y sobre todo a mis abuelas, por ese carácter de perseverancia en momentos donde uno cree que no existe esperanza.

Agradecimiento

Gracias a Dios por permitirme vivir y disfrutar cada día, a mis ángeles que están en el cielo y la vida por permitirme cumplir una meta más, sin importar el tiempo que me haya tardado, los retos son para personas valientes y perseverantes.

Quiero agradecer enormemente a mi profesora y directora de tesis Máster Ana María Durán, por todo ese apoyo brindado durante este proceso, y sobre todo por ser esa amiga incondicional que siempre tuvo una palabra de aliento.

A mi novio y amigo querido, gracias por enseñarme las pequeñas cosas de la vida y por creer en mí, en mundo donde todos ya no creen en el amor incondicional.

Resumen

El presente trabajo de grado pretende contribuir al mejoramiento continuo del proyecto “Difusión de cápsulas interculturales”, desarrollado por la carrera de Comunicación Social y Publicidad de la Universidad del Azuay, a través de su laboratorio Radio UDA y en convenio con la Asociación Ecuatoriana de Radio difusión Núcleo del Azuay (AER).

Para ello se realizó una investigación cualitativa y cuantitativa aleatoria probabilística, a través de entrevistas semi estructuradas a expertos y encuestas a pobladores del casco urbano de Cuenca, en edades comprendidas entre los 18 y 65 años, a fin de medir el impacto y proponer mejoras aplicables a las cápsulas radiales interculturales que realizan los estudiantes que cursan las materias de Producción Radial y Prácticas Pre profesionales.

Palabras claves: audiencia, edu-comunicación, interculturalidad, producción radial, radio.

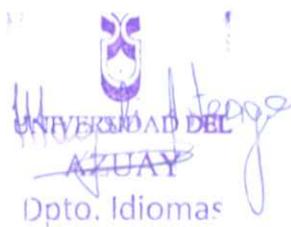
ABSTRACT

This degree work aimed to contribute to the continuous improvement of the "Diffusion of intercultural capsules" project, developed by the Social Communication and Advertising career of the University of Azuay through its Radio UDA laboratory in agreement with the Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión Núcleo del Azuay (AER). To accomplish this, a random, probabilistic, qualitative and quantitative research was carried out through semi-structured interviews to experts and surveys of residents of the urban area of Cuenca aged between 18 and 65. The objective was to measure the impact and propose improvements applicable to the intercultural radial capsules carried out by the students taking Radial Production and Pre-professional Practices.

Keywords: audience, edu-communication, interculturality, radio production, radio.

Director de tesis

Ana María Durán




Translated by
Ing. Paúl Arpi

ÍNDICE DE CONTENIDO

1.INTRODUCCIÓN	1
2.MATERIALES Y MÉTODOS	5
2.1. Entrevistas semiestructuradas	5
2.1.1. Directores departamentales y de área en la UDA	5
2.1.2 Profesionales y expertos.....	6
2.2. Encuestas a radio escuchas.....	7
2.3. Prueba piloto	9
2.4. Análisis.....	9
3. RESULTADOS.....	9
3.1 Resultados cualitativos.....	9
3. 2 Resultados cuantitativos.....	12
4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	19
5. RECOMENDACIONES	21
6. BIBLIOGRAFÍA	24

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N 1.	
Población	8

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1	12
Figura 2	12
Figura 3.....	13
Figura 4	13
Figura 5.....	14
Figura 6	14

Figura 7.....	15
Figura 8	15
Figura 9.....	16
Figura 10	16
Figura 11.....	17
Figura 12	17
Figura 13.....	18
Figura 14	19

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1	25
Anexo 2	26
Anexo 3	27

1. INTRODUCCIÓN

La Ley de Comunicación del Ecuador abre nuevos horizontes y plantea posibilidades para el desarrollo favorable de la comunicación comunitaria en el país. El Consejo de Regulación y Desarrollo de Información y Comunicación (CORDICOM), ha establecido normativas y reglamentos y ha desarrollado mecanismos que permitirán regular contenidos que mejoran la calidad, la variedad de la información y a su vez garanticen el ejercicio de los derechos de los usuarios de servicios de comunicación e información.

A través de las emisoras de la ciudad de Cuenca se escuchan cápsulas radiales con fines educativos, informativos, culturales, e interculturales producidas por tres instituciones que realizan cápsulas radiales con fines educativos, informativos, culturales e interculturales, estas instituciones son: Universidad del Azuay (UDA), Universidad Politécnica Salesiana (UPS) y Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (SECOM) en conjunto con el Ministerio de Educación.

La presente investigación se enfoca a las producciones propias del proyecto “Difusión de cápsulas interculturales” que se desarrolla en la carrera de Comunicación Social y Publicidad de la Universidad del Azuay, a través de su laboratorio Radio UDA.

A lo largo de la investigación se hizo énfasis en las cápsulas radiales creadas por los estudiantes de la Universidad del Azuay, con el propósito de verificar la hipótesis preliminar de que existe una saturación de cápsulas educativas por parte de las tres instituciones anteriormente mencionadas, lo cual ha causado que la población tenga inconvenientes para identificar y asimilar el contenido.

Para hacer esa comprobación se realizó una investigación cualitativa y cuantitativa probabilística a profundidad sobre el impacto de las cápsulas radiales, en la que se estudió a la audiencia receptora, y la recepción que tuvieron los contenidos en los radioescuchas. La investigación permitió conocer los problemas captados en las producciones y los intereses y preferencias de los oyentes para posteriormente, con base en los resultados de la investigación, sugerir cambios o mejoras en el contenido actual.

Según Moscoso (2015) en su tesis “Propuesta de una radio universitaria comunitaria en la Universidad del Azuay, año 2014” comenta que “La comunicación comunitaria desde

1980, ha marcado una importante influencia en el ámbito de la democracia de Ecuador”, Carrión (2007). Según Moscoso y Ávila en el libro “Radios, redes e internet para una transformación social” de Barragán, (2017) dice: “A partir de la Ley Orgánica de Comunicación vigente desde 2013, los medios de carácter comunitario replantean nuevos horizontes en el desarrollo comunicacional del país”.

La radio es un medio de comunicación que a lo largo de los años ha brindado a los radioescuchas contenidos de carácter informativo y de entretenimiento, sin embargo, contienen muy pocos espacios donde contribuyan con herramientas para la formación de la ciudadanía, en temas tales como la interculturalidad que favorezcan la convivencia de los individuos que forman parte de la sociedad pluricultural en la que vivimos.

Las radios universitarias en este contexto tienen un nuevo escenario que requiere análisis y discusión sobre su rol en la comunicación comunitaria y las radios universitarias, desde en el que tienen que actuar los estudiantes y la comunidad del entorno.

Así pues, la radio universitaria debe contribuir a la misión de la universidad como centro de creación de cultura y ciencia que trasciende el espacio académico y colabora con la sociedad mediante la transferencia de sus saberes. Según Vicente & Iván (2017) “La radio se convierte, entonces, en una plataforma democrática de comunicación para todos los públicos externos y relacionados a la comunidad universitaria”.

En el presente trabajo de grado definimos la interculturalidad como un proceso de comunicación entre diferentes culturas, basado en el respeto a la diversidad, integración, y crecimiento por igual de las mismas.

La UNESCO (2006), define la interculturalidad como:

La presencia e interacción equitativa de diversas culturas y la posibilidad de generar expresiones culturales compartidas, adquiridas por medio del diálogo y de una actitud de respeto mutuo. La interculturalidad supone el multiculturalismo y es la resultante del intercambio y el diálogo intercultural en los planos local, nacional, regional o internacional. (p 17).

El estado a través de las leyes, pretende conservar las entidades, cosmovisiones, conocimientos y saberes ancestrales, y gracias a los nuevos enfoques en diferentes áreas de las ciencias sociales y políticas, ha intervenido resaltando la interculturalidad y

pluriculturalidad como parte de las interrelaciones de los pueblos y grupos étnicos para que formen parte de las actividades provechosas para las comunidades.

Podemos ver que en la resolución No. CORDICOM-PLE-2015-0036, el Pleno de la CORDICOM (2013), estableció el reglamento para la aplicación del artículo 36 de la Ley Orgánica de Comunicación sobre el derecho a la comunicación intercultural y plurinacional, se argumenta que:

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

Todos los medios de comunicación tienen el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, por un espacio de 5% de su programación diaria, sin perjuicio de por su propia iniciativa, los medios de comunicación amplíen este espacio. El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación establecerá los mecanismos y la reglamentación para el cumplimiento de esta obligación.

La falta de cumplimiento de este deber por parte de los medios de comunicación, será sancionada administrativamente por la Superintendencia de la Información y la Comunicación con la imposición de una multa equivalente al 10% de la facturación promediada de los últimos tres meses presentada en sus declaraciones al Servicio de Rentas Internas, sin perjuicio de que cumpla su obligación de difundir estos contenidos. (p.52,53).

En relación a lo expuesto la Escuela de Comunicación de la Universidad del Azuay consideró conveniente producir cápsulas interculturales, ya que a través de ello se logra contribuir a la valoración de elementos como el lenguaje, la vestimenta, la gastronomía, leyendas, rituales, tradiciones de los diferentes pueblos y culturas que conviven en su entorno. Para la difusión de las mismas la escuela contactó AER (Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión), entidad interesada en facilitar a las emisoras asociadas el cumplimiento de lo señalado con la ley, en su artículo 36. Todo lo cual dio viabilidad a la creación de cápsulas radiales, las mismas que son un espacio informativo corto, acompañado de música de fondo, es decir un producto audible con contenidos de identidad y fusión con otras culturas.

En el año 2016 la Universidad del Azuay firmó un convenio con la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión (AER), dicho convenio permite a los estudiantes de Comunicación Social realizar espacios interculturales que contribuyan a la formación

ciudadana, la promoción del arte de la ciudad y del país como elementos integradores de los pueblos.

Este acuerdo pretende afianzar la identidad cultural del país y se fundamenta en los artículos 36 de la LOC y 14 del reglamento general de la misma, donde se hace alusión en a la exigencia de que los medios destinen diariamente al menos el 5% de su programación a contenidos culturales.

La Escuela de Comunicación se comprometió a la guionización, grabación y producción de microprogramas de al menos 5 cápsulas semanales, a través de la serie denominada: *Ecuador: voces, colores y sabores*.

Por otro parte, AER se comprometió a la difusión de los programas radiales de los estudiantes de la carrera en los medios de comunicación aliados. Según Andrade, corresponsal de la Universidad del Azuay “Estos programas tienen una duración de 3 minutos y relatan historias sobre la vida social, económica y cultural de la gente, también hablan sobre las tradiciones de la región, sus comidas típicas, juegos tradicionales etc.” (Andrade, 2017).

Tanto la Universidad del Azuay cuanto AER han venido cumpliendo con los acuerdos establecidos en el convenio, desde la suscripción hasta el mes de junio del 2018, sin embargo no se conocía el impacto que ha tenido en la ciudadanía cuencana, es por ello que el presente trabajo de grado tiene como objetivo principal, medir el impacto de las cápsulas en los radioescuchas, con el fin de saber si su contenido se queda en la memoria e incide en la forma de interpretar las culturas y en la convivencia de los diferentes grupos.

En caso de que la investigación refleje que la audiencia no percibe la información en la forma deseada y las cápsulas no generen el impacto positivo deseado se pretende descubrir las causas y establecer medidas para el mejoramiento de las cápsulas interculturales y de radio UDA.

Para cumplir con tales objetivos se plantean las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Cuál es el alcance que tiene las cápsulas radiales producidas por los estudiantes de la UDA?
- ¿Cuál es el público que más escucha las cápsulas interculturales en la ciudad de Cuenca?

- ¿Cuál es la preferencia de contenido intercultural que desean escuchar en las cápsulas?

La respuesta que den a estas interrogantes tanto las emisoras como la ciudadanía, brindará una orientación en el desarrollo de las cápsulas interculturales.

2.MATERIALES Y MÉTODOS

Para cumplir con los objetivos y preguntas anteriormente señalados se realizó una investigación cualitativa y cuantitativa, a través de dos fases, la primera con entrevistas semi estructuradas a expertos, como a la directora del Departamento de Comunicación Social, y el director de Radio UDA; de la misma manera a los periodistas y dueños de ciertas estaciones radiales que mantienen convenio con AER y concentran una audiencia mayoritaria en la ciudad de Cuenca, como: Radio La Voz del Tomebamba, Cómplice FM, FM 88, Mágica FM, W Radio y Radio K1. La segunda fase comprende encuestas a radioescuchas del casco urbano en los barrios más poblados de Cuenca, con edades comprendidas desde los 18 a los 65 años, de ambos sexos y de diferentes estratos socioeconómicos, con el propósito de conocer el alcance que tienen las cápsulas radiales, a que público estamos dirigiéndonos y cuál es el contenido intercultural que les interesaría escuchar.

Estos instrumentos de recolección de datos definen esta investigación como un estudio observacional en el cual el investigador no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación.

2.1. Entrevistas semiestructuradas

2.1.1. Directores departamentales y de área en la UDA

Según Piergiorgo Corbetta, “Las entrevistas semiestructuradas es donde el entrevistador dispone de un «guion», con los temas que debe tratar en la entrevista. Sin embargo, en la entrevista se puede decidir libremente sobre el orden de presentación de los diversos temas y el modo de formular las preguntas.” (2007, p. 353)

En este caso se entrevistó a la directora del departamento de Comunicación de la Universidad del Azuay, magíster Toa Tripaldi para conocer cuál es la percepción que

tiene el departamento de comunicación frente a la producción de cápsulas interculturales, la guía de dicha entrevista contenía 5 preguntas, la duración de la misma fue de 7 minutos con 2 segundos, lo cual se puede visualizar en el anexo 1.

Por otra parte, se entrevistó al director de Radio UDA, Máster Hugo Guillermo con los mismos propósitos anteriormente señalados, la entrevista duró un tiempo aproximado de 18 minutos y 8 segundos, estas preguntas se pueden visualizar en el anexo 1.

La razón por la cual se les entrevistó fue que forman parte de la universidad y están inmiscuidos de forma directa e indirecta con la creación de las cápsulas interculturales. Sin lugar a duda sus opiniones serán de gran aporte para el mejoramiento de las cápsulas y de Radio UDA.

2.1.2 Profesionales y expertos

Según la Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones, ARCOTEL, en la provincia del Azuay existen 45 radios y en la ciudad de Cuenca 37, para determinar el número de individuos que componen la muestra se tomó en cuenta a las radios más sintonizadas por los radioescuchas cuencanos, estas 6 estaciones radiales son: Radio La Voz del Tomebamba, Radio Mágica FM, Radio Cómplice FM, Radio FM 88, Radio K1 y W Radio; lo cual se puede comprobar mediante la encuesta realizada a los radioescuchas del casco urbano de Cuenca.

Las entrevistas se realizaron a directivos de las diferentes radios de Cuenca:

- Máster en Ciencias de la Información y Doctor en Jurisprudencia, Jorge Piedra Cardoso, propietario de la Radio La Voz del Tomebamba.
- Administrador de empresas y periodista, Galo Crespo, propietario de la Radio Mágica Fm.
- Máster en Comunicación y Marketing y Licenciado en Ciencias de la Información, Fernando Reino, propietario de la Radio Cómplice FM y FM 88.
- Periodista Edmundo Valencia, encargado de W Radio y Radio K1

El propósito de estas entrevistas fue conocer si se recibe y difunden las cápsulas, determinando cuales son las falencias, percepción, alcance e impacto, así como las recomendaciones para la mejora de los contenidos interculturales producidos por los estudiantes de Comunicación Social de la UDA, cada entrevista tuvo un tiempo aproximado de 15 minutos con 24 segundos, las 8 preguntas que tiene el cuestionario se aplicaron de manera similar a los 4 entrevistados. Las mismas se pueden visualizar en el anexo 2.

2.2. Encuestas a radio escuchas

“Según Hernández, Fernández y Baptista (2003), “El diseño recogió la información utilizando instrumentos como el cuestionario que consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir”. (p.217)

Se aplicaron 384 encuestas a personas comprendidas entre las edades de 18 a 65 años de edad en los 11 barrios más poblados dentro del casco urbano de Cuenca, en lugares de mayor afluencia de individuos, como: supermercados, tiendas, centros comerciales, etc., para conocer el impacto generado por las cápsulas radiales orientadas a promover la interculturalidad en la ciudadanía, y de esta manera obtener resultados que favorezcan al mejoramiento de las mismas.

El número de individuos que componen la muestra es un universo infinito, para que la muestra tenga un nivel de confianza apropiado, se realizó los correspondientes cálculos estadísticos.

La investigación tomó en cuenta las 11 parroquias más pobladas dentro del casco urbano de Cuenca, encuestando a personas en edades comprendidas entre 18 y 65 años de edad, tomando en cuenta que el total de la población cuencana es de 329. 928 habitantes y nuestro N poblacional de 272. 575, número correspondiente a la suma de la población perteneciente a cada parroquia de la muestra.

Fórmula:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

Tabla 1.

Población muestral.

Parroquia Urbana	Población	Muestra
Yanuncay	51673	45
San Sebastian	39690	41
El Vecino	30737	38
Bellavista	26445	35
Totoracocha	25430	35
El Batán	24626	35
Machangara	23193	35
Monay	21 853	30
Hermano Miguel	17386	30
Sucre	17133	30
Huayna Cápac	16262	30
Total de encuestas.		384

Fuente: elaboración propia, 2018

Con la muestra se obtendrán datos representativos, para una investigación experimental aleatoria, basada en principios lógicos para alcanzar los objetivos planteados en el marco teórico.

Según Danhke, (1989) citado por Hernández, Fernández y Baptista en su libro Metodología de la Investigación (2003, p 115), “Un estudio de alcance descriptivo tiene como propósito especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno. (p 36).

La investigación es de tipo descriptiva y permitirá profundizar los aspectos necesarios para conocer las percepciones de quienes son la base principal de la investigación para alcanzar lo propuesto en el diseño de tesis.

2.3. Prueba piloto

Según (Malhotra) la prueba piloto consiste “En probar un cuestionario en una pequeña muestra de encuestados, para identificar y eliminar los problemas potenciales. Una prueba piloto llega a mejorar incluso al mejor cuestionario”. (2004, p 319).

Para esta investigación se realizó una prueba piloto a 10 personas de la parroquia de Yanuncay, lo cual dio una pauta para ordenar correctamente las preguntas en secuencia lógica, así como para reformularlas de manera que sean interpretadas adecuadamente por los encuestados.

2.4. Análisis

Para el respectivo estudio de las encuestas se usó el programa SPSS versión 23, para obtener gráficos estadísticos en Excel, cada uno con su respectiva diagramación, interpretación, y comparación y cruce de variables, con el fin de adquirir resultados que nos ayuden en la medición de impacto que tienen las cápsulas creadas por los estudiantes de la Carrera de comunicación Social.

3. RESULTADOS

3.1 Resultados cualitativos

La directora del Departamento de Comunicación de la Universidad, formuló algunos criterios y recomendaciones sobre el contenido intercultural que contiene errores en las cápsulas interculturales, la Magister Tripaldi dijo: “Algunas cápsulas tienen errores de contenidos y errores fuertes, digamos que el tipo de información que emiten están estereotipadas, es decir, no contienen una información profunda y analizada”.

También considera que las cápsulas interculturales tienen un efecto positivo en la imagen de la universidad como presencia cuando se escucha radio; sin embargo, se cuestiona sobre el contenido intercultural que se está transmitiendo, pues las personas analizan esa información, y muchas veces se preguntarán cómo la universidad puede formar profesionales que no tengan claro el fin de la comunicación y como debe ser impartida.

Por otro lado, opina sobre la interculturalidad “Se debe ampliar la visión de la interculturalidad, no solo es la parte indígena”, en consideración a esto lo que expresa la

magister que la universidad también tiene la obligación de educar a la gente de afuera, si bien ellos piensan que la interculturalidad es lo indígena, hacerles ver que es mucho más amplio.

Al respecto de todo Tripaldi sugiere una investigación profunda de los temas a tratar y saber que esa información es multidisciplinar, ya que la información que sale ya no es solo de la Escuela de Comunicación, sino es de la Universidad y hay temas que deben ser tratados con docentes especializados de la Universidad del Azuay, pues existen expertos y docentes muy capaces.

Por su parte, el Director de Radio UDA considera que el contenido intercultural creado por la Escuela de Comunicación es bueno. Afirma que aún tiene que seguir un proceso largo para ser mejorado, además de esto, cree que el contenido genera un efecto positivo en la ciudadanía pues la interculturalidad es un tema que nos compete a todos para una convivencia armónica.

Refiriéndose a esto el Máster Guillermo comento: “La cápsulas interculturales son muy buenas, porque las personas que escuchan me han sugerido cambios, pero a la vez me han felicitado por el trabajo que vamos llevando”, con respecto a lo expuesto el director afirma que a pesar de los cambios que si deberían darse dentro del proceso de la radio, es importante tener en cuenta que estas cápsulas son impartidas por estudiantes que apenas están comenzando su carrera profesional, y que efectivamente necesitan mucho de esta experiencia para su crecimiento personal.

En términos generales la percepción que tiene frente al contenido de las cápsulas es positiva, aunque considera que los estudiantes no tienen muy claro el concepto de interculturalidad, y a su vez les falta conocer más a fondo las culturas indígenas que se están perdiendo con los cambios sociales.

De otro lado, los directivos de las diferentes radios comentan que consideran importante, difundir las cápsulas, a excepción de Máster Fernando Reino de la radio Cómplice FM y Radio FM 88, quien por políticas de la radio ha considerado no meterse en esos temas, ya que requiere una buena investigación y producción. Por esta razón recomiendan que se haga investigaciones profundas a los temas que vayan a tratar los estudiantes y sobre

la producción en cuanto a música, efectos y voces, ya que se está poniéndose énfasis en ciertos contenidos y estereotipos. Agregó que no recibe las cápsulas, por lo tanto, no puede darnos información sobre las mismas.

El Doctor Jorge Piedra Cardoso, dueño de la Radio La Voz del Tomebamba y docente de la cátedra de Producción Radial, en términos generales comenta que: “Se considera que por el tiempo no se puede incluir más contenido, pero una falencia notable son las voces, mi sugerencia sería desde el punto radial, puedan ver un grupo definido de locutores, que no sea una práctica de estudiantes que recién están tomando locución”, también él argumenta que es necesario tener una modulación adecuada de la voz, independientemente que sea un estudiante universitario. Dice tener en cuenta que no se considera la posibilidad que el radioescucha esté saturado.

El periodista profesional, Galo Crespo, propietario de la Radio Mágica Fm, acerca de las cápsulas interculturales dice: “Muy interesantes, en si las cápsulas son buenas y con buenos contenidos” afirma que no tiene nada negativo que decir de las cápsulas.

Por su parte, Edmundo Valencia, encargado de W Radio y Radio K1, comenta que: “Son buenas, pero falta pulir ciertos detalles para que el producto final sea impactante”.

Como aspectos coincidentes en los entrevistados se destacan los siguientes:

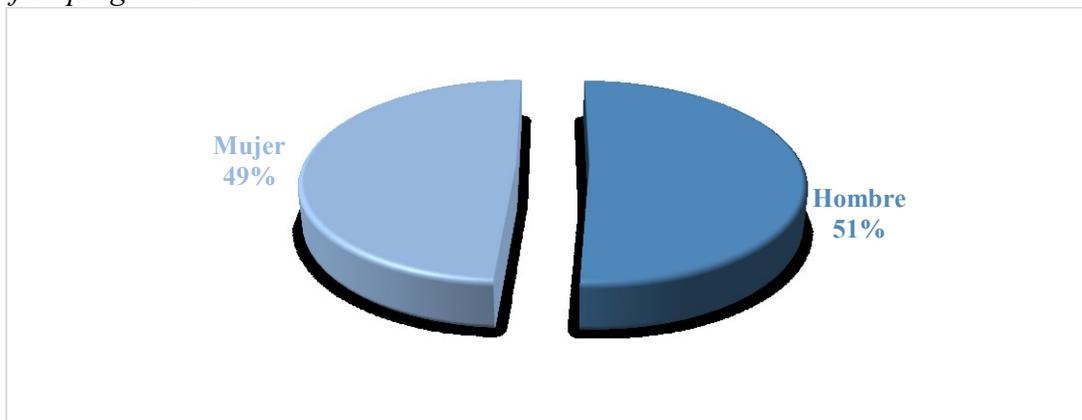
- a) Los oyentes escuchan lo que quieren escuchar, si se sienten saturados, cambian de emisora y escuchan lo que les agrada, lo cual es negativo para las emisoras ya que pierden oyentes por este motivo.
- b) Comentan que aún es temprano para hablar de impacto, pero si ven algo positivo que haya este tipo de contenidos para la sociedad, así la gente se informa más allá de la burbuja en que se encuentran.
- c) Recomiendan a los estudiantes de comunicación que adiestren su voz, aún en el caso de que no les guste el mundo de la radio, la voz es la principal herramienta y muy valiosa para todo tipo de comunicación, no se trata de tener una buena voz, sino de como la persona se desenvuelve y la maneja.

3. 2 Resultados cuantitativos

A través de las encuestas aplicadas de manera personal y directa, la muestra integrada por jóvenes y adultos del casco urbano de la ciudad de Cuenca está entre los 18 y 65 años de edad, esto se obtuvo de la siguiente información.

Figura 1

Gráfico pregunta 1

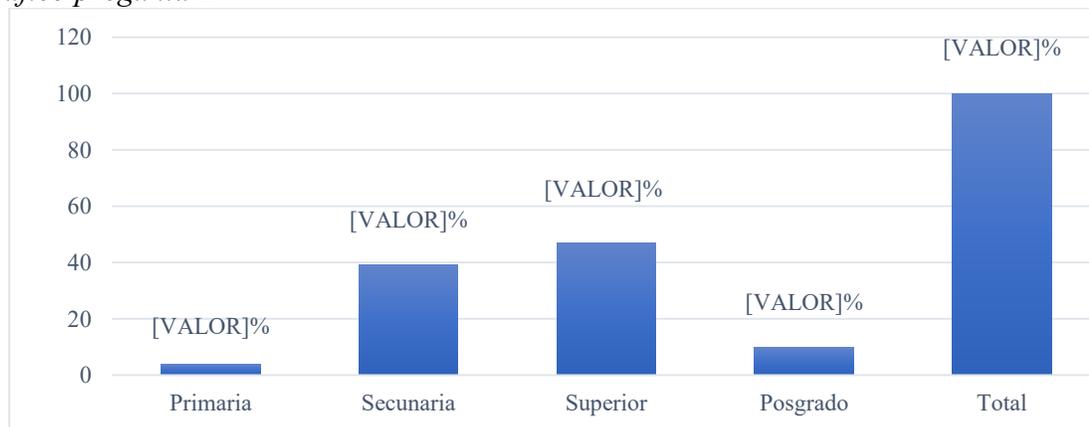


Fuente elaboración propia

En lo que concierne al género de los encuestados, el 51% corresponde al género masculino y el 49% al género femenino.

Figura 2

Gráfico pregunta 2

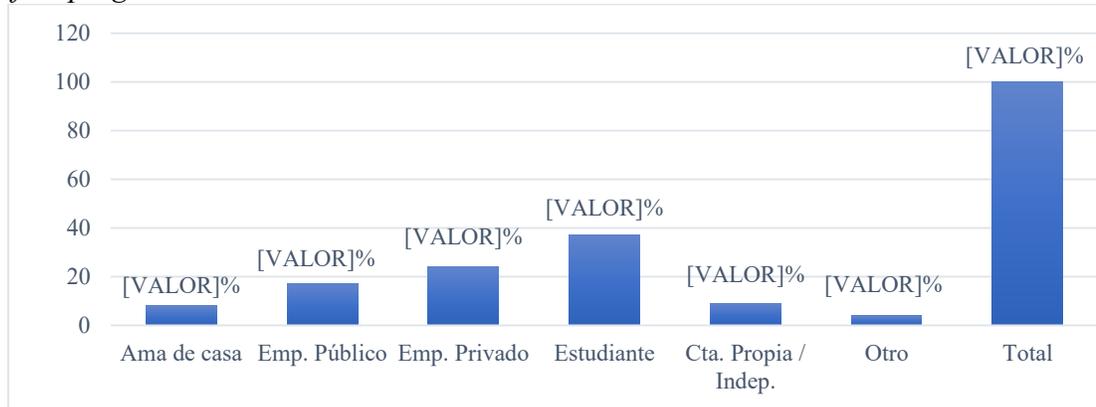


Fuente elaboración propia

En cuanto a nivel de instrucción el 4% corresponde a personas que han cursado la primaria, el 39% ha estudiado la secundaria, seguida del 47% que estudia o estudió el nivel superior y el 10% ha realizado un posgrado o maestría, dando un total del 100%.

Lo que quiere decir que el mayor porcentaje son personas instruidas, en constante preparación y aprendizaje.

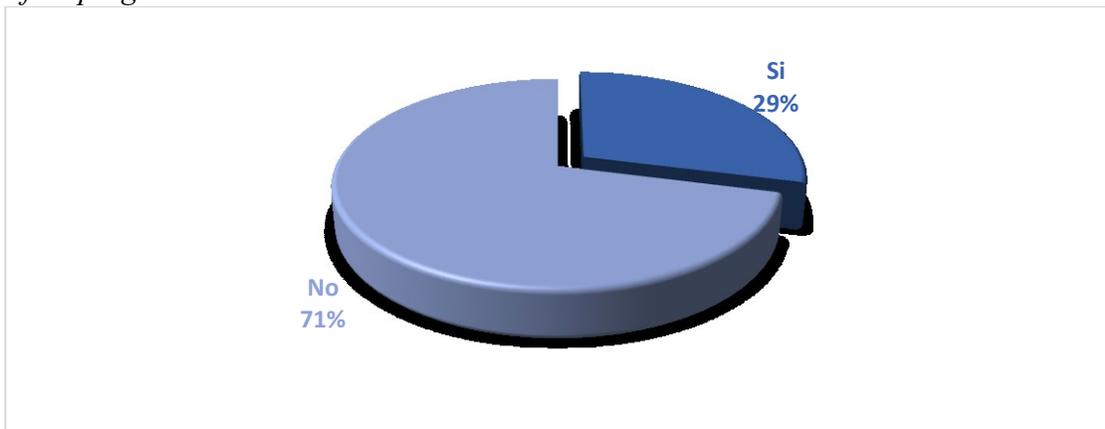
Figura 3
Gráfico pregunta 3



Fuente elaboración propia

En cuanto a la ocupación de los encuestados se puede evidenciar que el 37% son estudiantes que están cursando la universidad, 24% empleados privados, siguiendo con el 17% que son empleados públicos, el 9% disponen de sus propios negocios, seguido del 8% con amas de casas, el 4% de los encuestados no señaló ninguna ocupación.

Figura 4
Gráfico pregunta 4

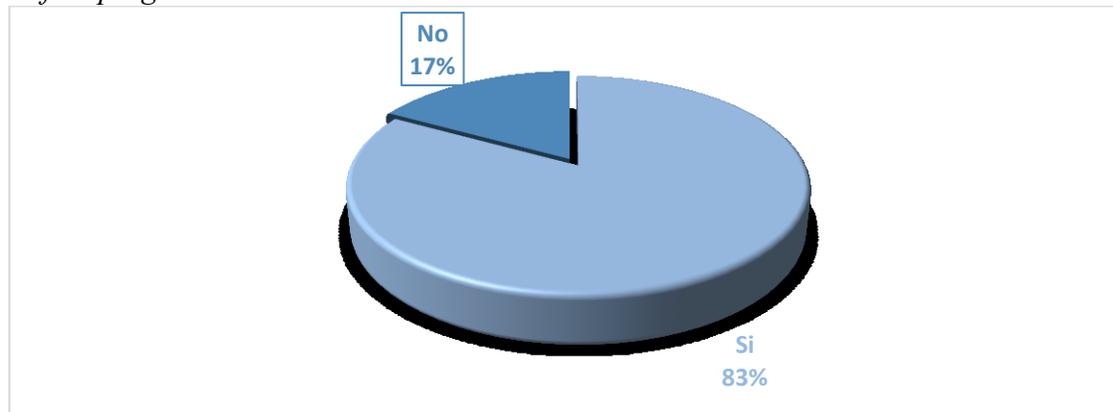


Fuente elaboración propia

En este punto se buscó saber si las personas tenían conocimiento alguno de lo que es una cápsula radial, el 71% no supo lo que es, se evidenció confusión con el espacio radial llamado cabina de radio. Por otro lado, el 29% sabían lo que era una cápsula radial.

En los casos en los que había desconocimiento, se procedió a explicar que es una cápsula radial.

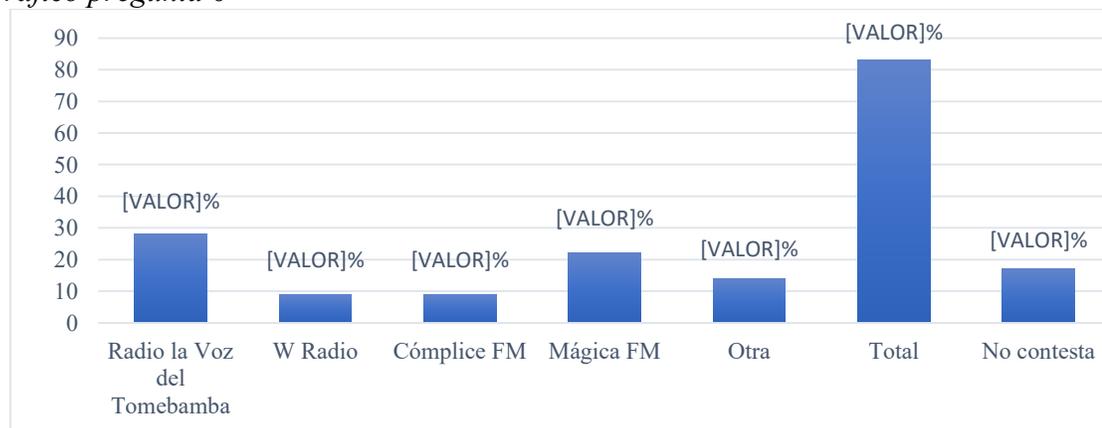
Figura 5
Gráfico pregunta 5



Fuente elaboración propia

Una vez identificado el concepto de cápsula radial, se observa que el 83 % de los ciudadanos escuchan radio, y el 17 % afirma no escucharla. Resultado que refleja el alto grado de penetración que tiene este medio de comunicación y ratifica que las cápsulas pueden ser muy valiosos para difundir la interculturalidad e inculcar una convivencia respetuosa y armónica.

Figura 6
Gráfico pregunta 6

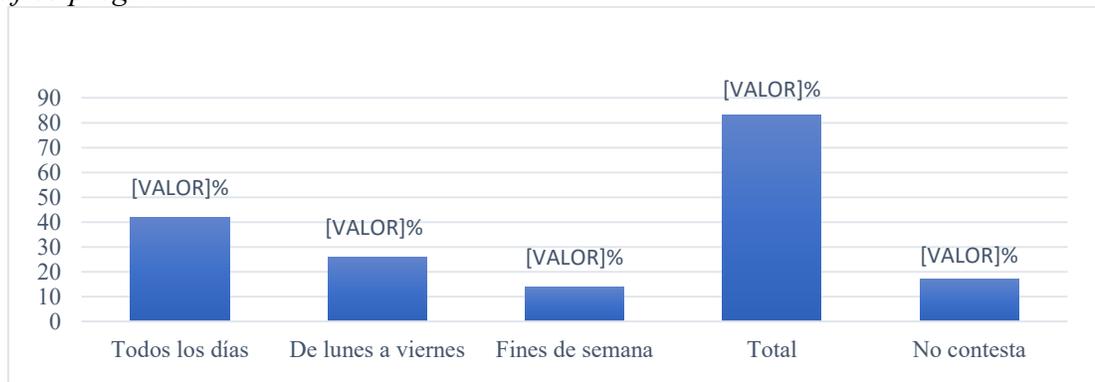


Fuente elaboración propia

Es sumamente importante conocer cuál es la radio más escuchada, con el 28% se identificó que Radio la Voz del Tomebamba es una radio popular de la ciudad y en las diferentes edades, seguida por Mágica FM con el 22%, posteriormente la W Radio y

Cómplice FM con el 9% para estas dos radios, como un porcentaje alto tenemos la opción de otros que sin duda la gente indicó cuáles son las radios preferidas por ellos, variando por parroquia y edad, dando como resultado que el 14% escucha La Mega, Sonorama, Alfa Radio, Radio Disney, Radio Canela, La Roja y FM 88.

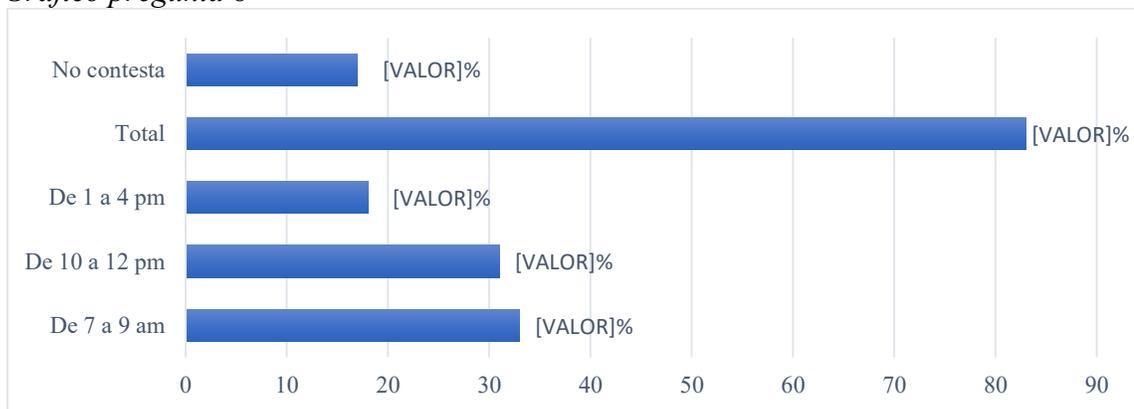
Figura 7
Gráfico pregunta 7



Fuente elaboración propia

Los horarios son uno de los puntos más importantes que se debe conocer para la investigación, se conoce que el 42% escucha todos los días, refiriéndonos a este rango de lunes a domingo, el 26% escucha de lunes a viernes y muy pocas personas escuchan el fin de semana en un 14%.

Figura 8
Gráfico pregunta 8

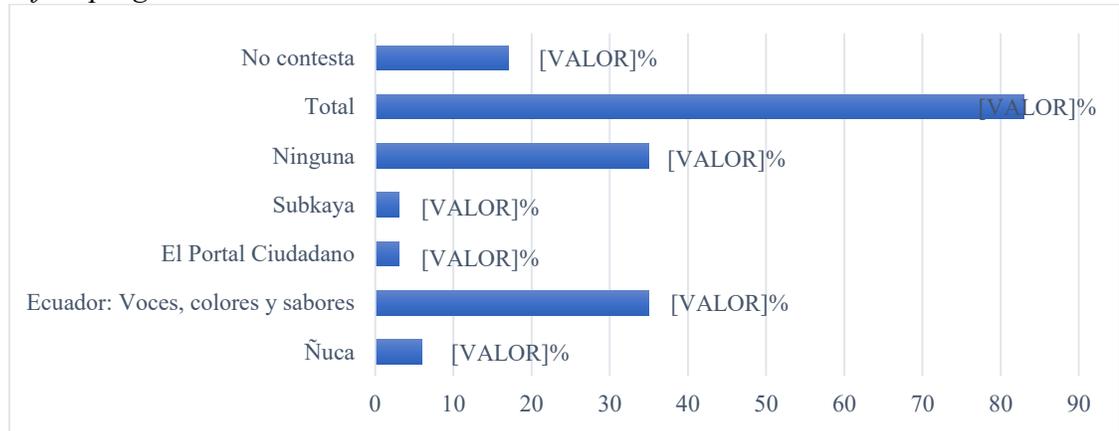


Fuente elaboración propia

En esta pregunta el horario más escuchado es la mañana de 7 a 9 con un porcentaje del 33% que manifestó escuchar todos los días en el momento que se dirigen al trabajo, universidad o negocio. El 31% escucha de 10 a 12 como distracción en el trabajo o lugar

de empleo. El 18% de 1 a 4 pm, momento en que se dirigen a casa a la hora del almuerzo y también a la hora que regresan del mismo hacia sus labores.

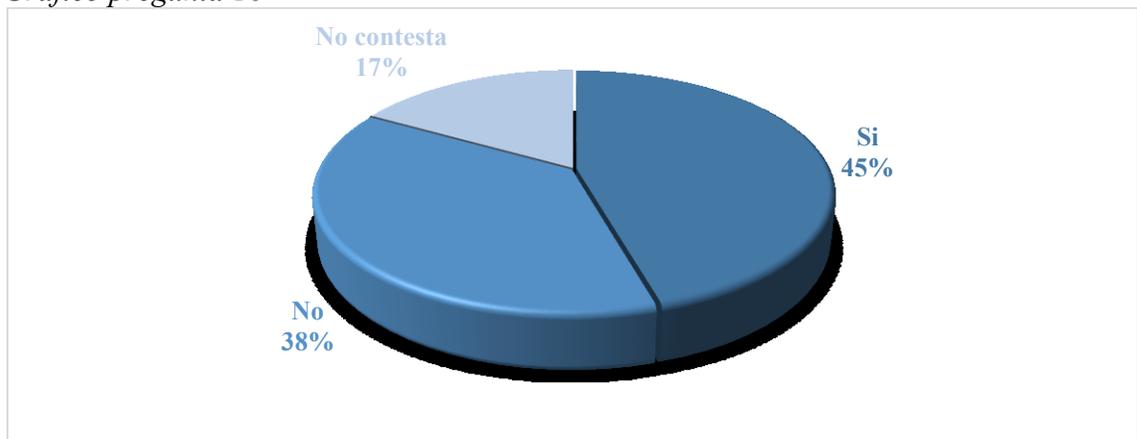
Figura 9
Gráfico pregunta 9



Fuente elaboración propia

En este punto se deseó conocer si con las diferentes opciones de cápsulas interculturales y si el usuario al escuchar pudo identificar claramente el contenido de la Universidad del Azuay, como resultado positivo se obtuvo que el 35% conoce o ha escuchado el contenido intercultural de la UDA, Ecuador: Voces, colores y sabores, el 6% ha escuchado Ñuca producido por la UPS, el 3% ha escuchado Subkaya y El Portal Ciudadano producido por la SECOM. Y el 35% dice no haber escuchado ningún contenido de cápsulas interculturales.

Figura 10
Gráfico pregunta 10

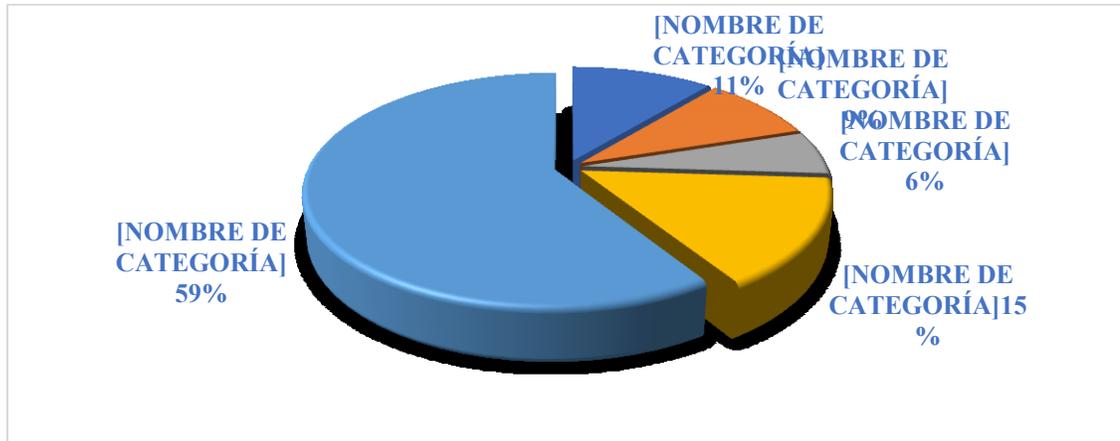


Fuente elaboración propia

El 45% dice haber escuchado las cápsulas interculturales generadas por las Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Azuay seguido de un 38% que dice que no ha escuchado las cápsulas.

Figura 11

Gráfico pregunta 11

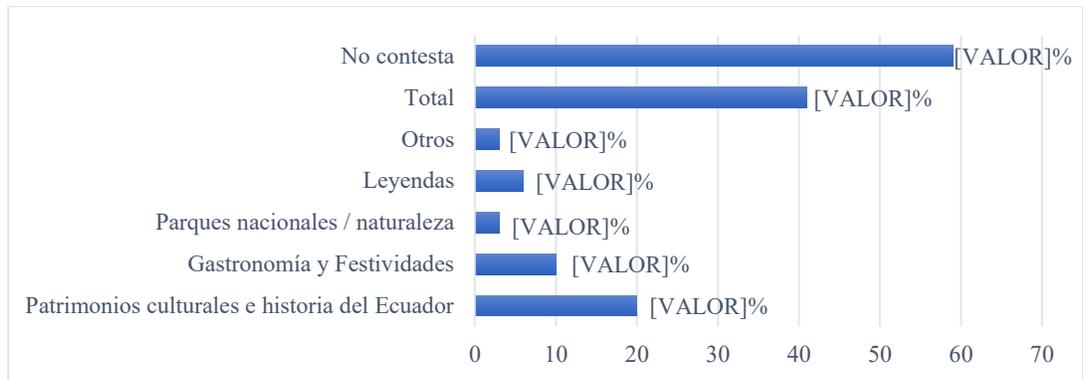


Fuente elaboración propia

Para saber si ha generado impacto en nuestro público meta, se preguntó cuándo fue la última vez que escuchó el contenido de las cápsulas interculturales de la UDA, el 15% indicó que había escuchado hace una semana, el 11% dijo haber escuchado hoy en las en los horarios ya antes mencionados y por las emisoras con mayor alcance, el 9% ha escuchado ayer y el 6% antes de ayer. La suma entre hoy, ayer, antes de ayer y hace una semana es de 43%, lo que nos hace notar claramente un alto índice de recordación en la memoria de la colectividad que escucha radio.

Figura 12

Gráfico pregunta 12

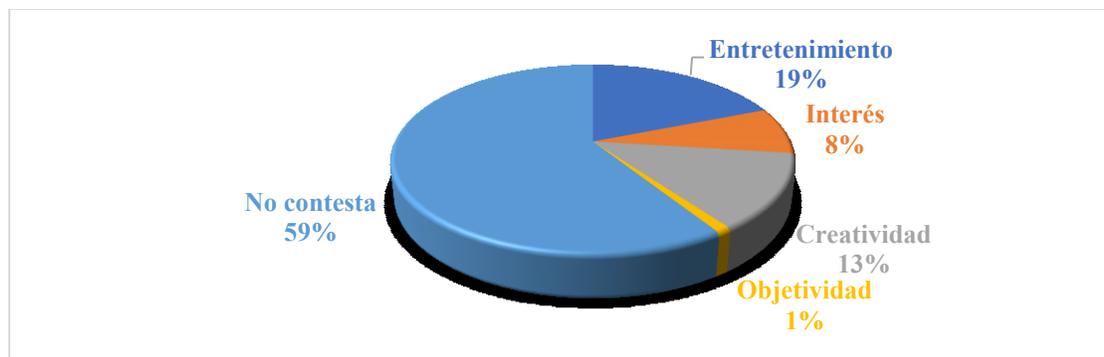


Fuente elaboración propia

Para saber que contenido transmitido recuerdan se les mostró diferentes opciones, recordando con el 20% Patrimonios culturales e historia del Ecuador, con el 10% dijeron recordar Gastronomía y Festividades, el 6% recordó leyendas y el 3% dice haber recordado contenido relacionado con Parques nacionales y naturaleza, también con este porcentaje dijeron haber escuchado otros, pero sin recordar que es lo que escuchó.

Figura 13

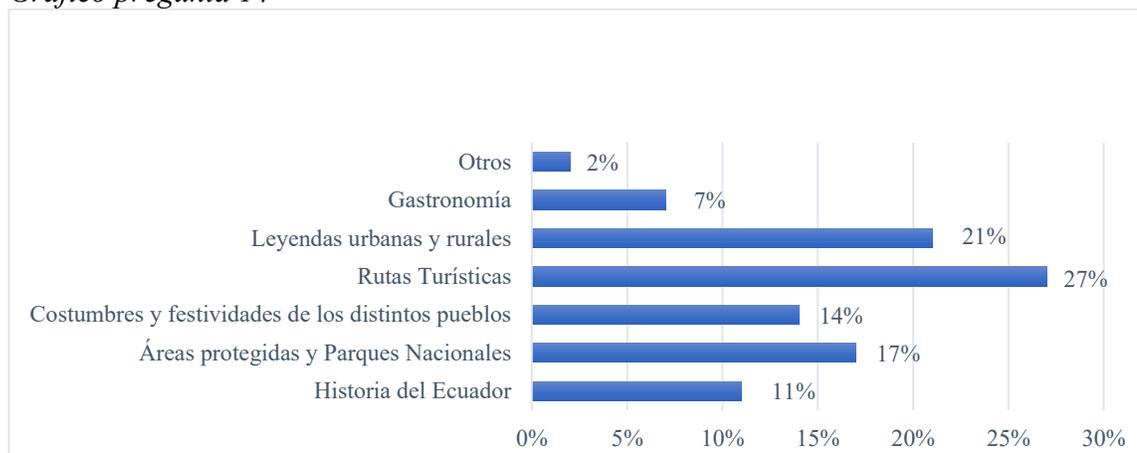
Gráfico pregunta 13



Fuente elaboración propia

Un punto muy importante dentro de los objetivos era conocer la percepción que tenían los radio escuchas, entre eso también saber qué es lo que les falta a las cápsulas interculturales, el 19% dijo que le falta entretenimiento, ya que si el contenido es bueno lo hacen muy monótono, el 13% expresó que la creatividad es una característica importante de las cápsulas, que va de la mano con el entretenimiento, sin esto el contenido transmitido pierde interés, que es el 8% mencionado que le hace falta a los estudiantes al crear el contenido de las cápsulas, y el 1% dice carecer de objetividad.

Figura 14
Gráfico pregunta 14



Fuente elaboración propia

Como punto final para conocer el contenido que desean escuchar los radios escuchas se le dio a escoger en diferentes variables, el 27% deseó conocer más sobre rutas turísticas del Ecuador, y sobre todo de nuestra provincia del Azuay, el 21% comentó que desean escuchar más leyendas urbanas y rurales de la ciudad del Azuay y del país, el 17% quiere saber más de áreas protegidas y parques nacionales, el 14% dijo que desean escuchar costumbres y festividades de los distintos pueblos con un contenido que entretenga y le mantenga enganchado a la cápsula, el 11% desea escuchar historia del Ecuador con temas más variados y que no se repitan constantemente, el 7% comentó que quiere escuchar temas relacionados con gastronomía y el 2% escogió otros, siendo los temas mencionados y que muy poco tiene que ver con temas interculturales, son el fomento y pérdida de valores en la juventud actual.

4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En la actualidad no existen estudios que se hayan realizado sobre la medición del impacto de las cápsulas radiales interculturales de cualquier institución, sin embargo, se han desarrollado tesis sobre temas interculturales para su creación y transmisión en las radios comunitarias del país. Por ello hemos podido entender que la interculturalidad es más allá que una simple visión desde lo étnico e indígena, este tema implica una visión profunda que implica muchos aspectos a abordar, Garzón Estrella (2010), comenta acerca de la interculturalidad:

El concepto intercultural no es monolítico, sino dinámico y se refleja en la pluralidad de ámbitos en los que se puede aplicar el internacional, el interétnico, el interreligioso y el intercultural en sentido amplio que se vincula con el concepto de diversidad e implica diferencia respecto a un modelo que pretende imponerse desde el punto de vista social o cultural. (p.78)

Referente a lo expuesto es importante el dinamismo en los temas que se quieren transmitir, la (Ley de Comunicación) exige que se transmitan contenidos interculturales pero muy pocos se preocupan si a la población le interesa este tipo de temas y si estos mismos están generando el impacto deseado en la comunidad.

En este sentido a lo largo del trabajo de investigación se pretende unificar las opiniones de una gran masa de oyentes y saber si realmente se está llegando al propósito deseado. Las entrevistas realizadas a profesionales y expertos, manifiesta que en términos generales el producto final de los estudiantes para AER es excelente, sin embargo, existen falencias leves que se pueden mejorar con el tiempo y con el interés del mismo estudiante.

Si bien los docentes de producción radial son un gran apoyo para el estudiante, sería muy valioso que se exija a los estudiantes que adicionalmente busquen apoyo de antropólogos, sociólogos y otros profesionales especializados para que los contenidos sean no solamente variados e interesantes; sino también investigados y bien documentados.

Cabe señalar que los estudiantes deben mirar la producción de las cápsulas radiales como una oportunidad para crecer en el mundo radial y con ese esfuerzo darse a conocer en el mundo laboral.

De acuerdo con los entrevistados les falta mucha creatividad para lograr entretenimiento necesario, y captar la atención del radioescucha, para que el contenido intercultural genere el impacto deseado en las personas para que mantengan sintonía.

Vigil José Ignacio (2015) argumenta que:

Para aprender a locutar y a producir programas de calidad hay que meter y sacar las patas. Hay que equivocarse y aprender humildemente de los errores. Por eso, el mejor camino son los talleres —más largos, más cortos— donde quienes participan

se aventuran a practicar el lenguaje radiofónico y sus diferentes géneros y formatos. (p.30).

En relación a lo expuesto tanto la Universidad como el estudiante deben tener un sentido de compromiso y de pertenencia por la radio y a su vez por lo que transmiten a la comunidad. Deben tener muy clara la información y el contenido de lo que se quiere expresar y sobre todo que el oyente ya no sienta monotonía de parte del locutor, así como lo expresan en las encuestas realizadas.

Al realizar un cruce de variables en las encuestas se pudo obtener que mientras más educación o alto nivel de instrucción educativa tiene una persona, más desea aprender. Sin embargo, es preocupante que mayoritariamente a la gente que escucha radio, no le interesa demasiado el contenido intercultural que se generan por parte de la UDA ni de las instituciones antes mencionadas. ¿Pero esto a que se debe? Realmente a que no hay un mayor dinamismo y creatividad de parte de los estudiantes y productores, por esto es importante que los docentes procuren también trabajar en estimular la creatividad de los estudiantes, adicionalmente a capacitarlos sobre la modulación de la voz en la radio.

Vigil (2015) dice que: “Lo mejor de un discurso es que sea breve. Si usted habló y habló, y siguió hablando sin darse cuenta de la impaciencia del público, cualquier final que intente dar a sus palabras será malo”, efectivamente la voz locutora debe transmitir seguridad y veracidad en el tema y tener muy claro la razón de la interculturalidad.

5. RECOMENDACIONES

Gracias a las entrevistas y encuestas realizadas, se logró recopilar algunas recomendaciones que los directores y radioescuchas han aportado a el presente trabajo de grado y que han sido de ayuda para encaminar a un mejor desarrollo de radio UDA, y las cápsulas interculturales. Por ello se debe poner en práctica algunas medidas que ayudarán con el mejor desempeño del estudiante que figura como locutar y que cursa la materia de “Producción radial”, estas recomendaciones son:

- Debe ser fruto de una investigación ampliada, guiada académicamente, hecha con mayor calidad, dónde el locutor trasmita un mensaje correcto y atractivo, de esta manera se puede partir desde la cátedra de Antropología Cultural, para conocer a profundidad el tema de interculturalidad y así poder generar

contenidos de calidad, con base a lo visto en clases y desde una investigación profunda por parte del docente y estudiante.

- Ampliar la visión de la interculturalidad, que no solo es la parte indígena ya que la universidad también tiene la obligación de educar a la gente de afuera, hacerles ver que el concepto es mucho más amplio, incluir a grupos de migrantes, grupos minoritarios, y muy importante tratar el tema racial para así generar una cultura de respeto y tolerancia hacia los demás.
- Las voces deberían ser mucho más atractivas, con un mejor nivel de entonación, desde este punto la recomendación es establecer un grupo de estudiantes con voces adecuadas para radio, sin dejar de lado a los estudiantes que no tienen una locución correcta, para este grupo se encargue de la investigación de los temas y así, buscar maneras para que todos participen en la creación y locución de los programas interculturales.
- Investigar cuales son los temas de interés de los jóvenes, para que de esta manera no se realicen contenidos que poco o nada les interese, y con esto contribuir a la formación de contenido especializado para radios que se dirigen a un público más juvenil, y seamos partícipes de la formación de los mismos.
- Es importante que los estudiantes se tomen en serio el trabajo que están realizando en la radio ya que es una puerta abierta al mundo profesional.
- Incrementar más temas sobre leyendas urbanas y rurales, rutas turísticas, costumbres y festividades de los distintos pueblos, áreas protegidas y parques nacionales. Algo muy puntal que los radioescuchas han solicitado, es que se vuelvan a retomar temas sobre los valores que la generación actual lo ve como algo sin importancia, y que para las generaciones anteriores son temas de mucha prioridad en la formación de un buen ser humano, sin embargo, sabemos que no es un tema que compete a la interculturalidad, pero si ampliamos el concepto, existen dos culturas diferentes en estos grupos que están chocando en la actualidad.
- Los estudiantes deben aprender a jugar con la creatividad, de esta manera podrán crear cápsulas entretenidas y de mucho interés, como bien se había dicho anteriormente se puede partir desde las aulas en las diferentes asignaturas, este es

el caso de la cátedra de Creatividad, en donde no solo se puede incentivar al estudiante a crear un eslogan, producto o campaña ingeniosa, sino también podemos jugar con la imaginación del estudiante en cómo crear un programa radial o contenido que vaya más allá de informar.

- Tomar en cuenta los días y hora en que se sintoniza la radio para así distribuir de manera correcta las cápsulas, para que estos contenidos no sean puestos en horarios que pase desapercibido y sobre todo no sea tan repetitivo, ocasionando al oyente fastidio por exceso de información.

BIBLIOGRAFÍA

1. Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión. Núcleo del Azuay, Cuenca Ecuador 2015.
2. Andrade, J. (03 de enero de 2017). *Universidad del Azuay*. Obtenido de Universidad del Azuay: <https://www.uazuay.edu.ec/detalle-corresponsales/18457>
3. Barragán Vicente y Terceros Iván (2017). *Radios, redes e internet para la transformación social* file:
///C:/Users/HP/Desktop/RESPALDOS/PATRI/Desktop/UNIVERSIDAS/Libro-Completo-Radios-redes-e-internet-para-la-transformaci-n-social%20resaltadoooo.pdf.
4. Carrión, H. (2007). *Estudio Radio Comunitarias, situación en el Ecuador*. Quito: Red infodesarrollo,
5. Garzón Estrella Israel. *Comunicación y diversidad intercultural Conceptos, dispositivos y estrategias en red*. Universidad CEU-Cardenal Herrera de Valencia, España), 2011.
6. Hernández, R, Fernández, C, & Baptista, P, (2003). *Metodología de la Investigación*. México: Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana.
7. Ley Orgánica de Comunicación. *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito, Pichincha, Ecuador
8. López Vigil José Ignacio. *Pasión por la Radio*. Primera Edición, Quito, Ecuador, septiembre 2015.
9. Moscoso Moreno Valeria. *Propuesta de una radio universitaria comunitaria en la Universidad del Azuay*. Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación. Escuela de Comunicación social y Publicidad. Universidad del Azuay, (2014).
10. Naresh K. Malhotra. *Investigación de Mercados*. Quinta edición 2008.
11. Piergiorgio Corbetta. *Metodología y técnicas de Investigación Social*. Edición Revisado
12. UNESCO (2006). *Directrices de la UNESCO sobre la educación intercultural*. París: UNESCO

Anexos

Anexo 1

Modelo de entrevista dirigido a Magister Toa Tripaldi, directora del Departamento de Comunicación y al director de Radio UDA, Máster Hugo Guillermo, docentes de la Universidad del Azuay

- 1.- ¿Cuál es la imagen que la Universidad del Azuay desea proyectar a la ciudadanía?
- 2.- ¿Qué se entiende por interculturalidad y qué importancia tiene en la Universidad del Azuay?
- 3.- ¿Considera usted que las cápsulas interculturales producidas por la Escuela de Comunicación Social tienen un efecto positivo en la imagen de la Universidad del Azuay y por qué?
- 4.- ¿Cuál es su percepción sobre las cápsulas interculturales creadas por los estudiantes de la Universidad del Azuay?
- 5.- ¿Qué recomendaciones formularía usted a la Escuela de Comunicación Social para la mejora de las cápsulas interculturales y para que éstas incidan favorablemente en la imagen de la UDA?

Anexo 2

Modelo de entrevista dirigido a los directores de las emisoras de radio

- 1.- ¿Recibe usted las cápsulas interculturales creadas por los estudiantes de la Universidad del Azuay?
- 2.- Difunde usted las cápsulas interculturales en su radio y por qué?
- 3.- ¿Cuáles son las falencias que detecta usted al escuchar las cápsulas interculturales?
¿Cuál es su percepción sobre las cápsulas interculturales creadas por los estudiantes de la Universidad del Azuay?
- 4.- ¿Piensa usted que los radioescuchas están saturados por cápsulas interculturales creadas por la UDA, SECOM y UPS?
- 5.- ¿Considera usted que las cápsulas interculturales transmitidas en las diferentes radios están generando impacto en la sociedad cuencana?
- 6.- ¿Cuáles son las recomendaciones que usted haría en cuanto a temática y contenido a la Escuela de Comunicación Social?
- 7.- ¿Cuáles son las recomendaciones que usted haría en cuanto a orden técnico a la Escuela de Comunicación Social?
- 8.- ¿Cuáles son las recomendaciones que usted haría en cuanto a estrategias y recursos utilizados a la Escuela de Comunicación Social?

Anexo 3

ENCUESTA A OYENTES

Buenos días, mi nombre es Gabriela Flores, estudiante de la Universidad del Azuay. Estoy realizando una encuesta sobre el impacto de cápsulas interculturales en las emisoras radiales de la ciudad de Cuenca.

A. DATOS DEL INFORMANTE

1. Hombre
2. Mujer
3. Parroquia _____

2. NIVEL DE INSTRUCCIÓN

1. Primaria
2. Secundaria
3. Superior
4. Posgrado

3. OCUPACIÓN

1. Ama de casa
2. Emp. Público
3. Emp. Privado
4. Estudiante
5. Cta. Propia / Indep
6. Otro

4. ESTADO CIVIL

1. Soltero
2. Casado
3. Divorciado
4. Viudo/a
5. Unión libre/ hecho

A. CONSUMO DE CONTENIDO INTERCULTURAL

5.- Tiene conocimiento usted de lo que es una cápsula radial (Contenido de 40 segundos de un tema en específico)

SI

NO

6.- ¿Escucha usted radio?

SI **CONTINÚE**

NO **CULMINÒ LA ENCUESTA**

7.- Señale con una X la radio o emisora que usted más escucha

- a) Radio la Voz del Tomebamba _____
 - b) W Radio _____
 - c) Cómplice FM _____
 - d) Mágica FM _____
 - e) Otra _____
-

8.- ¿Me podría indicar los días y horas en las que usted escucha la emisora que me acaba de mencionar?

- | Días | | Hora | |
|-----------------------|-------|-----------------|-------|
| 1. Todos los días | _____ | 1. De 7 a 9 am | _____ |
| 2. De lunes a viernes | _____ | 2. De 9 a 12 pm | _____ |
| 3. Fines de semana | _____ | 3. De 12 a 4 pm | _____ |

9.- Me podría indicar ¿Cuál de las siguientes cápsulas interculturales ha escuchado usted?

- a) Ñuca _____
- b) Ecuador: Voces, colores y sabores _____
- c) El Portal Ciudadano _____
- d) Subkaya _____
- e) Ninguna _____

10.- ¿Ha escuchado usted el contenido intercultural de las cápsulas de la Universidad del Azuay transmitido en las emisoras radiales?

- 1. SI _____ **CONTINÚE**
- 2. NO _____ **CULMINÓ LA ENCUESTA**

11.- ¿Cuándo fue la última vez que escucho?

- a) Hoy _____
- b) Ayer _____
- c) Antes de ayer _____
- d) Hace una semana _____

12.- ¿Recuerda sobre qué tema trato? De las siguientes opciones señale con una X, el contenido que le pareció más relevante.

- a) Patrimonios culturales e historia del Ecuador _____
 - b) Gastronomía y Festividades _____
 - c) Parques nacionales / naturaleza _____
 - d) Leyendas _____
 - e) Otros _____
-

13.- Indique su percepción acerca de los contenidos de las cápsulas interculturales que se transmiten en las radios, marcando con una X su respuesta, tomando como referencia:

1 (Mala), 2 (Regular), 3 (Buena), 4 (Excelente).

	1	2	3	4
1. Contribuyen en el desarrollo de la cultura ciudadana				
2. Fomentan interés por la interculturalidad				
3. Refuerzan los conocimientos sobre la cultura general				
4. Contribuye a mejorar la convivencia entre pueblos diversos				

14.- ¿Qué es lo que usted considera que les falta a las cápsulas interculturales creadas por la Universidad del Azuay?

- a) Entretenimiento _____
- b) Interés _____
- c) Creatividad _____
- d) Objetividad _____

15.- ¿Cuáles son los contenidos interculturales que usted desearía escuchar en las cápsulas de la Universidad del Azuay?

- a) Historia del Ecuador _____
 - b) Áreas protegidas y Parques Nacionales _____
 - c) Costumbres y festividades de los distintos pueblos _____
 - d) Rutas turísticas _____
 - e) Leyendas urbanas y rurales _____
 - f) Gastronomía _____
 - g) Otros _____
-

