

**UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR**

**ESCUELA DE PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Trabajo de Titulación para la obtención del Título de Licenciatura en Producción  
para Medios de Comunicación

**Propuesta de reportaje informativo sobre el funcionamiento de la radio  
comunitaria en la ciudad de Latacunga. Caso: Radio Latacunga**

Autora:

Lesly Nathaly Méndez Armas

Director:

Mgst. Fredi Zamora

Quito, Ecuador

AGOSTO, 2020

## CARTA DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Magister

Fredi Zamora

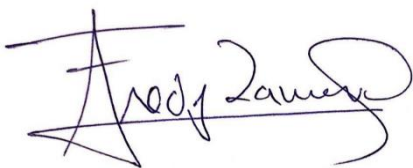
Director de la Escuela Producción para Medios de Comunicación

Presente. -

Yo Fredi Zamora, Director del Trabajo de Titulación realizado por Lesly Nathaly Méndez Armas, estudiante de la carrera de Producción para Medios de Comunicación, informo haber revisado el presente documento titulado “Reportaje informativo sobre el funcionamiento de la radio comunitaria en la ciudad de Latacunga. Caso: Radio Latacunga”, el mismo que se encuentra elaborado conforme al Reglamento de Titulación, establecido por la UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR UNIB.E de Quito, y el Manual de Estilo institucional; por tanto, autorizo su presentación final para los fines legales pertinentes.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Fredi Zamora', with a stylized flourish at the end.

Fredi Zamora

Director del Trabajo de Titulación

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Los criterios emitidos en el presente Trabajo de Titulación “Propuesta de reportaje informativo sobre el funcionamiento de la radio comunitaria en la ciudad de Latacunga. Caso: Radio Latacunga”, así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta(s) son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora del presente documento.

Autorizo a la Universidad Iberoamericana del Ecuador (UNIB.E) para que haga de éste un documento disponible para su lectura o lo publique total o parcialmente, de considerarlo pertinente, según las normas y regulaciones de la Institución, citado la fuente.



Lesly Méndez

C.I: 0550120232

Quito, 11 de agosto del 2020

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por ser mi guía y mi fortaleza.

A mis padres por todo el sacrificio y el amor que me han brindado.

A los docentes que me han orientado en la construcción de mi trabajo.

A todo el equipo humano que conforma Radio Latacunga, por su disposición  
y la apertura del medio para la presente investigación.

## **DEDICATORIA**

A mi madre por ser la primera persona en brindarme su apoyo en todas las decisiones que he tomado. Por ser ejemplo de fortaleza, constancia, perseverancia y por ser mi amiga incondicional.

## ÍNDICE

CARTA DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN .....	ii
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN .....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
ÍNDICE .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	viii
RESUMEN .....	ix
CAPÍTULO 1 .....	10
INTRODUCCIÓN .....	10
1.1 Presentación del Problema.....	12
1.2 Justificación .....	15
1.3 Objetivos de la Investigación .....	16
1.3.1 Objetivo General .....	16
1.3.2 Objetivos Específicos.....	16
CAPITULO 2 .....	18
MARCO TEÓRICO.....	18
2.1 Antecedentes de la Investigación .....	18
2.2 Bases Teóricas .....	20
2.2.1 Carpeta de Producción.....	21
2.2.2 El Reportaje .....	21
2.2.2.1 Objetivos del Reportaje .....	22
2.2.2.2 Características del reportaje .....	22
2.2.2.3 Tipos de Reportaje .....	23
2.2.3 Medios de Comunicación .....	24
2.2.4 Radio Comunitaria.....	25
2.2.4.1 Funcionamiento de una radio comunitaria .....	26
2.2.4.2 Radio Comunitaria en la ciudad de Latacunga.....	27
2.3 Bases legales .....	28
CAPITULO 3 .....	30
METODOLOGÍA EMPLEADA .....	30

3.1 Metodología de la investigación.....	30
3.1.1 Naturaleza de la investigación .....	30
3.1.2. Actores Sociales.....	31
3.1.4 Técnica de Recolección de Información.....	32
3.2 Descripción de la Metodología del Producto.....	34
3.2.1 Carpeta de Producción.....	34
3.2.2 Primera fase: Preproducción.....	35
3.2.3 Segunda fase: Producción .....	37
3.2.4 Tercera fase: Postproducción .....	37
3.2.5 Cuarta Etapa: Difusión .....	37
CAPÍTULO 4 .....	38
RESULTADOS E INTERPRETACIÓN .....	38
4.1 Resultado de la Investigación .....	38
4.1.1 Medios de Comunicación .....	38
4.1.2 Radio Latacunga .....	40
4.1.3 Funcionamiento.....	45
4.2 Triangulación .....	47
4.3.1 Carpeta de Producción.....	49
4.3.1.1 Ficha Técnica.....	50
4.3.1.2 Información General de Contenidos.....	50
4.3.1.3 Preproducción .....	51
4.3.1.4 Sinopsis Larga.....	52
4.3.1.5 Escaleta .....	53
4.3.1.6 Presupuesto .....	62
4.3.1.7 Propuesta de plan de rodaje .....	63
4.3.1.8 Propuesta Estética .....	64
4.3.1.9 Postproducción.....	66
4.3.2. Difusión .....	66
CAPÍTULO 5 .....	67
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	67
5.1. Conclusiones .....	67
5.2. Recomendaciones .....	68
GLOSARIO.....	70
BIBLIOGRAFIA .....	72
FUENTES IMPRESAS .....	72

FUENTES DIGITALES .....	75
ANEXOS .....	77
ANEXO A.....	77
ANEXO B.....	77

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Ficha técnica del reportaje. Fuente: Elaboración propia (2020).....	50
Tabla 2: Equipo humano de trabajo. Fuente: Elaboración propia (2020).....	51
Tabla 3 : Equipo técnico de trabajo. Fuente: Elaboración propia (2020) .....	52
Tabla 4: Escaleta del reportaje. Fuente: Elaboración propia (2020).....	<b>¡Error!</b>
<b>Marcador no definido.</b>	
Tabla 5: Plan de rodaje. Fuente: Elaboración propia (2020).....	63
Tabla 6: Desglose de presupuesto. Fuente: Elaboración propia (2020) .....	62

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Categoría Medios de comunicación (Fuente: Base de dato Atlas.ti) Elaborado por: Méndez (2020).....	38
Gráfico 2: Categoría Radio Latacunga (Fuente: Base de dato Atlas.ti), Elaborado por Méndez (2020) .....	40
Gráfico 3: Categoría Radio Latacunga (Fuente: Base de dato Atlas.ti), Elaborado por Méndez (2020) .....	45

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Portada del reportaje. Fuente: Elaboración propia (2020).....	49
---	----



## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo principal proponer una carpeta de producción para un reportaje informativo sobre el funcionamiento de la radio comunitaria en la ciudad de Latacunga. Caso: Radio Latacunga AM. Para llevar a cabo este fin se utilizó una metodología de investigación basada en el paradigma interpretativo con un enfoque cualitativo, lo que permitió desarrollar la técnica de recolección de datos por medio de entrevistas a diferentes actores sociales para esclarecer el funcionamiento que actualmente tiene la radio Latacunga y la relación que tiene con la comunidad, al categorizar la información se logró obtener tres categorías: medios de comunicación, radio Latacunga y funcionamiento. Con los resultados obtenidos se elaboró una propuesta para la carpeta de producción, partiendo desde la etapa de preproducción donde se elaboró una escaleta y el presupuesto para el reportaje. Con respecto a la etapa de producción se realizó un plan de rodaje y diferentes propuestas en las áreas de dirección, producción, fotografía, iluminación, sonido, para dar paso a la etapa de postproducción, donde se planeó el montaje, la sonorización, colorización y animación de textos. Posteriormente se ideó un plan para la difusión del reportaje con ayuda de redes sociales. Finalmente se concluye que radio Latacunga responde al tipo comunitario ya que se desarrolla en un entorno social debido a que su funcionamiento está sujeto a un proceso creativo a partir de la realidad que experimenta la comunidad día a día, obteniendo una principal recomendación hacia futuros investigadores, para que tomen esta investigación como referente y se profundice en indagaciones hacia otro caso de estudio que presente una variación de características que son de importantes para entender la identidad de una radio comunitaria.

**Palabras claves:** radio comunitaria, funcionamiento, reportaje, carpeta de producción, radio Latacunga

# CAPÍTULO 1

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación está enfocado en informar a través de un reportaje, el funcionamiento de la radio comunitaria en la ciudad de Latacunga. Se ha tomado como objeto de estudio a Radio Latacunga para el análisis de la labor que cumple dentro de la comunidad, al ser un canal de distribución de información. El estudio ayuda a determinar la función de un medio de comunicación orientado a visualizar las prioridades y necesidades establecidas por la colectividad.

El producto audiovisual más idóneo para mostrar la investigación, es por medio de un reportaje informativo ya que es un género periodístico que está sujeto a la realidad donde se desarrolla el caso de estudio. Además, posee características adecuadas para el cumplimiento de los objetivos de la presente indagación. La estructura del reportaje abarca otros géneros como, la noticia, la entrevista y la crónica, herramientas que ayuda a indagar, analizar y profundizar en hechos de interés pertinente.

La propuesta de reportaje se realiza utilizando imágenes, sonido y videos, para crear una narrativa audiovisual, estos instrumentos son organizados en una carpeta de producción. La información, datos, fuentes, entrevistas a los actores sociales que conforman radio Latacunga y los radioescuchas que utilizan el medio de comunicación, serán el hilo conductor para efectuar la estructura del producto audiovisual final. Al ser el objeto de estudio radio Latacunga se considera no solo el funcionamiento sino también la interactividad que mantienen con la ciudadanía.

En el desarrollo del primer capítulo de la investigación, se presenta de forma general a los medios de comunicación comunitaria con una introducción al objeto de estudio. Igualmente se expone el proceso de comunicación radiofónica y se muestra la justificación, con el objetivo principal de la indagación, el cual es, proponer una carpeta de producción para un reportaje informativo sobre el funcionamiento de la radio comunitaria en la ciudad de Latacunga. Caso: Radio Latacunga. También se presenta los objetivos específicos, que son, describir el

funcionamiento de la radio comunitaria y desarrollar el protocolo de la preproducción, producción, postproducción y difusión del producto audiovisual.

En el segundo capítulo se muestra el marco teórico que respalda la investigación, partiendo de los antecedentes, los cuales se obtendrán a partir de una búsqueda de estudios anteriores, tomando como referencia a la radio comunitaria y su población, conjuntamente se analiza las bases teóricas del reportaje informativo, respetando un orden jerárquico. Por último, se enumeran las bases legales que se encuentran descritas en la Constitución de la República del Ecuador y en la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), donde se describen los artículos que reconocen a los medios de comunicación comunitarios.

El tercer capítulo se conforma por la metodología de la investigación, establecido por el paradigma interpretativo y con un enfoque cualitativo. Para la recolección de datos e información se recurre a la entrevista a actores sociales. Finalmente se muestra el proceso para la realización de la propuesta de un reportaje informativo, partiendo desde las definiciones de las etapas que conlleva realizar un producto audiovisual de esta naturaleza. Las etapas son, preproducción, producción, postproducción y difusión.

En el cuarto capítulo se desarrolla los resultados de la investigación al categorizar toda la información obtenida en las entrevistas e interpretarlas de acuerdo a los objetivos previamente planteados. Igualmente se propone una carpeta de producción donde se explica detalladamente la estructura del reportaje y todos los pasos a seguir hasta la etapa de difusión.

Finalmente, en el quinto capítulo se encuentran las conclusiones del trabajo de investigación que son fundamentadas por los resultados obtenidos, de la misma manera se sugiere algunas recomendaciones, orientadas a visualizar el funcionamiento y la labor de la radio comunitaria.

## 1.1 Presentación del Problema

Los medios de comunicación comunitarios particularmente la radio, es una herramienta importante, para el desarrollo de las comunidades y de pueblos dentro de un país. Estos medios comunitarios están orientados a democratizar la información empleando una comunicación horizontal donde el protagonista es el pueblo y sus necesidades, puesto que “los miembros de la comunidad están integrados en los procesos de toma de decisiones; las decisiones se adoptan mediante una estructura de poder descentralizada y un proceso democrático” (Crabtree, 1993, pág. 56).

En la ciudad de Latacunga existen medios de comunicación como: radio, televisión y prensa escrita que presentan varias opciones donde la participación del pueblo es lo más importante al momento de seleccionar información. Un ejemplo es Radio Latacunga, ya que cuenta “con una comunicación radiofónica popular y participativa; priorizando las voces de los marginados y excluidos. Creándose estrategias de participación: los estudios centrales de la radio, donde llegan diferentes actores indígenas y campesinos mestizos” (Guevara, 2014, pág. 1). En otras palabras, la radio permite plantear una propuesta de inclusión social al satisfacer las necesidades de un grupo de personas respecto a problemáticas. Esta radio es portavoz de los cambios que espera el ciudadano en lo social, político y económico por eso es importante tomar en cuenta su labor.

La radio comunitaria en la ciudad de Latacunga ha evolucionado a partir de que “en la Asamblea Diocesana de 1979 se decide crear Radio Latacunga” (Toapanta & Cofre, 2014, pág. 5). Con la idea de evangelizar y educar a un grupo de personas, es por eso que cuenta con una programación diferentes porque “los programas radiofónicos son en los dos idiomas que se habla en la provincia: Español y Kichwa; son producidos por personal de planta, los reporteros populares voluntarios y los colaboradores voluntarios” (Toapanta & Cofre, 2014, pág. 6). Ayudan que el medio de comunicación, empiece a tener diversidad intercultural.

Desde su origen, la programación de Radio Latacunga tuvo la intención de “rescatar el valor de la lengua. Tenemos un programa en quichua que se

transmite en la noche y la madrugada, la mayoría de los indígenas dicen que hoy no se avergüenzan de hablar su lengua” (Silva, 1993, pág. 23). Dicho de otra manera, este medio de comunicación pretende recuperar la identidad de la comunidad a la que va dirigida.

Generalmente a la radio comunitaria se la comprende como un medio de comunicación contrario a intereses económicos o políticos ya que “la radio ha sido y es cuestionada por los grupos de poder económico y político, por permitir que hablen los pobres, los indígenas, los que no tienen oportunidad de hablar en los medios de comunicación tradicionales” (Toapanta & Cofre, 2014, pág. 6). Es por eso que su funcionamiento no puede ser descartado y debe tomar relevancia para futuras generaciones.

En síntesis, el correcto ejercicio de la comunicación en la radio colectiva se evidencia en sus diferentes programas, cuando se debaten todas las posturas con respeto y al final se obtiene una retroalimentación, cuando la diversidad cultural es perceptible y los grupos minoritarios son protagonistas de su realidad, cuando la equidad de género coloca a la mujer como protagonista y no solo una voz secundaria; cuando no hay espacio para la discriminación o la censura, cuando la palabra de cualquier persona es importante para crear una sociedad empática, (López, 1995).

Al igual que el origen de la radio comunitaria y su labor con la sociedad, es importante darle valor al funcionamiento técnico, el cual no se diferencia en gran medida a una radio comercial o de otro tipo. Por eso de manera general, la radio utiliza “un método de transmisión de energía eléctrica de un lugar a otro sin utilizar ningún tipo de conexión directa por cable. Es por eso que a menudo se llama transmisión inalámbrica” (López T. , 2017, pág. 1). En todo este proceso participa un transmisor y un receptor que informan.

En este medio de comunicación es elemental que exista un equipo técnico que ayude a la transmisión de los programas en vivo. Estos se clasifican en equipos de baja frecuencia “aquellos aparatos que generan, captan y manejan la señal (el sonido) que posteriormente ha de ser transmitida. Los micrófonos, los giradiscos o platos, los CD's, la tabla de mezclas” (Kelmy, 2019, pág. 1). Mientras

que los equipos de alta frecuencia son “transmisores de la señal, es decir, los que modulan y transmiten la señal de baja frecuencia en ondas electromagnéticas que viajan libremente por el espacio” (Enseñanzas, 2010, pág. 2).

Además es primordial la participación de un equipo humano porque al manejar hechos noticiosos y de relevancia colectiva “requiere, día a día, más gente preparada en su manejo, mejores especialistas en cada una de sus manifestaciones y auténticos místicos de una profesión, tan llena de expectativas, de futuro y de grandes realizaciones” (García, 1980, pág. 9).

Con estos antecedentes el funcionamiento técnico de una radio ha avanzado hasta la actualidad, pero aún se desconoce como una radio comunitaria trabaja internamente y todo el proceso que conlleva tener una parrilla de programación adecuada para las necesidades que presenta la colectividad y para los cambios tecnológicos que se han venido desarrollando.

En Ecuador existe un control legal de este tipo de medios, a través de la Ley de Comunicación del Ecuador en el Artículo 85, 86 Y 87 sección III donde se especifica todas las condiciones y definiciones que hacen que una radio sea comunitaria. Con esta ley de alguna forma, visualiza la labor que cumplen, pero no esclarece eficazmente la relevancia que tiene con una pequeña comunidad que puede estar invisibilizada.

A pesar que la radio comunitaria ha evolucionado, se ha adaptado a cambios y se ha mantenido vigente, aún existe un desconocimiento de su verdadera labor y el peso que tiene en el ejercicio de la libre comunicación. Si algún día esta radio desaparece no solo se elimina un medio para obtener información o un medio de entretenimiento, también se elimina un conjunto de beneficios sociales que gracias al medio comunitario se puede obtener.

Por eso con la propuesta del reportaje informativo no solo se presenta el funcionamiento de la radio comunitaria como un medio de comunicación también las diferentes formas de interacción con la comunidad, sus cambios y la postura que tienen los oyentes. Por lo que se desprenden las siguientes interrogantes:

¿Cómo es el funcionamiento de la radio comunitaria en la ciudad de Latacunga, Caso: Radio Latacunga? y ¿Cómo debe estructurarse un reportaje Informativo sobre el funcionamiento de la radio comunitaria en la ciudad de Latacunga, caso: Radio Latacunga?

## **1.2 Justificación**

En la ciudad de Latacunga a través del tiempo, se han desarrollado los medios de comunicación tradicionales pero la radio tiene una vinculación más directa en la vida de cada ciudadano, esta importancia se evidencia en la aceptación y participación activa de los individuos a pesar de cambios tecnológicos y la aparición de nuevos medios digitales.

El funcionamiento de la radio comunitaria aún es desconocido para muchas personas, pero la labor que cumple es evidente y de mucho reconocimiento entre los ciudadanos, es por eso que la propuesta de un reportaje informativo es el más idóneo para agrupar las particularidades que presenta Radio Latacunga respecto a otros medios de comunicación tradicionales.

El reportaje informativo está directamente relacionado con hechos de interés individual y social, además se origina de un hecho noticioso relevante. Otorga un contenido claro, preciso y coherente que permite la captación de la atención del grupo objetivo, el cual presenta particularidades específicas.

Mediante este tipo de reportaje se presenta a la radio Latacunga, como un medio de comunicación comunitario que, a partir de su creación a través de la diócesis de Latacunga, otorga a las personas un contenido social tanto en zonas urbanas como rurales. Su labor y su actividad que están sustentadas por medio de un reglamento interno son presentadas a través de la organización de datos e investigación profunda, características de un reportaje informativo.

Mediante el trabajo de investigación y la propuesta de reportaje, se espera obtener un impacto social entre la comunidad de Latacunga para el fortalecimiento de la radio comunitaria. También se espera visualizar sus funciones y la importancia que tiene en el desarrollo personal de un grupo de personas que cuentan con este medio en su día a día. Con la implementación

del reportaje informativo se espera desde la comprensión del contenido, generar debate entre las personas que lo visualicen.

La propuesta del producto audiovisual es una guía teórica para posteriores reportajes con similar temática, ya que cuenta con características significativas tales como: una investigación minuciosa, una propuesta estética para un reportaje informativo a través de una carpeta de producción.

Esta investigación tiene un impacto científico ya que sirve como una pauta o ejemplificación de cómo realizar este tipo de producto audiovisual porque “el reportaje es una profundización que supone un análisis y una interpretación en la presentación y desarrollo de la Información para fomentar la interacción de la información entre todos los individuos” (Macdougall, 1983, pág. 178). Comenzar desde cero una investigación para después ponerla en práctica es difícil, por eso este reportaje es una base para futuras proyectos que requieran un tratamiento técnico similar.

En el ámbito metodológico esta investigación se presenta con un enfoque cualitativo, con un diseño fenomenológico y un estudio de caso particular, todas estas características están presentes en esta investigación por eso sirve como un precedente válido y completo que servirá a para futuras investigaciones.

### **1.3 Objetivos de la Investigación**

#### **1.3.1 Objetivo General**

- Proponer una carpeta de producción para un reportaje informativo sobre el funcionamiento de la radio comunitaria en la ciudad de Latacunga. Caso: Radio Latacunga AM

#### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Describir el funcionamiento de la radio comunitaria en la ciudad de Latacunga. Caso: Radio Latacunga AM, para utilizarlo como contenido del reportaje informativo.



- Desarrollar el protocolo de preproducción del reportaje informativo sobre el funcionamiento de la radio comunitaria en la ciudad de Latacunga. Caso: Radio Latacunga a través de una ficha técnica, sinopsis y escaleta
- Planear el proceso de producción del reportaje informativo sobre el funcionamiento de la radio comunitaria en la ciudad de Latacunga. Caso: Radio Latacunga por medio de la creación del plan de rodaje y la carpeta de producción.
- Diseñar un plan de postproducción del reportaje Informativo sobre el funcionamiento de la radio comunitaria en la ciudad de Latacunga. Caso: Radio Latacunga tomando en cuenta los aspectos técnicos del montaje y edición en el software Adobe Premiere Pro, Adobe After Effects y Adobe Audition
- Establecer las estrategias de difusión del reportaje informativo sobre el funcionamiento de la radio comunitaria en la ciudad de Latacunga. Caso: Radio Latacunga a través de una presentación del producto audiovisual.

## **CAPITULO 2**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Antecedentes de la Investigación**

Los antecedentes en una investigación se describen como “todos aquellos estudios que se han realizado sobre el tema de investigación” (Orozco & Díaz, 2018, pág. 67). Deben ser sustentados mediante una bibliografía que ratifique las afirmaciones planteadas. Los estudios anteriores sirven como guía para nuevos investigadores, para no repetir los hallazgos, y que permita identificar que interrogantes ya han sido respondidas frente a un problema (Tamayo, 2004). En el siguiente párrafo se presenta estudios previos que respaldan la investigación como un proyecto factible dentro de los contextos previstos, brindando un apoyo para futuras investigaciones con similares características. Los estudios son los siguientes:

A nivel nacional en la Universidad Técnica de Ambato, en la carrera de comunicación social, Duche (2018). En Ecuador se realizó un estudio con el título “La radio comunitaria y la gestión de espacios de participación de la nacionalidad Achuar de Pastaza” con el objetivo de identificar en qué medida la radio comunitaria es un instrumento de gestión de espacios de participación de la nacionalidad Achuar, con un enfoque mixto, cuantitativo con la recolección de información con el planteamiento de una encuesta sobre la comunidad Achuar y cualitativo por la compendio de fuentes bibliográficas y entrevistas, obteniendo el resultado de que el mayor porcentaje de la nacionalidad conoce la diferencia entre una Radio Comunitaria y una Radio Comercial y con la conclusión de que la función social de la Radio Comunitaria toma importancia cuando se reconoce que sí permite el proceso organizativo de la comunidad, la participación intercultural, una democratización de los contenidos radiales y la difusión de los intereses colectivos de la Nacionalidad.

Tomando en cuenta los elementos teóricos del estudio propuesto se percibe la relación con el desarrollo de la presente investigación ya que se presenta a la radio comunitaria como un medio de apoyo para visualizar en este caso a una nacionalidad. Expone al medio de comunicación como parte del proceso de la

organización de una comunidad a través del contenido difundido por la radio y la participación activo de los miembros de esta sociedad.

Mediante la investigación elaborada en la Universidad de las Américas en la carrera de comunicación y artes audiovisuales por Chiriboga (2017) en Ecuador-Quito, con el título de “Análisis de contenido en radios comunitarias para la construcción de discursos: Caso Radio Latacunga A.M” con el objetivo principal de identificar la caracterización de radio Latacunga A.M dentro de la misión y función que tienen en general las radios comunitarias en Ecuador, se utilizó un enfoque cuantitativo con análisis de datos con respecto a tiempos de dentro de un programa radial además se realizó encuestas; y un enfoque cualitativo a través de entrevistas realizadas a miembros de la ciudad de Latacunga con el principal resultado de, distintos puntos de vista entre la comunidad sobre el funcionamiento que debe cumplir una radio comunitaria, sin embargo coinciden al decir que es un medio que está al servicio de la comunidad. En conclusión, la significación que se le da a la radio comunitaria en el Ecuador se confunde.

El estudio propuesto se relaciona directamente con la presente investigación porque fue planteada para habitantes en la ciudad de Latacunga. Al realizar entrevistas y esclarecer testimonios se pudo obtener información vital para entender los objetivos que presenta radio Latacunga en relación con la comunidad.

En la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO Ecuador se desarrolló la investigación en el departamento de Estudios Internacionales y Comunicación por el autor Dávila (2018) con el título de “¿Audiencias o Sujetos Sociales? La recepción de la radio comunitaria en Ecuador: Casos ERPE, ALFARO Y SUCUMBIOS” con el objetivo de caracterizar los vínculos particulares que se dan entre las radios comunitarias en el Ecuador y la comunidad a la que sirven a partir de su interacción. El enfoque de la investigación es únicamente cualitativa ya que se realizó un estudio etnográfico para obtener información precisa de las interacciones de la radio comunitaria y la audiencia, siendo la observación su herramienta, con la conclusión de que la relación existente entre comunidad y radios comunitarias está atravesada por factores sobre todo sociales, desde las construcciones de identidades, apuestas culturales,

convivencia en espacios comunes que aseguran la organización desde la “acción colectiva” motivada por un fin común.

Por medio de la investigación propuesta la cual está desarrollada alrededor de una comunidad, se llega a relacionar y concordar que el enfoque cualitativo es el más factible para el tipo de indagación ya que parte de un estudio etnográfico y antropológico para la recolección de datos mediante el estudio y análisis de la relación de cada miembro que conforma Radio Latacunga, sus factores sociales como características que remarca un medio de comunicación comunitario.

Finalmente, se selecciona la investigación realizada en la Universidad de Guayaquil específicamente en la facultad de comunicación social por Chóez (2017) en Ecuador con el título de “Análisis Comunicacional de la Influencia e Impacto de la Creación de una Radio Comunitaria en el Cantón Pedro Carbo, Provincia del Guayas,”. Su objetivo general es analizar la influencia y el impacto de la instauración de una radio comunitaria como elemento para el desarrollo de la comunicación local y educación poblacional, implementando un enfoque es mixto, cuantitativo a través de una encuesta a la comunidad y cualitativa por una entrevista abierta a expertos y autoridades llegando a la conclusión de que una radio comunitaria es una prioridad para la ciudadanía ya que desconocen de la información que sucede en la actualidad.

A pesar que la investigación no se desarrolla sobre la misma población y cambia el contexto, el estudio expuesto tiene una relación directa en que la radio comunitaria es indispensable para la ciudadanía por la desventaja de la desinformación que muchos de los pueblos pequeños son víctimas. Por eso mediante la indagación pertinente sobre el funcionamiento de la radio comunitaria se cumple con el objetivo principal del presente estudio.

## **2.2 Bases Teóricas**

En esta sección del proyecto de investigación se dará énfasis a “un conjunto de conceptos y proposiciones que constituyen un punto de vista o enfoque determinado, dirigido a explicar el fenómeno o problema planteado.” (Arias, 1999, pág. 14). Puesto que se plantea la realización de una carpeta de producción para sustentar el reportaje, se presenta un concepto adecuado para

este término. Por medio de las bases teóricas se explica y analiza los fundamentos del reportaje como género periodístico, partiendo desde la definición, el objetivo, hasta abordar las diferentes características, y su tipología. Asimismo, se investiga el significado de la radio como medio de comunicación comunitario, su clasificación y la importancia que tiene en la ciudad de Latacunga.

### **2.2.1 Carpeta de Producción**

Para la realización del reportaje primero se diseña una carpeta de producción, que es un “documento de pre-producción donde se describe el proyecto audiovisual a realizar en sus diferentes fases y de acuerdo a una estructura coherente con el medio y la industria a la que va dirigido” (Crespo, 2015, pág. 1). Mediante este instrumento se organiza el contenido del reportaje mediante una propuesta estética.

### **2.2.2 El Reportaje**

El reportaje es una construcción de la realidad mediante otras herramientas informativas es por eso que varios autores tienen su propio concepto, por ejemplo, el reportaje es un género periodístico que puede contener otros géneros y se caracteriza por ser informativo al poseer elementos de opinión (Meza, 2006). Este género está directamente relacionado con el receptor porque “es una ampliación de la noticia en que se basa. Consiste en un relato informativo extenso en el que se trata de profundizar en un hecho ya conocido del que se aportan nuevos datos y perspectivas” (CIDE, 2009, pág. 22).

En el reportaje la mayoría de veces “predomina la forma narrativa, la humanización del relato y el uso de un lenguaje próximo al literario, aunque siempre sometido a la objetividad de los hechos contados” (García, 2007, pág. 64). Es uno de los géneros que se puede moldear de acuerdo al objetivo del emisor. Esto quiere decir que el reportaje es un trabajo de investigación que posee una estructura determinada y que tiene como objetivo, informar mediante recursos narrativos que sean comprensibles para el receptor y que genere en él una opinión de acuerdo al tema planteado.

### **2.2.2.1 Objetivos del Reportaje**

El reportaje presenta importantes objetivos entre los que se encuentran, explicar las motivaciones de lo sucedido, exponer sus consecuencias y buscar los antecedentes más próximos además de profundizar en las causas, las referencias y las posibles efectos de un hecho o de una situación además, “analizar los detalles hasta el máximo posible, presentar la personalidad de los protagonistas y recrear las circunstancias y el ambiente en que se han producido los hechos” (CIDE, 2008, pág. 30). Los objetivos al estar orientados en un análisis más profundo ayudan a visualizar las diferentes perspectivas que poseen los medios de comunicación.

### **2.2.2.2 Características del reportaje**

El reportaje presenta algunas características que hace que difieren con otros géneros periodísticos. Tres de las particularidades más evidentes son:

El reportaje está relacionado de forma directa a acontecimientos coyunturales, pero “no requiere la inmediatez de la noticia, ya que se necesita cierto tiempo para profundizar en las informaciones” (García, 2007, pág. 65). Puesto que la recolección de datos es importante para la construcción de la estructura del reportaje.

Este género va más allá de una simple investigación debido a que “en el reportaje se comunica algo que despierta en el lector la necesidad de actuar, por lo que en ocasiones no se trata sólo de información, sino también de denuncia” (Moreno, 2001, pág. 179). Esta característica, hace que las personas se interesen porque se identifican con el tema propuesta.

Para el momento de la indagación “el periodista ha de investigar, inquirir, acudir al lugar de los hechos, recopilar testimonios, citas, fechas, datos, nombres, cifras, anécdotas, diálogos, descripciones, sensaciones, etc., con el fin de reconstruir el ambiente general de la forma más fiel posible” (CIDE, 2009, pág. 23). Este minucioso proceso de búsqueda permite que la información sea de primera mano y que este acorde con la realidad de los testimoniados.

### **2.2.2.3 Tipos de Reportaje**

El reportaje es un género periodístico que presenta una variedad de tipología, al ser un género tan versátil en cuanto a su contenido y su finalidad, ya que “posee diversidad temática, flexibilidad formal y estilística, sin otros límites que la claridad, la exactitud y la eficacia informativa” (CIDE, 2009, pág. 23). Se puede clasificar según su contenido, el tratamiento de la información o el canal de difusión. Los tipos de reportajes son:

#### **Reportaje Informativo**

Su principal objetivo es informar mediante un conjunto de datos ordenados sobre realidades sociales. Este tipo de reportaje emplea a la noticia de forma directa, pero dejando que el reportero pueda manejar una libertad expositiva y creativa. Cuando se habla de un reportaje informativo se hace referencia a un producto creado específicamente para transmitir información sobre un hecho noticioso (Zambrano, 2006). La variedad en fuentes y datos son relevantes para la investigación en este tipo de reportaje.

#### **El reportaje interpretativo**

Parte de una amplia explicación y análisis de hechos actuales, el manejo de su estilo se lleva a cabo con libertad lingüística y una estructura de relato libre. El realizador profundiza en acontecimientos reales a través de explicaciones de autores y juicios de valor propios. (CIDE, 2008). Este tipo de reportaje expone desde varios puntos de vista un solo tema.

#### **El reportaje de investigación**

Su objetivo se halla en exponer y demostrar hechos mediante una amplia investigación. Este tipo de reportaje requiere de una labor minuciosa para alcanzar detalles desconocidos sobre acontecimientos particulares. Generalmente contiene datos actualizados o cifras estadísticas con relación al tema (CIDE, 2008).

### **Reportaje de Narrativo**

Es aquel reportaje que contiene un relato de acontecimientos que se desarrollan en un espacio determinado. Se caracteriza por incluir personajes que pueden ser reales o imaginarios y representan una historia ordenada, secuencial y coherente (Zambrano, 2006), esta clase de reportaje se utiliza el desglose de un relato.

### **El reportaje científico o instructivo**

Incorpora los descubrimientos, avances científicos más recientes es decir se centra en la evolución de temas de interés colectivo. Este reportaje emplea un lenguaje coherente y claro, pero empleando palabras técnicas. (CIDE, 2008)

### **Reportaje de Demostrativo**

Este reportaje expone de manera profunda y detallada reclamos sociales y problemas. El realizador tiene como objetivo hacer pensar a las personas exigiéndoles atención, esfuerzo y dedicación. (Zambrano, 2006). Es el tipo de reportaje que está intenta explicar y definir un tema determinado.

Para la presente investigación se utiliza el reportaje informativo ya que su principal objetivo es comunicar y desarrollar un tema de forma extensa además gracias a la narración de este tipo de reportaje ayuda al público a entender la importancia del tema. En este reportaje de puede abordar hechos, personajes particulares a través de un lenguaje sencillo y apropiado a la temática del mismo.

### **2.2.3 Medios de Comunicación**

Los medios de comunicación presentan la siguiente tipología:

#### **Medios de comunicación masivos**

También se los denomina medios medidos y son aquellos que afectan directamente a masas es decir a mayor número de personas en el mismo instante. En esta clasificación se encuentra la radio, televisión, medios escritos, el cine y el internet (Thompson, 2011, pág. 10).



## **Medios de comunicación complementarios**

Conocidos como medios no medidos, estos afectan a menor número de personas. Estos medios complementarios son Publicidad exterior, publicidad interior y publicidad directa (Frank, 2014)

## **Medios Alternativos**

Forman parte de la promoción e innovación de productos, los cuales “son de un grupo reducido donde no obtienen mayor ganancia que el ejercicio de la comunicación” (Thompson, 2011, pág. 14)

## **Medios de comunicación comunitarios**

Comprenden un espacio para la construcción de relaciones sociales para el empoderamiento de las comunidades y el fortalecimiento de la cultura local, lográndose exclusivamente, con la participación activa y protagónica de cada una de las ciudadanas y ciudadanos de la zona donde se desarrolla el medio,(CONATEL, 2006). Es decir que, los objetivos de estos medios se focalizan en satisfacer las necesidades de una comunidad. Para la presente investigación es necesario tomar en cuenta las característica y rol de los medios de comunicación comunitarios ya que están directamente relacionados con los objetivos del estudio y con el caso de estudio. Será primordial conocer los argumentos teóricos que acompañan a una radio comunitaria.

### **2.2.4 Radio Comunitaria**

Es un medio de comunicación creado para estimular la participación de diferentes grupos minoritarios a través de la comunicación y el diálogo ya que “los sectores populares no quieren seguir siendo meros oyentes; quieren hablar ellos también y ser escuchados. Pasar a ser inter-locutores” (Kaplún, 1985, pág. 67). La radio comunitaria crea espacios de educación y desarrollo social a pesar que “en general son de corto alcance y tienen pocos recursos” (Álvarez, 2008, pág. 74). De modo que su vigencia y su funcionamiento está sujeto a la colaboración de las personas.

## **2.2.4.1 Funcionamiento de una radio comunitaria**

### **Programación**

La parrilla de programación de una radio comunitaria debe ser orientada a satisfacer los requerimientos de la población según el contexto en el que se desarrollen. La programación de la radio muchas veces está sujeta a las diferentes propuestas de programación, por ejemplo, desde “la perspectiva editorial, el manejo de agenda, la identidad artística y el código que los conductores construyan con sus interlocutores” (Montells, 2007, pág. 5). Existen los siguientes tipos de programación:

- La programación fragmentada es utilizada mayormente en radios comunitarias ya que un grupo de personas están a cargo de un programa, además implica diversidad en temáticas por lo que a lo largo del día o la semana la emisión tendrá poco en común. (Montells, 2007)
- Por bloques que generalmente son mañana, tarde, noche y fin de semana, esta programación desarrolla con mayor profundidad los sucesos y acontecimientos además ayuda a dar seguimientos a los temas que se implementen a lo largo de la semana. (Vélez, 2018)
- Programación continua que son desarrolladas habitualmente por radios comerciales y no pueden ser implementadas por radios comunitarias, ya que solo se basa en la presentación de noticias o canciones sin una audiencia participativa y sin un locutor que oriente la programación. (Montells, 2007)

### **Sostenibilidad**

El financiamiento de pagos como el personal que labora en una radio comunitaria o gastos como servicios básicos se dan gracias a que “se sustenta por la publicidad de instituciones públicas y privadas entre otros” (Mullo, 2019, pág. 188). Pero algunas emisoras generan recursos por medio de otras herramientas como emprendimientos o servicios de transmisión de eventos ya que muchas veces restringen contenidos publicitarios que no se apague a sus principios éticos o ideologías. (Anlas, 2008). En años anteriores estos medios de comunicaciones pudieron seguir en vigencia por el apoyo de voluntarios.

## **Participación**

Es importante señalar que para que el funcionamiento de una radio comunitaria se desarrolle, la participación de las personas es fundamental y se basa en “oferta- invitación, según la cual se pretende que el individuo tome parte en las decisiones de quienes disponen lo que hay que hacer” (Mora, 2011, pág. 138). En la participación existe una cierta vinculación política ya que al democratizar la comunicación favorece a que la población obtenga el poder de decisión absoluta además que ayuda a que la comunidad refuerce la diversidad cultural y las tradiciones para dar paso a la integración de nuevos elementos.(Dagrón, 2011)

Se pueden señalar los siguientes tipos de participación comunitaria:

- Participación por autogestión, se desarrolla cuando los miembros de la comunidad intervienen en la toma de decisiones por estatutos que se establecieron de acuerdo al requerimiento de la población. Los oyentes o usuarios de la radio comunitaria son la asamblea. (Andes, 2012)
- “Participación por cogestión, en donde se establecen mecanismos de co-decisión y de colegialidad por los cuales la participación se transforma en algo institucionalizado” (Mora, 2011, pág. 139)
- La participación por delegación, que se puede dar al interior de una organización al delegar facultades de decisión o responsabilidades a las personas involucradas dentro de un programa. (Mora, 2011)

### **2.2.4.2 Radio Comunitaria en la ciudad de Latacunga**

Los medios de comunicación en la ciudad de Latacunga se implementaron con la radio en la comunidad, “desde hace unos 55 años existían radiodifusoras, como: radiodifusora Cotopaxi, radio Latacunga AM, radio Once de Noviembre, radio Nuevos Horizontes, radio “El Rey”, radio Casa de la Cultura, radio ORC”. (Bustillos, 2013, pág. 12). Fueron instrumentos indispensables para visibilizar las necesidades que presentaban la comunidad ya que eran alternativas de comunicación ante la invisibilidad que sufrían varios pueblos indígenas.

Una de las principales y primera radio comunitarias en la ciudad es, radio Latacunga que “fue la pionera en la fabricación de elementos que permitan la difusión y proyección de la radio” (Bustillos, 2013, pág. 13). Todo esto permitió que la comunidad forme parte de la comunicación y sea participe con sus inquietudes y sugerencias.

La radio comunitaria en Latacunga, desde su origen ha establecido una relación directa entre el oyente y el receptor, no solo por como fuente de entretenimiento, también como espacio de participación, inclusión, educación, de desarrollo personal y colectivo.

### **2.3 Bases legales**

En una investigación se debe tomar en cuenta los elementos legales que sustentan el estudio, los que se describe como “leyes que sustentan de forma legal el desarrollo del proyecto” (Villafranca, 2002, pág. 6). El presente trabajo de investigación se respalda por medio la Constitución de la República del Ecuador (2008) en donde se remarca la relación de las personas y el derecho a la comunicación en el siguiente artículo:

**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. (CONSTITUCIÓN, 2008)

En la ley orgánica de comunicación vigente desde el año 2013 se detalla en la sección II en los artículos 85, 86, sobre la definición de un medio de comunicación comunitario, su función dentro de la ciudadanía y las características que debe cumplir para considerar a un medio de comunicación comunitario.

**Art.- 85.-** Definición. - Los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades. Los medios de comunicación comunitarios no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social. (LOC, 2013)

**Art.- 86.-** Acción afirmativa.- El Estado implementará las políticas públicas que sean necesarias para la creación y el fortalecimiento de los medios de comunicación comunitarios como un mecanismo para promover la pluralidad, diversidad, interculturalidad y plurinacionalidad; tales como: crédito preferente para la conformación de medios comunitarios y la compra de equipos; exenciones de impuestos para la importación de equipos para el funcionamiento de medios impresos, de estaciones de radio y televisión comunitarias; acceso a capacitación para la gestión comunicativa, administrativa y técnica de los medios comunitarios. (LOC, 2013)

Los medios de comunicación comunitarios, en particular la radio presenta características propias, las cuales están sujetas a cumplir primero con la constitución de la república de Ecuador que muestra a manera de artículos varios puntos donde la comunicación es fundamental para el desarrollo de la comunidad. La ley orgánica de comunicación es otra de las bases legales con sus respectivos artículos que declaran leyes a las que se deben apegar el ejercicio de la comunicación como los medios en los que son transmitidos.

## **CAPITULO 3**

### **METODOLOGÍA EMPLEADA**

#### **3.1 Metodología de la investigación**

##### **3.1.1 Naturaleza de la investigación**

La presente investigación se enmarca en el paradigma interpretativo que según Rodríguez (2011) es donde “existen múltiples realidades construidas por los actores en su relación con la realidad social en la cual viven” (p. 127). Es por eso que surgen diversos significados dependientes de la situación o cada persona es decir que la realidad social es “una realidad construida con la base en los marcos de referencia de los actores” (Rodríguez, 2011, pág. 6).

Tomando en cuenta lo antes mencionado, la investigación se orienta al estudio e indagación particular de un caso, Radio Latacunga AM por lo que se obtendrá información en el espacio y tiempo, donde se encuentran los actores sociales. Se estudian las conductas particulares y grupales, mediante el testimonio de personas que laboran o prestan servicio en Radio Latacunga AM además de usuarios de la radio comunitaria para la interpretación del funcionamiento de este medio de comunicación.

Para el enfoque de la investigación se asume el enfoque cualitativo porque se puede “conocer, registrar, narrar y difundir la información sobre la expresión sociocultural de los comportamientos y relaciones de los protagonistas del hecho o fenómeno objeto de estudio.” (Riquelme, 2017, pág. 4).

El presente trabajo tiene la intención de conocer e informar por medio de un enfoque cualitativo sobre el funcionamiento de la radio comunitaria particularmente Radio Latacunga es por eso que en el proceso de investigación se obtendrá evidencias mediante entrevistas, relatos y testimonios por parte de la comunidad y de quienes prestan el servicio radiofónico.

El diseño seleccionado para la presente investigación es el diseño fenomenológico ya que se concibe como “técnicas basadas en el contacto directo con el fenómeno investigado que constituye al objetivo, la conciencia y el

darle sentido a las cosas, como actividad de partir de hechos concretos y reales” (La Madriz, 2019, pág. 37).

Para efectuar la investigación se requiere establecer una comunicación directa con los actores sociales dentro de la radio Latacunga ya que son elementos esenciales para estar al tanto del funcionamiento diario del medio de comunicación. Además, mediante este contacto se puede observar la interactividad que tiene el oyente y con la radio.

Igualmente, la investigación se sustenta por medio del estudio de caso porque “es el proceso de investigación que examina la particularidad y naturaleza distintiva de un caso singular.” (La Madriz, 2019, pág. 38). Es decir, radio Latacunga y sus características particulares y específicas sobre otros medios de comunicaciones comerciales.

Además, los estudios de caso hacen “referencia a una persona, una institución, un programa, una cultura o sistema, del cual se va a profundizar en la comprensión de su singularidad, como elemento que teniendo múltiples perspectivas se distingue dentro de su realidad social” (La Madriz, 2019, pág. 41). Por eso en la investigación comienza desde la descripción de las características de radio Latacunga para la comprensión de su entorno social.

### **3.1.2. Actores Sociales**

Los individuos que son importantes en una investigación se les denomina como actores sociales ya que “es alguien que tiene algo que ganar o algo que perder a partir de los resultados de una determinada intervención o la acción de otros actores” (Tapella, 2016, pág. 86). Para la presente investigación es importante poder tener un contacto directo con los actores sociales en la radio porque con su intervención se puede esclarecer el funcionamiento del medio de comunicación además de obtener información más precisa de su programación, evolución y target.

Uno de los actores sociales del estudio, es el director de la radio que apoya a la investigación con información de carácter administrativo sobre el funcionamiento de este medio de comunicación, también brinda especificaciones sobre el origen

de la radio. Otro actor social que guía a radio Latacunga, y a quien se acude es a la directora de contenidos, persona encargada estructurar la parrilla de programación, elemento importante para conocer a qué público va dirigido el contenido radiofónico. El director de noticias es otra persona que brinda información sobre el manejo de hechos noticiosos o acontecimientos de interés en la comunidad.

Asimismo, se acude a un locutor comunitario, quien brinda antecedentes de la relación que tiene el medio de comunicación con las personas de la comunidad o con los oyentes que participan en la programación, además expone las ventajas del medio de comunicación. Para obtener un análisis más profundo del rol del oyente se toma en cuenta el punto de vista de un radioescucha que conforman el público directo de radio Latacunga quien, mediante su participación, muestran a la radio, como un instrumento de desarrollo personal y comunitario.

Es importante que la información que se maneje sea coherente y verdadera por eso se debe tomar en cuenta a un informante clave que “es una persona capaz de aportar información sobre el elemento de estudio y constituye un nexo de unión entre dos universos simbólicamente diferentes” (Valles, 2005, pág. 121).

Es decir que para que la investigación tenga una validación mayor se debe recurrir a un especialista en medios de comunicación, un productor radiofónico conocedor del funcionamiento y la importancia de la radio comunitaria en la ciudadanía además de estar dispuesto a participar en la investigación.

### **3.1.3 Técnica de Recolección de Información**

La recopilación de información se puede comprender como “datos que van a ser proporcionados por personas y se producirán de observaciones y registros o se encuentran en documentos, archivos, bases de datos, etcétera” (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014). Esta información es presentada por medio de una entrevista que es una técnica donde se “representa e interpreta la cultura tal y como es vista por los partícipes de esa cultura” (Montero, 1993, pág. 45).



La entrevista es una herramienta que usa el periodismo para ahondar en la percepción personal de una persona hacia un tema propuesto, el cual se expresa mediante datos y vivencias particulares que la simple observación no permite descubrir. La entrevista estructurada es la que se efectúa en esta investigación, ya que pone énfasis en crear un contexto similar entre los diferentes testimonios de los actores sociales e informantes claves para obtener de ellos la perspectiva real del funcionamiento de radio Latacunga como radio comunitaria y la relación que existe con la ciudadanía.

La entrevista al director general, a la directora de contenidos y al director de noticias, de la radio se realiza según un cuestionario previo donde se encuentran preguntas direccionadas a la función que ocupan dentro de la radio. Para el locutor de radio comunitario de igual forma se efectúa preguntas abiertas sobre una perspectiva más personal de su función y de la interactividad que tiene con los oyentes de radio Latacunga. En cuanto a la entrevista a la comunidad, es decir a un representante que escuche el medio de comunicación y participe, se le pregunta de acuerdo a su experiencia como es el funcionamiento de la radio por medio de los programas que escucha.

El guion de entrevista es un banco de preguntas general para todos los actores sociales donde ese plantea interrogantes claras y concisas sobre radio Latacunga. Para verificar todas las preguntas dirigirse a Anexo A

#### **3.1.4 Técnica de análisis de información**

En la investigación es importante el estudio de la información presentada y esto “implica realizar un ejercicio de análisis profundo y objetivo para llegar a conclusiones surgidas de las relaciones establecidas entre las respuestas o los objetivos de la investigación.” (Bastar, 2012, pág. 65).

Todo el análisis es llevado a cabo gracias a la codificación que es el instrumento que ayuda a la reunión de información “desde categorías determinadas por dimensiones y propiedades, ya predeterminadas” (Riquelme, 2017, pág. 11). Para la investigación se realizó entrevistas estas serán transcritas para determinar características de los actores sociales e informantes claves para después categorizarlos.

Cuando se quiere categorizar se debe tomar en cuenta que “las categorías tienen un poder conceptual, puesto que tienen la capacidad de reunir grupos de conceptos o subcategorías” (Corbin, 2000, pág. 91). Para la investigación es importante jerarquizar las diferentes perspectivas de los individuos entrevistados, tales como la objetividad de su testimonio, la importancia para el funcionamiento de radio Latacunga y los diferentes impresiones que presenta la comunidad por el medio de comunicación.

Por último, la triangulación que se comprende como un “mecanismo para analizar la información recogida por diferentes técnicas, cruzando las diversas aportaciones y combinando diversos ángulos. (Riquelme, 2017). Es decir, se analizará los aportes de las entrevistas y se determinara la razón por la que se categorizó, mediante características propias de los actores sociales e informantes claves y del contexto en el que se desarrollan.

## **3.2 Descripción de la Metodología del Producto**

### **3.2.1 Carpeta de Producción**

En la propuesta de reportaje informativo se desarrolla una carpeta de producción para presentar la estructura y una noción estética con el que se realizará el producto audiovisual. Un reportaje como otros género periodístico o artístico “requiere de la utilización de una serie de medios humanos, técnicos y económicos para poder aplicar una logística dedicada a preparación, rodaje, montaje de la grabación y posterior distribución del producto audiovisual” (Salinas, 2020, pág. 1). Para el primer acercamiento de la carpeta se debe plantear lo siguiente:

#### **Ficha Técnica**

Es un elemento de la carpeta de producción donde se “recopila la información básica de un film y adquiere especial relevancia cuando hablamos de presentar nuestro proyecto ante inversores, colaboradores, pues es un elemento fundamental que debe contener el dossier que utilizaremos para dar a conocer nuestro proyecto” (García V. , 2019, pág. 1). De modo que es un tipo de resumen donde se encuentra la información general de contenido, como el título, género, duración, target, entro otros elementos.

### **3.2.2 Primera fase: Preproducción**

Primera etapa de una producción audiovisual, parte del planteamiento de una idea base. En síntesis, es donde “definimos que es lo que queremos hacer y qué es lo que necesitamos para poder realizarlo” (Campo, 2018, pág. 2). Es la fase donde el producto audiovisual tomará forma para la posterior grabación; dentro de esta etapa se hallan lo siguiente:

#### **Personal Técnico**

Este grupo de personas son imprescindibles a la hora de realizar un producto audiovisual ya que es el “personal que interviene en una película de ficción es casi el mismo en las tres etapas (preproducción, rodaje y postproducción). De esa manera tenemos un organigrama elemental donde cada especialidad tiene una descripción de tareas determinada” (Muñoz, 2008, pág. 1).

#### **Equipo Técnico**

Es importante tener en cuenta este apartado ya que “son los materiales necesarios para tener un producto final atractivo para el consumidor final, es decir las personas a quienes estará dirigido el video” (Webtilia, 2019, pág. 1). Dicho de otra manera, son todas las herramientas tecnológicas necesarias al momento del rodaje, hay que tomar en cuenta tres elementos a la hora de implementar estas herramientas, “el equipo de grabación, el equipo de sonido y los elementos de iluminación. En esencia, estos son los grandes grupos formados por todos aquellos elementos que sirven para obtener, de manera directa o indirecta, contenido audiovisual” (Alvarez, 2015, pág. 1).

#### **Sinopsis**

Es una herramienta de la preproducción de un proyecto audiovisual. Se puede definir como un relato en el que se desarrolla la historia de una película, novela o de cualquier narración, donde se expone a los personajes que participan en el desarrollo de los hechos orientados por un objetivo (Sánchez, 2017). La sinopsis es importante al momento de estructurar la idea base del proyecto y permite que “el autor puede ir fijando en ella los sucesos que conformen el argumento así como corregir cualquier error que detecte en él, ya sea estructural, de falta de

verosimilitud, de progresión de la acción o de cualquier otro tipo” (Sánchez, 2017, pág. 1).

### **Guion**

Sirve para dar una forma más uniforme al producto audiovisual, es un “documento que contiene una narración que ha sido pensada para ser filmada, se especifican las acciones y diálogos de los personajes, se da información sobre los escenarios y se incluyen acotaciones para los actores” (Sánchez H. , 2016, pág. 1). El guion es mayormente utilizado en producciones artísticas ya que se tiene mayor control de todas las acciones que se desarrollan.

### **Escaleta**

Es una lista o índice donde se presenta la historia mediante un desglose de escenas, “es el esqueleto del guion y sirve para ver la estructura de la historia y su progresión dramática” (Cubero, 2017, pág. 1). Los elementos que compone la escaleta vienen encabezados por la locación, en que tiempo se desarrolla, día o noche, una descripción de la acción de cada escena, conjuntamente con los planos, movimientos y posición que se encontrará la cámara al momento del rodaje.

### **Plan de Rodaje**

Es un formato establecido donde se especifica un “calendario de trabajo según localizaciones de rodaje, requisitos de cada secuencia o disponibilidad de actores y equipo” (Kelmy, 2015, pág. 1). Esta herramienta ayuda a implementar una organización adecuada desde la preproducción hasta el momento del rodaje.

### **Propuesta estética**

Se define como un proceso donde se dará identidad al producto audiovisual, por medio de las diferentes propuestas de los departamentos que conforman la producción, donde cada uno establece “una comunicación amplia y clara para que todas las áreas involucradas en el diseño audiovisual, comprendan las generalidades y particularidades estético formales del proyecto abordado,

bajándolo concretamente a imágenes y sonidos que se presentan como un mapa estético-formal” (Acosta, 2016, pág. 3)

### **3.2.3 Segunda fase: Producción**

A esta fase se la comprende como el espacio del “rodaje y se considera que es la más importante por el volumen de trabajo y el coste” (Ortiz, 2018, pág. 32). En esta fase se lleva a cabo las grabaciones en las locaciones acordadas mediante la planificación que se organiza en la escaleta y las propuestas técnicas anteriormente expuestas. Por medio de esta etapa se obtendrá el material con tomas en bruto para las cuales se requiere de un equipo técnico determinado y un equipo humano para la realización del proyecto.

### **3.2.4 Tercera fase: Postproducción**

Es la penúltima fase del proceso de la realización de un proyecto audiovisual, “es la fase que comprende todos los procesos de finalización del proyecto, como el montaje, la sonorización y los retoques. Se considera terminada cuando el producto está listo para entrar en el mercado” (Ortiz, 2018, pág. 1). Además, se toma en consideración el presupuesto de la producción para la difusión.

### **Presupuesto**

Es un listado de gastos que se han realizado a lo largo del proyecto audiovisual además “representa el costo real de la producción y siempre se debe dejar un margen de error para los imprevistos que puedan surgir” (Viteri, 2019, pág. 1).

### **3.2.5 Cuarta Etapa: Difusión**

Se define como la última fase de la producción de un proyecto audiovisual, en ocasiones, esta etapa no se la considera como parte del proceso ya que es donde el producto se encuentra terminado y esta listo para la publicación. Es decir, que “una vez que ya tenemos el proyecto depurado y terminado es hora de lanzarlo al target que se definió en un inicio” (Salas, 2018, pág. 1). Mediante estrategias en redes sociales u otras plataformas que ayuden a que el proyecto pueda llegar al público y crea el impacto planteado.

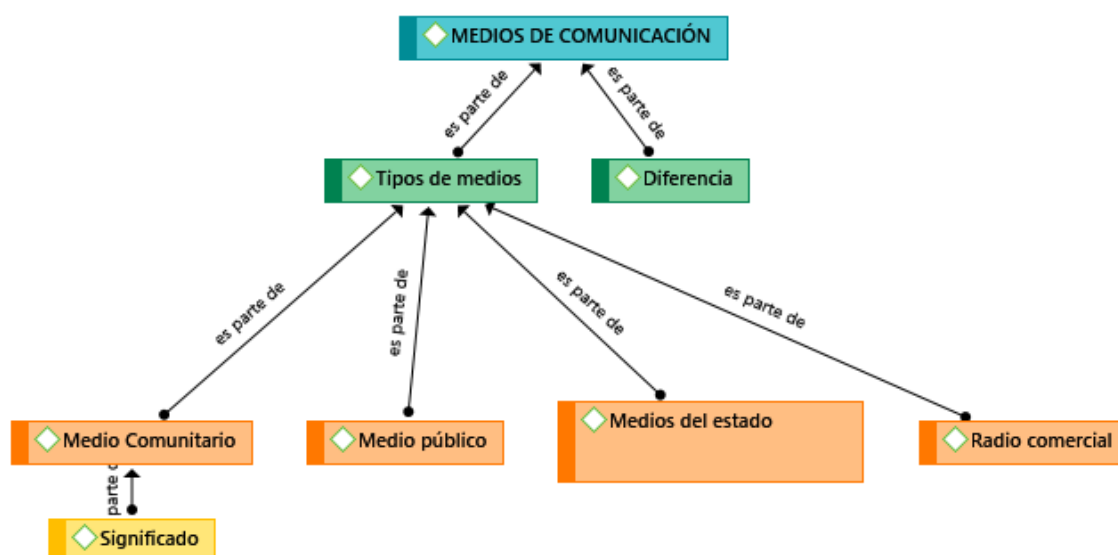
## CAPÍTULO 4

### RESULTADOS E INTERPRETACIÓN

Para este capítulo se efectuó un análisis de los resultados obtenidos en las entrevistas a los actores sociales. Se seleccionó al director de radio Latacunga como primer referente, el cual puntualizó el funcionamiento de este medio de comunicación. También se optó por el testimonio de la directora de contenidos, quien brindó una amplia información sobre la parrilla de programación. Para la exploración de la interacción de la radio con la comunidad se escogió a dos de los principales locutores. De igual manera un oyente brindó un relato sobre el impacto que tiene la radio en la ciudad de Latacunga, tanto en la zona urbana como rural. En la elaboración del reportaje se inició estructurando las partes del mismo a través de una escaleta y un plan de rodaje para después hacer el diseño de la carpeta de producción, compuesta por un conjunto de propuestas, para el posterior rodaje, montaje y difusión del producto audiovisual.

#### 4.1 Resultado de la Investigación

##### 4.1.1 Medios de Comunicación



**Gráfico 1:** Categoría Medios de comunicación (Fuente: Base de dato Atlas.ti)  
Elaborado por: Méndez (2020)

Como se puede apreciar en la gráfica anterior se muestra la categoría medios de comunicación donde se desprenden una serie de códigos que nos permite

realizar una aproximación a lo que es la radio comunitaria, para comprender esto, es necesario identificar las siguientes subcategorías:

### **Tipos de Medios**

Para interpretar esta primera subcategoría es necesario identificar cada uno de los códigos que hacen referencia a la clasificación de los medios dentro del contexto radial, iniciado por lo comercial que según S.N.L 1:17 “sólo buscan un tema económico”, esto quiere decir que este tipo de medios solo se enfocan en la ganancia que puede generar la radio. En cuanto a los medios públicos, expresa, I.R.D 1:15 “tiene un concepto muy parecido, pero se está llevando a cabo más con poderes de Estado y ya es algo completamente distinto” es decir, este tipo de medios de comunicación se relaciona con un sistema de leyes establecidas por una jurisdicción.

Un medio del estado se caracteriza por poseer, según J.E.L 6:15 “actores sociales gubernamentales”, quienes están sujetos a estatutos o reglamentos, la naturaleza de estos medios está alejado del concepto de un medio comunitario como lo describe L.H.O 7:3 “busca el bien común y obviamente está enfocado para que pueda ayudar a poder expresar todo lo que una comunidad o población necesita o sugiere o ha querido exponer hace muchos años y no ha podido.”, en otras palabras, es un medio que no responde a nada más que a los ciudadanos, su intereses comunes y con un significado relevante como lo dice I.R.D 1:13 “dar la voz a la gente que no tiene voz” con una programación orientada al pueblo y a la urgencia del mismo.

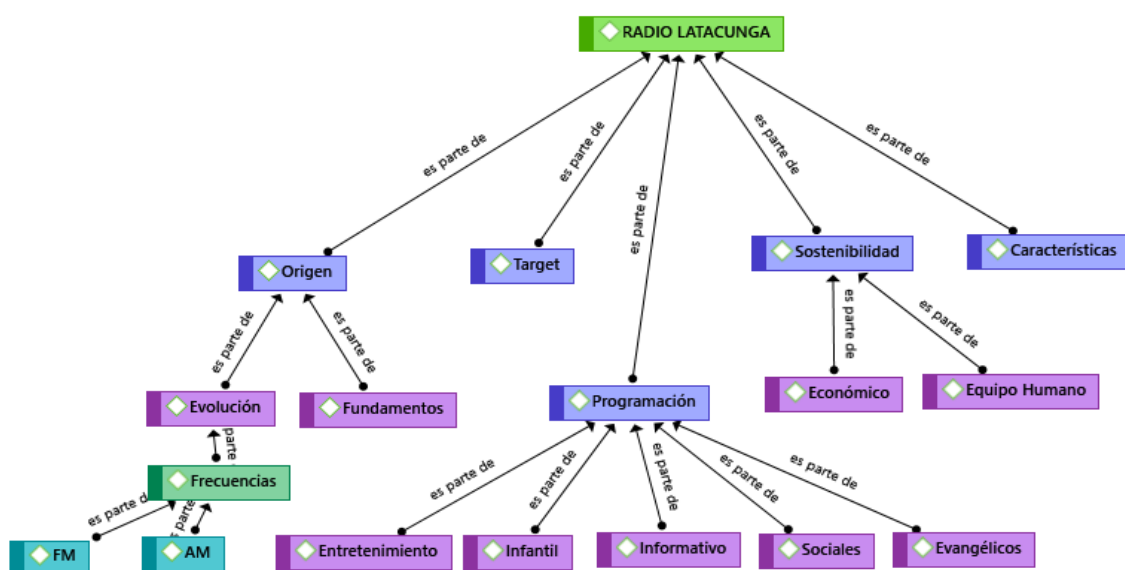
### **Diferencias**

Al analizar los tipos de medios de comunicación surgen dos puntos de vista, donde manifiesta, S.N.L 1:18 “la gran diferencia donde prácticamente la gente es el actor fundamental de la comunicación”, dicho de otra manera, los radioescuchas, sus problemáticas y necesidades son el punto de partida que dan la identidad comunitaria a la radio. Un criterio un tanto diferente es el de I.R.D 1:10 “no veo que haya una diferencia entre radios tradicionales y radio comunitaria porque la radio tradicionalmente es comunitaria por el sentido de intimidad que existe entre el personal de la radio con la gente con la cual está

interactuando”, es decir, la radio desde su origen siempre ha generado un acercamiento íntimo con sus oyentes independientemente de su legislación.

Se puede concluir que la categoría de medio de comunicación proporciona la base con la que dará inicio el reportaje ya que, mediante la diferenciación de cada medio, hay un acercamiento más notable sobre cuál es la verdadera esencia de la radio comunitaria, sus principales características para después ahondar en el funcionamiento.

#### 4.1.2 Radio Latacunga



**Gráfico 2:** Categoría Radio Latacunga (Fuente: Base de dato Atlas.ti), Elaborado por Méndez (2020)

El segundo gráfico contempla la categoría Radio Latacunga y con ellos otras subcategorías que son importante analizarlas para comprender cada parte del medio de comunicación comunitario.

#### Origen

Es necesario tomar en cuenta el inicio de la radio Latacunga para comprender toda la labor que cumple como medio de comunicación comunitario, que según J.E.L 6:1 “se origina con las ideas de las hermanas religiosas de la Diócesis de Latacunga, con la idea de evangelizar junto a Monseñor José Mario Ruiz Navas, obispo de aquel entonces, en el año 1981”, han pasado alrededor de 39 años desde esta iniciativa, con un concepto de cambio o transformación, el cual poco



a poco fue direccionándose hacia otros sectores que para esa época no eran tan visibles como lo son ahora. Como lo dice M.G.D 6:2 “se dio un enfoque muy grande a los pueblos indígenas”, aquellas personas que no tenían acceso a medio de comunicación cercanos, personas que eran socialmente excluidas.

A partir del origen de radio Latacunga se desarrolla su evolución que según la perspectiva de J.E.L 6:4 “ha ido creciendo con la participación de organizaciones de segundo grado, las parroquias de los cantones de la provincia de Cotopaxi” es decir que mediante la intervención de más personas, sus diferentes perspectivas, la realidad que vivían, la radio pudo obtener una transformación orientada a satisfacer las necesidades que surgían en el diario vivir del pueblo, mediante J.E.L 6:5 “cabinas en las comunidades” las cuales se consideran hasta la actualidad una herramienta importante, como un punto de partida para una comunicación bidireccional, una comunicación donde las personas construyen un cambio en sus condiciones de vida.

A través de los cambios que se produjeron en el medio de comunicación, se implementó dos frecuencias radiales, es decir una frecuencia AM donde según J.E.L 6:9 “apunta a un público sumamente del sector rural, los cinturones de pobreza que se han generado alrededor de la ciudad, la migración, la inseguridad, son temas que manejan los programas”, esto quiere decir que en esta frecuencia se da énfasis a problemáticas de la vida diaria de barrios, parroquias o zonas alejadas, que al igual que la zona urbana presentan varias necesidades. Mientras que la frecuencia FM según M.G.D 5:9 “las nuevas generaciones ahora sintonizan Stereo Latacunga FM, porque la programación que también nosotros tenemos es la propuesta de promoción humana en el sector urbano”, mediante la temática que ha adoptado esta frecuencia se pretende llegar a un público más joven, que al igual que todas las personas, también presentan sus propios puntos de vista.

## **Programación**

La parrilla de programación de radio Latacunga está sujeta a dos temáticas establecidas por la frecuencia AM y FM. La estructura de los diferentes espacios se caracteriza por ser completa, variada e inicia según M.G.D 5:16 “a las cuatro

de la mañana con la transmisión”, de programas entre los cuales se destaca la sección infantil, denominada según M.G.D 5:17 “Garabatitos, en el cual está dedicado específicamente a los niños, tenemos la participación de niños de varios sectores, de varios lugares”, los cuales desde temprana edad adquieren facultades comunicativas y de participación continua.

Para la programación evangélica se encuentra según J.E.L 6:17 “La luz en la Mano, La Buena Noticia”, programas orientados a evangelizar a una comunidad mayormente católica, además se suma según M.G.D 5:18 “el programa Caminantes, que desde que inició la pandemia tenemos el espacio de la celebración eucarística desde la Catedral de Latacunga”, es decir, la radio se ha adaptado a los cambios que se han generado en la actualidad.

Los programas sociales están destinados a mejorar las dificultades que pueden adquirir la comunidad, además estos espacios según la perspectiva de J.E.L 6:19 “son los que proyecta el sector indígena a través de una organización como es el Movimiento Indígena y campesino de Cotopaxi”, de esta manera son programas mayormente participativos, de conciencia social y sin ningún tipo de exclusión, como es el caso del programa según expone M.G.D 5:22 “ Voces de Libertad, que es producido por personas privadas de la libertad, son ellos quienes después de una capacitación continua, están a cargo de producir un programa y lo hacen desde el Centro Regional Cotopaxi”, es decir radio Latacunga no solo reparte información y la comunidad la interpreta, también brinda espacios para que las personas puedan ejecutar la comunicación.

En cuanto a la programación de entretenimiento, especialmente difundida en la frecuencia FM de radio Latacunga, se encuentra según M.G.D 5:19 “La Radio Revista Rumbo al Mediodía, en el cual se trabaja con temáticas de acompañamiento, de seguimiento de entrevistas y, por supuesto, de la musicalización”, el cual se asemeja a otro espacio de entretenimiento como lo es, según M.G.D 5:48 “el programa Que Chévere, este programa es un programa musical, pero también va acompañado con reflexiones, con motivaciones de diferentes temáticas que en el día a día vivimos”, es decir que a pesar que los programas pueden tener una base distracción o diversión, también tratan promover un cierto grado de conciencia y reflexión. Además, a este segmento

se añade según, M.G.D 5:2 “Planeta Deportivo, es un programa netamente deportivo” el cual brinda una variedad contenido que puede ser aprovechado por diferentes oyentes, según sus distinciones.

La programación informativa, ofrece una temática noticiosa, actual y de participación. Uno de los programas con mayor alcance, según lo dice M.G.D 5:21 “El Informativo en el cual contamos nosotros con reporteros de la mayoría de cantones de la provincia de Cotopaxi, son personas voluntarias quienes diariamente o después de haber estructurado un cronograma, envían la información”, es así como las mismas personas de la comunidad son entes participativos, quienes producen la noticia desde la realidad en la que están viviendo. Uno de las fortalezas de una radio comunitaria es el manejo del idioma quichua por medio de programas interculturales, como según lo relata M.G.D 5:46 “participan los compañeros indígenas con sus comunicados, con sus invitaciones, se trata también de diferentes temáticas, se habla de temas de agricultura, de necesidades y más”, este tipo de programas ayuda a fortalecer el aprendizaje y fortalecimiento del idioma quichua entre la población.

Otro de los programas que brinda una amplia información según M.G.D 5:45 “la tienda, que lo conducen dos compañeros y que justamente motiva la interacción de los oyentes, de las personas que están siguiendo para que puedan a través de eso, promocionar sus productos, promocionar sus emprendimientos”, estas trasmisiones fomentan el desarrollo de la comunidad desde una perspectiva de crecimiento y sostenibilidad económica.

### **Target**

Radio Latacunga al estar dividida en dos frecuencias, con lo cual su audiencia también lo está, es así como nos cuenta J.E.L 6:11 “Radio Latacunga en A.M. maneja un target de aproximadamente 25 años, hasta los 70 u 80 años, un público adulto mayor en el sector urbano marginal y en el sector rural”, el cual se interesa en una programación ligada a los problemas sociales que atraviesa la comunidad. Este target se caracteriza por ser de un rango muy amplio que se nutren de varios puntos de vista.

En la frecuencia FM según J.E.L 6:12 “Stereo Latacunga busca un público más joven, aproximadamente de unos 20 a 45 años de edad”, el cual se inclina por una programación de entretenimiento y acompañamiento musical, pero sobre todo es un público participativo.

## **Sostenibilidad**

Un tema relevante para tomar en cuenta es la sostenibilidad de radio Latacunga como medio de comunicación comunitario que según I.R.D 1:41 “se sostiene a través de diferentes espacios”, entre los cuales se han dividido en la sostenibilidad económica, I.R.D 1:40 “a través de proyectos y también de publicidad, porque es necesario mantener la radio y las personas que laboran en la radio”, es decir, posee espacios de anuncios promocionales, los cuales aportan recursos que ayudan al financiamiento interno de la radio.

La sostenibilidad en el equipo humano que según I.R.D 1:42 “tenemos voluntarios”, también, I.R.D 1:43 “tenemos 10 personas que estamos laborando bajo relación de dependencia”, ya que, sin un conjunto de personas especialistas en comunicación, las cuales laboren diariamente, tomen decisiones y produzcan contenido sería muy difícil que la radio siga vigente en la actualidad.

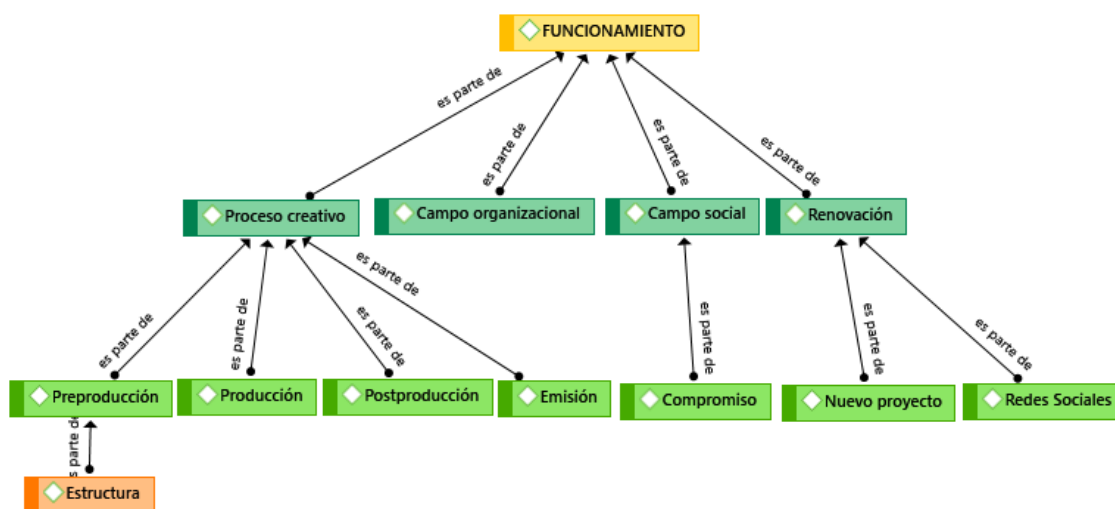
## **Características**

Entre las características que hacen a radio Latacunga un radio comunitaria se encuentra la perspectiva de L.H.O 7:1 “es mucho más humana y mucho más cálida al momento de difundir todos sus programas” es decir que este medio tiene una buena relación e interacción con la colectividad en toda su programación, también está la postura de M.G.D 5:3 “espacio en el cual sean las mismas personas las protagonistas, sean ellas quienes den a conocer a través de las ondas radiales sus necesidades, sus inquietudes, sus sueños, sus pensamientos”, es decir que, las particularidades de la radio comunitaria están directamente relacionadas con la postura que tome la ciudadanía frente a sus necesidades.

Al concluir con la categoría de radio Latacunga, además de conocer profundamente las bases de la misma, sirve para que el reportaje tome como

referencia a programas que han ayudado a la comunidad a nivel social, cultural y hasta económico. En el producto audiovisual se ampliará los testimonios de personas que fueron parte de la radio con una participación directa en la misma.

### 4.1.3 Funcionamiento



**Gráfico 3:** Categoría Radio Latacunga (Fuente: Base de dato Atlas.ti), Elaborado por Méndez (2020)

En la categoría Funcionamiento, propuesta en la gráfica anterior, se desglosan varios códigos que explican de manera detallada sobre lo que conlleva la labor de radio Latacunga, a su vez se refleja otras subcategorías, que se nombran a continuación:

### Campo Organizacional

Para comprender de mejor manera el funcionamiento de radio Latacunga es importante abordar el tema desde un ámbito organizacional, la cual se encuentra según I.R.D 1:46 “nosotros estamos bajo la diócesis de Latacunga, que la diócesis es el ente regulador, por así decir, de los medios de comunicación que se manejan en los sistemas de comunicación Latacunga”, es decir que la entidad que tiene el control más significativo sobre la toma de decisiones en la radio, responde a intereses religiosos además hay que tomar en cuenta que según I.R.D 1:47 “la dirección ejecutiva que estoy representando yo en este momento y junto a mí tengo un coordinador de contenidos general, un coordinador de

noticias y un coordinador administrativo”, lo cual permite a la radio conservar diversos programas y un contenido sujeto a la realidad de la comunidad.

### **Campo Social**

En el ámbito social, el funcionamiento de radio Latacunga se percibe como la adaptación de diferentes ideas o propuestas para que posteriormente se pongan en marcha, o como lo dice J.E.L 6:3 “una hermenéutica a la que se hace a través de la programación y saber las necesidades de la gente, requiere de un estudio profundo, de una conciencia social”, es decir que para comprender como funciona la radio es necesario entender la realidad por la que está pasando la comunidad, sin esta interacción no se logrará una comunicación bidireccional a través de ideas que según J.E.L 6:4 “proponerles luces de esperanza, de proponerles una luz que nos permita salir de este camino, salir de la pobreza, salir de la marginación, de la migración y de tantos problemas que nos aquejan”, adoptando una dirección hacia la comunidad, al involucrarla

### **Proceso creativo**

El funcionamiento de la radio se relaciona directamente con el proceso creativo que conlleva realizar un programa, el cual se divide en cuatro métodos, primero la preproducción que según M.G.D 5:4 “es la idea, en el concepto, que es lo que yo quiero comunicar a través de mi programa, a través de mi espacio” en otras palabras para iniciar siempre se necesita plantearnos una idea principal que después será estructurada por medio del tiempo como lo dice M.G.D 5:5 “¿Cuánto tiempo va a tener de espacio radial? Hablemos de una hora y de ir estructurando, de tal a tal el tiempo, voy a tratar de tal tema, especificaciones”, en otras palabras, a medida que se define la idea central del programa y se desarrolla por escrito se considera la duración de cada parte del contenido, siendo un primer bosquejo de lo que se quiere comunicar.

Para la etapa de producción es fundamental la estructura del contenido desarrollada en la preproducción, la cual ayudará a, según M.G.D 5:6 “la elaboración de los libretos, de las presentaciones de cortinas, que nos permita tener una programación súper dinámica” es decir que esta etapa se elabora lo antes planificado a través de un guion, que viene a ser parte esencial para la

tercera etapa, que según M.G.D 5:7 consta de “la grabación de libretaje, la grabación de voces”, que serán ejecución del guion planificado. Finalmente, la etapa de emisión donde de acuerdo a, M.G.D 5:8 “ya definido, el horario en el cual saldrá a emitirse el programa, definido también quién estará al frente de la conducción del programa, ya procedemos a salir al aire”, es así como un programa radial se realiza, apoyándose en la estructuración de una idea, es decir la preproducción del libreto, para así ser escrita en la etapa de producción, grabada en la postproducción y transmitida en el programa correspondiente.

## **Renovación**

Durante el funcionamiento de la radio llega un punto en que se debe tomar en cuenta la renovación o implementación de algo nuevo, que según M.G.D 5:14 es “reestructuración acorde a la realidad, a las exigencias que hoy en día pues reclama esta realidad en la cual nos encontramos los medios de comunicación”, con ello se busca efectuar nuevas formas de comunicación acordes a un medio comunitario. Según M.G.D 5:13 “estamos trabajando en un proyecto, Radio TV Latacunga, de cómo llevarlo, lo que hacemos, lo que producimos, no solo dejarlo en la radio, sino pasarlo también a través, pasarlo visualmente”, de modo que, con Radio Tv, se implementará otro tipo de comunicación, una comunicación con un contenido audiovisual, orientado a que la información que maneja radio Latacunga sea mejor difundida.

## **4.2 Triangulación**

Después del análisis de datos cualitativos por medio de la elaboración de categorías y subcategorías, se da paso a la construcción de hallazgos al contrastar conceptos establecidos por autores y el punto de vista de los actores sociales que se relacionan con radio Latacunga. La comparación de estos dos enfoques, permite tener una percepción más profunda sobre el funcionamiento del medio de comunicación comunitario que a su vez ayudará a la ejecución de la propuesta de reportaje informativo.

La triangulación inicia con la percepción de los diferentes medios de comunicación en un contexto radial, partiendo desde la perspectiva de radio populares para las cuales “la clave no está en mejorar la situación

comunicacional de ciertos conjuntos de individuos o comunidades, sino de trabajar para que los sectores populares -definibles en términos socioeconómicos y culturales- puedan conocer y poner en común sus realidades” (Mata, 1993, pág. 59). A lo que argumenta I.R.D 1:10 “no veo que haya una diferencia entre radios tradicionales y radio comunitaria porque la radio tradicionalmente es comunitaria por el sentido de intimidad que existe entre el personal de la radio con la gente con la cual está interactuando”, es decir que a pesar de algunas diferencias de medios comunitario respecto a otro tipo de medios comunicaciones, la esencia de la radio es ser portavoz de las personas de acuerdo al contexto por el que estén pasando.

La investigación también brinda detalles sobre la programación que ofrece una radio comunitaria ya que, la estructura de cada segmento acata “los factores que inciden en el medio en que se desarrolla una emisora, la categoría en relación con la potencia de sus equipos, la filosofía de sus dueños o directores, la competencia, los hábitos y costumbres de las gentes” (García J. , 1980, pág. 293). Mientras los programas que transmiten desde radio Latacunga según J.E.L 6:19 “son los que proyecta el sector indígena a través de una organización como es el Movimiento Indígena y campesino de Cotopaxi”, en otras palabras, la programación de una radio comunitaria es adaptada a las circunstancias y al entorno en que se desarrollen los oyentes, por lo que de acuerdo a las necesidades que presente, el medio de comunicación modificará la parrilla de programación para poder satisfacer al pueblo.

Es muy importante también señalar que el funcionamiento de una radio comunitaria se puede ejecutar gracias a diferentes factores, pero “las emisoras comunitarias no pueden pertenecer a ninguna cadena, pero sí pueden asociarse o establecer vínculos, por ejemplo, a través de asociaciones, corporaciones, redes, empresas de mercadeo, consorcios, uniones temporales, proyectos conjuntos, etc.” (Álvarez, 2008, pág. 70). A lo que argumenta I.R.D 1:46 “nosotros estamos bajo la diócesis de Latacunga, que la diócesis es el ente regulador, por así decir, de los medios de comunicación que se manejan en los sistemas de comunicación Latacunga”, es decir que, radio Latacunga no solo se asoció con una entidad, también es regulada por la misma pero ante este hecho el funcionamiento no se ha visto afectado en ninguna de sus dos frecuencias



porque actualmente sigue laborando de acuerdo a sus objetivo y las necesidades que presenta la comunidad.

Ante el análisis de las diferentes posturas se toma en consideración que el funcionamiento de radio Latacunga este sujeto a varios procedimientos, desde una diferenciación con otros medios de comunicación a través de la programación vigente que se centra en dar voz a la comunidad y en aspectos organizaciones de acuerdo a las entidades reguladoras y las personas que participan en la radio comunitaria.

### **4.3 Resultados del producto**

#### **4.3.1 Carpeta de Producción**

En esta sección se desarrolla la carpeta de producción, una herramienta que permite especificar toda la información del reportaje y las diferentes propuestas. Se inicia por el diseño de la portada, la ficha técnica y datos generales donde se plantea la idea y tema, para seguir con la elaboración de las etapas de producción.

#### **Portada**



**Figura 1:** Portada del reportaje. Fuente: Elaboración propia (2020)

#### 4.3.1.1 Ficha Técnica

Se encuentra la descripción general del producto audiovisual, donde se detalla el nombre de la producción, el género, duración, el formato, además del grupo objetivo, es decir para quien va dirigido el reportaje.

**Tabla 1:** Ficha técnica del reportaje. Fuente: Elaboración propia (2020)

<b>Título</b>	<b>Más allá de las palabras</b>
<b>Género</b>	Reportaje
<b>Duración</b>	7-8 min
<b>Formato</b>	1920x1080 (Full HD)
<b>Target</b>	25-60 años
<b>Año</b>	2020

#### 4.3.1.2 Información General de Contenidos

##### **Tema**

El reportaje se centra en la trascendencia del funcionamiento de una radio comunitaria ya que, mediante la programación de radio Latacunga, se esclarece el rol que cumple con la colectividad desde su origen hasta la actualidad, además explicar las diferencias que presenta frente a otros medios de comunicación.

##### **Objetivo**

La intención del reportaje es percibir la importancia del funcionamiento de la radio comunitaria en el desarrollo de la población a la que va dirigida. Además de presentar a este medio de comunicación tradicional como una herramienta de educación, participación, inclusión social y progreso.

##### **Público**

El target al que va dirigido el producto audiovisual se encuentra entre las edades de 25 a 60 años puesto que, son personas con un grado de madurez media-alta, y podrán percibir al reportaje desde diferentes perspectivas a partir de sus

propias experiencias. También se propone este público por el target que maneja radio Latacunga en sus dos frecuencias AM y FM.

### **Longline**

Si es que el radio Latacunga deja de funcionar los oyentes no podrían acceder a los beneficios que esta presenta de modo que, se visualiza las ventajas de la radio mediante testimonios de la comunidad.

#### **4.3.1.3 Preproducción**

Para esta etapa se efectuó una investigación previa del objeto de estudio, es decir a radio Latacunga, donde se pudo considerar varios aspectos que permiten su correcto funcionamiento hasta la actualidad. Entre los aspectos a tomar en cuenta al momento de realizar la carpeta de producción, se encuentra la diferenciación de la radio comunitaria respecto a otros medios, la evolución, la programación y las características del funcionamiento que distinguen a radio Latacunga. También se determinó el equipo humano que participará en el reportaje y las herramientas técnicas que se utilizarán en la producción.

### **Equipo Humano**

**Tabla 2:** Equipo humano de trabajo. Fuente: Elaboración propia (2020)

<b>CARGO</b>	<b>NOMBRE</b>
<b>Dirección</b>	Lesly Méndez
<b>Producción</b>	Sebastián Vásquez
<b>Cámaras</b>	Steven Grijalva y Lesly Méndez
<b>Iluminación</b>	Edgar Tovar
<b>Sonido</b>	Josselyn Porras
<b>Montaje</b>	Lesly Méndez

### **Equipo técnico**

Para la etapa de producción del reportaje se utilizará algunos equipos técnicos que serán indispensables para el rodaje, tales como:

**Tabla 3** : Equipo técnico de trabajo. Fuente: Elaboración propia (2020)

<b>HERRAMIENTAS</b>
Cámara canon 7D
Cámara canon rebel 5t
Lente 50mm
Lente 18-55 mm
Trípode
SteadyCam
Reflector Circular
Foco Fresnel
2 micrófonos Corbatero
Micrófono de cañón

#### **4.3.1.4 Sinopsis Larga**

Más allá de las palabras es un reportaje que visualiza el funcionamiento de una radio comunitaria a partir del seguimiento a radio Latacunga. La estructura del reportaje estará compuesta por una introducción, un desarrollo con tres partes y una conclusión. Inicia con una introducción donde 3 actores sociales, una autoridad de la ciudad, un joven comerciante y una niña escucha el mismo programa que es parte de la programación de radio Latacunga. Esta serie de imágenes será una primera muestra de lo que genera un medio comunitario, es decir una conexión de las personas en cualquier contexto o en cualquier situación.

El desarrollo se divide en tres partes, la primera estará enfocada a la radio comunitaria frente a otros medios, ya sean comerciales o del estado, donde un oyente hablará sobre esta diferenciación, pero desde una perspectiva correspondiente a de la zona urbana de la ciudad de Latacunga. Este punto de vista será contrastado con la perspectiva de un oyente que viven en zonas rurales donde la radio trajo más beneficios por ser una población vulnerable en años pasados.

Con la ayuda de un locutor comunitario desde la parroquia de Zumbahua se remarcará la esencia de la radio orientada a los menos favorecidos, además se tomará en cuenta las ventajas que posee frente a la educación de niños, jóvenes y adultos en la misma parroquia ya que la el medio de comunicación en su frecuencia AM presenta programas de educación bilingüe que reciben los niños en una comunidad indígena en Zumbahua.

La segunda parte del desarrollo será conformada por la labor de radio Latacunga, donde iniciará con entrevista al directo de esta radio, puntualizando en temas como, el origen y las frecuencias que manejan, para dar paso a la programación, con la ayuda de una entrevista a la directora de contenidos donde se hablará de dos programas, voces de libertad y la tienda. Voces de libertad, un programa producido por personas privadas de la liberad con el acompañamiento continuo del equipo de radio Latacunga, y la tienda, un programa orientado a dar voz a los pequeños emprendedores, los cuales también brindarán su testimonio.

Para finalizar el desarrollo, se profundizará en el funcionamiento de la radio comunitaria, mediante su campo organizacional para esto se recurrirá al director de noticias de radio Latacunga, quien también hablará de los reglamentos que deben cumplir para seguir vigentes. Para mayor claridad en el tema de censura se recurrirá al testimonio de una autoridad de la ciudad de Latacunga, quien anteriormente laboró en la radio y también formó parte del movimiento indígena.

La conclusión estará orientada a la reflexión, cuando se visualiza a los tres actores sociales presentados en el inicio sin la presencia de la radio en su vida diaria. Se muestra lo que sucedería si el funcionamiento de la radio comunitaria dejará de existir.

#### **4.3.1.5 Escaleta**

La escaleta es una herramienta que se maneja en la preproducción del reportaje Más allá de las palabras, donde se describe cada escena que tomará lugar en las diferentes locaciones. Se establece una estructuración mediante la implementación de una variedad de planos y movimientos de cámara, lo cuales aportan a la narrativa y el concepto del reportaje

**Tabla 4:** Escaleta del reportaje. Fuente: Elaboración propia (2020)

REF.	SEC	1	ESC	1	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
	ACCIÓN								
1	MANO DE UNA NIÑA ENTRA A CUADRO, TOCA UNA RADIO Y LA PRENDE								
	PLANO			MOVIMIENTO			POSICIÓN		
	PRIMER DETALLE			S/M			LATERAL		
REF.	SEC	2	ESC	1	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
	ACCIÓN								
2	ADULTO SENTADO BUSCA DESDE UNA COMPUTADORA RADIO LATACUNGA								
	PRIMER PLANO			S/M			DORSAL		
REF.	SEC	3	ESC	1	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
	ACCIÓN								
3	JOVEN SINTONIZA LA RADIO EN EL CELULAR								
	PLANO MEDIO CORTO			S/M			LATERAL		
REF.	SEC	1	ESC	2	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
	ACCIÓN								
4	NIÑA ESCRIBE EN SU CUADERNO								
	PLANO DETALLE			S/M			FRONTAL		

REF.	SEC	2	ESC	2	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN	
									OFICINA	
ACCIÓN										
5	ADULTO HACE UNA LLAMADA									
	PLANO				MOVIMIENTO			POSICIÓN		
	PLANO MEDIO CORTO				S/M			LATERAL		
REF.	SEC	3	ESC	4	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN	
									TIENDA	
ACCIÓN										
6	JOVEN HABLA CON PERSONAS									
	PLANO				MOVIMIENTO			POSICIÓN		
	PLANO MIEDO CORTO				TRAVELLING			DORSAL		
REF.	SEC	4	ESC	1	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN	
									SALA	
ACCIÓN										
7	ENTREVISTA OYENTE ZONA URBANA									
	PLANO				MOVIMIENTO			POSICIÓN		
	PLANO MEDIO				S/M			FRONTAL		
REF.	SEC	4	ESC	2	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN	
									SALA	
ACCIÓN										
8	MOVIMIENTOS DEL ENTREVISTADO									
	PLANO				MOVIMIENTO			POSICIÓN		
	PLANO DETALLE				S/M			FRONTAL		

REF.	SEC	5	ESC	1	D/N	DIA	INT / EXT	EXT	LOCACIÓN
									ZUMBAHUA
ACCIÓN									
9	ENTREVISTA LOCUTOR COMUNITARIO								
	PLANO			MOVIMIENTO			POSICIÓN		
	PLANO MEDIO LARGO			S/M			FRONTAL		
REF.	SEC	5	ESC	2	D/N	DIA	INT / EXT	EXT	LOCACIÓN
									ZUMBAHUA
ACCIÓN									
10	MOVIMIENTOS DEL ENTREVISTADO								
	PLANO			MOVIMIENTO			POSICIÓN		
	PLANO DETALLE			S/M			FRONTAL		
REF.	SEC	6	ESC	1	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
									ZUMBAHUA
ACCIÓN									
11	ENTREVISTA OYENTE DE ZONA RURAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA								
	PLANO			MOVIMIENTO			POSICIÓN		
	PLANO MEDIO CORTO			DOLLY OUT			FRONTAL		
REF.	SEC	6	ESC	2	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
									ZUMBAHUA
ACCIÓN									
12	MOVIMIENTOS DEL ENTREVISTADO								
	PLANO			MOVIMIENTO			POSICIÓN		
	PLANO DETALLE			S/M			LATERAL		



REF.	SEC	7	ESC	1	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
									ESCUELA
ACCIÓN									
13	NIÑOS ESCRIBEN MIENTRAS ESCUCHA LA RADIO								
	PLANO			MOVIMIENTO			POSICIÓN		
	PLANO GENERAL			S/M			FRONTAL		
REF.	SEC	8	ESC	1	D/N	DIA	INT / EXT	EXT	LOCACIÓN
									RADIO LATACUNGA
ACCIÓN									
14	PERSONAS PASAN POR LAS INSTALACIONES DE LA RADIO								
	PLANO			MOVIMIENTO			POSICIÓN		
	PLANO GENERAL			S/M			FRONTAL		
REF.	SEC	8	ESC	2	D/N	DIA	INT / EXT	EXT	LOCACIÓN
									RADIO LATACUNGA
ACCIÓN									
15	SE ABRE LA PUERTA PRINCIPAL DE RADIO LATACUNGA								
	PLANO			MOVIMIENTO			POSICIÓN		
	PLANO GENERAL			DOLLY IN			FRONTAL		
REF.	SEC	9	ESC	1	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
									OFICINA DE DIRECCIÓN
ACCIÓN									
16	ENTREVISTA DEL DIRECTOR DE RADIO LATACUNGA								
	PLANO			MOVIMIENTO			POSICIÓN		
	PLANO MEDIO LARGO			S/M			FRONTAL		

REF.	SEC	9	ESC	2	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
									OFICINA DE DIRECCIÓN
ACCIÓN									
17	MOVIMIENTOS DEL ENTREVISTADO (DIRECTOR)								
	PLANO			MOVIMIENTO			POSICIÓN		
	PLANO DETALLE			S/M			FRONTAL		
REF.	SEC	10	ESC	1	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
									OFICINA DIRECTORA
ACCIÓN									
18	ENTREVISTA DIRECTORA DE CONTENIDO DE RADIO LATACUNGA								
	PLANO			MOVIMIENTO			POSICIÓN		
	PLANO MEDIO LARGO			S/M			FRONTAL		
REF.	SEC	11	ESC	1	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
									CÁRCEL REGIONAL COTOPAXI
ACCIÓN									
19	PERSONA PRIVADA DE LA LIBERAL LOCUTA EL PROGRAMA "VOCES DE LIBERTAL"								
	PLANO			MOVIMIENTO			POSICIÓN		
	PLANO GENERAL			S/M			FRONTAL		
REF.	SEC	12	ESC	1	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
									CARCEL REGIONAL COTOPAXI CABINA
ACCIÓN									
20	ENTREVISTA PERSONA PRIVADA DE LA LIBERTAL								
	PLANO			MOVIMIENTO			POSICIÓN		
	PLANO AMERICANO			DOLLY OUT			FRONTAL		

REF.	SEC	13	ESC	1	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
									CABINA DE RADIO
ACCIÓN									
21	LOCUTOR DA LA BIENVENIDA AL PROGRAMA "LA TIENDA"								
	PLANO			MOVIMIENTO			POSICIÓN		
	PLANO GENERAL			S/M			FRONTAL		
REF.	SEC	13	ESC	2	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
									CABINA DE RADIO
ACCIÓN									
22	LOCUTOR INTERACTUA CON UN EMPRENDEDOR								
	PLANO			MOVIMIENTO			POSICIÓN		
	PLANO MEDIO LARGO			S/M			LATERAL		
REF.	SEC	14	ESC	1	D/N	DIA	INT / EXT	EXT	LOCACIÓN
									PATIO
ACCIÓN									
23	ENTREVISTA A UN JOVEN EMPRENDEDOR								
	PLANO			MOVIMIENTO			POSICIÓN		
	PLANO AMERICANO			S/M			FRONTAL		
REF.	SEC	15	ESC	1	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
									OFICINA
ACCIÓN									
24	ENTREVISTA DIRECTOR DE NOTICIAS DE RADIO LATACUNGA								
	PLANO			MOVIMIENTO			POSICIÓN		
	PLANO ENTERO			S/M			FRONTAL		

REF.	SEC	15	ESC	2	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
									OFICINA
ACCIÓN									
25	MOVIMIENTOS DE ENTREVISTADO								
	PLANO				MOVIMIENTO			POSICIÓN	
	PLANO DETALLE				S/M			FRONTAL	
REF.	SEC	16	ESC	1	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
									OFICINA
ACCIÓN									
26	AUTORIDAD DE LA CIUDAD DE LATACUNGA SENTADO FRENTE A UNA COMPUTADORA								
	PLANO				MOVIMIENTO			POSICIÓN	
	PLANO GENERAL				S/M			FRONTAL	
REF.	SEC	16	ESC	2	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
									OFICINA
ACCIÓN									
27	ENTREVISTA DE LA AUTORIDAD								
	PLANO				MOVIMIENTO			POSICIÓN	
	PLANO GENERAL				S/M			FRONTAL	
REF.	SEC	1	ESC	3	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
									SALA
ACCIÓN									
28	RADIO COMINEZA A FALLAR Y NO SE ESCUCHA Y SALA ESTA VACIA								
	PLANO				MOVIMIENTO			POSICIÓN	
	PLANO GENERAL				ZOOM OUT			FRONTAL	

REF.	SEC	2	ESC	3	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
	ACCIÓN								
29	OFICINA VACIA								
	PLANO			MOVIMIENTO			POSICIÓN		
	PLAO GENERAL						FRONTAL		
REF.	SEC	3	ESC	3	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
	ACCIÓN								
30	LA TIENDA ESTA VACIA								
	PLANO			MOVIMIENTO			POSICIÓN		
	PLANO GENERAL			S/M			FRONTAL		

### 4.3.1.6 Presupuesto

Tabla 5: Desglose de presupuesto. Fuente: Elaboración propia (2020)

Concepto	Cantidad	Coste Unitario	Total
<b>GUIÓN Y MÚSICA</b>			
1.1 Guion	0.0	0.0	0.0
1.2 Música	1	250,00	250,00
<b>2 PERSONAL TÉCNICO</b>			
2.3 Técnico Sonido	1(5 días)	75,00	375,00
2.4 Técnico iluminación	1(5 días)	65,00	325,00
2.6 Editor video	1(3 días)	100,00	300,00
<b>3 EQUIPO DE RODAJE</b>			
3.1 Cámara canon 7D	1(5 días)	50,00	250,00
3.2 Trípode	1(5 días)	15,00	75,00
3.3 SteadyCam	1(5 días)	55,00	275,00
3.4 Equipo iluminación: Reflector Circular	1(5 días)	5,00	25,00
3.5 Equipo iluminación: foco fresnel	1 kit (5 días)	15,00	75,00
3.6 Equipo de sonido: micrófono corbatero	1(5 días)	18,00	90,00
3.7 Equipo de sonido: micrófono de cañón	1(5 días)	15,00	75,00
<b>4 EXTERIORES</b>			
4.1 Locaciones	7	0	0
4.2 Viajes	4 (1 viaje)	25,00	100,00
4.3 Catering	5 días	16,00	80,00
<b>5 GASTOS DE PRODUCCIÓN</b>			
5.1 Cinta adhesiva	1 rollo	0,75	0,75
5.2 Extensión	2	2,00	4,00
5.3 Libreta	1	1,00	1,00
5.4 Esferos	4	2,75	11,00
<b>6 OTROS</b>			
6.1 Reserva			50,00
<b>TOTAL</b>			<b>2361,75</b>

### 4.3.1.7 Propuesta de plan de rodaje

El planteamiento del plan de rodaje del reportaje se basa en la descripción de las escenas con respecto a la disponibilidad de las locaciones y de las condiciones en las que se grabará, es decir, si el rodaje se desarrollará en interior o exterior y si es en el día o en la noche. El plan de rodaje ayuda que la grabación sea organizada y que no registre ningún error.

**Tabla 6:** Plan de rodaje. Fuente: Elaboración propia (2020)

<b>N</b>	<b>Día</b>	<b>INT/EXT</b>	<b>DESCRIP. ESC</b>	<b>PERSONAJE</b>	<b>LOCACIÓN</b>
<b>1</b>	1	Int	Introducción	Niña	Casa/sala
	2	Int	Introducción	Autoridad	Oficina
	3	Int	Introducción	Joven Emprendedor	Tienda
	4	Int	Entrevista	Oyente zona urbana	Casa/sala
<b>2</b>	8	Ext	Tomas de paso		Radio Latacunga
	9	Int	Entrevista	Director general de Radio Latacunga	Oficina
	10	Int	Entrevista	Directora de contenidos	Oficina
<b>3</b>	13	Int	Tomas de paso		Cabina de radio
	14	Ext	Entrevista	Joven emprendedor	Patio de radio Latacunga
	15	Int	Entrevista	Director de noticias	oficina
	16	Int	Entrevista	Autoridad de la ciudad de Latacunga	Oficina
<b>4</b>	5	Ext	Entrevista	Locutor comunitario	Parroquia Zumbahua
	6	Int	Entrevista	Oyente zona rural	Casa/sala
	7	Int	Tomas de paso		Escuela zona rural

5	11	Int	Tomas de paso		Cárcel regional Cotopaxi
	12	Int	Entrevista	Oyente privada de la libertad	Cárcel regional Cotopaxi

#### 4.3.1.8 Propuesta Estética

##### Propuesta de Dirección

El departamento de dirección estructurará el reportaje de la siguiente forma:

- **Introducción:** el reportaje iniciará mediante la relación que tienen tres oyentes con la radio. Una niña, una autoridad de la ciudad de Latacunga y un joven emprendedor escuchan la programación que brinda una radio comunitaria. Esta serie de tomas es para esclarecer la relación y lazos que puede tener cualquier persona con programas vigentes en radio Latacunga
- **Desarrollo:** se divide en tres partes. El primero con el tema de la diferenciación de la radio comunitaria con otro medio se tomará en cuenta tres testimonios y un ejemplo. La segunda parte se centra en la importancia de la parrilla de programación mediante entrevistas al director de la radio y directora de contenidos con dos ejemplos de oyentes que participan continuamente. La tercera parte será sobre el funcionamiento de la radio y su organización, esta información la dará el director de noticias de la radio y se ejemplificará mediante el testimonio de una autoridad de la ciudad de Latacunga.
- **Conclusión:** con los mismos actores sociales que participarán en la introducción se presentará la reflexión del reportaje que se da a través de la siguiente interrogante, si la radio comunitaria desaparece, ¿Qué pierde el oyente, derecho a la comunicación o solo información?

##### Propuesta de fotografía

- **Recurso Narrativo:** propone utilizar diferente valor de plano en todo el reportaje. Por ejemplo, en la totalidad de la introducción se manejará planos detalle, para que en la primera parte del desarrollo utilizar planos



más abiertos hasta llegar a planos enteros y generales, presentes en la conclusión del producto audiovisual. Con este recurso se pretende remarcar la superficialidad en el entendimiento del concepto e importancia de la radio comunitaria, desde las primeras entrevistas y a medida que el reportaje avanza el concepto se enriquece.

- **Movimientos de cámara:** la cámara se moverá cuando se quiera pasar a un tema a otro, por ejemplo, en la última escena de la introducción del reportaje se encontrará un travelling para dar paso a las diferencias entre radio comunitario y otros medios de comunicación, este recurso ayudará a mantener un ritmo rápido en la construcción de la producción. Para las grabaciones de entrevistas y testimonios la cámara será fija.

### **Propuesta de iluminación**

- **Entrevistas en Interiores:** se manejará luz artificial mediante dos fuentes, que provienen de un foco Fresnel que será la luz principal y un reflector circular como luz de relleno. Como las entrevistas se realizarán en la mañana se cubrirá cualquier fuente de luz natural para mantener uniformidad en todas las entrevistas.
- **Entrevistas en Exteriores:** no se utilizará iluminación artificial ya que se pretende resaltar una apariencia de cotidianidad donde se desarrollan los actores sociales. Se grabará en horas del día con adecuada cantidad de luz solar.

### **Propuesta de sonido**

El reportaje estará establecido por entrevistas a los actores sociales por lo que sus testimonios en ocasiones en off serán el hilo conductor del mismo, descartando una voz en off externa.

- **Sonido diegético:** se remarcará el ambiente de la radio, con fragmentos de los programas que maneja el medio de comunicación. El sonido diegético será predominante en la mayoría del reportaje tanto en los testimonios como en los exteriores.

- **Sonido extra-diegético:** Este tipo de sonido se frecuentará en la sonorización con la canción establecida anteriormente, este tipo de sonido permite crear una atmosfera alrededor de los conceptos del reportaje.

#### 4.3.1.9 Postproducción

En esta etapa se desarrollará la edición del producto audiovisual según la narrativa planteada.

- **Montaje:** Para este proceso se requiere del software Adobe Premiere Pro, en el cual se seleccionará el material filmado según el pauta que se llevará en el rodaje y se enlazará a una línea de tiempo. Con los videos escogidos se procede hacer el primer corte, el cual no tendrá un orden lógico ni narrativo solo secuencial.
- **Sonorización:** Después del primer corte, mediante el software Adobe Audition se limpiará los audios de las diferentes entrevistas para posteriormente llevar a la línea de tiempo el reportaje y nivelar cada audio. Después de este proceso sigue el segundo corte, donde el clip se asemeja a la propuesta de la estructura final.
- **Colorización:** Ya con el segundo corte se pasa a la colonización de cada clip si es que estos lo requieren. Se empieza por neutralizar todos los clips a un color constante, para después crear una capa de ajustes y combinar herramientas como luts, o corrección de color mediante el software Adobe After Effects.

#### 4.3.2. Difusión

El método que se utilizará para la propagación del producto audiovisual es una alianza con radio Latacunga, que consiste en que el medio de comunicación publicará el reportaje en la red social Facebook y en la página web oficial. Particularmente se difundirá en la plataforma YouTube.

## CAPÍTULO 5

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Conclusiones

El presente trabajo de investigación se desarrolló con la intención de proponer una carpeta de producción para un reportaje informativo sobre el funcionamiento de la radio comunitaria en la ciudad de Latacunga. Caso: Radio Latacunga. Al emplear la técnica de recolección de datos cualitativa a través de entrevistas, se llegó al reconocimiento de la labor que cumple una radio comunitaria con las necesidades que presentan las personas, obteniendo las siguientes conclusiones:

- Empezando por el objetivo número uno, el cual se refiere a la descripción del funcionamiento de la radio comunitaria en la ciudad de Latacunga, se concluye que, este medio de comunicación responde al tipo comunitario ya que se desarrolla desde un entorno social y organizacional, también se especifica que radio Latacunga presenta dos clases de target, divididos en sus frecuencias, AM desde los 25 hasta 80 años y en la frecuencia FM a partir de los 20 a 45 años, lo cual hace que la parrilla de programación cuente con segmentos infantiles, informativos, de entretenimiento, de carácter social y evangélico, respondiendo a las necesidades que la comunidad presenta.
- En cuanto al protocolo de preproducción del reportaje informativo se desarrolló la identidad del producto audiovisual, al diseñar una escaleta mediante 19 escenas con una cronología inversa donde radio Latacunga es la protagonista del reportaje mostrando como funciona cada parte de su programación mediante testimonios que ejemplifican la labor que cumple. Asimismo, se necesita de un presupuesto base de \$2361,75 para ejecutar el rodaje con el equipo técnico y humano calificado.
- Por otra parte, se plantea que el proceso de producción más idóneo se basa en una propuesta de plan de rodaje, para la organización de las locaciones seleccionadas, entre las que se encuentra, radio Latacunga, oficinas administrativas, cabina de locución, vivienda de los actores sociales. Al

planificar esta etapa, también se desarrolla propuestas estéticas de los departamentos de producción.

- Igualmente, en cumplimiento del cuarto objetivo que se refiere al plan de postproducción que debe iniciar en la selección del material grabado y edición del primer corte en el software Adobe Premiere Pro, para una posterior adecuación y montaje de sonido en el software Adobe Audition, finalmente la realización del proceso de colorización y la adecuación de títulos y textos con el software Adobe After Effects.
- La estrategia de difusión del reportaje informativo sobre el funcionamiento de la radio comunitaria, se constituye a través de publicaciones en redes sociales como Facebook y YouTube, pertenecientes a radio Latacunga. Además, el audio del reportaje se transmitirá en el programa educativo “Voces del pueblo” de Stereo Latacunga.

## **5.2. Recomendaciones**

Después de plantear conclusiones sobre el funcionamiento de radio Latacunga y las estrategias para llevar a cabo las etapas de la producción de un reportaje se propone las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda a la dirección de radio Latacunga, así como a todo el equipo humano que la conforman, seguir incentivando a los oyentes y a la comunidad a la participación e indagación de información a través de la ejecución de la carpeta de producción propuesta, lo que permitirá tener mayores fuentes de información sobre el funcionamiento de una radio comunitaria
- A la población de Latacunga, tanto en zonas urbanas como rurales, que escuchen radio Latacunga en sus dos frecuencias se les recomienda ser partícipes con su punto de vista, quejas o sugerencias por medio de llamadas directas o comentarios en redes sociales oficiales de la radio para que el medio de comunicación pueda estar más cerca de las necesidades que inquietan a la ciudadanía.

- Igualmente se sugiere que la Universidad Iberoamericana del Ecuador solicite diálogos con medios de comunicación comunitarios en la ciudad de Quito para crear alianzas que permitan a los estudiantes realizar las practicas preprofesionales en ese entorno en el cual obtendrán un mayor conocimiento acerca del funcionamiento, la labor y las características de este tipo de medios comunitarios. Esta estrategia permite que la Universidad sigan propiciando este tipo de estudio y productos audiovisuales.
- Para futuras investigaciones, se recomienda que tomen este trabajo de investigación como un referente sobre el funcionamiento de una radio comunitaria para que posteriormente profundicen en otra perspectiva a través de indagaciones a un caso de estudio diferente ya que permitirá obtener más fuentes de información ya que aún se desconoce la labor que cumple esta clase de medios.

## GLOSARIO

**Medios de comunicación:** “son herramientas y recursos en los que se establece el intercambio de mensajes entre un emisor y un receptor. Estos medios son tan amplios que abarcan desde la escritura y dibujos hasta las tecnologías para la comunicación” (Muniz, 2019, pág. 1).

**Radio:** “es una aplicación concreta de una tecnología mayor, conocida como la radiocomunicación” (Uriarte, 2020, pág. 1).

**Comunidad:** “individuos que tienen en común diversos elementos, como el territorio que habitan, las tareas, los valores, los roles, el idioma o la religión” (Raffino, 2020, pág. 1).

**Reportaje:** “es un tipo de narración periodística que recompone sucesos de carácter noticioso y los divulga con fines informativos. Los reportajes a menudo aparecen acompañados de entrevistas u otro tipo de abordajes informativos”. (Uriarte, 2019, pág. 1).

**Target:** “se utiliza para hacer referencia a una meta, un blanco o el objetivo de cierta acción. El concepto de target es muy utilizado en el marketing, la mercadotecnia y el mundo publicitario”. (Deborah, 2015, pág. 1).

**Sostenibilidad:** “condición que garantiza que los objetivos e impactos positivos de un proyecto de desarrollo perduren de forma duradera después de la fecha de su conclusión”. (Armiño, 2006, pág. 1).

**Parrilla de programación:** “es la cuadrícula que utilizan los responsables de la programación de una emisora para plasmar la distribución de horarios de los diferentes programas a lo largo del día y/o la semana. Suele definirse semanalmente”. (Aguila, 2013, pág. 1).

**Radiofrecuencia:** “frecuencias del espectro electromagnético que se utilizan en las radiocomunicaciones. El espectro electromagnético se refiere a cómo se distribuye la energía de las ondas electromagnéticas. Este espectro queda determinado por las radiaciones que se emiten”. (Pérez & Merino, 2013, pág. 1).

**Frecuencia AM:** “es el servicio de radiodifusión comprendido en el rango de 535 a 1605 KHz, en el cual, la variación en la amplitud de la información, se utiliza

para alterar de manera sistemática (modular) a la señal que transporta el mensaje”. (Televisión, 2020, pág. 1).

**Frecuencia FM:** “la frecuencia modulada es usada comúnmente en las radiofrecuencias de muy alta frecuencia por la alta fidelidad de la radiodifusión de la música y el habla. El sonido de la televisión analógica también es difundido por medio de FM”. (Velasco, 2012, pág. 1).

**Datos:** “representación simbólica, bien sea mediante números o letras de una recopilación de información la cual puede ser cualitativa o cuantitativa, que facilitan la deducción de una investigación” (Yirda, 2020, pág. 1).

**Proceso creativo:** “conjunto de etapas ordenadas, las cuales, mediante el ejercicio de cada una de ellas, podremos desarrollar el pensamiento creativo” (Resendiz, 2011, pág. 1).

**Renovación:** “cambios físicos que se desarrollan sobre una cosa o sobre la sustitución de algo concreto” (Gardey, 2011, pág. 1).

**Organización:** “una organización es una estructura ordenada en donde coexisten e interactúan personas con diversos roles, responsabilidades o cargos que buscan alcanzar un objetivo particular” (Roldán, 2020, pág. 1).

**Propuesta de investigación:** “informe técnico para lectores que conocen de investigación donde se presenta un problema a investigar, se justifica la necesidad de un estudio y se somete un plan para realizar el mismo” (García C. , 2006, pág. 1).

## BIBLIOGRAFIA

### FUENTES IMPRESAS

- Álvarez, M. (10 de marzo de 2008). El desafío de la radio comunitaria. Medellín, Colombia.
- Arias, F. (1999). *El Proyecto de Investigación, guía para su elaboración*. Caracas: Episteme.
- Bastar, S. G. (2012). *Metodología de la investigación*. México: Red Tercer Milenios.
- Bustillos, V. (2013). *PROPUESTA DE RADIO-REVISTA CULTURAL JUVENIL PARA LOS SISTEMAS DE COMUNICACIÓN LATACUNGA*. Quito.
- CIDE. (2008). La noticia y el reportaje. En R. L. CubinO, B. L. Sobrino, & N. B. Morón. Madrid: CIDE.
- CONSTITUCIÓN, R. (2008).
- Corbin, S. y. (2000). *Bases de la investigación cualitativa*.
- Crabtree, R. (1993). La Radio Comunitaria Historia y síntesis de modelos y experiencias . *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*, 56.
- Dominguez, E. (2012). Medios de comunicación Masiva. Mexico: Red Tercer Milenio.
- Enseñanzas, F. d. (2010). Temas para la educación. *Revista digital para profesionales de la educación*, 2.
- Fischer, L. (2011). *Medios de comunicación*. Carispia.
- Frank, L. (2014). Comunicación, nuevos medios. *El periodismo*.
- Garcia, J. (1980). *La Radio por dentro y por fuera*. Quito: Offset Ecuador.
- García, M. J. (2007). Los reportajes de Francisco Correal; Entre el periodismo y la literatura. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 64.



- Gómez, D. R. (2015). *Metodología de la investigación*. Catalunya: Universidad Oberta de Catalunya.
- Hollander. (2002). Community media and community communication. En *Community media in the Information age. Perspectives and prospects* (pág. 19). New York: Hampton Press.
- La Madriz, J. (2019). *Metodología de la Investigación*. Guayaquil: CIDE.
- Lamas, E. (Noviembre de 2003). GESTIÓN INTEGRAL DE LA RADIO COMUNITARIA. Quito, Ecuador.
- LOC. (2013). Ley Orgánica de Comunicación.
- López, J. (1995). ¿Qué hace comunitaria a una radio comunitaria? *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*, 52.
- López, T. (17 de agosto de 2017). *Radio Notas el Diario de la radio* . Obtenido de <https://radionotas.com/2017/08/17/como-funciona-la-radio/>
- Macdougall. (1983). *La información en el Reportaje*. Lisboa.
- Madiascopio. (2008). La noticia y el reportaje. Madrid: CIDE.
- Madriz, L. (2019). *Metodología de la Investigación*. Guayaquil: CIDE.
- Martinez, J. (1974). *Redacción Periodística*. Barcelona: A.T.E.
- Mata, M. (1993). ¿Radio popular o comunitaria? *Chasqui Radiorevista Latinoamericana*, 50-59.
- Mediascopio. (2008). *La noticia y el reportaje*. Madrid: OMAGRAF, S.L.
- Mediascopio, C. (2007). *La Noticia y el Reportaje*. Madrid: OMAGRAF.
- Montero. (1993).
- Moreno, P. (2001). Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional. *Revista Latina de Comunicación Social* , 179.

- Orozco, J. C., & Díaz, A. (2018). ¿Cómo redactar los antecedentes de una investigación cualitativa? *Revista electrónica de conocimiento, saberes y prácticas*, 67.
- Orta, M. J. (2007). *Los reportajes de Francisco Correal*. Sevilla.
- Ortiz, M. (2018). Safe creative.
- Ortiz, M. (2018). *Producción y realización de medios audiovisuales*. Alicante: Safe creative .
- Riquelme, S. F. (2017). Si las piedras hablaran. Metodología cualitativa de Investigación en. *La razón histórica*, 4.
- Rodríguez, J. M. (2011). Método de investigación cualitativa . *Silogismo*, 6.
- Rojas, M. (2005). *Reportaje, Género periodístico*. I.
- Silva, D. (1993). La experiencia de Radio Latacunga, entrevista con Lucelly Villa. *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*, 23.
- Tamayo, M. T. (2004). El proceso de investigación científica. En M. Tamayo, *El proceso de investigación científica* (pág. 145). México: Limusa S.A.
- Tapella, E. (2016). *El mapeo de actores claves*. Cordoba.
- Televisión, C. N. (2020). *CIRT*.
- Toapanta, M., & Cofre, D. (2014). Historia. *Radio Latacunga Análisis organizativo*, 6.
- Toapanta, M., & Cofre, D. (2014). Historia . *Radio Latacunga, análisis organizativo*, 6.
- Toapanta, M., & Cofre, D. (2014). Radio Latacunga historia. *Radio Latacunga Análisis organizativo*, 5.
- Uriarte, J. M. (16 de mayo de 2020). *Características*. Obtenido de <https://www.caracteristicas.co/radio/#ixzz6UXRWTgpp>
- Villacis, M. (2016). Escuela Radiofónica . *ERPE*, 5.
- Villafranca. (2002). Proceso de investigación .

Zambrano, R. R. (2006). Manual para elaborar un reportaje periodístico. 13.

## FUENTES DIGITALES

Aguila, A. (4 de septiembre de 2013). *Sistemas mutantes* . Obtenido de <https://sistemasmutantes.wordpress.com/2013/09/04/parrilla-de-programacion/>

Armiño, K. P. (2006). *Diccionario de Acción Humanitaria*. Obtenido de <http://www.dicc.hegoa.ehu.es/listar/mostrar/213>

Campo, F. d. (22 de Noviembre de 2018). *Fuera de campo Films*. Obtenido de <https://www.fueradecampofilms.com/importancia-de-la-preproduccion-y-postproduccion>

CONATEL. (2006). *COMISIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES DE LA REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA*. Obtenido de <http://www.conatel.gob.ve/medios-comunitarios-3>

Crespo, M. Á. (22 de octubre de 2015). *AMR Producciones* . Obtenido de <https://amrproducciones.blogspot.com/2015/10/carpeta-de-produccion.html>

Deborah. (3 de junio de 2015). *Significado.net*. Obtenido de <https://significado.net/target/>

Educación, M. d. (2011). *Recursos Cnice*. Obtenido de <http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque3/pag2.html>

García, C. (3 de Marzo de 2006). *Centro de acceso Universidad Interamericana de Puerto Rico*. Obtenido de <http://cai.sg.inter.edu/cai/destrezas/propuesta/sld001.htm>

Gardey, J. P. (2011). *Definición.de* . Obtenido de <https://definicion.de/renovacion/>

Guevara, E. G. (8 de marzo de 2014). *Radio Latacunga AM*. Obtenido de <http://radiolatacunga1080am.blogspot.com/2014/03/historia-radio-latacunga.html?m=1>

- Hernandez, Fernadez, & Baptista. (2014). Metodología de la investigación. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Kelmy. (10 de febrero de 2019). *Equipos de baja y alta frecuencia*. Obtenido de <https://glosarios.servidor-alicante.com/radio/equipos-de-baja-y-alta-frecuencia>
- Meza, R. Y. (2006). El reportaje, texto informativo aglutinador. *Espéculo. Revista de estudios literarios*, 1. Obtenido de <http://www.ucm.es/info/especulo/numero34/reportaj.html>
- Muniz, L. (6 de julio de 2019). *Rockcontent*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/medios-de-comunicacion>
- Pérez, & Merino. (2013). *Definición.de*. Obtenido de <https://definicion.de/radiofrecuencia/>
- Raffino, M. E. (18 de junio de 2020). *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/comunidad/>
- Resendiz, E. (29 de septiembre de 2011). *Desarrollo del potencial creativo*. Obtenido de <http://ericreatividad.blogspot.com/2011/09/el-proceso-creativo.html>
- Roldán, P. (Enero de 2020). *Economedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/organizacion.htm>
- Thompson, I. (2011). *Promonegocios.net*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/publicidad/tipos-medios-comunicacion.html>
- Uriarte, J. M. (4 de agosto de 2019). *Características.co*. Obtenido de <https://www.caracteristicas.co/reportaje/>
- Velasco, I. (9 de marzo de 2012). *slide share*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/IgnacioVelasco1/frecuencia-modulada-fm-uas>
- Yirda, A. (23 de julio de 2020). *Concepto definición*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/datos>

## ANEXOS

### ANEXO A

#### GUIÓN DE ENTREVISTA

**Instrucciones:** Responda según su experiencia.

1. ¿Cómo se origina radio Latacunga como medio de comunicación comunitario?
2. Desde su experiencia, ¿Cómo ha sido la evolución de radio Latacunga?
3. ¿A qué sector de la comunidad va dirigido la programación de radio Latacunga o cual es el target?
4. Según su experiencia ¿Cómo cree usted que es el funcionamiento de la radio Latacunga?
5. ¿Cómo es el proceso creativo para realizar un programa en radio Latacunga?
6. ¿Cómo se estructura la parrilla de programación diaria de radio Latacunga? (Que programas maneja) y cual tiene mayor acogida.
7. ¿Cómo se evidencia la participación ciudadana en la toma de decisiones de la programación?
8. ¿Cuáles cree que son las características que identifican a la programación de radio Latacunga?
9. Siendo una característica de una radio comunitaria ser autosustentable ¿Cuál es el método que sostiene a radio Latacunga?
10. ¿Cómo cree usted que se beneficia la sociedad de una radio comunitaria?
11. ¿Cómo cree usted que se adapta la radio comunitaria ante los cambios tecnológicos?
12. ¿Cómo cree que debería mejorar la programación de radio Latacunga para que llegue a más público?

### ANEXO B

#### FORMATO DE VALIDACIÓN

Quito, 2 de junio de 2020

PhD. Alicia Elizundia

Presente. -

Me dirijo a usted, en la oportunidad de solicitar su colaboración, dada su experiencia en el área temática, en la revisión, evaluación y validación del presente instrumento que será aplicado para realizar un trabajo de investigación titulado: Reportaje Informativo sobre el funcionamiento de la radio comunitaria en la ciudad de Latacunga. Caso: Radio Latacunga AM, el cual será presentado como Trabajo de Titulación para optar al grado de Producción en Medios de Comunicación en la Universidad Iberoamericana del Ecuador, UNIB.E.

Los objetivos del estudio son:

Objetivo General:

- Proponer una carpeta de producción para un reportaje informativo sobre el funcionamiento de la radio comunitaria en la ciudad de Latacunga. Caso: Radio Latacunga AM

### 1.3.2 Objetivos Específicos

- Describir el funcionamiento de la radio comunitaria en la ciudad de Latacunga. Caso: Radio Latacunga AM, para utilizarlo como contenido del reportaje informativo.
- Desarrollar el protocolo de preproducción del reportaje informativo sobre el funcionamiento de la radio comunitaria en la ciudad de Latacunga. Caso: Radio Latacunga a través de una ficha técnica, sinopsis y escaleta.



- Planear el proceso de producción del reportaje informativo sobre el funcionamiento de la radio comunitaria en la ciudad de Latacunga. Caso: Radio Latacunga por medio de la creación del plan de rodaje y la carpeta de producción.
- Diseñar un plan de postproducción del reportaje Informativo sobre el funcionamiento de la radio comunitaria en la ciudad de Latacunga. Caso: Radio Latacunga tomando en cuenta los aspectos técnicos del montaje y edición en el software Adobe Premiere Pro, Adobe After Effects y Adobe Audition
- Establecer las estrategias de difusión del reportaje informativo sobre el funcionamiento de la radio comunitaria en la ciudad de Latacunga. Caso: Radio Latacunga a través de una presentación del producto audiovisual.



**JUICIO DE EXPERTO**

**INSTRUCCIONES:**

Coloque en cada casillero un aspa correspondiente al aspecto cualitativo de cada ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que se detallan a continuación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EFICIENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento.	X			
Calidad de redacción de los ítems.				
Pertinencia de las variables con los indicadores.				
Relevancia del contenido.	X			
Factibilidad de aplicación.	X			

Apreciación cualitativa: \_\_\_\_\_ SI  
 APLICA \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Observaciones: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Validado por: \_\_ALICIA ELIZUNDIA, PhD\_\_\_\_\_

Profesión: \_\_\_\_\_PhD en CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Cargo que desempeña: \_docente\_\_\_\_\_

Firma: ALICIA ELIZUNDIA

Fecha: \_\_ 12-6-2020 \_\_\_\_\_





JUICIO DE EXPERTO

**INSTRUCCIONES:**

Coloque en cada casillero un aspa correspondiente al aspecto cualitativo de cada ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que se detallan a continuación.

Ítems	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Esencial	Útil pero no esencial	No importante	Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No				
1	X											
2	X											
3	X											
4	X											
5	X											
6	X											
7	X											
8	X											





9	X											
10	X											
11	X											
12	X											
13	X											
14	X											
15	X											

Apreciación cualitativa: \_\_\_\_\_ SI

APLICA \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Observaciones: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Validado por: \_\_ALICIA ELIZUNDIA,PhD\_\_\_\_\_

Profesión: \_\_\_\_\_PhD en CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Cargo que desempeña: \_docente\_\_\_\_\_



# UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR

---



Firma: \_\_\_\_\_ALICIA ELIZUNDIA\_\_\_\_\_

Fecha: \_\_12-6-2020\_\_\_\_\_



**Matriz:** 9 de Octubre N25-12 y Av. Colón • Telfs: 22 30 401 / 402  
**Edificio Administrativo:** 9 de Octubre 1178 y Santa María • Telfs: 29 03 573 / 572 / 571  
[www.unibe.edu.ec](http://www.unibe.edu.ec)