



Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Facultad de Ciencias Sociales y Derecho
Carrera: Periodismo

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de
Licenciada en Periodismo**

**ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DEL CONTENIDO INFORMATIVO DIFUNDIDO
POR LAS RADIOS “LA OTRA Y LA TUYA”, EN LA POBLACIÓN DE 18 A 25
AÑOS DEL SECTOR CHONGON DE GUAYAQUIL.**

TUTOR

Lcdo. Johnny Alvarado Domínguez, Msc

AUTORAS:

Nombres:

**Génesis Gabriela Arias García
Mariela Grisella Toala Figueroa**

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Las señoritas Génesis Gabriela Arias García, Mariela Grisella Toala Figueroa, declaramos bajo juramento que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos de autor a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establece por la ley de propiedad intelectual, por su reglamento y normatividad institucionalidad vigente.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar el ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DEL CONTENIDO INFORMATIVO DIFUNDIDO POR LAS RADIOS “LA OTRA Y LA TUYA”, EN LA POBLACIÓN DE 18 A 25 AÑOS DEL SECTOR CHONGON DE GUAYAQUIL

Autores:

Génesis Gabriela Arias García
C.I.0941262909

Mariela Grisella Toala Figueroa
C.I. 0926270596

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

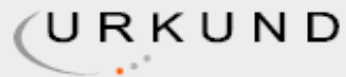
CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado el Proyecto de Investigación con el tema: ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DEL CONTENIDO INFORMATIVO DIFUNDIDO POR LAS RADIOS “LA OTRA Y LA TUYA”, EN LA POBLACIÓN DE 18 A 25 AÑOS DEL SECTOR CHONGON DE GUAYAQUIL, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al título de: **LICENCIADA EN PERIODISMO.**

Presentado por: Génesis Gabriela Arias García
Mariela Grisella Toala Figueroa

Msc. Johnny Alvarado Domínguez

Tutor



Urkund Analysis Result

Analysed Document: Tesis final.docx (D28010932)
Submitted: 2017-07-09 19:09:00
Submitted By: jalvaradod@ulvr.edu.ec
Significance: 5%

Sources included in the report:

<https://encolombia.com/libreria-digital/lmedicina/ecmg/fasciculo-4/ecmg4-enfoqueintegral1/>
<https://prezi.com/f5g1pjo-ub2a/multimedia-hipertexto-hipermedia/>
<http://www.ciaindumentaria.com.ar/plataforma/observatorio-de-medios-revista-cosmopolitan/>
https://www.unicef.org/ecuador/pub_adolescence_sp.pdf
tesis terminada.docx (D13062713)
<http://escritoriofamilias.educ.ar/datos/redes-sociales.html>

Instances where selected sources appear:

19

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO: ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DEL CONTENIDO INFORMATIVO DIFUNDIDO POR LAS RADIOS “LA OTRA Y LA TUYA”, EN LA POBLACIÓN DE 18 A 25 AÑOS DEL SECTOR CHONGON DE GUAYAQUIL

AUTORES: Génesis Gabriela Arias García Mariela Grisella Toala Figueroa	TUTOR: Msc. Johnny Alvarado Domínguez
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	REVISORES:
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	FACULTAD: Ciencias Sociales y Derecho
CARRERA: Licenciada en Periodismo	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	No. DE PÁGS: 90
TÍTULO OBTENIDO: Licenciado en Periodismo	
ÁREAS TEMÁTICAS: Comunicación Social, Programas Radiales, Ley Orgánica de Comunicación.	
PALABRAS CLAVE: Influencia, audiencia femenina, programas que publicitan cirugías estéticas, patrones de belleza.	
RESUMEN: Este proyecto es un análisis e investigación de los contenidos informativos difundidos por las emisoras radiales La Otra y La Tuya y de cómo afecta en la cabecera parroquial Chongón, para además determinar las falencias y encontrar herramientas, basadas en el uso de los medios de comunicación, específicamente radio, para promover mayor desarrollo social en la mencionada comunidad, por esta razón se planteó como objetivo: Analizar la influencia que ejerce el tipo de información que difunden las emisoras La Otra y La Tuya, y su impacto en los habitantes de la cabecera parroquial de Chongón del cantón Guayaquil y establecer algunas recomendaciones a partir de las conclusiones que afecten directamente a la comunicación popular y comunitaria en esta cabecera parroquial del cantón Guayaquil; la investigación utilizó el método deductivo, la descripción, aplicando la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario a una muestra de 356 habitantes del sector, cuyos resultados evidenciaron que a pesar de que la programación los entretiene, estas no los educan, además de que ellos tienen bajos niveles de escolaridad, lo que es un factor que les ha impedido desarrollar la labor informativa en sus comunidades; siendo calificada de regular y malo el desarrollo informativo local, existiendo una baja efectividad de la actual forma de comunicación social entre los miembros de la comunidad de Chongón, manifestando por unanimidad los habitantes de esta parroquia de Guayaquil, que se debe mejorar la comunicación social de los medios radiofónicos con el fin de implantar valores y costumbres sanas con la educación a través de los medios populares, en este caso específico, la radio.	
No. DE REGISTRO (en base de datos):	No. DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES Génesis Gabriela Arias García Mariela Grisella Toala Figueroa	Teléfono: 099399797	E-mail: marigristoto@hotmail.com gabrielaarias77@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Nombre: MSc. Econ. Luis Cortez Alvarado	
	Teléfono: 2596500 EXT. 249 - DECANO DIRECTOR DE PERIODISMO 251	
	E-mail: lcorteza@ulvr.edu.ec	

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a Dios por darme las fuerzas necesarias para conseguir este sueño tan anhelado.

A mi madre, con todo el amor del mundo porque ella representa lo más hermoso que Dios me ha regalado en la vida, por su dedicación, entrega y esfuerzo permanente, lo que ha hecho posible que hoy pueda llamarme :“Mi periodista”.

A mi padre, por brindarme su cariño, consejos y su apoyo durante todo este trayecto de mi vida.

Génesis Gabriela Arias García

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a mi hija Dayana Thalía, quien ya no está entre nosotros, pero que fue el motor fundamental para que lograra retomar mi carrera y seguir con el propósito de ser una profesional en el ámbito periodístico.

A mi pequeña Dayanara Scarleth, quien gracias a Dios, llenó ese vacío que dejó su hermana y es sin dudarle, mi fuerza mi motivo y la razón de que me levante cada día para esforzarme por el presente y el mañana.

Mariela Grisella Toala Figueroa

AGRADECIMIENTO

Expreso mi agradecimiento especial a Dios, por iluminarme y guiarme hasta cumplir con la meta trazada desde pequeña.

A mi familia, por siempre brindarme su apoyo incondicional en este recorrido hacia uno de mis grandes sueños.

A Mgs Jhonny Alvarado, tutor del proyecto por su inigualable aporte al éxito del mismo.

Al Mgs Federico Varas y a todas las autoridades de la Facultad de Ciencias Sociales de la carrera de Periodismo de nuestra querida Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

Génesis Gabriela Arias García

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por ser el creador de todas las cosas y especialmente de nuestras vidas.

A mis padres y a mi amada abuela, por su esfuerzo y apoyo incondicional convirtiéndose en el pilar fundamental a lo largo de estos años de estudio.

Al Mgs. Jhonny Alvarado Domínguez, asesor de tesis quien tuvo el tiempo y la paciencia suficiente para encaminarme hasta lograr mi objetivo de presentar este trabajo.

Al Mgs. Federico Varas, director de carrera por su acertada guía y su aporte científico durante este proceso de investigación.

A todos los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales de la carrera de Periodismo, quienes me brindaron sus enseñanzas durante este trayecto educativo que hoy llega a su feliz culminación.

Mariela Grisella Toala Figueroa

TABLA DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	II
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	III
RESUMEN	XIII
ABSTRACT	XIV
INTRODUCCIÓN	XV
CAPITULO I	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Formulación del problema	3
1.3 Sistematización del problema	3
1.4 Objetivos de la investigación.....	4
1.4.1 Objetivo general	4
1.4.2 Objetivo específico	4
1.5 Justificación de la investigación	4
1.6 Delimitación o alcance de la investigación	5
1.7 Idea a defender.....	6
CAPÍTULO II	7
2 MARCO TEÓRICO	7
Historia y evolución de la radio.....	7
Antecedentes contextualizados.....	8
Teorías que respaldan el estudio	8
Tipos de radio	11
Programación radial	13
Clasificación de la programación por su estructura.	13
Clasificación de programas según su modo de producción.	14
De lo analógico a lo digital	14
Radio analógica	15
Radio digital	16
La Radio en Latinoamérica	19
Radios de frecuencia modulada en Guayaquil	22
A continuación cuadro con las radios guayaquileñas:	24
Organización de una emisora de radio de gran cobertura y con una programación exclusivamente musical.....	24
La radio y su impacto en la sociedad	25
Contexto epistemológico:	26
Caracterización de Radio La Otra	27
MARCO LEGAL	33
Fundamentos y contextos legales	33
Glosario de términos	38
MARCO CONCEPTUAL	42
CAPÍTULO III	46
METODOLOGÍA	46

3.1.-Métodos de investigación.	46
3.2.- Tipos de investigación:	47
3.3.- Software utilizado:	48
3.4.- Población y muestra:	48
3.4.1 Muestra	49
3.4.1.1 Cálculo de la Muestra.....	49
3.4.1.2 Tabla Muestra	50
3.5.-Técnicas utilizadas en la investigación:	50
3.5.1 Técnica.	51
3.6.- Instrumentos.....	51
3.7 Análisis de los resultados de los instrumentos aplicados.	52
Pregunta # 1.	53
Pregunta # 2.	54
Pregunta # 3	55
Pregunta # 4.	56
Pregunta # 5	57
Pregunta # 6	58
Pregunta # 7	59
Pregunta # 8	60
Pregunta # 9	61
Pregunta # 10	62
3.7.1 La Entrevista	63
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	66
CONCLUSIONES.....	66
RECOMENDACIONES.....	67
BIBLIOGRAFÍA.....	68
ANEXOS	71
Entrevistado:	71
Encuesta	74

RESUMEN

Este proyecto es un análisis e investigación de los contenidos informativos difundidos por las emisoras radiales La Otra y La Tuya y de cómo afecta en la cabecera parroquial Chongón, para además determinar las falencias y encontrar herramientas, basadas en el uso de los medios de comunicación, específicamente radio, para promover mayor desarrollo social en la mencionada comunidad, por esta razón se planteó como objetivo: Analizar la influencia que ejerce el tipo de información que difunden las emisoras La Otra y La Tuya, y su impacto en los habitantes de la cabecera parroquial de Chongón del cantón Guayaquil y establecer algunas recomendaciones a partir de las conclusiones que afecten directamente a la comunicación popular y comunitaria en esta cabecera parroquial del cantón Guayaquil; la investigación utilizó el método deductivo, la descripción, aplicando la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario a una muestra de 356 habitantes del sector, cuyos resultados evidenciaron que a pesar de que la programación los entretiene, estas no los educan, además de que ellos tienen bajos niveles de escolaridad, lo que es un factor que les ha impedido desarrollar la labor informativa en sus comunidades; siendo calificada de regular y malo el desarrollo informativo local, existiendo una baja efectividad de la actual forma de comunicación social entre los miembros de la comunidad de Chongón, manifestando por unanimidad los habitantes de esta parroquia de Guayaquil, que se debe mejorar la comunicación social de los medios radiofónicos con el fin de implantar valores y costumbres sanas con la educación a través de los medios populares, en este caso específico, la radio.

Palabras claves:

Análisis, comunicación, desarrollo, informativo

ABSTRACT

This project is an analysis and investigation of the information content broadcast by the radio stations La Otra and La Tuya and how it affects in the parish chongón Chongón to also determine the shortcomings and find tools, based on the use of the media, specifically radio , To promote greater social development in the aforementioned community. For this reason, the objective was: To analyze the influence of the type of information broadcast by La Otra and La Tuya and its impact on the inhabitants of the parish of Chongón Of the canton Guayaquil and to establish some recommendations from the conclusions that directly affect the popular and communitarian communication in this parochial head of the canton Guayaquil; The research used the deductive method, the description, applying the technique of the survey and the instrument of the questionnaire to a sample of 356 inhabitants of the sector, whose results showed that although the programming entertains them, they do not educate them, besides That they have low levels of schooling, which is a factor that has prevented them from developing the information work in their communities; Local informational development being described as regular and poor, and there is a low effectiveness of the current form of social communication among the members of the community of Chongón, unanimously stating the inhabitants of this parish of Guayaquil, that the social communication of The radio media in order to implant healthy values and customs with education through popular media, in this specific case, radio.

Keywords:

Analysis, communication, development, informative

INTRODUCCIÓN

La comunicación social es un fenómeno que va más allá de lo que los medios alternativos constantemente informan. Su misión es la búsqueda de la transformación para el progreso sostenible de los pueblos, lo cual tiene la función de proporcionar y modificar el comportamiento, interactuando entre los procesos educativos, culturales, recreativos y de otras índoles, para que los actores sociales puedan alcanzar la meta del desarrollo.

Sin embargo, la comunicación social se enfoca en mayor grado a los medios masivos de información como la prensa hablada, escrita y a los alternativos como la internet, las redes sociales, entre otras, descuidando la socialización de comunitaria que forma parte de esta disciplina integradora de las ciencias sociales.

Por ello, se decide escoger el tema correspondiente a la comunicación social y el impacto mediático de la información en la cabecera parroquial Chongón del cantón Guayaquil, debido a que este sector ha crecido en un porcentaje considerable en los últimos veinte años y la comunicación entre los miembros de la comunidad es un factor que puede determinar el progreso de esta población.

Por tanto, con la presente investigación se responde a la necesidad que tiene el desarrollo informativo de dicha comunidad y la influencia de la comunicación social en las nuevas generaciones.

Esto es relevante, porque la población de la cabecera parroquial de Chongón, según las cifras del INEC, creció con una tasa poblacional del 2% anual, por ello debe analizarse cómo incide la comunicación social en los indicadores del desarrollo informativo, en temas importantes como la escolaridad, el empleo, la seguridad, la erradicación de la violencia infantil y de género, debido a la importancia que tiene el conocimiento de estos factores en la evolución de la sociedad.

En el capítulo I se analiza el problema de la comunicación social en la cabecera parroquial de Chongón, para encontrar las causas y efectos que pueden provocar un impacto directo en los indicadores de desarrollo informativo de esta población.

En el capítulo II, se elabora el marco teórico para respaldar con datos científicos el problema, basándonos en documentos, textos legales, artículos de internet y otras fuentes secundarias, en la estructuración de los fundamentos históricos, epistemológicos, legales, entre otros.

En el capítulo III se aplica la metodología, descriptiva, cuantitativa, bibliográfica y de campo, con uso de los métodos: inductivo y deductivo; con empleo de las herramientas de la investigación, como las técnicas de investigación que son la

entrevista y la encuesta, como también la aplicación de los instrumentos investigativos que es el cuestionario el mismo que ha sido aplicado a los habitantes de la parroquia Chongón, para culminar la unidad con la realización del análisis e interpretación de los resultados obtenidos de la encuesta.

CAPITULO I

1.1 Planteamiento del problema

Con la llegada de los medios de comunicación masivos como son, la prensa escrita, radio, televisión y el internet, la comunicación ha logrado un mayor alcance social, esto quiere decir que el ser humano tiene una mejor forma de estar informado y la libertad de elegir el medio.

Pero la elección del medio de comunicación la realiza de acuerdo a las necesidades y roles que el ser humano desempeña en su vida cotidiana, esto pone en ventaja a las emisoras radiales, medios que los escuchan en cualquier momento, como el bus, en el trabajo, centros educativos etc.

Las radios desde su creación hasta la actualidad, se han convertido en la voz de los habitantes de las grandes ciudades y de los lugares más recónditos del país, por su facilidad de transmisión.

Pero en esta parte se evidencia un gran problema que desencadena en el mayor debate y cuestionamiento de la historia, ¿Qué tipo de información transmiten estos medios masivos?, ¿A qué grupo de personas va dirigida la programación? , ¿La producción nacional tiene cabida en estos medios?

La realidad del gran debate deja al descubierto que los medios radiales, difunden contenido ligados a intereses políticos y personales, esto es el caso de las radios “La otra y la Tuya”, que en su parrilla de programación ofrecen programas de contenido amarillistas y casi siempre entran a la vulgaridad.

Estos se contraponen a lo tipificado en la Ley Orgánica de comunicación que en su **Art. 65.-**, que plantea:

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

Pese a lo indicado en este artículo, las radios “La otra y la tuya”, inciden al tener dentro de sus programaciones segmentos o programas basuras, que solo inducen a la audiencia a escuchar lo vulgar.

Este tipo de programación que difunden las emisoras “la Otra y la tuya”, no aportan al desarrollo cultural, y sus transmisiones no cumplen con las franjas horarias dispuestas en la L.O.C, esto quiere decir que los niños, adolescentes escuchan este tipo de programas.

Esto crea un problema mayor en el aprendizaje de este grupo vulnerable y criterios erróneos en un público mayor.

1.2 Formulación del problema

¿Cómo influye el contenido informativo que difunden las emisoras La Otra y La Tuya en la población de 18 a 25 años del sector “Chongón de Guayaquil”?

1.3 Sistematización del problema

En referencia al contenido informativo que difunden en sus diferentes programas las emisoras La Otra y La Tuya, se analizará los siguientes puntos:

¿Por qué las radios La Otra y La Tuya pese a la nueva Ley de comunicación difunden programación para adultos a cualquier hora?

¿Por qué las emisoras en su parrilla de programación no tienen espacios de producción nacional con carácter informativo, de entretenimiento y educativo?

¿Cuál es el tratamiento de la información difundida por las emisoras?

¿Cuál es el nivel educativo que tienen los encargados de difundir la información?

¿Cuál es el nivel y tipo de audiencia que tienen estas dos emisoras?

En estas emisoras también se evidencia que la información que difunden, no cuenta con un proceso investigativo, que permita corroborar los hechos, eventos, noticias desde un punto de vista científico. Esta falencia deja en tela de dudas la preparación de los profesionales que trabajan en estas empresas periodísticas.

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general

Analizar la influencia que ejerce el tipo de información que difunden las emisoras La Otra y La Tuya, y su impacto en los habitantes del sector.

1.4.2 Objetivo específico

- 1.- Definir los referentes teóricos sobre los medios de comunicación radiales.
- 2.- Caracterizar el tipo de programa que contempla las parrillas de programación de las radios La Otra y La Tuya.
- 3.- Examinar el espacio destinado a la producción nacional con contenido pluricultural en las emisoras La Otra y La tuya.
- 4.- Evaluar los efectos del contenido comunicacional difundido por las emisoras La Otra y La Tuya.

1.5 Justificación de la investigación

Estamos frente a la carencia de programaciones con contenido educativo, que permitan el buen desarrollo cognitivo, de una sociedad joven y aclarar el criterio confuso y erróneo de la sociedad primitiva.

Es la realidad social, basada en el absurdo pensamiento de quienes se lucran bajo la ignorancia del individuo, que argumentan que si al radio escucha le gusta eso, eso hay que darle, refiriéndose a la vulgaridad, el doble sentido, credulidad, en el contenido de la información.

Y para agrandar este mal, las radios permiten que los radioescuchas interactúen en estos tipos de programas premiando la vulgaridad del individuo, esto incita la participación de más personas hasta lograr la popularidad en los sectores de la clase media.

Este tipo de contenido no solo ha logrado captar público, sino el respaldo de las grandes empresas que permiten mantener al aire estos tipos de programas, a través del auspicio.

Este hecho se da bajo la existencia de organismos gubernamentales como la Superintendencia de la Información y Comunicación, creada con la nueva Ley de Comunicación la misma que en su **art. 56 inciso 1**, indica que esta institución tiene la atribución de fiscalizar, supervisar y ordenar el cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias sobre los derechos de la comunicación.

Al parecer, estas instituciones no cumplen con lo dispuesto en la Ley de Comunicación, porque las emisoras La Otra y La Tuya, siguen proyectando un tipo de información que carece del debido proceso investigativo, lo lamentable es que la información de contenido pluricultural pasa a segundo plano.

1.6 Delimitación o alcance de la investigación

1.- **Cobertura o delimitación geográfica**, la investigación se realizará en la parroquia Chongón ubicada al oeste de Guayaquil.

2.- Cobertura o delimitación temporal, la investigación mostrará el tipo de información que difunden las emisoras La Otra y La Tuya, y el impacto que causan en la sociedad, en especial, en los habitantes de la parroquia Chongón, en un periodo del primer semestre del 2017.

1.7 Idea a defender

El contenido informativo difundido por las emisoras La Otra y La Tuya impide el desarrollo social cognitivo y la culturalización de la población de 18 a 25 años del sector “Chongón de Guayaquil.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

Historia y evolución de la radio

Los primeros antecedentes de la Radio se sitúan a principios del siglo XIX cuando Alessandro Volta inventó la pila voltaica, con la que se podía producir electricidad. Desde este momento empezaron a construirse los primeros telégrafos, que eran unos aparatos arcáicos que posteriormente fueron evolucionados por Samuel Morse.

En 1875, Graham Bell fue el primero en conseguir que los sonidos pudieran escucharse a través de un cable. El descubrimiento y la medición de las ondas electromagnéticas propiciaron la creación del primer receptor de radio. Sin embargo, fue Marconi el que permitió con sus conocimientos que las señales sonoras pudieran propagarse hasta unos 20 kilómetros. Sin duda, todo un logro para la época.

Entrados en el siglo XX, A.Fleming y R.A. Fessenden con sus aportaciones permitieron la transmisión de la voz humana. Éste supuso, verdaderamente, otro momento cumbre de la época, puesto que significó el comienzo de la Radio que hoy conocemos.

Antecedentes contextualizados

En el presente apartado se aborda el tema de los medios de comunicación, su influencia en el público y los sujetos que laboran en el mundo del periodismo. Aquí se puntualiza que los medios son una fuente de información que puede llegar a modificar los hábitos de quienes los consumen. Por ello, es indispensable analizar su entorno.

Bajo el contexto de que la radio inspira credibilidad en los seguidores porque el lenguaje de los conductores hacia sus oyentes es síncrono o en tiempo real, permite lograr una dinámica entre sus diferentes públicos.

En contraste con otros medios, la radio determina una comunicación particular, entre el emisor y el receptor, porque genera imágenes mentales, inmediatez y fácil accesibilidad. De ahí que el presente capítulo, permita validar científicamente la recomendación de un espacio radial con una estructura y producción que fortalezcan el Régimen del Buen Vivir y los postulados de la comunicación: orientar, educar y entretener. Al público de las radios La Otra y La Tuya en Guayaquil.

Teorías que respaldan el estudio

Los medios masivos de comunicación son indispensables en la sociedad para comunicar e informar. Diariamente, las personas consumen el material informativo e incluso llegan a modificar sus hábitos. Por ello es fundamental la realización del presente trabajo de titulación; a fin de estar en consonancia con el Plan Nacional de Desarrollo.

Los medios de comunicación en general y la radio en particular tienen en este marco la responsabilidad de educar por medio de sus contenidos. Esta investigación demuestra la importancia de repotenciar la producción de los programas radiales, para generar contenidos educativos y contribuir desde la radio a transformar la sociedad, apuntalando el Régimen del Buen Vivir.

La radio, va ligada a brindar información, ayudar a promover la participación, dependiendo de su alcance o cobertura, es decir que el público se sienta identificado con la temática que enfoca. Este medio difunde el conocimiento, debe priorizar la libertad de expresión, siendo este un elemento fundamental en el contenido de la radio.

Otra función de este medio es entretener, recrear, animar y alentar a los oyentes con música y programación variada. Éste medio de comunicación juega un papel importante dentro de la sociedad, por ello se pueden definir varias funciones como: Informativa, en el marco de la libertad de expresión; Educativa, fundamentalmente porque todo informe educa; Desarrollo, aporta al emprendimiento y uso de la TIC`S, Enlace político y social: constructor de democracia; Esparcimiento y Recreación; Divulgación de publicidad y anuncios.

(Aguirre, Fernando 2009), Considera que:

La radio brinda la posibilidad de llegar con el mensaje a un grupo objetivo determinado, lo cual demanda de un trabajo de mucho cuidado y profesionalismo al momento del tratamiento y construcción del mensaje, en fondo y forma, con el fin de evitar que se convierta en un búmeran. (p. 12).

Este autor se refiere al hecho de que cuando los locutores estén al aire, emitan sus comentarios o información con mucha responsabilidad ya que hay que ser muy cuidadoso al hablar y al tratar a las personas que están receptando el mensaje, así como la manera de decirlo y el significado de lo que está transmitiendo.

La propuesta de investigación es crear un programa radial con el fin de brindar nuevos recursos que fortalezcan el Régimen del Buen Vivir y los postulados de la comunicación: orientar, educar y entretener; por ello en este capítulo presentamos una clasificación de los tipos de programas de radio, como base del trabajo final. Esta jerarquización, se concreta en siete grupos:

- Programas informativos.
- Programas de variedades.
- Programas musicales.
- Programas deportivos.
- Programas culturales.
- Programas especializados.

Programa informativo: Se constituye en uno de los géneros más producidos en las emisoras de radio de todos los países, su característica es la forma de presentar las noticias de actualidad.

Programa de variedad: Su contenido persigue una distracción lúdica con su público, enfoca temas con ligera profundidad, en este espacio prima la risa, la carcajada, y las posibilidades de juegos y concursos.

Programa musical: Aquí la música, está supeditada al tipo de programación elegido por la emisora y/o estructura (grupo objetivo) del programa; es decir, música moderna, música clásica, música joven, música de ópera, etc.

Programa deportivo: El deporte está presente, en los boletines de noticias y en los programas informativos en general. Sin embargo, el ámbito deportivo ha aumentado, así los aficionados. Este tipo de espacio surge por la necesidad de dar más cobertura a estos temas que en su origen eran parte de los magazines radiales.

Programa cultural: Pese a su aporte a la sociedad, importancia y necesidad, no tienen una audiencia considerable, ni disponen de una producción de calidad y atractiva; Sin embargo las temáticas tratadas como arte, crítica literaria u orientación médica, constituyen un factor que tributa al Régimen del Buen Vivir.

Programas especializados: Este tipo de espacios radiofónicos, no son abundantes, porque el oyente posee otras prioridades; sin embargo, habla de programas femeninos, infantiles, juveniles, tercera edad, siguen siendo un nicho aun por explorar.

Tipos de radio

Los tipos de radios se pueden definir por su cobertura y titularidad entre ello se señalan lo siguiente.

Según su cobertura: Frecuencia modulada, alta potencia, baja potencia y ampliación modulada.

Frecuencia modulada: Transmite información a través de una onda que se propagan en línea recta; por lo que la curvatura de la tierra impide que llegue más allá del horizonte. Sin embargo, la emisión de sonidos es de mayor calidad; estas emisoras se clasifican en dos grupos:

a.- Alta potencia.- Cubre vastos centros urbanos, por ello llega gran cantidad de radioescuchas. Posee mayor calidad de emisión, y es utilizada por las radios con mayor contenido musical en su programación.

b.- Baja potencia.- Su área de cobertura reducida. Sin embargo por sus costos pueden estar al alcance de cualquier institución.

Amplitud modulada.- Posee una variada cobertura, que cambia de acuerdo con los niveles de la señal que contiene la información a transmitir. Su tecnología es costosa y emite ondas media y larga.

Las estaciones radiales de amplitud modulada son de alta potencia, por lo que facilitan el acceso a un punto geográfico extenso y por ende a un público numeroso.

Según su titularidad.- Las radios se clasifican en: públicas, privadas y comunitarias.

Públicas: Pertenecen a algún organismo oficial. Algunas cuentan con publicidad y otras se financian del presupuesto del estado.

Privadas: Pertenecen a sujetos particulares o empresarios y se subvenciona con publicidad.

Comunitarias: Estaciones de radio que han sido concedidas a una comunidad, con el fin de encaminar su desarrollo.

Programación radial

Características y clasificación de los modelos de programación por su contenido en: generalistas y especializados.

Radios generalistas: Caracterizadas por su contenido variado, y grupo objetivo diverso, por lo tanto su oferta de productos y programación, emplea una serie de géneros informativos y de entretenimiento, heterogéneos; a este tipo de estaciones se las denomina convencionales.

Radios especializadas: Caracterizadas por la sectorialización de los contenidos y audiencia; donde sus contenidos son monotemáticos, mantienen una programación destinada a un grupo de público en particular.

Clasificación de la programación por su estructura.

Programación mosaico: Su programación está estructurada por distintos géneros y estilos como deportivos, culturales, informativos, entretenimiento, musicales y variedades, con una determinada duración a lo largo de la jornada.

Programación por bloques: es decir que dentro de un programa radial, existen bloques que se ubican en una determinada sección; son espacios diferenciados por los comerciales y contenidos específicos.

Clasificación de programas según su modo de producción.

En vivo: tienen una organización y planificación para reducir situaciones imprevistas, como cualquier proceso de producción; la realización se produce en el momento que se emite el espacio radial.

Grabado: El espacio radial ha sido grabado previamente, ya sea en disco, o algún otro dispositivo o programa informático que disponga la estación. Aquello reduce la posibilidad de errores y elimina el contacto directo con los oyentes en tiempo real.

Mixtos: Es una combinación de los espacios radiales grabados y en vivo, es decir se presentarán notas grabadas y en vivo.

De lo analógico a lo digital

En una cultura consumista como la actual, el negocio radial se ha visto explotado, adoptando las nuevas tecnologías de información y comunicación; la radio ha evolucionado desde las transmisiones por onda corta, fibra óptica, pasando por la AM y FM, hasta llegar hoy en día a las transmisiones por internet.

La radiodifusión online; denominadas también radios a la carta, porque el oyente tiene la posibilidad de escoger alguna opción dentro de la página web, por ejemplo: su canción favorita, las veces que sean necesarias. Donde el acceso es libre y el costo mínimo, siempre en función de la programación.

Para (Ochoa, 2010): *“Las radios en red se liberan también del modelo económico, vinculado a la comercialización de sus grupos objetivos sobre zonas*

geográficas determinadas. Sin duda la radionet no conoce fronteras en cuanto a cobertura” (p. 28). Según Ochoa es una forma más rápida de encontrar la información, más velocidad de poder escuchar un programa radial con la misma responsabilidad de saber que se transmite al oyente. Y como bien lo pronuncia Ochoa, la radionet no conoce de límites.

La influencia del efecto de la tecnología ha creado una interdependencia de los sistemas técnicos informativos, las TIC`S, de tal naturaleza que las fronteras entre unos medios y otros desaparecerán diluidas en la red; online.

Radio analógica

Las emisoras analógicas conocidas como radios de dos vías, se han utilizado desde 1930. Su alcance es extenso, en especial durante la noche convirtiéndose en interferentes; procesan los sonidos en patrones de señales eléctricas que se asemejan a ondas de sonido.

Esta tecnología posee casi un siglo de antigüedad, su producción no es la idónea para la difusión musical; este tipo de estaciones se las ha utilizado con mucho éxito, en especial e trabajos de inteligencia, de seguridad, de tráfico y en las fuerzas armadas.

Este tipo de industrias dependen del tipo de radio para poder operar. Sin embargo estos medios de comunicación son considerados simples y confiables. Debido al avance tecnológico, se han fabricado las radios digitales, las cuales poseen mejores características.

Radio digital

Su transmisión y recepción ha sido procesada con tecnología comparable a la utilizada en los reproductores de CD, es decir donde un transmisor de radio procesa los sonidos en patrones de números o dígitos, de ahí la terminología de radio digital.

La radiodifusión en FM, reproduce un sonido nítido y por ende, de calidad, es equivalente al de un disco compacto. Las radios con esta tecnología y características tienen un estándar en la calidad del audio que es significativamente más claro que el sonido de la radio analógica convencional. Por otro lado las radios digitales en AM son capaces de ofrecer un audio equivalente al de la radio analógica FM estándar. El desarrollo de la calidad del sonido digital AM está supeditado al ancho de banda disponible del espectro radioeléctrico.

Historia de la radio

El descubrimiento de la radio es resultado de años de estudio e investigación y de los aportes de científicos a la necesidad del hombre por comunicarse e intercambiar opiniones a largas distancias; hecho que se remonta al año 1875, cuando Graham Bell da nacimiento a la telefonía.

Graham Bell consiguió que los audios pudieran propagarse a través de un cable. Más tarde, los científicos británicos James Clerk Maxwell y Rudolf Hertz descubrieron las ondas electromagnéticas, que dan paso al sonido al aire, desde una fuente emisora, hasta una base receptora.

Maxwell, Sin embargo, creó la teoría de las ondas electromagnéticas en 1873 y Hertz descubrió las ondas de radio, las cuales en su honor se denominan hertzianas, además éste científico obtuvo significativos avances sobre la velocidad de la luz en 1888.

Por otro lado, en 1896 el ruso Alexander Popov descubrió que por medio de una antena de hilo metálico, permitía una mejor forma para enviar y captar las ondas. Luego, Guillermo Marconi logra que un equipo transmisor-receptor de ondas electromagnéticas pueda telegrafiar sin hilos o radiotelegrafía; en 1894. Finalmente logró enviar señales de una orilla a otra del Atlántico, 1901.

Sin duda éste aparato eléctrico llegó para transformar la civilización, aunque en un principio fue creada para comunicarse desde lugares lejanos, en su crecimiento ha logrado más de lo esperado, constituyéndose en un artefacto de vital importancia para la colectividad y que repercute de manera directa e indirecta en la vida diaria de las personas.

(Vieira Edgar, 2011), afirma:

Fue en el último tercio del siglo XIX cuando aparecieron una serie de objetos sin los cuales sería difícil imaginar las sociedades del siglo XIX: el motor de combustión interna, la radio, el teléfono, el gramófono, la lámpara eléctrica, la bicicleta, la máquina de escribir, las fibras sintéticas y ramas industriales que convulsionarían la historia en las décadas siguientes, como la microbiología, la bioquímica, la física subatómica y la bacteriología. (P. 3).

La radio en un principio fue usada como una poderosa arma de beligerancia en las grandes y sangrientas guerras de la historia. "Sin el altavoz, nunca habríamos conquistado Alemania", señala Adolf Hitler en el Manual de Radio Alemana. Sin duda, estas radios comunes alemanas representan un medio para el desequilibrio dictatorial entre emisión y selección.

Lo mismo sucedió en España con su Guerra Civil, donde se dio la influencia y utilización de emisoras radiales, por parte de los partidarios del movimiento político sublevado y además se producía la escucha clandestina de las radios prohibidas.

Otro hecho en la historia de la humanidad con la radio fue el famoso naufragio del Titanic, donde se evidenció la eficacia de la radiotelegrafía, en 1912; donde el hecho se propagó por medio de las ondas de radio que los barcos en altamar emitían y recibían.

Sin duda la valiosa aportación que ha tenido la invención de la radio en el mundo de las telecomunicaciones, es incalculable; reduciendo a un mínimo el espacio de tiempo del envío y la recepción de información; logro imprescindible para el desarrollo de una sociedad que necesita de la comunicación para su crecimiento en la praxis diaria.

Las autoras demuestran a lo largo de la investigación que la radio no solo permite que el mensaje sea transmitido, sino que es un medio necesario para el desarrollo de otros aspectos del ser humano, como la educación, el entretenimiento, la cultura; pues contribuye en la transformación de la vida de

las familias; constituyéndose un dispositivo de que es parte de la generación del siglo XX.

Por su parte (Sarlo Beatriz, 2004), manifiesta que:

Como innovación realiza fantasías que no son sólo tecnológicas: la comunicación inalámbrica a distancia, la captación de ondas invisibles, la manipulación de la recepción sobre todo en los aparatos a galena, la presencia de la voz y la música sin cuerpo, que remite a la desmaterialización y al tránsito de una cultura basada en la visión no mediada a una cultura sostenida sobre la mediación. (p.p. 16-17)

Éste hecho científico conocido como “la locura de la radio” en especial en los Estados Unidos e Inglaterra, se esparció por el mundo, impulsó la industria de la experimentación casera de artefactos para la emisión y la recepción de señales de audio, a la vez que incrementaba su popularidad entre diferentes grupos humanos.

La radio se convirtió, poco a poco en un nuevo género deductivo y cultural, porque permite el intercambio de experiencias e interacción para las relaciones entre la praxis cultural y la comunicación mediática.

La Radio en Latinoamérica

Argentina implementó dos radios que transmitían de forma regular en 1923; éstas eran Radio Colón y Radio Sudamérica que operaban en la ciudad de Buenos Aires. Luego le sigue en el mismo año en Brasil, que transmitió el

primer programa desde el Corcovado. Más tarde, en 1924 se realizó la instalación de la estación Praia Vermel patrocino por el Radio Club do Brasil.

México en 1921 realiza varias transmisiones de prueba en la estación XEN. Luego Perú en junio de 1925 inaugura la radio OAX y en 1928 ya se emitían programas de gran calidad desde la Radio Oriental en Uruguay.

En la mitad del mundo Ecuador, nace la radio de forma primitiva debido al lento avance científico de la época. La curiosidad de los radioaficionados produjo que en junio de 1929 “Los Cordovez”, iniciaran las transmisiones por ondas hertzianas.

Así mismo, aparece la emisora del Estado llamada HC1DR, que en 1932, se convirtió en HCK. Por otro lado Aurelio Gómez funda La voz de Imbabura, en la ciudad de Ibarra, por el año 1935. Un año después es inaugurada en Quito, Radio Bolívar. Y en 1938 la comunicación telegráfica mejora por la creación de la Radio Nariz del Diablo que estaba relacionada con la empresa Estatal de Ferrocarriles.

La radio en el Ecuador

La radio en Ecuador nace con la estación El Prado del Ing. Carlos Cordovez en la ciudad de Riobamba, quien también construyó un trasmisor que contenía 50 vatios de potencia de onda corta. La primera trasmisión se dio el 27 de febrero de 1925. Éste medio de comunicación contestaba las cartas de reportes de sintonía que llegaban de diferentes países del mundo como: Australia, Nueva

Zelanda, Escocia, Inglaterra, Noruega, Francia, Bélgica, Canadá, Estados Unidos (más de

50 lugares de todos los estados, incluyendo Hawaii) México, Costa Rica, Guatemala, Nicaragua, Panamá, República Dominicana, Puerto Rico, Cuba, Curaçao, Colombia, Venezuela, Perú, Chile, Argentina, Ecuador, Costa Rica, Buenos Aires, etc.

Bajo el mando de Juan Sergio Vélez, aparece la segunda radio ecuatoriana y primera estación comercial en Guayaquil el 16 de julio de 1930, que funcionó con 20 vatios de salida en onda corta con las siglas HC2JSB. En esta estación se difundía música con un disco de acetato de 78 revoluciones por minuto, la nueva estación se llamaba Ecuador Radio.

El 25 de diciembre de 1931 hace su aparición HCJB "LA VOZ DE LOS ANDES", con lo que la radio ecuatoriana recibe un nuevo impulso; Esta estación de pastores evangélicos logra un permiso de operación por 25 años otorgado por el Dr. Isidro Ayora.

El Dr. Francisco Andrade, fue uno de los impulsores de la radio en Guayaquil, armó una estación experimental de radioaficionados en onda corta que llamó Radio París y funcionó en Las Peñas, en casa de Luis Vernaza Lazarte, en el año de 1926.

En 1950 se inicia el consumo radial; se vive un crecimiento industrial y técnico: se extiende la cobertura y crece el aspecto comercial, la competencia,

incremento de utilidades. Sin embargo esto produce que los espacios culturales se reduzcan, por desplazamiento de los comerciales.

La radiodifusión en el Ecuador experimentó un crecimiento, sobre todo en las emisoras de Amplitud Modulada. Luego en 1940 la radio se convirtió en un medio que además de informar, entretenía con historias creadas y dramatizadas por talentos nacionales.

Actualmente según una investigación de la Corporación Centro de Investigación de la Comunicación del Ecuador, CIDCCE, en el 2010 Ecuador, tenía 1196 radioemisoras de carácter comercial; 882 FM, frecuencia modulada y 314 AM, amplitud modulada. La ciudad de Guayaquil es la que posee la mayor cantidad de Radiodifusoras.

Radios de frecuencia modulada en Guayaquil

Como los demás medios masivos de comunicación, la radiodifusión ha desarrollado varios estilos y en Guayaquil no pudo ser la excepción.

(Rodríguez, Melgarejo, 2010) afirma: *“Recrear auténticos ambientes, escenas y poner en acción a los personajes de los cuentos a través del uso adecuado de los distintos elementos del lenguaje radiofónico”*. (p. 109). Lo que este autor expresa es lo que tiene que ver con el entusiasmo de un programa radial y no le dan vida a un personaje para hacer más vivo el programa de nada sirve, ya que el receptor busca contenido y ambiente de alegría para quedarse enganchado con la programación, y así dure su permanencia en el aire.

El nuevo espacio radial permite tener un ambiente de creatividad donde los personajes y el perceptor generan una interacción social, convirtiéndose en recursos de entretenimiento, educativos, que mejoran la calidad y el estilo de vida de lo Guayaquileños. Así mismo crear espacios radiales con estructuras y producciones que fortalezcan el Régimen del Buen Vivir y los postulados de la comunicación: orientar, educar y entretener; al público de La Otra 94.9 y la Tuya 104.5 de Guayaquil.

Es fundamental entender que la radio al igual que los otros medios masivos de comunicación tiene una enorme responsabilidad en el entorno social y que el éxito está en saber abordar su gran influencia para beneficio de la comunidad, el colegio, la familia y la sociedad en general.

En fin las recomendaciones concluyen en tratar de contrarrestar la baja calidad de producción radial en relación a los contenidos, bajo el marco normativo de la Ley de Comunicación, que se transmiten en la parrilla de las radios en estudio, La Otra 94.9 y la Tuya 104.5 en todas sus franjas, para apuntalar una aceptación y conocimiento de parte de los jóvenes y generar o mejorar los contenidos transmitidos, en especial los educativos y ponerlos en consideración en el funcionamiento de la misma emisora y así contribuir en la educación del público objetivo.

A continuación cuadro con las radios guayaquileñas:

Radio	kHz		kHz	Radio	kHz
Santiago	540				
Radios FM					
Radio	MHz	Radio	MHz	Radio	MHz
Radio María	88.1	La Otra	94.9	Tú Radio/Costanera	101.7
Galaxia	88.5	Cupido	95.3	WQ Radio	102.1
Diblú	88.9	Metro Stereo	95.7	HCJB2	102.5
Radio City	89.3	Onda Cero	96.1	sin señal	
Punto Rojo	89.7	Tropicana	96.5	Joya Stereo	103.3
Romance	90.1	Más Candela	96.9	Sonorama	103.7
Radio Canela	90.5	Nuevo Tiempo	97.3	Alfa Radio	104.1
Radio Mix	90.9	Radio Centro	97.7	La Tuya	104.5
Tropicálida	91.3	Morena FM	98.1	Súper 11Q	104.9
Antena 3	91.7	JC Radio/La Bruja	98.5	Radio Pública del Ecuador	105.3
Estrella	92.1	I-99	98.9	Fabu	105.7
Forever Music	92.5	Sabor Mix	99.3	BBN Radio	106.1
Armónica	92.9	Elite	99.7	Radio Fuego	106.5
América	93.3	La Prensa	100.1	RADIO DEPORTIN	106.9
Radio Disney	93.7	Radio Libre	93.9	Rumba Network	107.3
Onda Positiva	94.1		100.9		
Platinum	94.5	La Estación	101.3		

Organización de una emisora de radio de gran cobertura y con una programación exclusivamente musical.

En el punto anterior se ha podido observar cómo puede ser el organigrama de una emisora de gran cobertura y de programación generalista. Seguidamente, y para comprender mucho mejor las diferencias organizativas que pueden existir entre emisoras dependiendo de su tamaño de mercado y de su programación, vamos a conocer el organigrama de una red, también de gran cobertura, pero con una programación exclusivamente musical.

De entrada, hay que destacar una cuestión fundamental que marca la diferencia entre una emisora de contenido generalista y una estrictamente musical. Se trata del hecho que ésta última, como ya advertíamos con anterioridad, precisa

de mucho menos personal que la primera para producir sus emisiones. La mayoría de los cargos intermedios ya no son necesarios e incluso algunas áreas desaparecen.

La radio y su impacto en la sociedad

Como olvidar aquel año de pesadilla y destrucción... el año de 1985 sí, ese día fue terrible para millones de personas en la ciudad de México, la audiencia fue el mejor equipo de reporteros del mundo. La radio fue fundamental, pues la mayoría de la gente hablaba y trataba de comunicarse, teniendo una esperanza de que alguien los escuchara, pero...y los demás medios ¿En dónde quedaron?, ¿En dónde estaban, ¿Acaso les importó?, ¿Alguien estaba luchando debajo de los escombros buscando la página editorial?...pues al parecer no, sin embargo la radio fue la que creó conciencia de intercomunicación.

La radio es importante para la sociedad, como lo es, la sociedad para ella, a veces el estar en alguna situación así, o bueno... menos complicada, siendo de otro tipo, nos ayuda a estar escuchando la radio y nos orienta, informa, y hasta puede llegar a ser un tranquilizante, pues sus melodías, frases o comentarios, hacen que no nos hundamos en cualquier situación que se esté viviendo, no necesariamente nos orienta a salir de un cataclismo, sino que también nos puede orientar o desviar nuestros pensamientos como lo son: la economía, la política, entre otras, y esta nos conlleva a tener una vibra positiva durante el día, el vivir sin estrés.

No sé qué vaya a pasar en un futuro, pues la radio por Internet está aumentando, y en pocos años este medio ya no tendría la misma función para

la sociedad, como la tuvo para el año de 1985, al tener una situación de este tipo sería difícil de comunicarse, pues el Internet no se tendría a la mano y no todos lo tienen, eso, es un hecho.

Los avances tecnológicos han permitido que la radio llegue a más personas: la Amplitud y la Frecuencia Modulada han crecido de manera importante en cuanto a la cantidad y variedad de sus emisoras. La radio comercial en general, no tiene ninguna intención de enseñar o instruir, simplemente busca distraer al radioescucha y su fin es la ganancia mercantil. Las estaciones de tipo cultural tienen por objeto instruir a la audiencia, sin que el fin lucrativo sea el de mayor preponderancia; sin embargo, hay que aclarar que no alcanzan el estatus de radio educativa.

A la par del crecimiento del número de emisoras, se han incorporado nuevos contenidos dentro de la programación: propaganda política, noticias, música y publicidad, pero también la radio se ubicó hacia el servicio de los intereses de la sociedad.

Contexto epistemológico:

Este tema sienta las bases sobre la influencia de la epistemología, acerca del conocimiento científico utilizado por la radiodifusión sobre la música y percepción social de los oyentes, es decir, analizar la confluencia de la relación científica de ambos temas.

La naturaleza humana es la interrelación, la misma que se ha desarrollado y evolucionado desde diversas manifestaciones, en especial la simbólicas donde el fenómeno social, como parte de la reflexión que se adquiere a través de los

medios masivos de comunicación; ha permitido conformar una disciplina la construcción teórica y práctica de comunicación como ciencia, cuyo fin es ser base del desarrollo sostenible del hombre a través del correcto uso del mensaje.

Caracterización de Radio La Otra



Cobijas al Aire es un programa musical con animación en vivo presentado por el DJ Danilo Burbano, que ofrece una mezcla de música tropical y el propósito de levantar el ánimo de la audiencia de los radioyentes.



The screenshot shows the website for 'la Otra fm'. At the top left is the station's logo. To the right, there's a speaker icon and the text 'AUDIO EN VIVO CLIC AQUI'. Further right are social media icons for Twitter, Facebook, YouTube, and a general share icon. Below this is a navigation menu with 'INICIO', 'PROGRAMACION', 'ARTISTAS', 'EVENTOS', and 'CONTACTOS'. The main content area features a banner for 'OÍDO FINO: MUSICA VARIADA DE TODOS L'. Below the banner is a photo of DJ Edwin Terán at his workstation, with the text 'dj Edwin Terán' next to it. At the bottom of the banner, it says 'LUNES A VIERNES DE 08:00 A 12:00 HORAS'.

Oído Fino, con diferentes estilos musicales de todos los tiempos.

This screenshot is similar to the one above, showing the 'la Otra fm' website. The navigation menu is the same. The main banner is for 'RAICES DE LA PATRIA GRANDE: MUSICA C'. Below the banner is a photo of various tropical instruments including a guitar, maracas, and a conga. The text 'Raices de la patria grande' is written in a cursive font on the left. The 'la Otra fm' logo is on the right. At the bottom of the banner, it says 'LUNES A VIERNES DE 12:00 A 14:00 HORAS'.

Contenido musical de carácter tropical, nacional, rescato valores ancestrales.

The screenshot shows the website for 'la Otra fm'. At the top left is the station's logo. To the right, there's a speaker icon and the text 'AUDIO EN VIVO CLIC AQUI'. Further right are social media icons for Twitter, Facebook, YouTube, and a general share icon. Below this is a navigation menu with 'INICIO', 'PROGRAMACION', 'ARTISTAS', 'EVENTOS', and 'CONTACTOS'. The main content area features a banner for the program 'SIN PELOS EN LA RADIO UN ESPACIO PAI'. Below the banner is a photo of a woman, Dr. Isabel Benitez, sitting at a radio desk with microphones. The text 'Sin pelos en la radio CON LA DRA. ISABEL BENITEZ' is overlaid on the photo. At the bottom of the banner, it says 'LUNES A VIERNES DE 14:00 A 15:00 HORAS'.

Aborda la consulta y la interacción con el público de diferentes temas de la vida cotidiana.

This screenshot is similar to the one above, showing the 'la Otra fm' website. The navigation menu and top elements are identical. The main banner is for the program 'LAS TRAVESURAS DEL DUENDE - MANOS'. Below the banner is a photo of a man in a plaid shirt standing in a radio studio. The text 'LUNES A VIERNES DE 15:00 A 18:00 HORAS' is displayed at the bottom of the banner.

Interacción con el público, no rescata valores ni saberes ancestrales, suele tener doble sentido

la Otra fm

AUDIO EN VIVO CLIC AQUI

INICIO PROGRAMACION ARTISTAS EVENTOS CONTACTOS

UN TEQUILA CON LA OTRA: PROGRAMA DE

Un tequila con la Otra fm

LUNES A VIERNES DE 18:00 A 20:00 HORAS

Hace énfasis en asuntos sentimentales y sus melodías se encuentran pigmentadas de canciones rancheras y relaciones con problemas de esta índole.

la Otra fm

AUDIO EN VIVO CLIC AQUI

INICIO PROGRAMACION ARTISTAS EVENTOS INFORMACION

REQUINTEANDO: DOS HORAS CONVERSA

Requinteando con la otra

CON LA CONDUCCION DE NORMITA NAVARRO

LUNES A VIERNES DE 20:00 A 22:00 HORAS

Existe interacción con los oyentes, pero no se refleja una intención de aspecto cultural.

The screenshot shows the website interface for 'la Otra fm'. At the top left is the station's logo. To the right, there's a speaker icon and the text 'AUDIO EN VIVO CLIC AQUI'. Further right are social media icons for Twitter, Facebook, YouTube, and a plus sign. Below this is a navigation menu with 'INICIO', 'PROGRAMACION', 'ARTISTAS', 'EVENTOS', and 'CONTACTOS'. The main content area features a banner for the program 'SERENOS A LA OTRA: LOS MAS GRANDES'. The banner image shows a man in a suit standing in front of a large, illuminated building at night. The text 'Serenos a la otra' is written in a cursive font above the man. Below the banner, the schedule is listed as 'LUNES A VIERNES DE 22:00 A 24:00 HORAS'.

Destaca los boleros y la musica con contenidos amorosos e infidelidades, no rescata valores, pues en muchos casos puede conducir a reacciones adversas.

This screenshot shows the same website interface as above, but for a different program. The navigation menu is identical. The main banner is for 'CHICHA LIGHT TODA LA ENERGIA POSITIV'. The banner image shows a DJ, identified as 'dj Alex Marcillo', sitting at a desk with a DJ mixer and headphones. The station's logo is visible in the top left of the banner. Below the banner, the schedule is listed as 'SABADOS Y DOMINGOS DE 05:00 A 08:00 HORAS'.

Transmisión de la tan popular y conocida musica chicha, que en muchos de sus contenidos se induce a la tristeza y desesperanza, comunmente escuchada por los trasnochadores de sectores populares.

Caracterización de Radio La tuya



En la emisora La Tuya, se aprecia poco contenido en su página Web, que brinde una descripción de su programación, sin embargo la emisora ofrece espacios dedicados a las noticias de todo tipo, deportes, sociedad y actualidad, así como los espacios musicales que cubren la mayor parte de su programación, se destaca el Folklore y la música popular, Cumbias, Chicha y las Rancheras, sin embargo no es suficiente para argumentar a favor de la misma, ya que el insignificante espacio que le dedican a la cultura y educación no logra crear una marca en los oyentes, que reconocen a La Tuya, como una radio divertida que entretiene, mas no educa.

Como breve conclusión se determina que ninguna de las dos radios en estudio, cumplen con lo establecido por el Art. 65 de la Ley Orgánica de Comunicación. Por lo tanto el siguiente proceso metodológico podrá ubicar este contexto en una situación mucho más apegada a la realidad, a través de las herramientas

de recolección de información, que serán aplicadas a los habitantes del objeto de estudio, así como a los entrevistados que facilitarán información precisa al momento de concluir con el análisis en proceso.

MARCO LEGAL

Fundamentos y contextos legales

Desde el 28 de septiembre de 1928, el Presidente Dr. Isidro Ayora, expide el decreto, sobre las instalaciones radioeléctricas privadas, donde hace referencia a la normalización y utilización de la radiotelegrafía y telefonía. Sin embargo el País, ha evolucionado en el tema jurídico en materia de comunicación; es así que en Ecuador, el 14 de junio de 2013, la Asamblea Nacional aprueba La Ley Orgánica de Comunicación, la cual hace énfasis en la gestión del espectro radioeléctrico y distribución de frecuencias.

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

TÍTULO I

Art. 5.- Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos.- Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

La Constitución de la República del Ecuador en el capítulo segundo derecho del buen vivir, sección tercera, comunicación e información, en el primer párrafo del art. 19. *Indica que, la ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.*

Este reglamento constitucional es la prueba fehaciente para cuestionar, que el contenido informativo que difunden en sus diferentes programas las empresas radiales, son tóxicamente destructibles para el pensamiento humano.

Pese a la normativa que contempla la Ley de Comunicación, en su art. 65.- clasificación de audiencias y franjas horarias, donde se establece que la programación Familiar comprende desde las 06h00 hasta las 18h00; la programación de Responsabilidad compartida que la componen personas de 12 a 18 años, es transmitida en horario de 18h00 a las 22h00, y la programación para Adultos compuesta por personas mayores a 18 años y su transmisión se la debe realizar en el horario de las 22h00 hasta las 06h00, pero en estas dos emisoras incumplen con esta disposiciones.

Por lo consiguiente se mide el contenido informativo que las emisoras La Otra y La Tuya en su parrilla no cuentan con espacios para la producción nacional, y su programación no se encuentra clasificada tal como lo tipifica la Ley de Comunicación en su art. 60.- identificación y clasificación de los tipos de contenidos, indica que los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en:

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

TÍTULO IV REGULACIÓN DE CONTENIDOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DEL EJERCICIO PROFESIONAL DE COMUNICADORES Y PERIODISTAS

Art. 29. Prevalencia de contenidos informativos, educativos y culturales.- En la programación de los medios de comunicación públicos, privados, y comunitarios se dará prevalencia a contenidos con fines informativos, educativos y culturales. Esta disposición no podrá, en ninguna circunstancia, utilizarse como mecanismo directo o indirecto de censura o intervención en los medios de comunicación.

Art. 105. Gestión del espectro radioeléctrico.- El espectro radioeléctrico, es un bien de dominio público del Estado, inalienable, imprescriptible e inembargable. La administración para el uso y aprovechamiento técnico de este recurso público estratégico la ejercerá el Estado central a través de la autoridad de telecomunicaciones.

En ningún caso, la administración del espectro radioeléctrico implica realizar actividades de control sobre los contenidos de los medios de comunicación.

Art. 106. Distribución equitativa de frecuencias.- Las frecuencias del espectro radioeléctrico destinadas al funcionamiento de estaciones de radio y televisión de señal abierta se distribuirá equitativamente en tres partes, reservando el 33% de estas frecuencias para la operación de medios públicos, el 33% para la operación de medios privados, y 34% para la operación de medios comunitarios.

CAPÍTULO II CALIFICACIÓN DE CONTENIDOS

Art. 8. Parámetros técnicos para la Calificación de Contenidos.- Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios de radio y televisión, así como los sistemas de audio y video por suscripción que operen un canal propio, deben identificar la calificación del tipo de contenido que transmiten, de acuerdo a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Comunicación y los parámetros de este reglamento.

Art. 9. Contenidos informativos, educativos y culturales.- Los siguientes contenidos podrán transmitirse en toda franja horaria, con prevalencia en el fomento de la educación y cultura para la construcción del Buen Vivir.

- 1 Contenidos que fortalezcan el aprendizaje desde el arte, la ciencia y la tecnología.
- 2 Contenidos que estimulen las capacidades cognitivas de las niñas y los niños.
- 3 Contenidos que mejoren la prestación de servicios educativos de nivel básico, bachillerato o que orienten la elección de educación universitaria.
- 4 Contenidos que mejoren la prestación de servicios educativos para las personas con discapacidad.
- 5 Contenidos que mejoren la prestación de servicios educativos en procesos de alfabetización, post alfabetización, alfabetización digital tomando en cuenta el segmento etario.
- 6 Contenidos especializados sobre educación en derechos sexuales y reproductivos que cuenten con información científica y con pertinencia cultural, tomando en cuenta el segmento etario.
- 7 Contenidos en formato tutorial para el aprendizaje de las lenguas originarias del Ecuador e idiomas extranjeros.
- 8 Contenidos en formato tutorial para el aprendizaje del lenguaje de señas y braille.
- 9 Contenidos que promuevan la lectura y la lectura crítica de medios de comunicación.
- 10 Contenidos que aborden la identidad cultural.

- 11 Contenidos que reflejen la cosmovisión y las realidades de los pueblos y nacionalidades desde una mirada descolonizadora de la historia al resaltar los valores y conocimientos diversos.
- 12 Contenidos que traten sobre la relevancia de los saberes ancestrales, así como la protección y promoción de conocimientos y saberes diversos.
- 13 Otros contenidos que tengan una función educativa, formativa o cultural, los cuales deberán cumplir los parámetros previstos en este reglamento para su difusión.

Glosario de términos

Ambiente sonoro.- Conjunto de señales acústicas que recrean el marco y la atmósfera de un espacio o sección radiofónicos.

Audiencia potencial: Es el mayor número de personas que pueden acceder a un medio de comunicación concreto en un tiempo por determinar, ya sea un día, una semana etc... (En el caso de la radio el tiempo máximo con el que se puede trabajar es de 30 días)

Careta.- Señal sonora que sobre la sintonía o fondo musical incluye créditos, títulos fijos y otros textos sobre los contenidos de un espacio de radio.

Cortinilla.- También llamada ráfaga, es la señal sonora que separa secciones, noticias o párrafos en un espacio radiofónico. En determinadas ocasiones

cumple una función gramatical: si su duración es de segundos equivale al punto y seguido; las de 8 segundos corresponden a un punto y aparte.

Cuña.- Montaje breve, que puede incluir música, palabra y otros recursos sonoros, destinado a la venta de un producto comercial (cuña publicitaria); o a captar audiencia para un espacio de radio (cuña promocional).

Declaraciones.- Expresiones orales de protagonistas o personas destacadas en los ámbitos político, económico y social, sobre asuntos de interés general.

Entradilla.- Texto breve que, en programas y espacios informativos, busca captar la atención del oyente ante la noticia, entrevista o reportaje que se emite a continuación. Debe dar claves y avanzar los contenidos, pero no desarrollarlos.

Entrevista.- Género informativo que, en su variante radiofónica, consiste en la emisión de preguntas y respuestas intercambiadas

Escaleta.- Esquema posterior a la elaboración del guion. Equivale a una pauta que refleja de forma precisa los datos que anteriormente eran sólo estimativos: temas, tiempos, pies o finales de frases y, ahora sí, indicaciones técnicas. Entre profesionales de una emisora y protagonistas de la actualidad o expertos en determinados temas.

Golpe.- Efecto sonoro que sirve para acentuar un instante concreto de un espacio de radio. Puede incluir música, palabra y otros recursos. Se utiliza cuando se desea subrayar una situación, destacar a un personaje, etc.

Guión de continuidad.- Escrito que recoge, con todos los detalles necesarios para su realización, el contenido de un programa de radio. Incluye textos de las locuciones del presentador, fuentes de sonido externas (conexiones, unidades móviles, etc.), recursos sonoros y las instrucciones técnicas para el control.

Indicativo.- Montaje sonoro muy breve que identifica a una emisora ante el oyente. Incluye música, palabra y cualquier recurso radiofónico.

Marco inmediato.- Concepto sociológico que define el entorno próximo (doméstico, familiar, laboral, etc.) de las personas.

Micro espacio.- Unidad temática de la programación de una emisora que, en tiempo breve y con estructura propia, trata sobre noticias, asuntos o personajes. Puede realizarse con todos los recursos técnicos y narrativos propios de los espacios de mayor duración.

Ondas Radioeléctricas o Hertzianas: Son impulsos de energía electromagnética capaces de viajar por el espacio vacío alejándose indefinidamente sin necesidad de ningún soporte material.

Pauta.- Esquema previo al guion que contiene la estructura de un espacio radiofónico. En él figuran los bloques temáticos y la duración estimada de cada uno de ellos, pero se excluyen textos de locución e instrucciones técnicas.

Parrilla de programación: Es la síntesis de la oferta programática de una emisora. Generalmente, las parrillas son como una especie de plano que contiene el título de los programas y el espacio temporal que ocupan, así como el día en el que se emiten.

Período de desconexión: Se trata de un espacio de tiempo en el que las emisoras asociadas a las grandes cadenas ofrecen a sus oyentes programación propia, de carácter autónomo y/o local. En función de la hora en la que se produce la desconexión, estos períodos son más o menos extensos.

Radio convencional.- Emisora que alterna en su programación todo tipo de espacios y formatos radiofónicos. Su parrilla puede ser horizontal, cuando mantiene diariamente los mismos espacios a las mismas horas; o vertical, si hay una programación distinta cada día de la semana.

Radio temática o monográfica.- Emisora cuya programación trata exclusivamente sobre una materia genérica (economía, deportes, música clásica, religión...) y utiliza variedad de formatos radiofónicos. Esta última característica la distingue de la radio-fórmula.

Sintonía.- Señal sonora, generalmente una melodía, que marca el comienzo y el final de un espacio radiofónico. Sirve para identificarlo entre los demás.

Sondeo.- Encuesta, realizada por empresas demoscópicas o la propia emisora, para conocer el estado de opinión de la audiencia ante un asunto o noticia de actualidad.

Testimonios.- Expresiones orales de los protagonistas o testigos de determinados acontecimientos que transmiten sus experiencias sobre los mismos.

MARCO CONCEPTUAL

¿QUÉ ES LA COMUNICACION?

El término comunicación procede del latín *communicare* que significa “hacer a otro partícipe de lo que uno tiene”. La comunicación es la acción de comunicar o comunicarse, se entiende como el proceso por el que se trasmite y recibe una información. Todo ser humano y animal tiene la capacidad de comunicarse con los demás.

Para que un proceso de comunicación se lleve a cabo, es indispensable la presencia de seis elementos: que exista un emisor; es decir, alguien que transmita la información; un receptor, alguien a quien vaya dirigida la información y que la reciba; un contacto por medio de un canal de comunicación, que puede ser muy variado: el aire por el que circulan las ondas sonoras, el papel que sirve de soporte a la comunicación escrita, la voz, etc.

Asimismo, que exista una información o mensaje a transmitir; un código o sistema de signos común al receptor y al emisor, donde el mensaje va cifrado, los signos pueden ser no lingüísticos (símbolos, señales e iconos) y lingüísticos (escrituras, sonidos, concepto asociado, sentido, etc.); y por último, que el mensaje tenga un referente o realidad, al cual alude mediante el código.

¿QUÉ ES LA AUDIENCIA?

Los medios de comunicación dan mucha importancia a los datos de audiencia, puesto que quieren saber cuánta gente los escucha (caso de la radio), los ve (caso de la televisión y el cine) o los lee (caso de los medios impresos). Pero no sólo eso, sino que, además, necesitan conocer qué tipo de personas están al otro lado del aparato receptor o de los ejemplares vendidos. Es lo que se llama el perfil de la audiencia. Este término engloba un determinado tipo de información sobre el público como el sexo, la edad, el estado civil, el nivel cultural, la clase social o el lugar de residencia, entre otros aspectos.

Audímetro:

El audímetro es un aparato conectado al receptor que registra automáticamente y de forma continuada si éste está apagado o encendido, así como de la emisora que está sintonizada. Es el sistema más utilizado para la medición de audiencias en televisión. Sin embargo, también fue usado por el medio radiofónico hace tiempo, pero la revolución del transistor que trajo consigo el *boom* de los receptores portátiles convirtió en inútil el sistema de audimetría porque era imposible medir las personas que escuchaban la radio mientras se encontraban en su trabajo, caminaban o

viajaban. De todos modos, las innovaciones tecnológicas están permitiendo la creación de audímetros que se podrán utilizar en todos los aparatos receptores, con independencia de que estén o no en los hogares.

OYENTE:

El oyente es el individuo que escucha. El término oyente proviene del verbo oír y se agrega el sufijo *-nte* lo cual significa la persona que puede oír y no tiene reducidas sus capacidades auditivas.

La palabra oyente se utiliza en la emisión radiofónica o quien oye alguna conferencia. Debido a esto los oyentes son los equivalentes a lectores de un diario o televidentes de un programa de televisión.

El término oyente es la persona que asista a un curso sin estar matriculado en el mismo, sin poseer los mismos derechos y obligaciones que los alumnos usuales, por ejemplo: “un estudiante que aún no le otorgan el cambio de carrera pero igual asistí a las aulas de su nueva profesión con el fin de ir aprendiendo”.

Existe el oyente fiel es el individuo que escucha el programa de radio o asiste al curso en su horario establecido todos los días.

RAITING:

Rating es un término con varios usos. El más frecuente refiere a la cantidad de personas que está viendo un programa de televisión o escuchando un programa de radio. A mayor rating, mayor cantidad de gente consumiendo el medio de comunicación en cuestión.

Por ejemplo: *“El estreno de la película alcanzó un rating histórico”, “El nuevo programa de humor fue levantado debido al bajo rating”, “No me interesa el rating: mi intención es hacer un programa que me haga sentir orgulloso por su calidad”.*

En España el término rating se usa indistintamente a lo que es índice de audiencia. Hay que destacar que se considera que este es uno de los países donde más y mejor se mide ese, gracias no sólo a empresas especializadas con gran experiencia sino también a que se cuenta con los resultados efectivos que dan unos aparatos que responden al nombre de audímetros. Estos se encuentran repartidos por numerosos hogares de la geografía española y tienen como objetivo medir las citadas audiencias.

¿Qué es una parrilla de programación?

Una parrilla de programación es la disposición en el tiempo de los programas de un canal de televisión o una emisora de radio. Indica la hora de comienzo y fin de cada programa a lo largo del día.

Los programas típicamente se repiten cada semana, por lo que una parrilla suele definirse semanalmente.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1.-Métodos de investigación.

Este apartado establece las estrategias metodológicas para la recolección de la información, con respecto al objetivo general de la investigación: como es el análisis de la programación que se transmiten las emisoras La Otra y La Tuya en la ciudad de Guayaquil, en el marco de la ley de comunicación, para ofrecer un nuevo espacio radial, con el fin de brindar nuevos recursos para fortalecer el Régimen del Buen Vivir. Para ello se articulan los siguientes métodos;

Método inductivo: Parte del razonamiento para obtener la información, la misma que considera los hechos concretos, en este caso los programas radiales nocturnos de Guayaquil.

Método deductivo: aplicando este método se pudo realizar las conclusiones generales del tema en estudio.

Método descriptivo: se lo utilizó para analizar los resultados de las observaciones y presentar los datos de manera precisa para dar una idea general del tema.

Método analítico: Proceso cognoscitivo, que permite brindar nuevos recursos, en la programación, para fortalecer el Régimen del Buen Vivir.

Método sintético: Proceso que consiste en integrar el objeto de estudio denominado bajo el marco normativo de la ley de comunicación, que se transmiten las emisoras La Otra y La Tuya FM.

3.2.- Tipos de investigación:

Los tipos de investigación utilizados para el desarrollo del presente trabajo, se detallan a continuación:

Exploratoria.- Porque permite examinar y explorar el problema, a través de encuesta a los oyentes de las emisoras La Otra y La Tuya FM, sobre la creación de un programa radiofónico con aporte educativo y cultural.

Descriptiva.- Éste tipo de investigación permite describir el problema planteado a lo largo de la investigación, con el fin de evaluar las posibles soluciones al tema y la propuesta planteada.

Explicativa- Este estudio se constituye en una herramienta de apoyo para comprender el evento social planteado como es el análisis de la programación radial, bajo el marco normativo de la Ley de Comunicación, que se transmiten las emisoras La Otra y La Tuya.

Además que permita despejar la hipótesis planteada:

Creando un programa radial (**variable independiente**) que fortalezca el Régimen del Buen Vivir y los postulados de la comunicación: orientar, educar y entretener, (**contexto**) apegado a la normativa actual, mejorará la programación

(variable dependiente) para la audiencia que sintoniza la franja las emisoras La Otra y La Tuya, **(sujeto)** de dial 94.5 y 104.9 FM de la ciudad de Guayaquil.

3.3.- Software utilizado:

Los utilitarios implementados han sido Microsoft Excel y Word, para el proceso de la información, así como para la tabulación de los encuestados y el análisis de los resultados.

3.4.- Población y muestra:

Población:

De acuerdo a (Ramírez, 2004) la población “es un subconjunto del universo que está conformado en atención a un número de variables que se van a estudiar, estas variables se hacen en particular a un grupos de personas, teniendo similares características que lo denotan de otro.”

En la presente investigación, la población corresponde a 4.909 habitantes de la cabecera parroquial Chongón de la ciudad de Guayaquil, así como a las autoridades de la junta parroquial de la localidad en número de 2.

Con la información del VII Censo de Población y VI de Vivienda realizado en el año 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo **(INEC)** la tercera parte de la población de Chongón carece de los servicios básicos, seis de cada cien habitantes son analfabetos, nueve de cada cien habitantes son desempleados, cuarenta y ocho de cada cien habitantes son subempleados, cuatro de cada diez mujeres son agredidas por sus cónyuges o convivientes, al igual que tres de cada diez niños o adolescentes que son maltratados por sus padres.

3.4.1 Muestra

Debido a que la población es mayor a 100, como en este caso que es igual a 4.909 habitantes de Chongón, se deberá operar un muestreo mediante el cálculo a través de la siguiente ecuación:

Fórmula para hallar una muestra poblacional.

$$n = \frac{(Z^2 NPQ)}{d^2(N-1) + Z^2 P \cdot Q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(4.909)(0,5)(0,5)}{(0,05)^2(4.909-1) + (1,96)^2 (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{(3,8416)(4.909)(0,25)}{(0,0025)(4.908) + (3,8416)(0,25)}$$

$$n = \frac{4.714,6036}{(12,27) + (0,9604)}$$

$$n = \frac{4.714,6036}{13,2304}$$

$$n = 356,35 = 356$$

3.4.1.1 Cálculo de la Muestra

NIVEL DE CONFIANZA:	95%	Z	=	1,96
ERROR DE ESTIMACIÓN:	5%	D	=	0,05
PROBABILIDAD DE ÉXITO:	50%	P	=	0,5
PROBABILIDAD DE FRACASO:	50%	Q	=	0,5
POBLACIÓN:		N	=	4.909
MUESTRA:		n:	=	356

Se ha tomado como referencia la parroquia Chongón ubicada al oeste de Guayaquil.

La encuesta realizada en el mismo sector de la ciudad, la parroquia Chongón.

Las encuestas se realizaron a 356 oyentes de la parroquia Chongón ubicada al oeste de Guayaquil.

Desarrollando la ecuación de la muestra, considerando la población de 4.909 habitantes de la cabecera parroquial Chongón, se ha obtenido una muestra de 356 personas.

Perfil del muestreo:

Género: Masculino y Femenino.

Edad: 18 a 25 años.

Nivel Socioeconómico: Clase baja.

3.4.1.2 Tabla Muestra

Hombres o mujeres	Profesionales	total
356	2	358

Elaborado por: Gabriela Arias y Mariela Toala 2017

3.5.-Técnicas utilizadas en la investigación:

Las técnicas varían de acuerdo al método y el tipo investigación, de los cuales las autoras desarrollan las siguientes:

Desarrollando la ecuación de la muestra, considerando la población de 4.909 habitantes de la cabecera parroquial Chongón, se ha obtenido una muestra de 356 personas.

Asimismo, la técnica de investigación que será utilizada en la presente investigación es la encuesta, que es necesaria para el registro de datos concernientes al problema de los limitados espacios para la comunicación apropiada que se percibe en las radios más sintonizadas del entorno.

Las encuestas serán revisadas por un experto en el área para validar su calidad en la recolección de la información.

El Analítico-Sintético.- Permite analizar los fundamentos presentados, de acuerdo al contenidos del tema y la propuesta a enfocar.

El Inductivo-deductivo.- Determina conocer los oyentes a los cuales se les aplicara las encuestas y la entrevista del sector de estudio |a fin de conocer sus diferentes puntos de vista y conocimientos de las programaciones radiales.

3.5.1 Técnica.

Técnicas de investigación entre ellas se ha considerado a la observación, entrevista, y la encuesta todo direccionado a fortalecer la propuesta de nueva producción radial que beneficie a los oyentes.

3.6.- Instrumentos

Se refiere a cuestionarios, guía de entrevistas y banco de preguntas y los formularios de ítems de las encuestas.

3.7 Análisis de los resultados de los instrumentos aplicados.

Para llevar a cabo el análisis de los datos se diseña y formula una encuesta a la población de la cabecera parroquial de Chongón, se presenta en la sección de anexos, con el firme propósito de determinar la realidad actual de la comunicación social comunitaria en este sector del cantón Guayaquil.

Mediante la ejecución de la investigación de campo, se conoce cuáles son los mecanismos que promueven o atentan contra la comunicación social comunitaria en la localidad de Chongón, de manera que se pueda analizar e interpretar los resultados obtenidos.

Posteriormente, se toma esta información gráfica y cuantitativa, para verificar la hipótesis y determinar las causas y consecuencias que ha generado la problemática de la comunicación social comunitaria en los indicadores de desarrollo informativo de Chongón, para emitir las conclusiones y recomendaciones que facilite la elaboración de la propuesta.

En los siguientes cuadros y gráficos se presentan los resultados de la encuesta aplicada a los habitantes de la cabecera parroquial de Chongón.

Pregunta # 1.

¿Cree que la producción radial las emisoras La Otra y La Tuya necesita, enfocar temas de actualidad y de la realidad que vive el país?

Tabla #1 Producción Radial

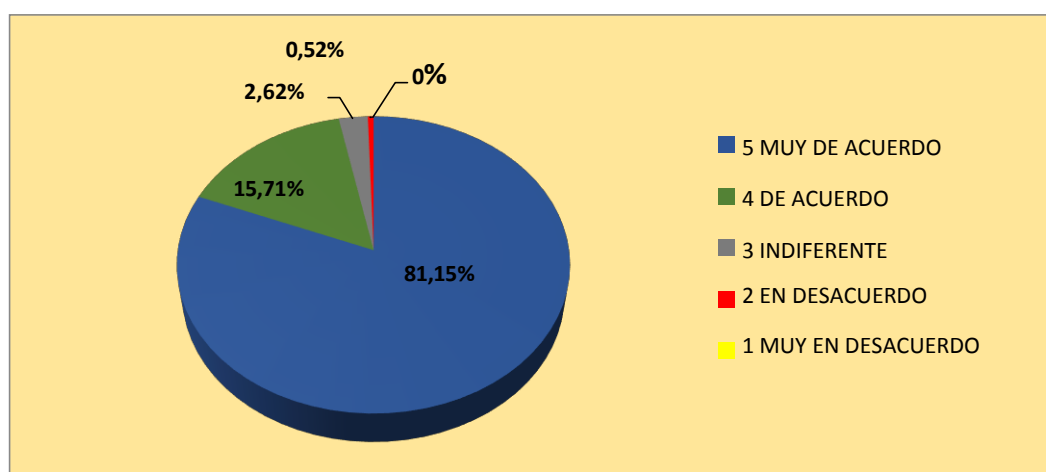
ESCALA DE VALORES	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
5	MUY DE ACUERDO	304	81,15%
4	DE ACUERDO	40	15,71%
3	INDIFERENTE	10	2,62%
2	EN DESACUERDO	2	0,52%
1	MUY EN DESACUERDO	0	0
TOTAL		356	100 %

Fuente: Encuesta a los habitantes de la cabecera parroquial de Chongón

Elaborado: Mariela Toala y Génesis Árias

Gráfico #1 Producción Radial

Encuesta aplicada en la cabecera parroquial Chongón



Fuente: Encuesta a los habitantes de la cabecera parroquial de Chongón

Elaborado: Mariela Toala y Génesis Árias

Análisis: Los oyentes de la cabecera parroquial Chongón respondieron en un 81,15% estar muy de acuerdo, el 15,71% de acuerdo, el 2,62% indiferente, el 0,52% en desacuerdo y no hay oyentes muy en desacuerdo en que la producción radial de La Otra y La Tuya necesita, enfocar temas de actualidad y de la realidad que vive el país.

Pregunta # 2.

¿Considera usted que los programas radiales de La Otra y La Tuya, buscan el desarrollo cultural de los oyentes?

Tabla #2 Desarrollo Cultural

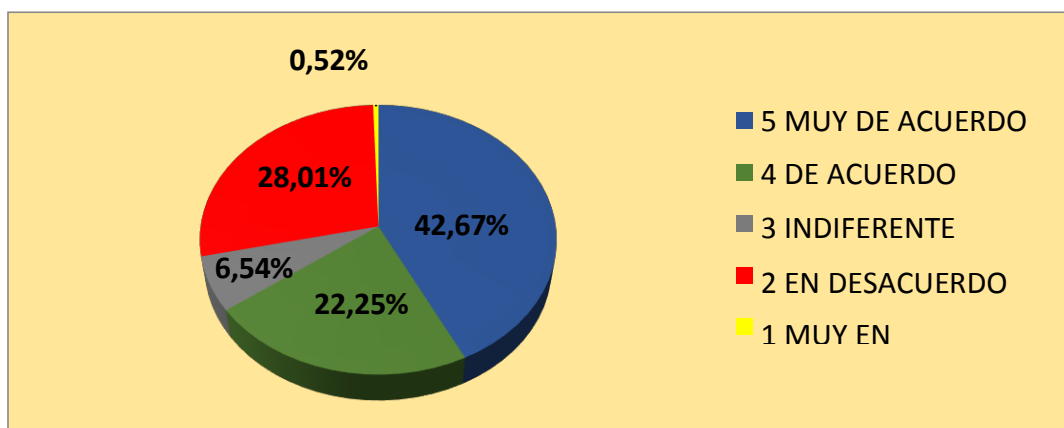
ESCALA DE VALORES	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
5	MUY DE ACUERDO	121	42,67%
4	DE ACUERDO	85	22,25%
3	INDIFERENTE	25	6,54%
2	EN DESACUERDO	123	28,01%
1	MUY EN DESACUERDO	2	0,52
TOTAL		356	100 %

Fuente: Encuesta a los habitantes de la cabecera parroquial de Chongón

Elaborado: Mariela Toala y Génesis Árias

Gráfico #2 Desarrollo Cultural

Encuesta aplicada a cabecera parroquial Chongón



Fuente: Encuesta a los habitantes de la cabecera parroquial de Chongón

Elaborado: Mariela Toala y Génesis Árias

Análisis: Los oyentes de la cabecera parroquial Chongón respondieron en un 42,67% estar muy de acuerdo, el 22,25% de acuerdo, el 6,54% indiferente, en desacuerdo un 28,01% y otro muy desacuerdo en 0,52% en que los programas radiales de La Otra y La Tuya, buscan el desarrollo cultural de los oyentes.

Pregunta # 3

¿Los programas radiales de La Otra y La Tuya, entretienen e informan al oyente, según la normativa de la Ley Orgánica de Comunicación?

Tabla #3 Entretener e Informar

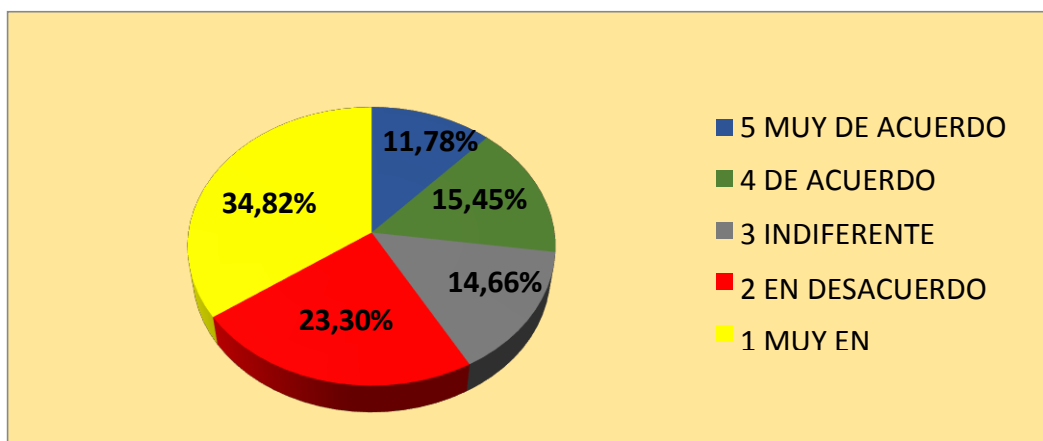
ESCALA DE VALORE	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
5	MUY DE ACUERDO	45	11,78
4	DE ACUERDO	59	15,45
3	INDIFERENTE	56	14,66
2	EN DESACUERDO	89	23,30
1	MUY EN	107	34,82
TOTAL		356	100%

Fuente: Encuesta a los habitantes de la cabecera parroquial de Chongón

Elaborado: Mariela Toala y Génesis Árias

Gráfico #3 Entretener e Informar

Encuesta aplicada en la cabecera parroquial Chongón



Fuente: Encuesta a los habitantes de la cabecera parroquial de Chongón

Elaborado: Mariela Toala y Génesis Árias

Análisis: Los oyentes de la cabecera parroquial Chongón, respondieron en un 11,78% estar muy de acuerdo, el 15,45% de acuerdo, el 14,66% indiferente, un 23,30% en desacuerdo, y otro 34,82% muy en desacuerdo en que los programas radiales de La Otra y La Tuya, entretienen e informan al oyente, según la normativa de la Ley Orgánica de Comunicación.

Pregunta # 4.

¿Considera que los programas radiales de La Otra y La Tuya, deben estar menos cargado de temática de interés social en lugar de un periodismo rosa?

Tabla #4 Interés Social

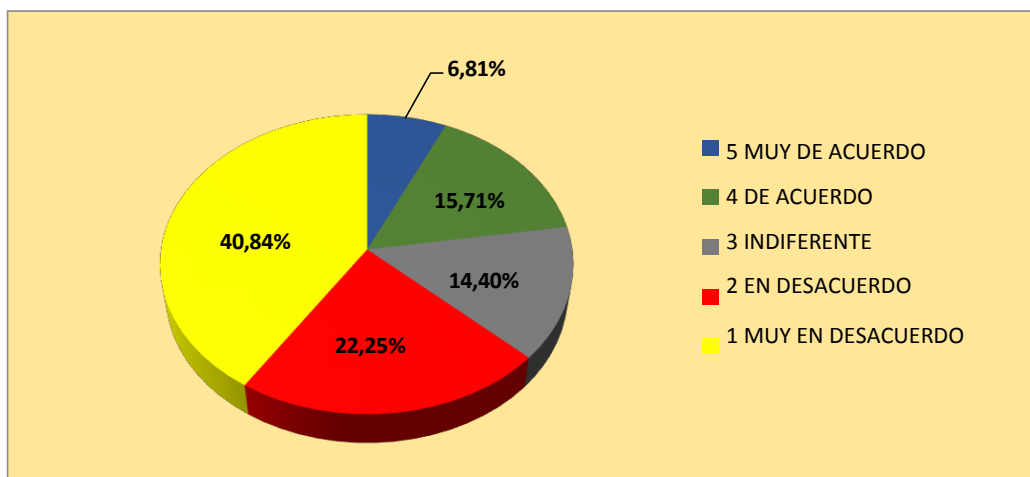
ESCALA DE VALORES	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
5	MUY DE ACUERDO	26	6,81%
4	DE ACUERDO	60	15,71%
3	INDIFERENTE	55	14,40%
2	EN DESACUERDO	85	22,25%
1	MUY EN DESACUERDO	130	40,84%
TOTAL		356	100 %

Fuente: Encuesta a los habitantes de la cabecera parroquial de Chongón

Elaborado: Mariela Toala y Génesis Árias

Gráfico #4 Interés Social

Encuesta aplicada en la cabecera parroquial Chongón



Fuente: Encuesta a los habitantes de la cabecera parroquial de Chongón

Elaborado: Mariela Toala y Génesis Árias

Análisis: Los oyentes de la cabecera parroquial Chongón, respondieron en un 6,81% estar muy de acuerdo, el 15,71% de acuerdo y el 14,40% indiferente, el 22,25% en desacuerdo y un 40,84% muy en desacuerdo, que los programas radiales de La Otra y La Tuya, deben estar menos cargado de temática de interés social en lugar de un periodismo rosa.

Pregunta # 5

¿Cree usted que el oyente de La Otra y La Tuya deben sintonizar un programa radial que mejore su nivel cultural y calidad de vida?

Tabla #5 Calidad de Vida

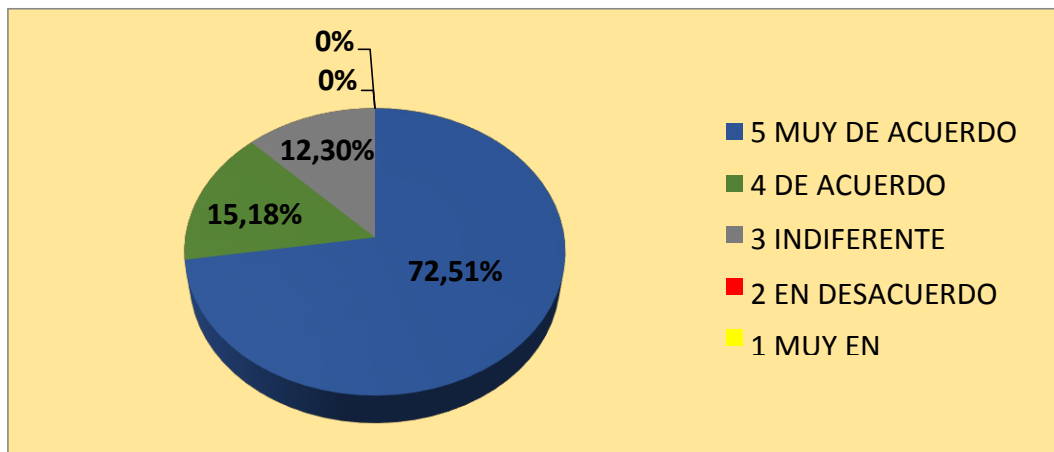
ESCALA DE VALORES	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
5	MUY DE ACUERDO	251	72,51%
4	DE ACUERDO	58	15,18%
3	INDIFERENTE	47	12,30%
2	EN DESACUERDO	0	0%
1	MUY EN	0	0%
TOTAL		356	100 %

Fuente: Encuesta a los habitantes de la cabecera parroquial de Chongón

Elaborado: Mariela Toala y Génesis Árias

Gráfico #5 Calidad de Vida

Encuesta aplicada en la cabecera parroquial Chongón



Fuente: Encuesta a los habitantes de la cabecera parroquial de Chongón

Elaborado: Mariela Toala y Génesis Árias

Análisis: Los oyentes de La Otra y La Tuya, respondieron en un 72,51% estar muy de acuerdo, el 15,18% de acuerdo y el 12,30% indiferente, y comparten que se debe sintonizar un programa radial que mejore su nivel cultural y calidad de vida.

Pregunta # 6

¿Cree usted que las radios La Otra y La Tuya deberían mejorar sus contenidos de programación?

Tabla #6 Contenidos

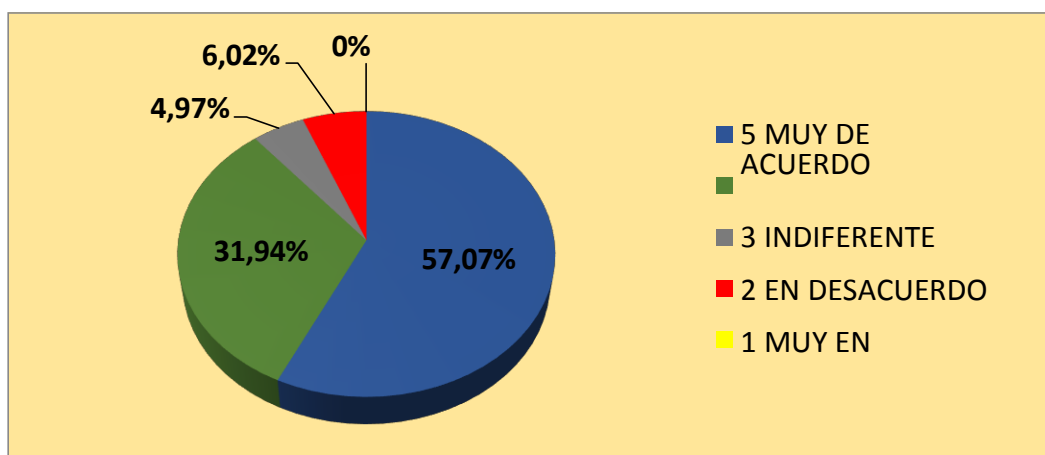
ESCALA A D VALOR	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
5	MUY DE ACUERDO	218	57,07%
4	DE ACUERDO	122	31,94%
3	INDIFERENTE	19	4,97%
2	EN DESACUERDO	23	6,02%
1	MUY EN	0	0%
TOTAL		382	100 %

Fuente: Encuesta a los habitantes de la cabecera parroquial de Chongón

Elaborado: Mariela Toala y Génesis Árias

Gráfico #6 Contenidos

Encuesta aplicada en la cabecera parroquial Chongón



Fuente: Encuesta a los habitantes de la cabecera parroquial de Chongón

Elaborado: Mariela Toala y Génesis Árias

Análisis: Los oyentes de la cabecera parroquial Chongón, respondieron en un 57,07% estar muy de acuerdo, el 31,94% de acuerdo y el 4,97% indiferente, y un 6,02% en desacuerdo, que el oyente debe sintonizar un programa radial de La Otra y La Tuya que mejore su nivel cultural y calidad de vida.

Pregunta # 7

¿Considera que los programas nocturnos en radio La Otra y La Tuya, deberían tener temas para la familia?

Tabla #7 temas familiares

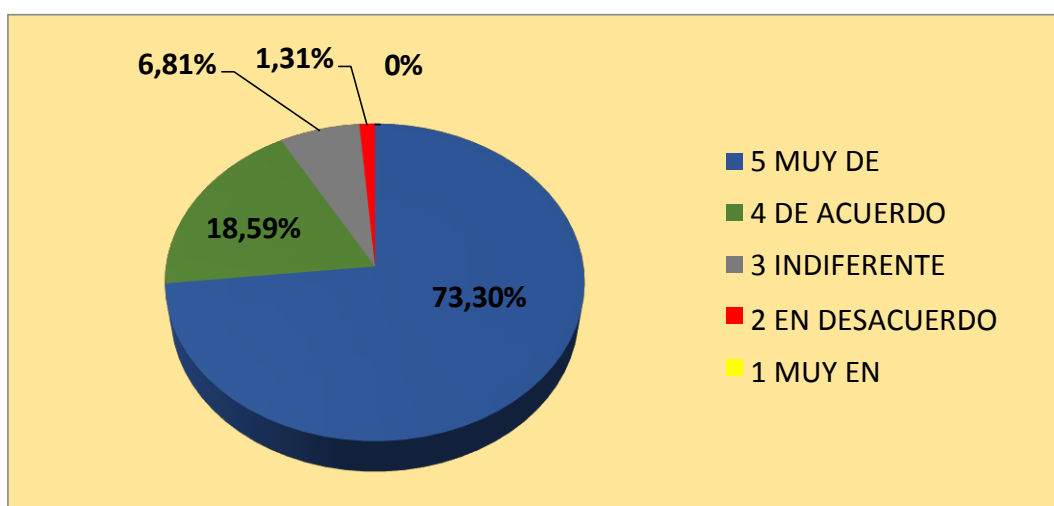
ESCALA DE VALORES	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
5	MUY DE ACUERDO	254	73,30%
4	DE ACUERDO	71	18,59%
3	INDIFERENTE	26	6,81%
2	EN DESACUERDO	5	1,31%
1	MUY EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL		356	100 %

Fuente: Encuesta a los habitantes de la cabecera parroquial de Chongón

Elaborado: Mariela Toala y Génesis Árias

Gráfico #7 temas familiares

Encuesta aplicada en la cabecera parroquial Chongón



Fuente: Encuesta a los habitantes de la cabecera parroquial de Chongón

Elaborado: Mariela Toala y Génesis Árias

Análisis: Los oyentes de la cabecera parroquial Chongón, respondieron en un 73,03% estar muy de acuerdo, el 18,59% de acuerdo y el 6,81% indiferente y un 0,52% en desacuerdo, y otro 0,79% muy en desacuerdo que el oyente de radio La Otra y La Tuya debe sintonizar un programa radial de que mejore su nivel cultural y calidad de vida.

Pregunta # 8

¿Está usted de acuerdo que la programación de radio La Otra y La Tuya deberían abordar temáticas de interés para la ciudadanía?

Tabla #8 ciudadanía

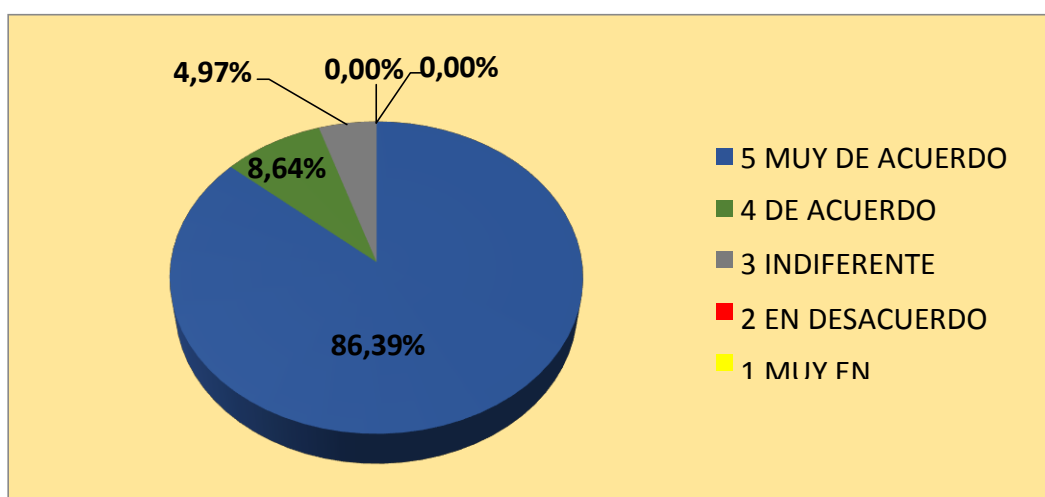
ESCALA DE VALORES	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
5	MUY DE ACUERDO	304	86,39%
4	DE ACUERDO	33	8,64%
3	INDIFERENTE	19	4,97%
2	EN DESACUERDO	0	0%
1	MUY EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL		356	100 %

Fuente: Encuesta a los habitantes de la cabecera parroquial de Chongón

Elaborado: Mariela Toala y Génesis Árias

Gráfico #8 ciudadanía

Encuesta aplicada en la cabecera parroquial Chongón



Fuente: Encuesta a los habitantes de la cabecera parroquial de Chongón

Elaborado: Mariela Toala y Génesis Árias

Análisis: Los oyentes de la cabecera parroquial Chongón, respondieron en un 86,39% estar muy de acuerdo, el 8,64% de acuerdo y el 4,97% indiferente, que el oyente de La Otra y La Tuya debe sintonizar un programa radial que mejore su nivel cultural y calidad de vida.

Pregunta # 9

¿Cree usted que radio La Otra y La Tuya deberían abolir los programas que contengan morbo y violencia?

Tabla # 9 morbo y violencia

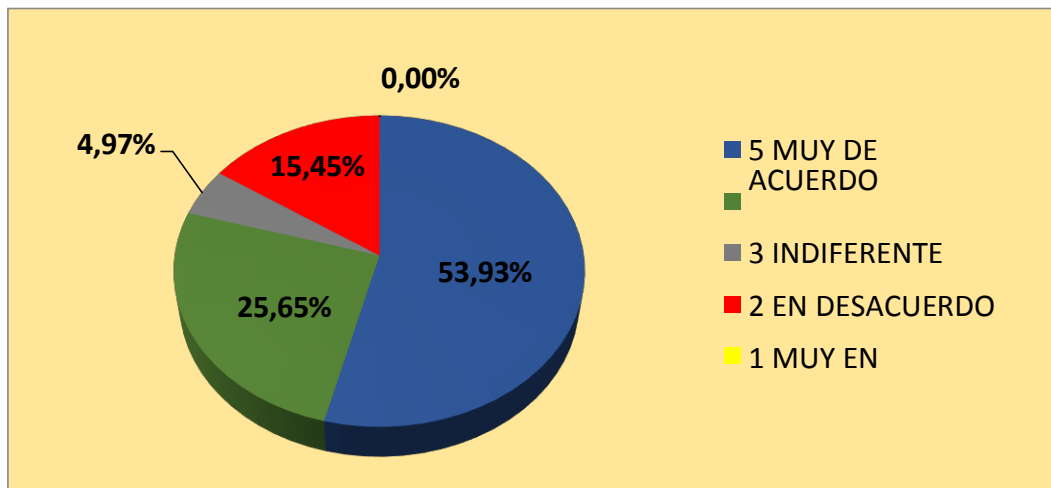
ESCALA DE VALORES	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
5	MUY DE ACUERDO	180	53,93%
4	DE ACUERDO	98	25,65%
3	INDIFERENTE	19	4,97%
2	EN DESACUERDO	59	15,45%
1	MUY EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL		356	100 %

Fuente: Encuesta a los habitantes de la cabecera parroquial de Chongón

Elaborado: Mariela Toala y Génesis Árias

Gráfico #9 morbo y violencia

Encuesta aplicada en la cabecera parroquial Chongón



Fuente: Encuesta a los habitantes de la cabecera parroquial de Chongón

Elaborado: Mariela Toala y Génesis Árias

Análisis: Los oyentes de la cabecera parroquial Chongón, respondieron en un 53,93% estar muy de acuerdo, el 25,65% de acuerdo, y el 4,97% indiferente, y un 15,45% en desacuerdo, que el oyente de La Otra y La Tuya debe sintonizar un programa radial que mejore su nivel cultural y calidad de vida.

Pregunta # 10

¿Cree usted que los temas políticos deberían incluirse en la programación de las radios?

Tabla #10 temas políticos

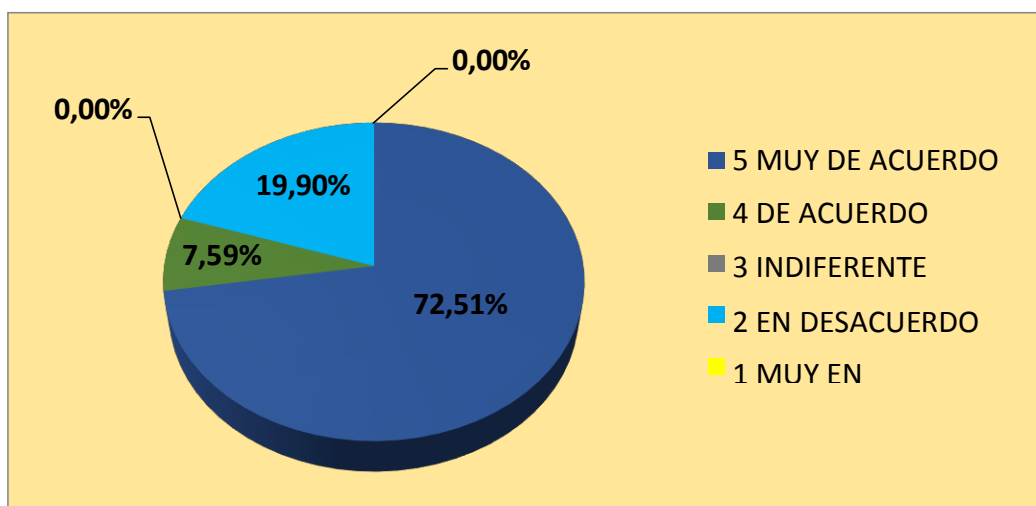
ESCALA DE VALORES	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
5	MUY DE ACUERDO	251	72,51%
4	DE ACUERDO	29	7,59%
3	INDIFERENTE	0	0%
2	EN DESACUERDO	76	19,90%
1	MUY EN DESACUERDO	0	0%
TOTAL		356	100 %

Fuente: Encuesta a los habitantes de la cabecera parroquial de Chongón

Elaborado: Mariela Toala y Génesis Árias

Gráfico #10 temas políticos

Encuesta aplicada en la cabecera parroquial Chongón



Fuente: Encuesta a los habitantes de la cabecera parroquial de Chongón

Elaborado: Mariela Toala y Génesis Árias

Análisis: Los oyentes de la cabecera parroquial Chongón, respondieron en un 72,51% estar muy de acuerdo, el 7,59% de acuerdo, y un 19,90% en desacuerdo, que el oyente de La Otra y La Tuya debe sintonizar un programa radial que mejore su nivel cultural y calidad de vida.

Técnicas de recolección

3.7.1 La Entrevista

Entrevista realizada a profesionales

Entrevistado Lcdo. José Pin, experto en Producción Radial de la Facultad de Comunicación Social de la UNEMI.

P. ¿Cree que la producción radial las emisoras La Otra y La Tuya necesita, enfocar temas de actualidad y de la realidad que vive el país?

R. Todo programa periodístico debe tener contenido social, mucho más ahora que existe una Ley de Comunicación.

P. ¿Considera usted que los programas radiales de La Otra y La Tuya, buscan el desarrollo cultural de los oyentes?

R. El objetivo de éste tipo de propuesta, debe mejorar la calidad de vida de oyente, sin duda.

P. ¿Los programas radiales de La Otra y La Tuya, entretienen e informan al oyente, según la normativa de la Ley Orgánica de Comunicación?

R. Los cuestionamientos a este tipo de programa en esta franja horaria, siempre van a existe, por se cree que solo son dedicado a música y farra.

P. ¿Crees usted que el oyente de La Otra o La Tuya debe sintonizar un programa radial que mejore su nivel cultural y calidad de vida?

R. Los oyentes deben tener libertad de elegir, sin embargo no es malo que se le presenta nueva propuestas radiales.

Entrevistada: ScIga. Geconda Galarza Harb

“COMO INFLUYE LA RADIO EN LOS CAMBIOS SOCIALES”

Carrera Comunicación Social

P: ¿Socióloga para usted que es la radio?

R: La radio es un medio de información donde las personas de diferentes culturas se enteran de lo que sucede, tanto nacionales como internacional, político económico y social.

P: ¿Cree usted que la radio tiene mucha influencia en los cambios sociales en los últimos tiempos?

R: Claro, es ahí la importancia de los programas radiales, ya que estos medios lleven mensajes de cultura, mensajes científicos porque va a influir mucho en las personas en las sociedades.

P: ¿Las radios de hoy en día están orientando y/o educando a la sociedad?

R: No todos y eso es lo malo porque hay programas en horarios donde los pequeños del hogar escuchan y están creciendo con una información que no es para ellos, hay ciertos programas que si están orientando y educando y de estos programas debería haber más porque esta sociedad lo necesita.

P: Las TIC son herramientas muy importantes en los medios, ¿considera usted que en las radios le dan un buen uso?

R: Usted lo ha dicho las TIC`S es una herramienta que ayuda al locutor a estar en contacto con sus radioescucha, utiliza las redes sociales y a través de ella se

puede dar una información sana, pero es una herramienta que hay que darle un buen uso, la tecnología no es mala pero hay que saber utilizarla.

P: Esta sociedad un poco machista se ha acostumbrado que la mujer es solo para el hogar ¿Usted cree que el género femenino también puede aportar en esta sociedad?

R: Claro que si ahora que hay una igualdad de género las mujeres y los varones deben prepararse, la mujer es un puntal dentro de la sociedad y cuanto más una mujer bien preparada avanza igual que el hombre.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES.

La recopilación de los referentes teóricos evidencia que el aumento de espacios radiales en el Ecuador, han deteriorado el fin del mensaje educativo que promueve la LOC y el PNBV, así como las propuestas de mejoras en los constructos sociales y educativos.

Una vez realizada la descripción del tipo de programas que se transmite por las dos emisoras en estudio, se concluye a que no se realiza una labor adecuada en el aspecto cultural, además que se le da muy poco espacio a los saberes ancestrales, costumbres y culturas propias del entorno nacional.

El espacio que se le otorga a los diferentes campos culturales es muy reducido, solo se toma en cuenta lo que la LOC y la Constitución exige, sin embargo no se realiza mayor énfasis en promover cambios a partir de la difusión de los verdaderos espacios educativos.

Los resultados de las encuestas demuestran que los programas radiales de las emisoras La Otra y La Tuya, no presentan una diversión sana sino más vulgar y con contenidos para adultos, asimismo con los resultados obtenidos se llega a la conclusión de que los oyentes carecen de buena información y de enseñanzas culturales, de entretenimiento sano y diversión para toda la familia

RECOMENDACIONES

Se sugiere:

Integrar a la programación de las emisoras La Otra y La Tuya espacios radiales con contenido cultural que aporten al crecimiento sano del buen vivir y así informar, educar y entretener, a través del análisis y reflexión del contexto guayaquileño, con énfasis en la participación activa del oyente.

Sintonizar más espacios de orden educativo, con la finalidad de reactivar el conocimiento necesario tanto para jóvenes como adultos, sin necesidad de usar el doble sentido, ni acudir al morbo ni falta de respeto hacia las personas.

Dentro de la programación en las diferentes franjas las emisoras deben impulsar programas que tengan buena información ya sean estos culturales y de interés social, sin abusar del contenido rosa y vulgar.

Que las radios del país proporcionen a través de su programación el desarrollo del acervo cultural, social, educativo de los oyentes, motivándolos a interactuar y participar activamente en la misma.

Difundir e incentivar a los oyentes a escuchar las propuestas que incentiven a la cultura y educación como una producción interactiva para que el público de Guayaquil, pueda participar activamente; y a través de su contenido educativo y cultural fortalecer el Régimen del Buen Vivir y las normas deontológicas referidos a la dignidad humana y al ejercicio profesional.

BIBLIOGRAFÍA

- Aquiles, C. ((2008). *Comunicación, Ortografía, Verbos y Redacción*. Santiago de Chile:: Editorial ALFA. Primera Edición.
- Asamblea Nacional Constitucional. ((2013). *Reglamento a la Ley Orgánica de Comunicación*. Quito – Ecuador:: Editorial Jurídica Ecuatoriana.
- Asamblea Nacional Constitucional. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito – Ecuador: Editorial Jurídica Ecuatoriana.
- Avilés, E. ((2009). *Academia Nacional de Historia del Ecuador*. Quito, Ecuador:: <http://www.encyclopediadelecuador.com/temasOpt.php?Ind=518&L et=>.
- Berlo, D. ., ((2009). *El Proceso de la comunicación*. Buenos Aires.: Duodécima Edición. Editorial: Librería El Ateneo.
- Cardoso, Nelson. ., ((2007). *Cátedra Taller de Comunicación Comunitaria. La comunicación desde una perspectiva de comunicación comunitaria*. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires.
- Fernández, C. ((2008). *Comunicación Humana Ciencia Social*. México:: Editorial McGraw-Hill. Primera Edición.
- González Antonio, N. Y. ((2012). *Plan de comunicación para minimizar la violencia intrafamiliar contra la mujer entre 2012 y 2013 en lka*

comunidad santa lucía del municipio. Colombia- Bogotá.: Sede Universitaria Municipal Colombia.

Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC). ((2010). *VII Censo de Población y VI de Vivienda*. . Quito – Ecuador:: www.inec.gob.ec.

León, B. ((2010). *Comunicación Social*. . México:: Editorial Norma. Sexta Edición.

Maragola, O. ((2007). *Comunicación Comunitaria. Entrevista de Gómez y Rey*. Buenos Aires: : Primera edición.

Marcillo, S. ((2009). *Legislación Educativa y Dinámica de Grupos*. Quito – Ecuador: Reglamento de la Ley de Educación, . Registro Oficial.

Marín, I. ((2008). *Valores, objetivos y actitudes en educación*. Barcelona – España: : Editorial Norma. Segunda Edición.

Morín, E. ((2010). *Los 7 Saberes Necesarios*. Guayaquil – Ecuador:: Editado por la Universidad de Guayaquil. Primera Edición. .

Orihuela, J. ((2011). *Paradigmas de la comunicación*. . Bogotá, Colombia: : Editorial E-Communication. Primera Edición.
<http://mccd.udc.es/orihuela/paradigmas/>.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. ((2011). *Comunicación para el Desarrollo, fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas*. Oslo Noruega: : PNUD Y UNESCO. [htt](http://).

Puig, J. M. ((2009). *Toma de conciencia de las habilidades para el diálogo*. Madrid – España: : Editorial Norma. Segunda Edición.

Rey, H. ((2009).). *Técnicas para determinar las causas de los problemas*. México:: Editorial Panamericana. Tercera Edición. .

Robbins, S. ((2011). *Comportamiento Organizacional*. México: : Editorial Prentice Hall. Tercera Edición.

Storch de Gracia y Asensio. ((2009). "*Comunidad, identidad y derechos humanos y lingüísticos: una visión desde la Filosofía del Lenguaje*". Valladolid España:: Universidad de Valladolid , Comunicación al II Congreso Nacional de Lengua de Signos Española.

Villa F, G. ((2008). *Teoría Sociológica de la Educación*. . Salamanca – España: : Editorial Amaru Ediciones. Segunda Edición.

ANEXOS

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

Tema: ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DEL CONTENIDO INFORMATIVO DIFUNDIDO POR LAS RADIOS “LA OTRA Y LA TUYA”, EN LA POBLACIÓN DE 18 A 25 AÑOS DEL SECTOR CHONGON DE GUAYAQUIL.

Guía de preguntas para profesional de la radiodifusión.

Objetivo: Obtener información que permita concluir de forma adecuada el análisis del contenido informativo difundido por radio La Otra y La Tuya.

Entrevistado: Lcdo. José Pin, experto en Producción Radial de la UNEMI

P. ¿Cree que la producción radial las emisoras La Otra y La Tuya necesita, enfocar temas de actualidad y de la realidad que vive el país?

R. Todo programa periodístico debe tener contenido social, mucho más ahora que existe una Ley de Comunicación.

P. ¿Considera usted que los programas radiales de La Otra y La Tuya, buscan el desarrollo cultural de los oyentes?

R. El objetivo de éste tipo de propuesta, debe mejorar la calidad de vida de oyente, sin duda.

P. ¿Los programas radiales de La Otra y La Tuya, entretienen e informan al oyente, según la normativa de la Ley Orgánica de Comunicación?

R. Los cuestionamientos a este tipo de programa en esta franja horaria, siempre van a existe, por se cree que solo son dedicado a música y farra.

P. ¿Crees usted que el oyente de La Otra o La Tuya debe sintonizar un programa radial que mejore su nivel cultural y calidad de vida?

R. Los oyentes deben tener libertad de elegir, sin embargo no es malo que se le presenta nueva propuestas radiales.

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

Tema: ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DEL CONTENIDO INFORMATIVO
DIFUNDIDO POR LAS RADIOS “LA OTRA Y LA TUYA”, EN LA POBLACIÓN
DE 18 A 25 AÑOS DEL SECTOR CHONGON DE GUAYAQUIL.

Guía de preguntas para profesional de la radiodifusión.

Objetivo: Obtener información que permita concluir de forma adecuada el análisis del contenido informativo difundido por radio La Otra y La Tuya.

Entrevistada: ScIga. Geconda Galarza Harb

“COMO INFLUYE LA RADIO EN LOS CAMBIOS SOCIALES”

Carrera Comunicación Social

P: ¿Socióloga para usted que es la radio?

R: La radio es un medio de información donde las personas de diferentes culturas se enteran de lo que sucede, tanto nacionales como internacional, político económico y social.

P: ¿Cree usted que la radio tiene mucha influencia en los cambios sociales en los últimos tiempos?

R: Claro, es ahí la importancia de los programas radiales, ya que estos medios lleven mensajes de cultura, mensajes científicos porque va a influir mucho en las personas en las sociedades.

P: ¿Las radios de hoy en día están orientando y/o educando a la sociedad?

R: No todos y eso es lo malo porque hay programas en horarios donde los pequeños del hogar escuchan y están creciendo con una información que no es

para ellos, hay ciertos programas que si están orientando y educando y de estos programas debería haber más porque esta sociedad lo necesita.

P: Las TIC son herramientas muy importantes en los medios, ¿considera usted que en las radios le dan un buen uso?

R: Usted lo ha dicho las TIC`S es una herramienta que ayuda al locutor a estar en contacto con sus radioescucha, utiliza las redes sociales y a través de ella se puede dar una información sana, pero es una herramienta que hay que darle un buen uso, la tecnología no es mala pero hay que saber utilizarla.

P: Esta sociedad un poco machista se ha acostumbrado que la mujer es solo para el hogar ¿Usted cree que el género femenino también puede aportar en esta sociedad?

R: Claro que si ahora que hay una igualdad de género las mujeres y los varones deben prepararse, la mujer es un puntal dentro de la sociedad y cuanto más una mujer bien preparada avanza igual que el hombre.

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

Tema: ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DEL CONTENIDO INFORMATIVO
DIFUNDIDO POR LAS RADIOS “LA OTRA Y LA TUYA”, EN LA POBLACIÓN
DE 18 A 25 AÑOS DEL SECTOR CHONGON DE GUAYAQUIL.

Encuesta

Objetivo: Obtener información que permita concluir de forma adecuada el análisis del contenido informativo difundido por radio La Otra y La Tuya.

Instrucciones

Favor marque con una x la alternativa que sea de su preferencia. Debe expresar su respuesta tomando en consideración los siguientes parámetros. 5=

Muy de acuerdo:

4= De acuerdo

3= Indiferente

2= En desacuerdo

1= Totalmente en desacuerdo

Tome en consideración lo siguiente:

Leer la pregunta antes de contestar

Responder todos los ítems

No usar correctores, ni borradores.

No contestar más de una vez en cada pregunta La encuesta es anónima.

Nº	ALTERNATIVAS	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
		5	4	3	2	1
1	¿Cree que la producción radial las emisoras La Otra y La Tuya necesita, enfocar temas de actualidad y de la realidad que vive el país?					
2	¿Considera usted que los programas radiales de La Otra y La Tuya, buscan el desarrollo cultural de los oyentes?					
3	¿Los programas radiales de La Otra y La Tuya, entretienen e informan al oyente, según la normativa de la Ley Orgánica de Comunicación?					
4	¿Considera que los programas radiales de La Otra y La Tuya, deben estar menos cargado de temática de interés social en lugar de un periodismo rosa?					
5	¿Cree usted que el oyente de La Otra y La Tuya deben sintonizar un programa radial que mejore su nivel cultural y calidad de vida?					
6	¿Cree usted que las radios La Otra y La Tuya deberían mejorar sus contenidos de programación?					
7	¿Considera que los programas nocturnos en radio La Otra y La Tuya, deberían tener temas para la familia?					
8	¿Está usted de acuerdo que la programación de radio La Otra y La Tuya deberían abordar temáticas de interés para la ciudadanía?					
9	¿Cree usted que radio La Otra y La Tuya deberían abolir los programas que contengan morbo y violencia?					
10	¿Cree usted que los temas políticos deberían incluirse en la programación de las radios?					