



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

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

TEMA:

Incidencia del medio de comunicación radial París 103.9 FM en la cultura política juvenil, en jóvenes de 18 a 29 años, en la ciudadela Los Mirtos, del cantón Vinces, en el año 2018.

TUTOR:

MSC. JOSÉ LUIS FEREZ

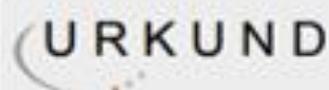
AUTORA:

GILDA ZULEYKA ELIZALDE ALVARADO

GUAYAQUIL

2019

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Incidencia del medio de comunicación radial París 103.9 FM en la cultura política juvenil, en jóvenes de 18 a 29 años, en la ciudadela Los Mirtos, del cantón Vinces, en el año 2018.		
AUTOR/ES: Gilda Zuleyka Elizalde Alvarado	REVISORES O TUTORES: MSc. José Luís Ferez	
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Grado obtenido: Licenciada en Periodismo	
FACULTAD: Facultad de Ciencias Sociales y Derecho	CARRERA: Periodismo	
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2019	N. DE PAGS: 89	
ÁREAS TEMÁTICAS: Periodismo e Información		
PALABRAS CLAVE: Medios de Comunicación, Radio, Cultura, Política, Juventud		
RESUMEN: La Radio París 103.9 FM de la ciudad de Vinces tiene un alcance regional en las provincias Bolívar, Los Ríos, Guayas y Manabí, localmente tiene un nivel alto de sintonía en la población juvenil de 18 a 29 años. La cultura política juvenil tiene una deficiencia en el cantón Vinces y es que no es muy difundida a nivel cantonal en los medios de comunicación radial, para lo cual se utiliza tipos de investigación como la exploratoria y descriptiva, teniéndose como fuentes de información los datos primarios y secundarios, la muestra indica que se debe encuestar a 141 jóvenes. Los resultados de investigación de la encuesta se tuvo que el 95% sintoniza la radio, de los cuales el 53% lo hace en la tarde, el 57% sintoniza Radio París 103.9 FM, el 69% expresa que en Radio París no orientan sobre política, un 91% considera que se debería enfocar más los programas radiales en formación política, un 66% señala que los espacios que se refieren a la política no tienen contenido ideológico alguno, sin embargo al consultar sobre la percepción de ellos consideran que más la emisora tiende a ser del centro, la mayoría cree que debe haber un programa de concursos y formación política en el horario nocturno. Como conclusiones se tiene que los jóvenes sintonizan la radio París en la tarde y noche, existe un programa de opinión que trata temas políticos, sociales y culturales, y en tiempos electorales existen programas de información sobre los candidatos y sus propuestas.		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: Elizalde Alvarado Gilda Zuleyka	Teléfono: +593 99 302 2265	E-mail: gilda_zuleyka13@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Msc. Marco Oramas Salcedo Mg. Federico Varas Chiquito Teléfono: 2596500 Ext. Decano 249 Director de Periodismo 251 E-mail: moramass@ulvr.edu.ec fvaras@ulvr.edu.ec	



Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS GILDA - FEBRERO.docx (D48186459)
Submitted: 2/21/2019 9:41:00 PM
Submitted By: gilda_zuleyka13@hotmail.com
Significance: 3 %

Sources included in the report:

TESIS JUAN VICENTE MENDOZA BERMEO.docx (D16565980)
TESIS Angela Paredes S(1).docx (D34470323)
CAPITULOS I-II-II - IV ULTIMO.docx (D40566371)
Tesis LA RADIO ONLINE CAFECLUB.COM.docx (D48144213)
NUEVO PROYECTO RADIO -5.docx (D15057716)
<https://www.ride.org.mx/index.php/RIDE/articulo/view/249/1158>
<http://www.unesco.org/new/es/office-in-montevideo/comunicacion-e-informacion/desarrollo-de-los-medios/medios-publicos-y-comunitarios/>

Instances where selected sources appear:

8



MSc. José Luis Ferez

C.I. 0920335122

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

La estudiante egresada Gilda Zuleyka Elizalde Alvarado, declara bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, Incidencia del medio de comunicación radial París 103.9 FM en la cultura política juvenil, en jóvenes de 18 a 29 años, en la ciudadela Los Mirtos, del cantón Vinces, en el año 2018, corresponde totalmente al suscrito y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaren, como producto de la investigación realizada.

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

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de analizar la incidencia que tiene el medio de comunicación radial París 103.9 FM en la cultura política juvenil, en los jóvenes de 18 a 29 años, en la ciudadela Los Mirtos, del cantón Vinces, en el año 2018.

Autora



Gilda Zuleika Elizalde Alvarado

C. I.: 1208106425

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor de Proyecto de Investigación, Incidencia del medio de comunicación radial París 103.9 FM en la cultura política juvenil, en jóvenes de 18 a 29 años, en la ciudadela Los Mirtos, del cantón Vinces, en el año 2018, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: Incidencia del medio de comunicación radial París 103.9 FM en la cultura política juvenil, en jóvenes de 18 a 29 años, en la ciudadela Los Mirtos, del cantón Vinces, en el año 2018, presentado por la estudiante Gilda Zuleika Elizalde Alvarado, como requisito previo, para optar al Título de: Licenciada en Periodismo, encontrándose apta para su sustentación.



MSc. José Luis Ferez

C.I. 0920335122

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por permitirme tener tan buena experiencia dentro de mi universidad, gracias a mi universidad por permitir convertirme en una profesional en lo que tanto me apasiona, gracias a cada docente que hizo parte de mi enseñanza en mi carrera universitaria, que deja como producto terminado, ésta persona que está cumpliendo su meta profesional y que ahora es prueba viviente de la historia; ésta tesis, que perdurará dentro de los conocimientos y desarrollos de futuras generaciones.

Finalmente agradezco a quién lee este apartado, y más de mi proyecto, por permitir a mis experiencias, investigaciones y conocimientos, incurrir dentro de su repertorio de información mental.

DEDICATORIA

La presente Tesis está dedicada a Dios, ya que gracias a él he logrado concluir con mi carrera.

A mis padres, por su apoyo incondicional, y sus consejos, que hicieron de mí una gran persona.

A mis hermanos y mis sobrinos por sus palabras y compañía, a mi abuela Claudina aunque no está físicamente con nosotros, sé que está en el cielo; siempre cuidándome y guiándome para que todo me salga bien.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
REPOSITORIO NACIONAL	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES	iv
CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
DEDICATORIA	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE CUADROS	x
ÍNDICE DE GRAFICOS.....	xi
RESUMEN.....	xiii
SUMMARY	xiv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
1.1 TEMA.....	2
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
1.3.1 Problema general.....	6
1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	6
1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
1.5.1 Objetivo general	7
1.5.2 Objetivos específicos	7
1.6 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	7
1.7 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.8 IDEA A DEFENDER.....	9
CAPÍTULO II.....	10
MARCO TEÓRICO	10
2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	10

2.1.1	Medio de comunicación radial	12
2.1.2	Cultura política juvenil	28
2.2	MARCO LEGAL	32
2.3	MARCO CONCEPTUAL	33
CAPÍTULO III.....		37
MARCO METODOLÓGICO		37
3.1	TIPO DE INVESTIGACIÓN EMPLEADA	37
3.1.1	Investigación Exploratoria	37
3.1.2	Investigación Descriptiva	37
3.2	FUENTES DE INFORMACIÓN	38
3.2.1	Datos Secundarios	38
3.2.2	Datos Primarios	38
3.3	POBLACIÓN Y MUESTRA	38
3.3.1	Población	38
3.3.2	Muestra	38
3.4	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	40
3.4.1	Encuestas	40
3.4.2	Entrevistas	40
3.5	INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	40
3.5.1	Cuestionario	40
3.5.2	Ficha de entrevista	41
3.6	RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN	42
3.7	INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	57
CONCLUSIONES.....		59
RECOMENDACIONES		60
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		61
ANEXOS		66

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Sintonía de la radio.....	42
Cuadro 2 Horario de sintonía.....	43
Cuadro 3 Emisora local.....	44
Cuadro 4 Programas sobre política.....	45
Cuadro 5 Contenido de formación política.....	46
Cuadro 6 Medios de comunicación imparciales	47
Cuadro 7 Decisiones políticas.....	48
Cuadro 8 Contenido ideológico	49
Cuadro 9 Formación juvenil	50
Cuadro 10 Formación de jóvenes	51
Cuadro 11 Desarrollo de la cultura política juvenil	52
Cuadro 12 Horario del programa juvenil	53

ÍNDICE DE GRAFICOS

<i>Gráfico 1 Sintonía de la Radio</i>	42
<i>Gráfico 2 Horario de Sintonía</i>	43
<i>Gráfico 3 Emisora Local</i>	44
<i>Gráfico 4 Programas sobre política</i>	45
<i>Gráfico 5 Contenido de formación política</i>	46
<i>Gráfico 6 Medios de comunicación imparciales</i>	47
<i>Gráfico 7 Decisiones políticas</i>	48
<i>Gráfico 8 Contenido ideológico</i>	49
<i>Gráfico 9 Formación juvenil</i>	50
<i>Gráfico 10 Formación de jóvenes</i>	51
<i>Gráfico 11 Desarrollo de la cultura política juvenil</i>	52
<i>Gráfico 12 Horario del programa juvenil</i>	53

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: REPORTE FOTOGRÁFICO	67
Anexo 2: FICHA DE ENTREVISTA.....	69
Anexo 3: DISEÑO DE LA ENCUESTA	75

RESUMEN

La Radio París 103.9 FM de la ciudad de Vinces tiene un alcance regional en las provincias Bolívar, Los Ríos, Guayas y Manabí, localmente tiene un nivel alto de sintonía en la población juvenil de 18 a 29 años. La cultura política juvenil tiene una deficiencia en el cantón Vinces y es que no es muy difundida a nivel cantonal en los medios de comunicación radial, para lo cual se utiliza tipos de investigación como la exploratoria y descriptiva, teniéndose como fuentes de información los datos primarios y secundarios, la muestra indica que se debe encuestar a 141 jóvenes. Los resultados de investigación de la encuesta se tuvo que el 95% sintoniza la radio, de los cuales el 53% lo hace en la tarde, el 57% sintoniza Radio París 103.9 FM, el 69% expresa que en Radio París no orientan sobre política, un 91% considera que se debería enfocar más los programas radiales en formación política, un 66% señala que los espacios que se refieren a la política no tienen contenido ideológico alguno, sin embargo al consultar sobre la percepción de ellos consideran que más la emisora tiende a ser del centro, la mayoría cree que debe haber un programa de concursos y formación política en el horario nocturno. Como conclusiones se tiene que los jóvenes sintonizan la radio París en la tarde y noche, existe un programa de opinión que trata temas políticos, sociales y culturales, y en tiempos electorales existen programas de información sobre los candidatos y sus propuestas

Palabras claves: Radio, París, Cultura, Política, Juvenil.

SUMMARY

Radio Paris 103.9 FM of the city of Vinces has a regional reach in the provinces of Bolívar, Los Ríos, Guayas and Manabí, locally it has a high level of harmony in the youth population of 18 to 29 years. The youth political culture has a deficiency in the canton Vinces and is that it is not widespread at the cantonal level in the radio communication media, for which it uses types of research such as exploratory and descriptive, having primary information as sources of information and secondary, the sample indicates that 141 young people should be surveyed. The research results of the survey were 95% tuned to the radio, of which 53% do so in the afternoon, 57% tune to Radio Paris 103.9 FM, 69% express that on Radio Paris they do not orientate on politics , 91% consider that radio programs should be more focused on political education, 66% indicate that the spaces that refer to politics do not have any ideological content, however when consulting on the perception of them, they consider that more the station tends to be downtown, most believe that there should be a program of competitions and political training at night time. As conclusions have that young people tune into the radio Paris in the afternoon and evening, there is an opinion program that deals with political, social and cultural issues, and in election times there are information programs about candidates and their proposals

Keywords: Radio, Paris, Culture, Politics, Juvenile.

INTRODUCCIÓN

La investigación que se ha realizado tiene como finalidad el análisis de la incidencia que tiene el medio de comunicación radial París 103.9 FM en la cultura política juvenil, en los jóvenes de 18 a 29 años, en la ciudadela Los Mirtos, del cantón Vinces, en el año 2018, con el propósito de conocer y ampliar la información de la radiodifusión en el cantón Vinces y la cultura política juvenil.

El proyecto investigativo se ha establecido en capítulos: En el primer capítulo se expone el tema de la investigación, el planteamiento y formulación del problema, considerando el problema general, para luego realizar la sistematización del problema, los objetivos: general y específicos, se justifica el trabajo investigativo, la delimitación de la investigación, culminando con la idea a defender.

En el segundo capítulo se expone la fundamentación teórica en la que se tiene una exposición de los criterios de los autores nacionales e internacionales, además de los aportes de la investigadora sobre los medios de comunicación radial y la cultura política juvenil, en la que se amplía los niveles de conocimiento en la actualidad, además se exponen la leyes que viabilizan la investigación, culminando con el marco conceptual en donde se muestra diferentes terminologías empleadas en el trabajo.

En el capítulo III se muestran los tipos de investigación empleada, así mismo las fuentes de información desde las que se obtienen los datos para el análisis de la investigación, para luego hacer la exposición de la población y la muestra, las técnicas de la investigación utilizadas en este trabajo considerándose las encuestas y entrevistas, con el cuestionario y fichas de entrevistas como instrumentos, para luego exponer los resultados de la investigación tabulando las encuestas, culminando con la interpretación de los resultados y la verificación de la hipótesis.

En el capítulo IV se expresan las conclusiones de la investigación y se culmina con las recomendaciones que se realizan a los directivos de la empresa radial París 103.9 FM.

CAPÍTULO I

1.1 TEMA

Incidencia del medio de comunicación radial París 103.9 FM en la cultura política juvenil, en jóvenes de 18 a 29 años, en la ciudadela Los Mirtos, del cantón Vinces, en el año 2018.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El periodismo ha sido uno de los pilares fundamentales de la sociedad, puesto que ha permitido que se realicen denuncias de acciones o inacciones de los gobernantes de turno, además mediante la investigación periodística a nivel internacional se ha podido descubrir casos de corrupción que ha involucrado a gobiernos de diferentes países, lo cual ha sido posible gracias a programas donde los periodistas han tenido un rol fundamental en la investigación para encontrar diversos elementos que conlleven a las autoridades de control hacer las indagaciones pertinentes. (Rincón, 2014, p. 8)

En Latinoamérica han existido diferentes debates sobre el aporte de los medios de comunicación radial al sistema político, considerándose que en unos casos ha sido muy valioso a la democracia por su imparcialidad, y en otros casos ha sido muy lamentable por la forma de manipulación direccionada hacia un sector político en particular, lo que debilita la democracia porque favorece a unos mientras empobrece el debate y las diferentes acciones dentro de la participación política, puesto que hay medios privados que venden imagen de ciertos candidatos y por otro lado medios públicos que ofertan la imagen de funcionarios públicos, quedando otros candidatos sin esta opción. (Holzmann, 2010, p. 31)

Para los sectores progresistas de ideología de izquierda los medios de comunicación han sido los culpables de muchas omisiones y de ser actores políticos direccionando la opinión pública hacia ciertos candidatos que han sido ofertados como un producto, por lo cual una vez que han llegado al poder han tratado de tener el espacio mediático para expresar sus ideas y opiniones, regulando las opiniones de otros medios, tal es el caso de Venevisión y Globo Visión en Venezuela, O globo en Brasil, El Clarín y La Nación en Argentina, Gamavisión y TC Televisión en Ecuador. (Cruz, 2016, p. 16)

En el Ecuador la comunicación radial ha tenido muchos limitantes desde el poder político, siendo en muchos casos regulada y censurada por la Ley de Comunicación, al tenérsela como un medio de control y sanción para aquellos periodistas o medios que exponen información sensible a los gobiernos, existiendo casos en los que se ha obligado a rectificar información bajo amenazas de sanciones.

La implementación de los programas de tipo político conocido como Sabatinas, hizo que el poder político tenga un espacio semanal para informar y debatir con los medios de comunicación sobre los diferentes temas publicados por medios privados durante el mandato de ex Presidente Rafael Correa, lo cual hizo que durante este periodo exista confrontación de forma permanente entre el poder político y los medios de comunicación.

La comunicación y la política son muy distintas y a la vez muy similares, permiten al poder público tener un observador que esté de manera permanente vigilante al accionar de sus funcionarios con el fin de establecer parámetros de confiabilidad o de crítica a la gestión, a la vez sirve para comunicar los diversos proyectos que se tienen para solucionar problemas y tener un debate a partir de la temática expuesta.

La comunicación debe ser regulada desde la ética por parte de sus actores en donde se utilice el código deontológico para transmitir diferentes informaciones que orienten a la opinión pública, sin pretender manipular en la información o afirmar subjetivamente criterios o comentarios propios sea a favor o en contra de alguna autoridad o gobernante de turno.

La política debe ser vista como aquel vehículo que permite a los ciudadanos tomar decisiones que conlleven al mejoramiento de la sociedad, para lo cual se destinen los recursos públicos manejados con ética y profesionalismo, siguiendo los criterios éticos y técnicos para que los procesos de gobernabilidad no tengan problemas con otros sectores de la sociedad.

La programación de los medios de comunicación radial deben considerar que la política es importante para el desarrollo de la sociedad, por lo que es imprescindible que exista un espacio de diálogo y debate sobre temas coyunturales de la sociedad, los jóvenes deben

fomentar acciones que enriquezcan la convivencia en grupos, analizando el accionar del gobierno sea nacional, provincial o cantonal, considerando entre los aspectos fundamentales la búsqueda de la verdad.

La política es considerada por la población juvenil para uno como algo apasionante, y una oportunidad para servir, mientras que para otros es algo malo debido al contexto de corrupción en la que se ven envueltas las personas a nivel nacional e internacional; En Ecuador según datos del Censo de Población realizado por el INEC en el año 2010 existen 3'043.513 jóvenes en edades entre 18 y 29 años, que corresponde al 21% de la población ecuatoriana.

En la provincia de Los Ríos, durante los últimos 5 años se han establecido diferentes medios de comunicación radiales, considerándose como aquellos elementos dentro de la sociedad local para hacer denuncias sobre las decisiones de los gobiernos provinciales y cantonales, así como para comunicar aquellas acciones que se han instaurado desde el nivel político para mejorar las condiciones de vida de los habitantes de diversas comunidades.

La comunicación radial es muy utilizada en la provincia de Los Ríos, debido a sus características geográficas, porque la mayor parte de la población habita en el sector rural, por lo general, la programación de las radios tiene en la mañana los programas informativos y de opinión, por lo cual los actores políticos utilizan estos horarios para expresar la información que desean dar a conocer a la ciudadanía con el fin de tener una mayor audiencia.

En el cantón Vinces hay varios medios de comunicación radial, cuyo alcance es regional, permiten informar a la ciudadanía mediante sus noticieros las diferentes acciones que se realizan desde los gobiernos locales y provinciales, así como también mostrar las necesidades que existen en otros sectores de la población que son en muchos casos invisibilizados.

La política permite destinar los recursos públicos en obras para solucionar problemas dentro de la sociedad en el marco de sus competencias en el nivel de gobierno, por lo cual necesita difundir sus acciones para que la ciudadanía se encuentre informada de los

trabajos que ejecutan, el problema se da cuando existe intolerancia a la exposición de la problemática que existe en la población que se realiza desde los medios de comunicación y comienza una pugna de poder entre autoridades y periodistas. (Ciria, 2013, p. 16)

Radio París 103.9 FM se inició el 16 de septiembre de 1996 como proyecto radiofónico debido a que en el cantón Vinces no se tenía una emisora en Frecuencia Modulada (fm), por lo que se tuvo la idea de emprender el negocio radial para tener un medio de comunicación en el cantón Vinces, fue administrado por el Lic. Selvi Elizalde Cabello, porque el mentalizador su hijo Lic. Álvaro Elizalde Peralvo se encontraba trabajando en el sector público, la cobertura que tiene Radio París es de 500 vatios, sus equipos de transmisión se encuentran en la Cordillera en la provincia de Bolívar, su oficina funcionó en las calles México y Paquisha hasta el año 2015 que se trasladó a un edificio propio en la calle Paquisha y Sucre, la señal que emite la radio llega a toda la provincia de Los Ríos y gran parte de la costa ecuatoriana, en la actualidad se ha constituido la empresa Radio París S.A.

Históricamente en la Radio París se han realizado programas juveniles de entretenimiento, el noticiero que se genera en el canal y se lo transmite en la radio, cuando juega en la serie B el Club Deportivo Santa Rita de Vinces se hace la transmisión de los partidos tanto de local como de visitante, así mismo se tienen programas culturales, deportivos, religiosos y sociales. Previo a las elecciones seccionales del año 2014 se realizó un programa juvenil en el que el moderador Lic. Rolando Jiménez entrevistó a los candidatos con la participación de los presidentes estudiantiles de los colegios de la localidad, además de jóvenes que hacían sus preguntas a los políticos sobre sus propuestas, dicho programa terminó con el proceso electoral del 2014.

Como empresa radial se ha procurado aportar a la sociedad vinceña con un periodismo serio, responsable, que permita llevar la información a los hogares. Dentro de la programación de Radio París 103.9 FM hay un programa de opinión política llamado “Frente a frente”, que es producido por el Canal 6 TvParís, se lo realiza sólo los días jueves a las 20h00, el conductor es el Ing. Jorge Carriel, en dicho programa se hacen entrevistas a los actores de la sociedad en donde exponen los diversos argumentos sobre temas políticos, sociales y culturales, la incidencia que este programa tiene en la sociedad Vinceña es alta puesto que genera expectativas y gran sintonía por parte de la población

de forma general, considerándose la necesidad de la formación de los jóvenes en temas políticos.

En el cantón Vinces en la actualidad no existe un programa radial que fomente la cultura política que sea enfocada netamente en el segmento juvenil de la población, lo cual hace que en muchos casos los jóvenes se desentiendan de la política y no tengan una orientación adecuada sobre la importancia que tiene la participación dentro de la política electoral, y la vean como algo malo, o que no es para ellos, se sientan marginados y excluidos.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1 Problema general

¿Cuál es la incidencia del medio de comunicación radial París 103.9 FM en la cultura política juvenil, en jóvenes de 18 a 29 años, en la ciudadela Los Mirtos, del cantón Vinces, en el año 2018?

1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Cuál es el nivel de conocimiento existente sobre los medios de comunicación radial y la cultura política juvenil?
- ¿Qué nivel de sintonía tiene el medio de comunicación radial París 103.9 FM en los jóvenes de 18 a 29 años?
- ¿Cómo se involucraría a los jóvenes de 18 a 29 años en los programas de cultura política juvenil en la Radio París 103.9 FM?

1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 Objetivo general

Analizar la incidencia que tiene el medio de comunicación radial París 103.9 FM en la cultura política juvenil, en los jóvenes de 18 a 29 años, en la ciudadela Los Mirtos, del cantón Vinces, en el año 2018.

1.5.2 Objetivos específicos

- Determinar el nivel de conocimientos sobre los medios de comunicación radial y la cultura política juvenil.
- Identificar el nivel de sintonía que tiene el medio de comunicación radial París 103.9 FM en los jóvenes de 18 a 29 años.
- Determinar las estrategias que se utilizan para el involucramiento de los jóvenes de 18 a 29 años en un programa de cultura política juvenil en la Radio París 103.9 FM.

1.6 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación que se realiza porque permite conocer la influencia que tiene el medio de comunicación radial sobre temas de la cultura política juvenil en la población del cantón Vinces, considerándose que la labor del periodista debe ser ejecutada apegada a la verdad y con objetividad, teniendo a los actores de la sociedad, entre los cuales se encuentran las autoridades y ciudadanía en general con el fin de que exista un debate sano, entre las diferentes personas que son los encargados de exponer sus puntos de vista sobre diferentes temas.

El trabajo investigativo se lo ejecuta por cuanto la cultura política juvenil es un tema muy relevante que conlleva a la sociedad a tener un mejoramiento de la calidad de criticidad en el entorno social, cultural, económico, ambiental que son ejercidos por las autoridades,

que llegan al poder para tomar decisiones que conlleven a un mejoramiento de la calidad de vida de sus integrantes, para que todos puedan ser parte activa del progreso de una comunidad en un tiempo determinado.

Entre los principales beneficiarios de la presente investigación se consideran a los habitantes del cantón Vinces puesto que se les permite expresar su opinión de forma libre, porque tienen acceso a participar en los programas de cultura política, con el fin de que la sociedad pueda escuchar sus diferentes planteamientos y propuestas de acciones concretas para solucionar los problemas existentes.

La investigación es factible porque la investigadora tiene el apoyo de los directivos del medio de comunicación radial París 103.9 FM para acceder a la información que se requiera para su desarrollo, además los periodistas han expresado su voluntad de ayudar en las diferentes actividades que se puedan ejecutar como parte del proceso investigativo del presente proyecto.

Con los resultados que se encuentren dentro del trabajo investigativo se puede plantear a los directivos del medio radial para que se considere necesario establecer un programa que permita fortalecer la cultura política juvenil en el cantón Vinces, con el fin de que se tenga un mayor conocimiento sobre la política vista desde las diferentes perspectivas de los partidos políticos y el involucramiento para mejorar la sociedad.

1.7 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Territorialmente: Cantón Vinces, Cdla. Los Mirtos.

Temporal: Se realizará en el periodo de enero a julio del 2018.

Poblacional: Personas entre 18 y 29 años. Según el INEC en su clasificación de la juventud ecuatoriana, considera en este rango de edad a las personas jóvenes.

1.8 IDEA A DEFENDER

Existe incidencia del medio de comunicación radial París 103.9 FM en la cultura política juvenil, en los jóvenes de 18 a 29 años, en la ciudadela Los Mirtos, del cantón Vinces.

Se considera necesario el análisis de los diferentes programas radiales que hacen relación a la cultura política juvenil para que se pueda conocer si el medio de comunicación radial París 103.9 FM tiene incidencia en la cultura política juvenil, considerándose que se debe realizar programas especiales que permitan a los jóvenes involucrarse activamente en la política.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes de la investigación

Fabre (2015) en su investigación titulada: Los medios de comunicación social como recurso para mejorar la cultura de los niños entre 9 y 12 años de la Escuela Fiscomisional Tepeyac "Fe y alegría" de la ciudad de Guayaquil. Cuyo objetivo fue “evaluar la información cultural de los medios de comunicación social determinado el grado de incidencia cultural educacional de los niños entre 9 y 12 años, para promover nuevos contenidos en programación educativa” (p. 6). Con una investigación cualitativa y cuantitativa, en donde se utilizaron diferentes criterios de expertos para conocer diferentes aspectos relacionados con las variables, aplicando el método deductivo – inductivo con una población de 784 estudiantes y una muestra de 205 personas a quienes se les aplicó un cuestionario, teniendo como resultado que la mayoría considera que los programas no son educativos, a la mayoría le gustaría que la radio se realice un programa en la escuela con sus docentes y compañeros, la mayoría señala que juegan al periodismo en el aula, la mayoría dice que escucha la radio en la casa, como conclusiones establece que los medios de comunicación radial deben tener programas que den apertura a los estudiantes de las escuelas para que puedan exponer sus diferentes conocimientos, fortaleciendo las actividades culturales y formativas.

Chávez, Espinoza, & Carlos (2013) en su tesis: Los medios de comunicación como actores políticos, en la ciudad de Quito, teniendo como objetivo: “Determinar la incidencia de los medios de comunicación como actores políticos en la ciudad de Quito” (p. 4). Utilizando una investigación cualitativa y cuantitativa, de tipo documental, descriptivos y exploratorio, con los métodos: deductivo – inductivo, se considera una población de 133 personas, se usó la encuesta considerando 10 preguntas en las que se pudo conocer que los ciudadanos consideran que los medios de comunicación tienen alto contenido sesgado a favor de uno u otro actor político, y en muchos de los casos los propietarios de los medios han sido o son candidatos a alguna dignidad de elección popular, como conclusiones señalan que los medios de comunicación tienen diferentes

etapas para la realización de sus actuaciones como actores políticos, muchos medios confunden la libertad de expresión con la responsabilidad ulterior, aplicando en muchos casos censura previa, el poder mediático se encuentra ligado íntimamente con los poderes políticos que tratan de exponer sus ideologías políticas lo cual demuestra una falsa independencia lo cual trae como efecto una falsa libertad de expresión y una manipulación mediática en ciertos medios de comunicación.

Lizarzaburo (2016) en su tesis de licenciatura: Medios de comunicación privados y oposición política. Utilizando un enfoque comunicacional del análisis que permite tener una idea muy clara sobre las líneas editoriales y la censura previa en los medios de comunicación privada, se revisó diferentes artículos académicos, revistas científicas, bibliotecas virtuales, utilizando criterios de búsqueda y selección de los documentos a utilizar, con el fin de garantizar la validez y confiabilidad de los resultados. Se pudo conocer que los medios de comunicación privados en su mayoría se encontraban vinculados a los grupos económicos relacionados con las entidades bancarias. Como conclusiones se tiene que los medios privados de mayor impacto en la sociedad son privados, eran dirigidos por los grupos económicos de poder, los medios de comunicación deben tener claro que su rol es ser imparcial y mediar el debate entre políticos.

Rincón (2014) en su ensayo titulado: Comunicación política en América Latina. Considera mediante un diseño no experimental, de tipo documental, con el uso del método deductivo, se hizo un análisis de los países Latinoamericanos sobre la comunicación política en el que se considera diversos aspectos de la democracia en América puesto que en la mayoría de los países se han elegido presidentes por el populismo, y en muchos casos han asumido el poder mediante propuestas demagógicas, disminuyendo el debate político, realizándose pocos debates entre candidatos y campañas basadas en ataques a los adversarios políticos, pero no se ha fomentado una cultura política en los electores.

Garcés (2010) en su estudio titulado: De organizaciones a colectivos juveniles. Panorama de la participación juvenil. Mediante un estudio no experimental, de tipo bibliográfico y descriptivo, considerándose el método deductivo e inductivo, en el que se utiliza una muestra de 83 personas, aplicando un cuestionario con 12 preguntas, en donde se pudo conocer que los jóvenes tienen conocimiento de la política de forma empírica, en donde han tenido la participación de los políticos que ya han tenido cargos sea por elección o

por denominación, en la que no se le tienen espacio para la participación de nuevos actores juveniles en la política, por otro lado el tema del gasto electoral es otra barrera que se considera importante para la toma de la decisión de participar en un proceso político electoral.

2.1.1 Medio de comunicación radial

Medios de comunicación

Los medios de comunicación a nivel general tienen la responsabilidad ante la sociedad de hacer un trabajo profesional para la formación de la audiencia en temas culturales, además realizándose un trabajo de exponer la problemática que se presenta en la sociedad para la consecución de soluciones que permitan una mejor convivencia, fueron considerados como el cuarto poder, siendo de forma mayoritaria conformados por el capital privado, lo cual ha sido en ciertos aspectos elementos para que grupos de poder los puedan utilizar de manera frecuente, confrontando a los gobiernos de turno y exponiendo la problemática de la sociedad.

La libertad que han ejercido los medios de comunicación públicos y privados han estado sujeto a la censura previa pese a que las leyes lo prohíben, en campañas electorales los medios de comunicación establecen prioridades para sus candidatos de preferencia a quienes destinan mayor espacio para los reportajes, lo cual hace que no haya mayor transparencia en el proceso electoral, pero lo que sí hay que señalar que existen medios sujetos a los fines de los propietarios sean estos económicos o políticos.

La comunicación es considerada según Castillo (2013) como “un sistema de interacción donde se comparten y reciben datos de toda clase y sobre los cuales se configura nuestro comportamiento” (p. 64). En la comunicación la sociedad interactúa, considerando quienes generan la información y aquellos que la reciben, lo que permite que las personas apliquen un comportamiento de acuerdo con los criterios que tienen, siendo en muchos casos esta actuación buena o mala, porque ha conllevado a que se tomen decisiones que favorecen o perjudican a otros sectores de la misma sociedad.

Los medios de comunicación masiva han evolucionado a medida de los avances de las tecnologías, la libertad para ejercer la comunicación ha sido un proceso de construcción más complejo a través de la historia, puesto que siempre han existido discrepancias con el poder político debido a que los medios de comunicación han ejercido su derecho a la libertad de informar a la sociedad diferentes situaciones de interés general.

La evolución de los medios de comunicación ha sido permanente, puesto que los conocimientos se han ido incrementado a medida que la tecnología para la comunicación ha mejorado en los últimos siglos, las formas de comunicación indudablemente han cambiado, puesto que en el siglo XIX los mensajes demoraban mucho tiempo en llegar desde el remitente hasta el destinatario, ya en el siglo XX con la aparición de la radio, la televisión y los periódicos acortaron el tiempo que era utilizado para que un mensaje llegue a la audiencia, en el siglo XXI con los avances de la tecnología y la evolución de los medios de comunicación gracias a la internet es posible contar con la información en segundos en cualquier parte del mundo. (Ciria, 2013)

Los medios de comunicación son parte trascendental de la sociedad actual, pues a diario se los sintoniza, se recibe información de manera frecuente todo el día y a toda hora. Son parte fundamental en la cotidianidad debido a que en la sociedad contemporánea se tiene una política mediática, en la que se tiene diversas acciones que conlleva a que los medios difunden la información de manera inmediata con un mayor alcance, debido a la familiaridad que tienen todas las personas con los medios de comunicación.

De forma general se considera la terminología medios, exclusivamente a los medios de comunicación que permiten la propagación de la información o mensajes a las masas, considerándose en este grupo a la prensa, cine, radio y televisión, estos medios abarcan grandes audiencias, para cumplir dicho objetivo se tiene que recurrir a la tecnología existente en el momento y que hace que hayan diferentes instrumentos de propagación masiva. (Castillo, 2013)

Los medios de comunicación viabilizan la transmisión de un mensaje que se produce en un lugar y se lo conduce a otro, la comunicación es muy variada puesto que existen diferentes tipos o géneros, en unos casos los medios llevan explícito un trabajo ejecutado de manera profesional que procura dar un mensaje lo más cercano a la realidad en que se produce el hecho en que se considera de acuerdo a los aspectos tecnológicos, puesto que los medios evolucionan de manera constante.

Los medios de comunicación en la mayoría de casos contribuyen a que se moldee el contexto político sea local, nacional o regional, y es por ello que no se considera que se garantice la verdadera libertad de expresión, sino que en muchos casos existe la censura previa por lo que los periodistas no pueden ejercer un trabajo profesional, sino que dependen de los criterios de los dueños, o de los financistas, por lo que claramente evidencian conflictos de intereses, dejando a un lado la ética y la independencia. (Lizarzazaburo, 2016, p. 28)

Vergara (2012) considera que existen cuatro tipos de medios de comunicación: Autoritarios, Paternalistas, Comercial y Democrático.

a) Autoritarios puesto que dictan su línea editorial que va en función de los intereses del medio, considerándose como parte del engranaje del gobierno de la sociedad en donde una minoría decide, incide y manipula la información que se dirige a la mayoría.

b) Paternalistas estos medios tienen como objetivo mantenerse vigentes más allá de su poder si bien es cierto que son menos restrictivos que los primeros actúan sólo en defensa de sus intereses.

c) Comercial estos medios mantienen una línea editorial que no se inclina hacia un grupo con interés político, sino que tienen como finalidad tener a los grupos económicos a su favor con lo que no se mezclan en temas políticos sino que lo hacen solamente con fines comerciales donde permanentemente ofrecen diversos productos.

d) Democrático es un tipo más abierto a todos los sectores de la población en donde se ofrece la oportunidad que todos tengan la facilidad para emitir sus criterios, define

su línea editorial de independencia de todos los sectores para no tener compromisos ni con el gobierno, ni con los empresarios, ni con otros grupos de poder.

Los medios de comunicación tienen como finalidad emitir diferentes información que permiten a la sociedad tener conocimiento sobre diversos aspectos, pero debe realizarlo en una línea apegada a la ética y los valores humanos y morales, por lo que las noticias deben ser verificadas y contrastadas antes de ser emitidas para no caer en el riesgo de la especulación o mal información que en muchos casos perjudica a la parte afectada, por lo que la fuente debe asumir la responsabilidad ante los órganos competentes, lo cual previene la censura previa o la afectación a la honra de las personas.

Los medios de comunicación si bien es cierto tienen la responsabilidad de informar y entretener a la ciudadanía, en ciertos casos existen programas que son nocivos para la sociedad, por lo que se tiene que revisar los contenidos para garantizar que la calidad de los mensajes que se exponen en los medios sean los adecuados, evitando caer en las polémicas acomodando los contenidos a favor de ciertos grupos de interés o beneficio propio. (Núñez, 2017)

Los oyentes de la radio cada vez son más selectivos debido a la variedad de estaciones y mayor cobertura que existe en la actualidad, por lo que se han tornado cada vez más selectivos del tipo de programa que escuchan, teniendo la plena capacidad de cambiar de emisora en caso de no agradales algún contenido o programa radial, es por ello que las empresas de comunicación radial deben considerar que el poder lo tienen los oyentes quienes pueden favorecerlos con su sintonía o a la vez invisibilizarlos con su indiferencia.

Los medios de comunicación durante el siglo XX han permitido que la sociedad tenga cierto importante avance dentro de lo que es la información generada, es así que las noticias o sucesos de trascendencia mundial han sido informados por la radio, la evolución y crecimiento sostenido que han tenido las estaciones radiales permite considerar que éstos medios de comunicación han ido transformándose para estar a la vanguardia en la sociedad.

Los medios públicos

UNESCO (2016) señala que “son medios hechos, financiados y controlados por el público, para el público. No son comerciales ni de propiedad gubernamental, son libres de la interferencia política y la presión a partir de las fuerzas comerciales” (p. 44). Los medios públicos son indispensables para la gobernabilidad en los estados democráticos que permitan ejecutar una programación de interés social, contribuyendo con más espacios para la difusión de contenidos que tienen que ver con la cultura y la educación.

Los medios privados

Los medios privados que tienen alto impacto en la sociedad son aquellos vinculados con los grupos económicos de poder, quienes tienen influencia de la información y comunicación que sale en dicho medio, sobre lo cual Macaroff (2010) señala que “los grandes grupos de comunicación no se limitan a las actividades informacionales, sino que se ramifican al conjunto de la economía, que incluyen bancos, grandes almacenes, inmobiliarias o aseguradoras” (p. 4). El poder económico en muchos casos se limita a tener actividades comunicacionales para ejercer una manipulación que favorezca a unos y ataque a otros.

Los medios comunitarios

Galán (2016) señala que “la presencia de medios comunitarios tiene implicaciones políticas, económicas e ideológicas, es por ello que históricamente se han colocado obstáculos para la concesión de frecuencias a las organizaciones populares y a las nacionalidades indígenas” (p. 28). Los medios comunitarios a partir de la promulgación de la ley de comunicación en el año 2013 se realiza la distribución de la frecuencia entre los medios públicos, privados y comunitarios, estos medios se consideran que son administrados y dirigidos por organizaciones o colectivos sin fines de lucro, también por comunidades, pueblos y nacionales en el territorio ecuatoriano.

Radio

La radio es un medio de comunicación de alto alcance, que tiene una mayor cobertura en un espacio geográfico, teniendo costos menores con respecto a la televisión, lo cual hace que los auspiciantes paguen menores valores por la publicidad, puesto que no se requiere hacer videos sino que son sólo audio, lo cual hace que el oyente se imagine los contenidos de acuerdo a su creatividad.

La comunicación por radio utiliza ondas, según Iles & Ramos (2013) “cuando esas ondas encuentra una antena metálica, parte de su energía pasa a los electrones libres del metal y los pone en movimiento formando una corriente alterna cuya frecuencia es la misma que la de la onda” (p. 67). Las ondas que se forman viajan en el espacio a la velocidad de la luz, lo cual favorece la comunicación de manera rápida, puesto que la emisión de la señal parte de la estación radial y llega de forma inmediata al radio receptor, debiendo ubicarse en la frecuencia correcta para que reciba la señal emitida.

La radio por ser un medio accesible para toda persona por su economía y la facilidad de adquirirlo y usarlo como medio de comunicación que permite a los usuarios mantenerse informados de los sucesos y acontecimientos que ocurren en el día a día, además de tenerlo como un medio para el entretenimiento familiar, donde se puede escuchar músicas, recibir educación, orientar a la sociedad, entre otros fines.

Garza (2009) señala que “la radio es una tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación de ondas electromagnéticas. Por su alcance electromagnético le era mucho más fácil el poder llegar a lugares lejanos. Corresponden al tipo sonoro” (p. 5). La radio es un medio de comunicación que permite hacer la difusión masiva por medio de una señal que es receptada por un equipo que tiene que sintonizar la frecuencia para escuchar lo que se está transmitiendo.

La radio como medio de difusión es importante, puesto que permite la concentración de los oyentes debido a la facilidad y alcance de la misma, la calidad del sonido en sus transmisiones, lo cual permite un nivel de cercanía más directa con el que la sintoniza. Otro aspecto muy importante a notar es que los costos de la radio son relativamente

bajos por lo que la publicidad tiene un valor inferior con relación a otros medios de comunicación. También se puede señalar que estimula la creatividad, puesto que el anunciante debe mezclar elementos creativos como voces, música y efectos en sus cuñas comerciales.

Galán (2016) señala que la radiodifusión es considerado el “sistema de transmisión y comunicación por medio de la radiofonía” (p. 30). La radiodifusión se expresa en términos de transmisión de la información por medio de ondas, las mismas que viajan a través del aire, y que son emitidas por un dispositivo para luego ser receptadas por otros que tienen la capacidad de convertir las ondas en voz y dar el mensaje que se ha querido expresar.

La radio se ha convertido en el único medio de comunicación masiva que llega a todas las clases sociales, y a todos los sectores del país, puesto que permite que el oyente participe de manera permanente en la programación, debido a su bajo costo de producción facilita a los diferentes negocios que puedan expresar sus comerciales con un menor presupuesto que el de otros medios.

Evolución de la radio

La historia o evolución de la radio se inicia en el siglo XIX puesto que en aquella época se inventó: la electricidad, el telégrafo, el teléfono, entre otros, considerando que Graham Bell pudo conseguir que los sonidos se escuchen con la utilización de un cable como conductor, después se logró crear el receptor de radio a través de las ondas electromagnéticas considerando que se transmite en un lugar y se recepta en otro, posteriormente se descubrió que el alcance de las ondas sonoras podrían tener una propagación de 20 kilómetros. Pero es en sí en el siglo XX que se tiene el desarrollo de la radio tal como se la conoce en la actualidad. (Arias & Toala, 2017, pág. 7)

Según datos de Delgado & Yaguana (2014) en Nueva York se inauguró la primera emisora en 1916, la misma que hizo que se expanda a nivel de todo este país, permitiendo grandes avances en la comunicación de masas, que ha sido utilizada para diferentes fines publicitarios de los productos de las empresas, así como en asuntos electorales utilizada por los candidatos y partidos políticos.

En América Latina se tiene que en México en 1921 la estación XEN transmitió por primera vez en la radio, en Argentina en 1923 las radios Colón y Sudamérica, en Brasil en 1924 Radio club do Brasil, en Perú en 1925 la radio OAX, en Uruguay en 1928 Radio Oriental, en Ecuador en 1925 la radio El Prado, la radiodifusión en los países fue evolucionando positivamente incrementando los medios que se dedicaban a esta actividad, lo cual fue muy positivo para la sociedad, debido a que se podía expresar de forma libre los diferentes criterios (Arias & Toala, 2017, p. 20).

La radio ha ido evolucionando a través del tiempo, hasta convertirse en lo que hoy es como un medio de comunicación muy interesante para hacer campañas publicitarias a bajo costo. La radiodifusión ha permitido mejorar la conectividad en la sociedad como medio de comunicación, la propaganda se hizo más popular a medida que los medios se profesionalizaban, debido a que los oyentes comenzaban a incrementarse y el mensaje debía ser mejor dirigido, por lo que se tuvo que regular los criterios utilizados para evitar el caos como medio de comunicación.

(Macaroff, 2010) considera que la radio ha tenido más de cien años con una importante trayectoria para la sociedad, puesto que ha permitido el sano entretenimiento, la difusión de noticias; se pudo adaptar a los cambios sociales de la humanidad en el último siglo, pues desde las guerras, los avances tecnológicos, las crisis sociales y políticas de los gobiernos y países, desastres naturales. En la actualidad la radio ha tenido una evolución considerable, puesto que se tiene la señal en Amplitud Modulada (AM), Frecuencia Modulada (FM), y por internet.

Radio analógica

La radio ha sido el medio de comunicación masiva que mayor alcance tuvo durante el siglo XX, considerándose a su tecnología como la más económica para los auspiciantes de la programación, ha tenido su transmisión de manera tradicional de forma analógica en Antena Modulada (AM) y Frecuencia Modulada (FM) para que los receptores puedan emitir la señal que se origina en una estación y que es transmitida por ondas a través de equipos especializados.

La amplitud modulada sirve para que la radiodifusión tenga un largo alcance dentro de las ondas entre 1.000 y 2.000 que llegan a viajar miles de kilómetros desde el punto de origen, puesto que se reflejan en la ionosfera, que es una capa electrificada de la atmósfera ubicada entre 130 y 160 km desde la superficie del planeta, estas ondas tienen grandes distancias debido a la reflexión múltiple entre el suelo y la atmósfera.

La frecuencia FM permite tener una frecuencia muy alta (VHF), que se encuentra entre 87 y 108 MHz. Para una mayor ilustración la banda VHF es la que se emplea en los radios de la policía, taxis y otros dispositivos. Por otro lado hay la frecuencia ultraalta (UHF) que considera valores entre 450 y 855 MHz, se la emplea en la televisión. Por otro lado se tiene que las microondas consideran longitudes menores a 30 cm.

Radio digital

La radio digital se la emite por ondas electromagnéticas que permite conectarse a través de los receptores con un mejor formato de definición que no tiene nada que ver con la transmisión por internet, sino que utiliza ondas electromagnéticas de alta frecuencia para lo cual los contenidos será transmitidos en nuevos sistemas que garantizan la calidad en la recepción de la señal, además permite que la radio en la misma frecuencia pueda ofrecer diferentes programaciones, puesto que se distribuye en varios canales, de esta forma el canal A, ofrecerá una programación, el canal B otra, y el C otra diferente. (García S. , 2014, p. 53)

Radio en internet

La radio en internet o también conocida como radio online, requiere de los programas adecuados, una conexión estable, y equipos necesarios, que permiten escuchar la radio. Existen emisoras que son gratuitas y otras que son de pago por suscripción, en donde emiten una programación que es variada, puede contener segmentos de entretenimiento, segmentos musicales, informativos, que son enviados mediante un programa informático al servidor y de allí al ciberespacio.

Carl Malamud en 1993 desarrolló la primera “estación de radio online” es decir la primera transmisión de la señal radial por internet, este medio utilizaba la tecnología

llamada MBONE (IP Multicast Backbone on the internet). Posteriormente en 1995 la radio HK se convirtió en la primera estación de radio que tenía programación exclusiva a tiempo completo por internet, este medio utilizó una tecnología diferente al usar un reflector de conferencia web CU-SeeMe conectado a un CD de audio personal corriendo en un bucle infinito.

Desde el 2004 el uso del streaming de audio ha ido disminuyendo y el Podcasting ha ido en aumento como un método alternativo que se basa sobre RSS puesto que ofrece múltiples beneficios, también se debe tener claro que este sistema tiene una limitación porque sólo usa la música “royalty free” o que son de libre regalía.

La evolución de la radio en los últimos años ha permitido que existan programas o aplicaciones para los teléfonos inteligentes móviles, sea bajo el sistema operativo Android y IOS en sus programas de descargas o compra de aplicaciones se pueden descargar aplicaciones como: TuneIn, Iheart, Radio.com, Pandora internet radio, y un sinnúmero de programas que permiten acceder a la radio desde estos dispositivos, pudiendo sintonizar las noticias, deportes, y toda la programación de forma general, estas aplicaciones permiten al usuario elegir un estilo de música, o un tipo de programa de acuerdo con sus criterios.

La radiodifusión en el Ecuador

En el año 1925 en Riobamba se establece la primera radio con un alcance de 50 vatios de potencia de onda corta, su propietario fue el Ing. Carlos Cordovez, tenía la frecuencia 980, en AM, con un uso de 16 horas diarias, desde las 6 de la mañana hasta las 10 de la noche. El gobierno de Isidro Ayora emitió un decreto mediante el Registro Oficial 43 del 1 de diciembre de 1928 en el que se consideraba la regulación de la radiofonía y radiotelegrafía a nivel nacional, en el cual se le daba como instrumento para regular y cerrar o clausurar los medios en el país. En 1929 en Quito se inicia la radio experimental conocida como Radio Nacional HC1DR, que era estatal, con un funcionamiento en la noche, y con una programación de música nacional, transmisión de eventos deportivos, y noticias locales o nacionales. (Delgado & Yaguana, 2014, p. 13-14)

En el año 1930 en la ciudad de Guayaquil aparece la segunda radio que tuvo 20 vatios en onda corta, tuvo las siglas HC2JSB. En el año 1931 aparece la radio cristiana evangélica HCJB LA VOZ DE LOS ANDES, que tenía en su programación temática religiosa para la predicación del evangelio, en su programación se podía escuchar un contenido religioso, musical, información, cultural, y de entretenimiento. Ya para el año 1940 existió un crecimiento en el establecimiento de las radios, especialmente en Guayaquil con las emisoras de a.m. y posteriormente en f.m. (Arias & Toala, 2017, p. 21-23)

En el año 1933 se apertura la Radio Quinta Piedad HC2RL, en su programación los guayaquileños podían disfrutar de música nacional, ópera, conciertos, conferencias, publicidad de productos, funcionaba uno o dos días a la semana, principalmente en horas nocturnas, era de propiedad del alemán Roberto Leví. (Delgado & Yaguana, 2014, p. 19)

En el año 1935, se inicia la radio American HC2AT, empresa que promueve la publicidad dentro de su programación, promoviendo la comercialización de los radios marca Zenith, además se contaba con espacios de música nacional e internacional, radionovelas que ofrecían un espacio a reconocidos personajes del radioteatro local para hacer sus dramatizaciones que congregaban a su audiencia a estar pendientes de la radio, que hasta ese momento era difícil tener acceso, muchos se reunían en familia, en la tienda de barrio para escuchar estas actuaciones. (Delgado & Yaguana, 2014, p. 22-23)

En la década de 1930 hasta 1940 se abrieron varias radios en las ciudades principales, entre las que (Delgado & Yaguana, 2014) mencionan: Radio El Telégrafo (1935), Radio Ortiz (1935), Radio La Voz de Imbabura (1935), Radio Ondas del Pacífico (1936), Radio H.I.R.S.A. (1936), Radio La Voz del Alma (1936), Radio Nariz del Diablo (1938), Radio Colón (1938).

La siguiente década fue el surgimiento de nuevas estaciones radiales a nivel nacional, según datos de (Delgado & Yaguana, 2014): Radio Quito (1940), Radio CRE (1940), Radio Ondas de Cutuchi (1940), Radio Municipal La Voz de Imbabura (1940), Radio

comercial (1941), Radio Cenir (1941), Radio Coro Santa Cecilia (1942), Radio La Voz de la Democracia (1943), Radio Manta (1943), Radio Gran Colombia (1944), Radio Atalaya (1944), Radio América (1945), Radio Ondas del Cotopaxi (1945), Radio Cuenca (1945), Radio Cóndor (1946), Radio Ondas de Cutuchi (1946), Radio la Voz de los Coros (1946), Radio Universal (1946), Radio Equinoccial (1946), Radio Ondas de Zamora (1947), Radio El Mundo (1947), Radio Ondas Azuayas (1947), Radio El Mercurio (1948), Radio 11 de noviembre (1948), Radio Continental (1948), Radio Mundial (1949), Radio Libertad (1949), Radio Luz de América (1949), Radio La voz del progreso (1949).

En la década de 1950 a 1960 según Delgado & Yaguana (2014) la radiodifusión se comenzó a convertirse en un negocio muy rentable, se iniciaron nuevos proyectos radiales en las diferentes provincias, se tenía programas de radioteatro como:

La tremenda corte, el gato, el derecho de nacer, el sillón del peluquero, el violín del gitano, la escuelita cómica del maestro Lechuga, Leyendas y tradiciones ecuatorianas, la novela en su hogar, los relatos del caminante, el teatro en su hogar, Maleo, Camay, Dilemas humanos, Fray Gregorio, El cuera Carrasco, Quo Vadis. (p. 34)

En la década de 1960 a 1970 se tienen en el Ecuador alrededor de 200 estaciones de radio dentro del territorio ecuatoriano, las mismas que pertenecían a personas de la clase media, la audiencia que se tenía es de unos 2.600 hogares a nivel nacional. Desde la década de 1970 en adelante se tiene una sobrepoblación de radios, en la que los auspiciantes pautan publicidades, habiendo medios que tenían mayor audiencia, e imitaban a las estaciones internacionales, en otras estaciones privilegiaban la música nacional dentro de su programación. (Delgado & Yaguana, 2014, p. 41-43)

Desde inicios del siglo XXI, se tiene que la radio ha ido mejorando en las 1865 emisoras radiales, considerando que la radio ha ido profesionalizándose a través del mejoramiento de la tecnología en la calidad del sonido, iniciándose con el estéreo a través de la Frecuencia Modulada (FM) y posteriormente se tiene el sonido digital como un mecanismo de mayor calidad para los oyentes. (Delgado & Yaguana, 2014, p. 45-46)

La radio y la sociedad

La radio es el medio de comunicación que ha permitido mantener la comunicación en situaciones muy conflictivas o de emergencias, por ejemplo en la Alemania Adolf Hitler la utilizó para transmitir sus mensajes y tener las victorias que obtuvo, otro suceso en el que la radio fue utilizada como medio de comunicación para la transmisión de la información del hundimiento del Titanic, cuando la radiotelegrafía permitió que los barcos emitan y reciban señales de la emergencia que se tenía. (Arias & Toala, 2017, p. 18)

La radio permite es un medio de comunicación que es compatible con diferentes actividades de la sociedad, siendo muy sintonizadas durante las actividades laborales como los conductores, las ama de casa, los entrenamientos de los deportistas, en los talleres, facilitando la información, el entretenimiento, la publicidad, la cultura, todo esto sin interrumpir las tareas o trabajos diarios, debido a que este medio tiene mucha credibilidad en la audiencia, además de no generar una alta inversión. (Galán, 2016, p. 8-9)

En Latinoamérica la radio ha permitido transmitir sucesos catastróficos como el terremoto en México en el año 1985 en donde se pudo conocer la noticia en poco tiempo, siendo fundamental para la comunicación, en los actuales momentos la radio a más de cumplir con el rol informativo, debe tener una labor cultural, educativa y de entretenimiento, con el fin de que el objetivo central sea que las personas puedan obtener una mejor información con fines de beneficio a toda la sociedad y no a grupos particulares.

La sociedad ha ido evolucionando de manera permanente, puesto que cada cierto tiempo aparecen innovaciones que permitieron tener algo novedoso que facilite la comunicación, es así que apareció el telegrama, fax, bíper, teléfono, radio, televisión, celular, internet móvil, lo cual favorece en la interacción entre el emisor y el receptor a la distancia, en esta última generación de avances tecnológicos se ha tenido un importante desarrollo, puesto que se ha hecho más rápida la comunicación.

La cultura es una de las bases de la sociedad, y la radio contribuye de manera permanente a su conservación y difusión, puesto que en los programas de radio existen espacios dedicados a los diversos géneros musicales, también existen programas que son realizados por diversos grupos religiosos que muestran parte de la cultura, por otro lado, existen programas ideológicos políticos que hacen que de manera permanente la ciudadanía pueda tener un proceso de formación cultural en función de lo que ellos consideran adecuado, y que el oyente tiene la oportunidad de sintonizarlo y asimilarlo o rechazarlo. (Fabre, 2015)

Pese a que la sociedad ha venido cambiando y evolucionando de manera acelerada, y cada vez con una propuesta que reemplaza a la anterior, la radio ha ido también evolucionando por medio de la innovación y la adaptación de los nuevos avances de la tecnología, la programación de la radio y sus contenidos ha hecho que sea parte fundamental e irremplazable dentro de la sociedad, puesto que la variedad de la información transmitida hace que los oyentes estén bien comunicados.

Programación radial

La programación radial es emitida por diferentes radios a nivel nacional, en la que se ubican los contenidos en bloques, intercalando con las publicidades de los auspiciantes, estos programas son de diferentes tipos considerándose de acuerdo con el contenido que exponen a la audiencia.

Los programas radiales buscan posicionar una audiencia en particular con el fin de fidelizarla, lo cual les permitirá proporcionar a los auspiciantes de una oportunidad de conectar con dicha audiencia para promocionarles una publicidad de la marca o marcas que posean, quienes se encargan de cubrir los costos de los espacios radiales, y cuyo valor dependerá de la sintonía que tiene, además del alcance que posee, lo cual permitirá tener una idea clara del alcance territorial que posea, sea a nivel nacional, provincial o local. (Rincón, 2014, p. 11)

Fabre (2015) señala que “La programación tiene dos direcciones al igual que un puente, puede recorrerse de allá para acá (desde las expectativas del público hacia la radio) y de acá para allá (desde las ofertas de la radio hacia el público)” (p. 44). La

mayoría de las estaciones radiales como programación radial ofrecen espacios de entretenimiento, considerándose entre los cuales a los programas de música variada y especializada, además de programas de humor en los que se mezcla la interacción de personajes que conlleva a tener un mayor alcance de audiencia.

Clasificación de la programación radial

La radio al ser un medio de comunicación portátil que se puede acceder en cualquier lugar, tiene una variedad de contenidos durante el día para que la audiencia sintonice el medio y los auspiciantes pauten sus publicidades, los programas radiales son aquellos espacios que se realizan para cumplir un determinado fin dentro de la programación.

Programa de información: Son dedicados para que la audiencia esté informada de los sucesos locales, nacionales e internacionales, buscan promover que los oyentes conozcan aquellos sucesos que están pasando en el momento.

Programa de variedad: Estos programas son producidos con el fin de entretener a la población, a través de diferentes actividades en las que interactúan con la audiencia a través de llamadas telefónicas, pudiendo en la actualidad incluso utilizar mensajes de textos o mensajes de Whatsapp.

Programa de música: Estos programas son de entretenimiento, que permiten en muchos tener una interacción con los oyentes, para que puedan solicitar una canción y dedicarla.

Programa de deportes: Los programas deportivos tienen la finalidad de dar a conocer los diferentes deportistas y sus actividades, siendo la disciplina deportiva que ocupa la mayor parte de la programación el Fútbol, debido a la connotación que tiene dentro de la sociedad, sea a nivel local, nacional o internacional, generando los recursos por medio de los auspiciantes. (Núñez, 2017, p. 18)

Programa de cultura: Estos programas tienen como característica que son dedicados a la promoción de la identidad cultural, a través de investigaciones efectuadas por

diversos autores que conllevan a conocer más de la cultura sea propia o de otras sociedades del país o de otros países.

Radio París

Radio París 103.9 FM se inició el 16 de septiembre de 1996 como proyecto radiofónico local en donde se tenía una torre de 40 metros en el sector del By Pass, y la oficina en la calle Teniente Hugo Ortiz, desde donde se emitía la señal y se la trasladaba por medio de cableado telefónico, lo cual ocasionaba problemas de interferencia en la señal de televisión. Después se trasladó los equipos hasta el cerro de Cochabamba en la provincia de Bolívar transmitiendo vía microondas hasta la actualidad, teniendo cobertura en la provincia de Bolívar, Los Ríos, Manabí, y Guayas.

En el cantón Vinces no se tenía una emisora en Frecuencia Modulada (fm), por lo que se tuvo la idea de emprender el negocio radial para tener un medio de comunicación en el cantón Vinces, fue administrado por el Lic. Selvi Elizalde Cabello, porque el mentalizador su hijo Lic. Álvaro Elizalde Peralvo se encontraba trabajando en el sector público, la cobertura que tiene Radio París es de 500 vatios, sus equipos de transmisión se encuentran en la Cordillera en la provincia de Bolívar, su oficina funcionó en las calles México y Paquisha hasta el año 2015 que se trasladó a un edificio propio en la calle Paquisha y Sucre, la señal que emite la radio llega a toda la provincia de Los Ríos y gran parte de la costa ecuatoriana, en la actualidad se ha constituido la empresa Radio París S.A.

Históricamente en la Radio París se han realizado programas juveniles de entretenimiento, el noticiero que se genera en el canal y se lo transmite en la radio, cuando juega en la serie B el Club Deportivo Santa Rita de Vinces se hace la transmisión de los partidos tanto de local como de visitante, así mismo se tienen programas culturales, deportivos, religiosos y sociales. Previo a las elecciones seccionales del año 2014 se realizó un programa juvenil en el que el moderador Lic. Rolando Jiménez entrevistó a los candidatos con la participación de los presidentes estudiantiles de los colegios de la localidad, además de jóvenes que hacían sus preguntas a los políticos sobre sus propuestas, dicho programa terminó con el proceso electoral del 2014.

Como empresa radial se ha procurado aportar a la sociedad vinceña con un periodismo serio, responsable, que permita llevar la información a los hogares. Dentro de la programación de Radio París 103.9 FM hay un programa de opinión política llamado “Frente a frente”, que es producido por el Canal 6 TvParís, se lo realiza sólo los días jueves a las 20h00, el conductor es el Ing. Jorge Carriel, en dicho programa se hacen entrevistas a los actores de la sociedad en donde exponen los diversos argumentos sobre temas políticos, sociales y culturales, la incidencia que este programa tiene en la sociedad Vinceña es alta puesto que genera expectativas y gran sintonía por parte de la población de forma general, considerándose la necesidad de la formación de los jóvenes en temas políticos.

2.1.2 Cultura política juvenil

Cultura

La cultura permite comprender de manera muy adecuada el comportamiento de las personas según la formación que hayan tenido en su entorno, lo cual favorece para la convivencia, mejorando las relaciones entre los individuos sin considerar su raza o etnia, que originalmente posee sus costumbres de acuerdo al lugar de hábitat, estas costumbres pueden ser relacionadas con el folklore, música, danza, gastronomía, literatura, artes, etc.

La identidad cultural permite a las sociedades desarrollarse bajo una misma premisa, tener una historia y costumbres comunes que perduren en el tiempo, para lo cual se requiere que las personas se comprometan a mantenerlas, pese a la migración, las múltiples culturas, la difusión en las redes sociales, y la internet de manera general, cada persona debe estar comprometida con vivir su cultura y respetar a las demás. (Holzmann, 2010, p. 44)

La cultura es considerada como parte de la naturaleza, los sociólogos han investigado sobre la identidad cultural, y han encontrado que existen dificultades en América Latina porque se ha implementado inconscientemente dentro de la sociedad la cultura de la pobreza debido a las carencias que hay en los diferentes lugares, además se ha

encontrado que los medios de comunicación ejercen influencia directa para el cambio o la adopción de costumbres propias de otros lugares. (Vergara, 2012, p. 79)

Política

En la política se considera que Eugenio Espejo es el pionero en Ecuador, desde la época de la colonia, él utilizaba la escritura en hojas de papel y difundía su pensamiento de libertad, por otro lado se tiene a Juan Montalvo como el pensador y escritor que confrontó el poder político de su época, realizando grandes críticas sobre las decisiones políticas del gobernante de aquel momento, en el retorno a la democracia los gobiernos de León Febres Cordero, Rodrigo Borja y Rafael Correa tuvieron permanentes confrontaciones con la prensa del país. (Iles & Ramos, 2013, p. 18)

La política ejercida en gobiernos que aplican la democracia implica la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones, dándoles la oportunidad de elegir y ser elegidos como principio básico de la participación política, en ese marco la cultura política permite que los ciudadanos puedan conocer los diferentes sistemas políticos y partidarios, espacios desde los cuales se ejerce la voluntad del electorado al elegir mayoritariamente por sus representantes.

Juventud

La juventud ha sido considerada por Cevallos (2014) como “una categoría construida culturalmente en contextos socio-históricos y relaciones de fuerza determinadas, que parte de una lógica individual y colectiva diversa en la que confluyen éticas y estéticas, es, decir estilos de vida particulares (individuales y colectivos)” (p. 3). Durante mucho tiempo los jóvenes fueron considerados como aquellos excluidos de las políticas públicas por su falta de experiencia y conocimiento en ciertas actividades, lo que debe ser comprendido como la etapa que se enmarca en la transición donde el individuo parte de los conocimientos básicos a uno más profundo en un nivel más personalizado de conocimiento en el bachillerato, instituto y universidad.

La comunicación política

Windlesham citado por Ciria (2012) señala que “la comunicación política es la transmisión deliberada de un mensaje político por un emisor a un receptor con la intención de que dicho receptor actúe de un modo en que de otra manera no lo hubiera hecho” (p. 531). Los contenidos del mensaje político van desde el conocimiento del partido y candidatos hasta una campaña electoral, cuyo impacto puede ser local, regional y nacional; en el proceso de comunicación política se incluyen diferentes actividades y medios como: concentraciones masivas, cuñas radiales, spot televisivos, medios escritos, campaña puerta a puerta.

Existen programas dentro de la radio y televisión que son transmitidos con fines netamente políticos partidistas, que analizan diferentes sucesos que ocurren dentro de la sociedad y que afectan de forma directa en temas de gobierno, considerando alguna ideología política de derecha o izquierda, sea que esté en el oficialismo o en la oposición, sin embargo estos programas tienen la finalidad de invitar a personajes políticos que expongan sus criterios a favor y en contra de una posición pero no pueden inclinarse a favor o en contra de un candidato en tiempos electorales.

Fundamentación psicológica

La fundamentación psicológica tiene como propósito ampliar el conocimiento existente sobre la psicología en la actividad del comunicador social, debido a que la sociedad ha ido avanzando en su desarrollo y es fundamental que quienes dirigen los programas en los medios de comunicación puedan aplicar principios psicológicos para influir de manera positiva en la audiencia, por medio de técnicas o acciones que lleguen a los oyentes.

Cada persona es un elemento único que tiene un pensamiento propio y conducta diversa que ha ido siendo moldeada por la sociedad, por lo que la psicología permite conocer de una mejor manera diferentes elementos que conforman la personalidad, de esta manera se tendrá en claro los diferentes procesos cognitivos del individuo y aquellos aspectos que le permiten desarrollar una mayor motivación en la sociedad. (Rivera, 2013)

El comunicador social tiene como responsabilidad en la sociedad de transmitir la información que se genera en un momento y lugar determinado, además de cumplir el rol de educador de la comunidad, puesto que en un medio de comunicación existen diferentes programas orientados a diversos objetivos, en donde radica la necesidad de tener una mejor formación para aplicar aquellas técnicas que permitan influir positivamente en las personas de la audiencia. (Carreño, 2012, p. 24)

Fundamentación Sociológica

La fundamentación sociológica permite comprender que la sociedad es un grupo de personas que conviven en un espacio determinado, compartiendo diferentes aspectos de las diversas doctrinas económicas, políticas y sociales que se adoptan por los gobiernos, sea a través del sistema capitalista o socialista, debiendo los periodistas tener un conocimiento básico de cada uno de ellos y explicar su punto de vista para la educación de la audiencia en los medios de comunicación social.

Rubinstein (2013) considera que en la sociología se tiene que “la expresión es un intercambio de pensamientos y emociones. La comunicación juega un rol sobresaliente relacionado con la actividad diaria desde que el hombre encara una interacción constante con sus semejantes en la sociedad” (p. 31). Los seres humanos son individuos sociales que nacieron para vivir en grupo, por lo que han necesitado herramientas que le permitan comunicarse para tener un mejor desarrollo en la sociedad, considerándose que necesitan tener una vivencia en grupo con el fin de la ayuda mutua, para lo cual es fundamental la política como medio de poder para ejercer la autoridad.

Fundamentación Educativa

La fundamentación educativa que permite el uso de los medios de comunicación radiales dentro de una sociedad conlleva a la necesidad que tiene la población de conocer diferentes aspectos que se dan en la sociedad, por lo que la programación debe ser variada, orientada a informar y educar a los oyentes de manera creativa, a través de mensajes positivos emitidos desde el lugar donde se genera la información, existen

programas netamente educativos dentro de la radiodifusión, fortaleciendo las capacidades de la audiencia. (Rivera, 2013, p. 296)

En la sociedad la educación se la realiza de manera formal e informal, siendo esta última ejecutada por diferentes actores de la sociedad, considerándose a los comunicadores sociales o periodistas en este grupo, porque a través de los programas en los medios de comunicación sea radial, televisivo o prensa escrita aportan con información que permite adquirir un conocimiento en diferentes áreas.

2.2 MARCO LEGAL

Declaración Universal de Derechos Humanos

La libertad de expresión es un derecho humano consagrado en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, cuando en 1948 se la adoptó considerando que todos los seres humanos nacen libres y en igualdad de condiciones, por lo que los países deben garantizar los derechos fundamentales para la vida y el trabajo, además existe la libertad de opinión y de expresión para que los ciudadanos expresen sus ideas de forma libre, lo cual puede ser entendido como la actividad periodística y también los comentarios de personas naturales según el artículo 19.

Constitución Política de la República del Ecuador

La Constitución Política de la República establece que la comunicación es un derecho de todos los ciudadanos ecuatorianos, existiendo tres tipos de medios de comunicación radial y televisivo: públicos, privados y comunitarios; se señala que la ley debe regular los contenidos que los medios establezcan en su programación que vayan dirigidos con fines de educación, cultura y entretenimiento de la población, se encuentra totalmente prohibidos que en los medios de comunicación se emitan contenidos publicitarios que induzcan a la violencia, según los artículos 16 al 19 y en el artículo 384.

Ley Orgánica de Comunicación

La ley de Comunicación rige la regulación de los contenidos que se exponen en los medios de comunicación sea prensa escrita, radial y televisiva, con el propósito de garantizar los derechos que tienen los ciudadanos, además se garantiza que las frecuencias sean distribuidas de manera equilibrada, tanto para el sector público, privado y comunitario. Los medios de comunicación tienen que establecer dentro de sus programaciones contenidos que beneficien a la formación y entretenimiento de la sociedad, debiendo hacer la clasificación de los contenidos y publicando aquellos formativos y culturales, educativos, informativos, deportivos, de opinión, de entretenimiento, y publicitarios.

Plan Nacional Toda una Vida

El Plan Nacional de Desarrollo conocido como Plan Toda una Vida, vigente para el periodo 2017-2021, es la hoja de ruta del país en materia de planificación, consta de 9 objetivos divididos en 3 ejes, el primero derechos para todos, el segundo economía al servicio de la sociedad, el tercero más sociedad mejor estado; la actividad periodística de forma muy particular es una de las herramientas que tiene la sociedad para mejorar los niveles sociales y culturales, puesto que en los espacios de los medios de comunicación comunitarios se fomentan diferentes actividades culturales y formativas para los jóvenes ecuatorianos.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Argumentos: 1 m. Razonamiento para probar o demostrar una proposición, o para convencer de lo que se afirma o se niega

Audiencia:

5. f. Público que atiende los programas de radio y televisión, o que asiste a un acto o espectáculo. (Real Academia Española, 2018)

Calidad: 1. f. Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor.

Candidatos: 1. m. y f. Persona que pretende algo, especialmente un cargo, premio o distinción. 2. m. y f. Persona propuesta para un cargo, premio o distinción, aunque no lo solicite.

Censurada: 1. tr. Formar juicio de una obra o cosa. 2. tr. Corregir o reprobar algo o a alguien.

Convivencia: 1. intr. Vivir en compañía de otro u otros.

Código: 1. m. Conjunto de normas legales sistemáticas que regulan unilateralmente una materia determinada.

Confiabilidad: 1. adj. Dicho de una persona o de cosa. En la que se puede confiar.

Confrontación: 1. tr. Carear a dos personas. 3. intr. Dicho de una persona o cosa: Estar o ponerse frente a otra.

Coyunturales: 3. f. Combinación de factores y circunstancias que se presentan en un momento determinado.

Debates: 2. m. Contienda, lucha, combate.

Decisiones: 1. f. Determinación, resolución que se toma o se da en una cosa dudosa.

Democracia: 1. f. Forma de gobierno en la que el poder político es ejercido por los ciudadanos.

Deontológico: 1. f. Parte de la ética que trata de los deberes, especialmente de los que rigen una actividad profesional.

Elecciones: 2. f. Designación, que regularmente se hace por votos, para algún cargo, comisión, etc.

Ética: 4. f. Conjunto de normas morales que rigen la conducta de la persona en cualquier ámbito de la vida.

Gobernabilidad: 1. f. Arte o manera de gobernar que se propone como objetivo el logro de un desarrollo económico, social e institucional duradero.

Información: 5. f. Comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada.

Limitantes: 2. m. Fin, término. U. en aposición en casos como dimensiones límite, situación límite.

Manipulación: 3. tr. Intervenir con medios hábiles y, a veces, arteros, en la política, en el mercado, en la información, etc., con distorsión de la verdad o la justicia, y al servicio de intereses particulares.

Mediático: 1. adj. Perteneciente o relativo a los medios de comunicación.

Objetividad: 1. adj. Perteneciente o relativo al objeto en sí mismo, con independencia de la propia manera de pensar o de sentir.

Omisiones: 2. f. Falta de haber dejado de hacer algo necesario o conveniente en la ejecución de una cosa o por no haberla ejecutado.

Opinión: 1. f. Juicio o valoración que se forma una persona respecto de algo o de alguien.

Oyente: Se refiere a la persona que escucha algo.

Parrilla: 6. f. En radio y televisión, rejilla (|| cuadro de programación). (Real Academia Española, 2018)

Periodismo: 1. m. Captación y tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico, de la información en cualquiera de sus formas y variedades.

Perspectivas: 5. f. Punto de vista desde el cual se considera o se analiza un asunto.

Prensa: 4. f. Conjunto de personas dedicadas al periodismo. Han permitido que la prensa entre en el juicio. (Real Academia Española, 2018)

Problemática: 2. f. Conjunto de problemas pertenecientes a una ciencia o actividad determinadas.

Programación: 2. f. Conjunto de los programas de un espectáculo, como el teatro, o de la radio o la televisión.

Rating: Son la cantidad de personas que se encuentran sintonizando un canal de radio o televisión.

Recursos: 2. m. Medio de cualquier clase que, en caso de necesidad, sirve para conseguir lo que se pretende.

Spot: 1. m. anuncio (|| soporte en que se transmite un mensaje publicitario). (Real Academia Española, 2018)

Subjetivamente: 2. adj. Perteneciente o relativo al modo de pensar o de sentir del sujeto, y no al objeto en sí mismo.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

La metodología que se adopta en la investigación se refiere a las diferentes acciones que se realizan para obtener la información que conlleva a la confiabilidad de los resultados de la misma, por lo que se adoptan diferentes técnicas, métodos y tipos de investigación, que permitan tener mejores elementos para la definición del problema y la posible solución definitiva.

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN EMPLEADA

El trabajo investigativo ha necesitado el uso de diferentes tipos de investigación que permitan seguir una ruta clara para la obtención de la información, su posterior procesamiento y análisis de los datos que aportarán con insumos para tener conclusiones y recomendaciones apropiadas.

3.1.1 Investigación Exploratoria

Sobre la investigación exploratoria Ácaro (2014) expresa que “es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir un nivel superficial de conocimiento” (p. 236). El trabajo investigativo que se plantea ha sido concebido como original sin que haya otro estudio como base que pueda aportar con sus resultados, por lo que se ha tenido que recurrir a la obtención de datos a partir de cero, con el propósito de que se logren resultados confiables.

3.1.2 Investigación Descriptiva

Bernal (2012) señala que en la investigación descriptiva “se deben describir como el acto de representar, reproducir o figurar a personas, animales o cosas” (p. 113). Se permite ir detallando ciertas características que tiene el objeto de la investigación, este tipo de investigación utiliza herramientas estadísticas que conlleva a un mejor nivel de análisis de los resultados, puesto que se aplican fórmulas y operaciones estadísticas que conllevan a verificar la hipótesis.

3.2 FUENTES DE INFORMACIÓN

3.2.1 Datos Secundarios

La información secundaria en la que se consulta diferentes libros que son aportes científicos como enciclopedias, artículos que hacen relación con otras investigaciones en las que se analiza la información de diferentes autores.

3.2.2 Datos Primarios

Los datos primarios son obtenidos de libros y revistas científicos que han sido elaborados con el fin de tener información que conlleve al conocimiento actual sobre todo de fuentes oficiales de las entidades públicas.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1 Población

De acuerdo con Chávez (2010) la población “es el universo de estudio de la investigación, sobre el cual se pretende generalizar los resultados, constituida por características o estratos que le permiten distinguir los sujetos” (p. 162). La población es la totalidad de los involucrados en una investigación, en la presente investigación se consideran los datos del Plan de Desarrollo del cantón Vinces en la ciudadela Los Mirtos existen aproximadamente 329 jóvenes entre 18 y 29 años, a quienes se los considera como el universo o la población de la investigación en estudio.

3.3.2 Muestra

La muestra según lo expresado por Arias (2013) señala que “es un subconjunto representativo de un universo o población” (p. 49). La muestra es una pequeña parte que permita representar o considerarse como parte importante para la toma de decisiones, con el fin de que sea consultado y que las respuestas se las pueda

generalizar a toda la población de manera general como si se hubiera consultado a todos los elementos, para seleccionar la muestra se utiliza una fórmula que según el criterio de Anderson, Williams, & Sweeney (2013) para poblaciones menores a 30.000 elementos se debe utilizar la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{(N - 1)e^2 + Z^2 pq}$$

Dónde:

N= Población	329
n= Muestra	141
Z= nivel de confianza	95% (1.96)
p= Probabilidad de éxito	80%
q= probabilidad de fracaso	20%
e= error permitido	5%

$$n = \frac{(1.96)^2(0.80)(0.20)(329)}{(329 - 1)0.05^2 + 1.96^2(0.80)(0.20)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.80)(0.20)(329)}{(328)0.0025 + (3.8416)(0.80)(0.20)}$$

$$n = \frac{202.2218}{0.82 + 0.6147}$$

$$n = \frac{202.2218}{1.4347}$$

$$n = 141$$

El muestreo es el criterio que se sigue para la elección de la muestra dentro de una población en un proceso investigativo, en el presente estudio se utilizará un muestreo aleatorio simple en el que se les da la oportunidad de ser tomado en cuenta a todos los elementos de la población. (Díaz, 2013, p. 259)

3.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.4.1 Encuestas

Niño (2013) expresa que “es la técnica que permite la recolección de datos que proporcionan los individuos de una población, o más comúnmente de una muestra de ella, para identificar sus opiniones, apreciaciones, puntos de vista, actitudes, intereses o experiencias” (p. 63). La encuesta permite obtener información que conlleve a que se conozca los criterios de una población o la muestra de ella con el fin de que se realice una tabulación cuantitativa que ayude a comprender la mayoría de los criterios, a partir de los cuales se tiene una idea general de los jóvenes de la ciudadela Los Mirtos sobre las variables de la investigación medio de comunicación radial y cultura política juvenil.

3.4.2 Entrevistas

Bernal (2012) señala que “es una técnica que consiste en recoger información mediante un proceso directo de comunicación entre entrevistador (es) y entrevistado (s), en el cual el entrevistado responde a cuestiones, previamente diseñadas en función de las dimensiones que se pretenden estudiar” (p. 256). La entrevista es realizada para conocer en términos cualitativos diferentes situaciones que conlleve a alcanzar una información sobre la radio y la cultura política juvenil en la ciudadela Los Mirtos del cantón Vinces, se la realizará al directivo de la Radio París 103.9 fm.

3.5 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

3.5.1 Cuestionario

Hernández, Fernández, & Baptista (2012) señalan que “consisten en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (p. 310). El cuestionario es elaborado con la finalidad de conocer los diferentes criterios de la población a encuestarse sobre las dos variables de la investigación, para lo cual se consideran respuestas cerradas de opciones múltiples, siendo muy utilizada la escala de Likert, en la que las opciones de respuestas son las mismas para todas las preguntas.

3.5.2 Ficha de entrevista

La ficha de entrevista es un documento que se lo realiza con el fin de que el diálogo entre el entrevistador y el entrevistado sea fluido, para que se obtenga la información dentro de la conversación. En la ficha de entrevista se tiene que considerar dentro de su estructura la fecha, el lugar, nombre del entrevistado, y las preguntas que van a regular el diálogo.

3.6 RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN

Resultados de la encuesta realizada a jóvenes de la ciudadela Los Mirtos

1.- ¿Tiene usted el hábito de sintonizar la radio?

Cuadro 1 Sintonía de la radio

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Sí	134	95%
	No	7	5%
	TOTAL	141	100%

Fuente: Encuesta a jóvenes

Elaborado por: Elizalde Alvarado, G. (2018)

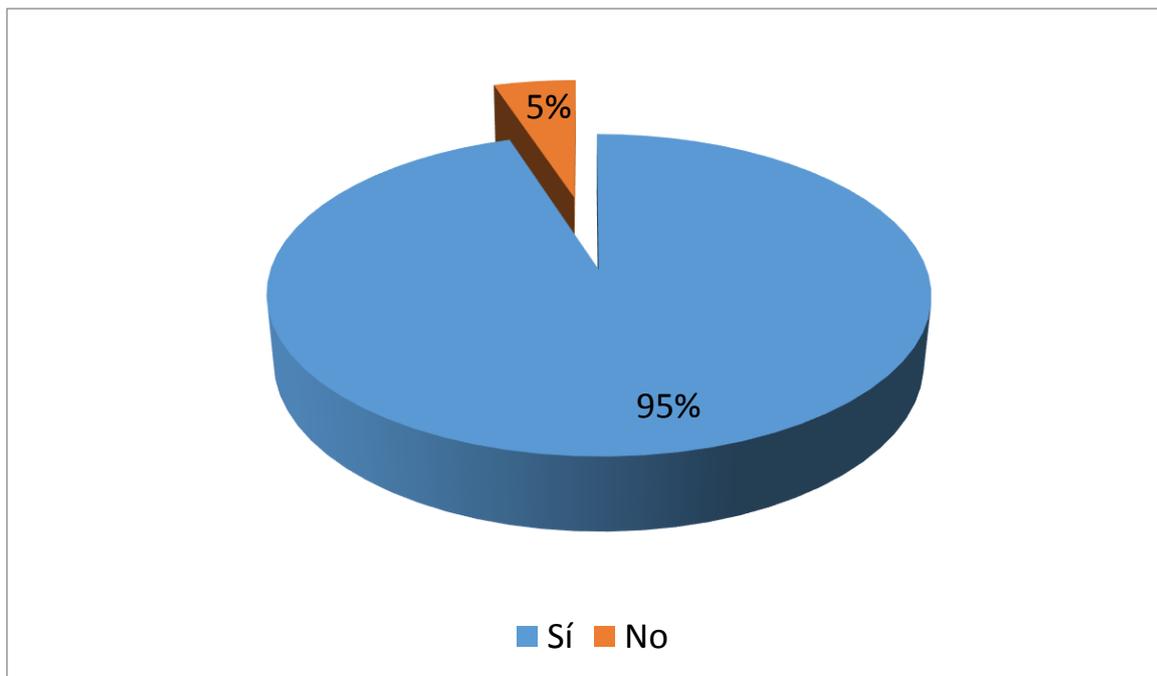


Gráfico 1 Sintonía de la Radio

Fuente: Encuesta a jóvenes

Elaborado por: Elizalde Alvarado, G. (2018)

Análisis:

El 95% de los encuestados señala que sí tiene el hábito de sintonizar la radio, mientras que el 5% expresó que no. Estos resultados muestran que la población en estudio sintoniza de manera frecuente la radio como medio de comunicación local dentro del cantón Vinces.

2.- Si su respuesta fue sí ¿En qué horario usted sintoniza la radio?

Cuadro 2 Horario de sintonía

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
2	En la mañana	14	10%
	En la tarde	71	53%
	En la noche	49	37%
	TOTAL	134	100%

Fuente: Encuesta a jóvenes

Elaborado por: Elizalde Alvarado, G. (2018)

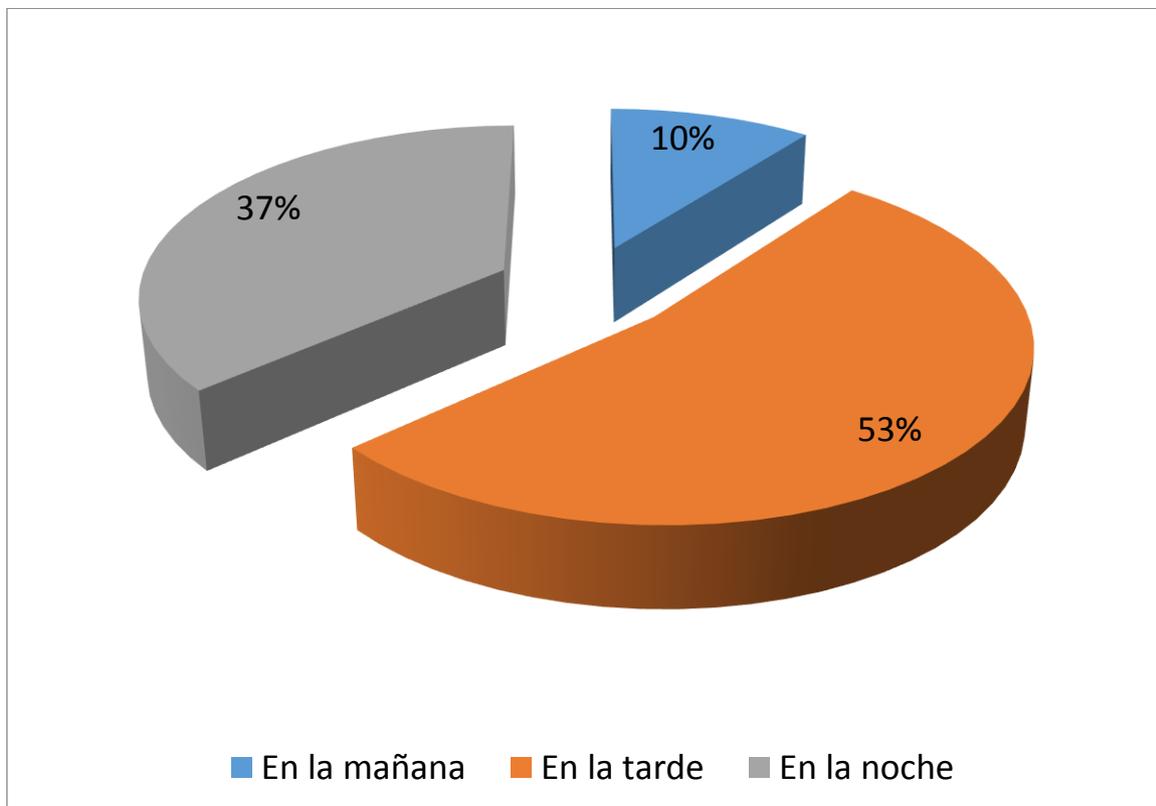


Gráfico 2 Horario de Sintonía

Fuente: Encuesta a jóvenes

Elaborado por: Elizalde Alvarado, G. (2018)

Análisis:

El 53% de los encuestados señalan que sintoniza la radio en la tarde, mientras que el 37% expresó que sintoniza en la noche y el 10% dijo que sintoniza en la mañana. Según estos resultados la población en estudio sintoniza la radio en la tarde y noche, lo cual se debe a que en muchos casos estudian o trabajan en la mañana.

3.- ¿Qué emisora local usted prefiere escuchar?

Cuadro 3 Emisora local

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
3	Radio París 103.9 fm	81	57%
	Radio La Noticia 107.5 fm	32	23%
	Radio Eiffel 90.3 fm	28	20%
	TOTAL	141	100%

Fuente: Encuesta a jóvenes

Elaborado por: Elizalde Alvarado, G. (2018)

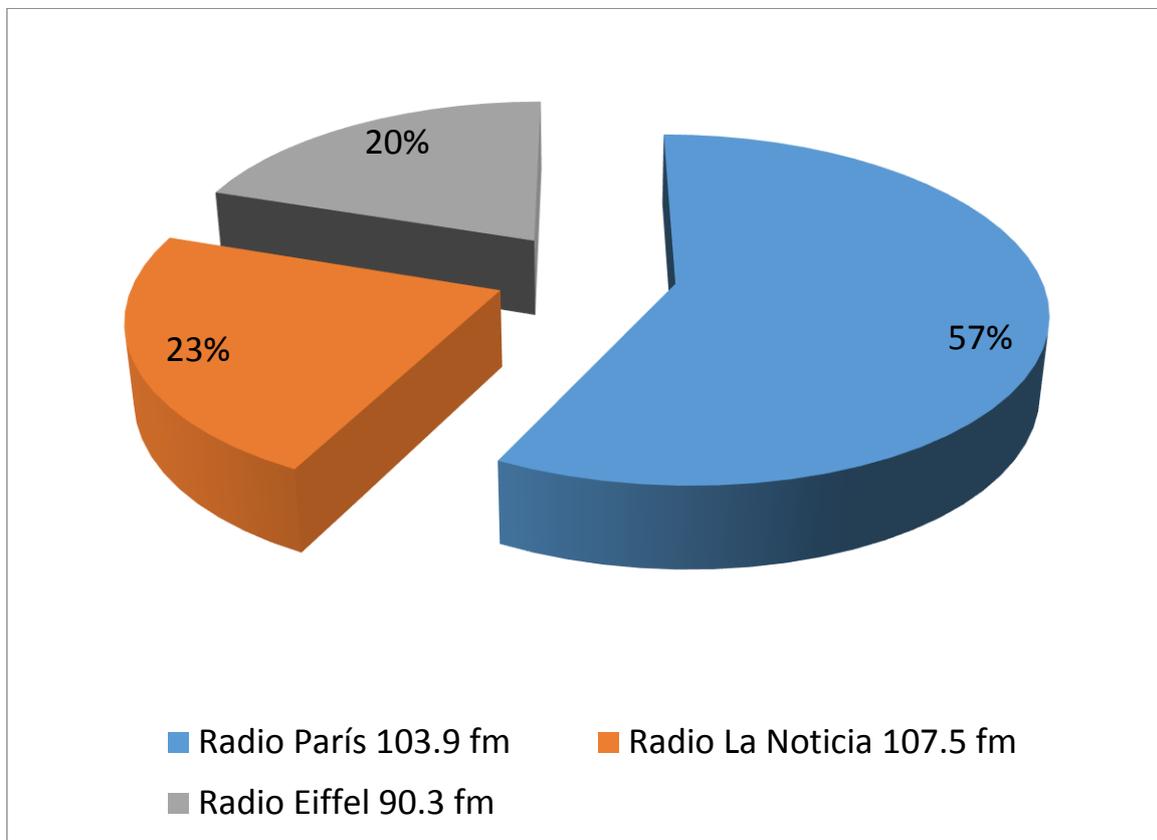


Gráfico 3 Emisora Local

Fuente: Encuesta a jóvenes

Elaborado por: Elizalde Alvarado, G. (2018)

Análisis:

El 57% de los encuestados señala que sintoniza Radio París, mientras que el 23% sintoniza la Radio La Noticia, y el 20% sintoniza Radio Eiffel. Estos resultados muestran que la población en estudio sintoniza con mayor frecuencia la Radio París como medio de comunicación local dentro del cantón Vinces.

4.- ¿Cree usted que en la Radio París 103.9 fm, existen programas que orienten sobre política?

Cuadro 4 Programas sobre política

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
4	Sí	44	31%
	No	97	69%
	TOTAL	141	100%

Fuente: Encuesta a jóvenes

Elaborado por: Elizalde Alvarado, G. (2018)

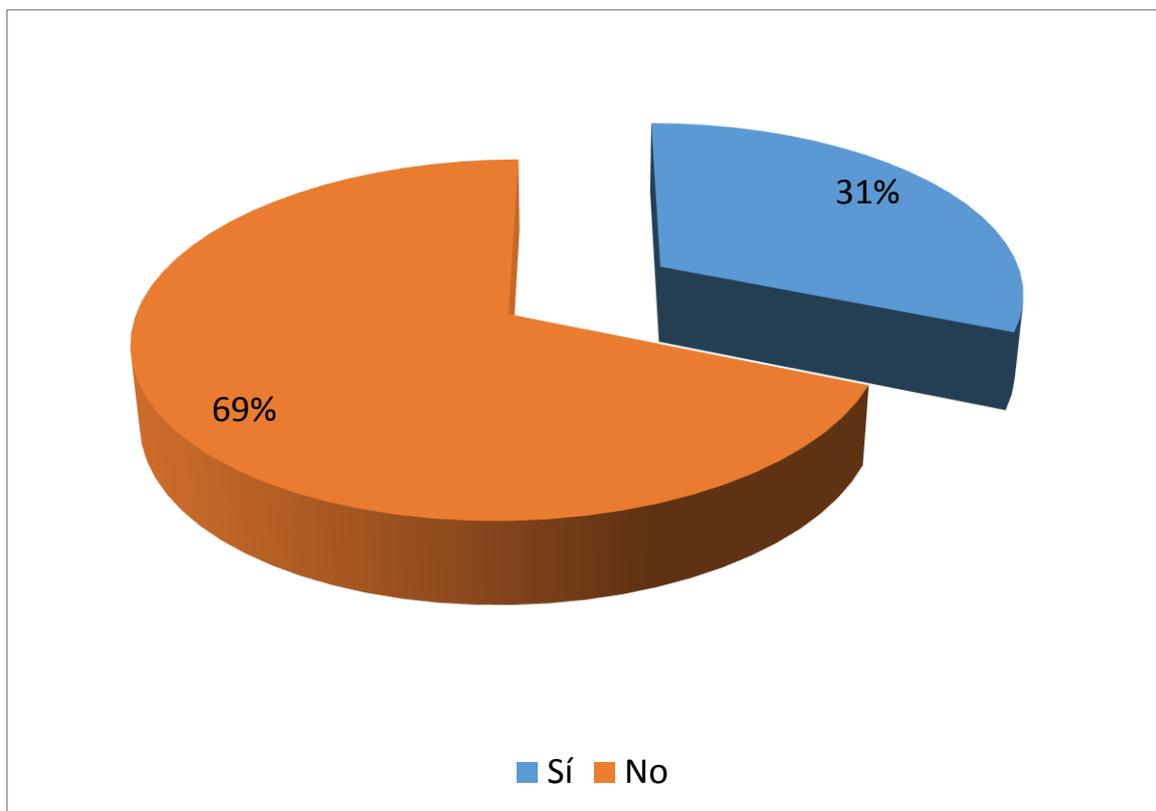


Gráfico 4 Programas sobre política

Fuente: Encuesta a jóvenes

Elaborado por: Elizalde Alvarado, G. (2018)

Análisis:

El 69% de los encuestados señala que no cree que en la Radio París existen programas que orienten sobre política, mientras que el 31% expresó que sí. Estos resultados muestran que la población en estudio no ha escuchado en la radio París algún programa que oriente sobre la política.

5.- ¿Considera usted que los contenidos de los programas radiales deben enfocarse más en los aspectos de formación política?

Cuadro 5 Contenido de formación política

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
5	Sí	128	91%
	No	13	9%
	TOTAL	141	100%

Fuente: Encuesta a jóvenes

Elaborado por: Elizalde Alvarado, G. (2018)

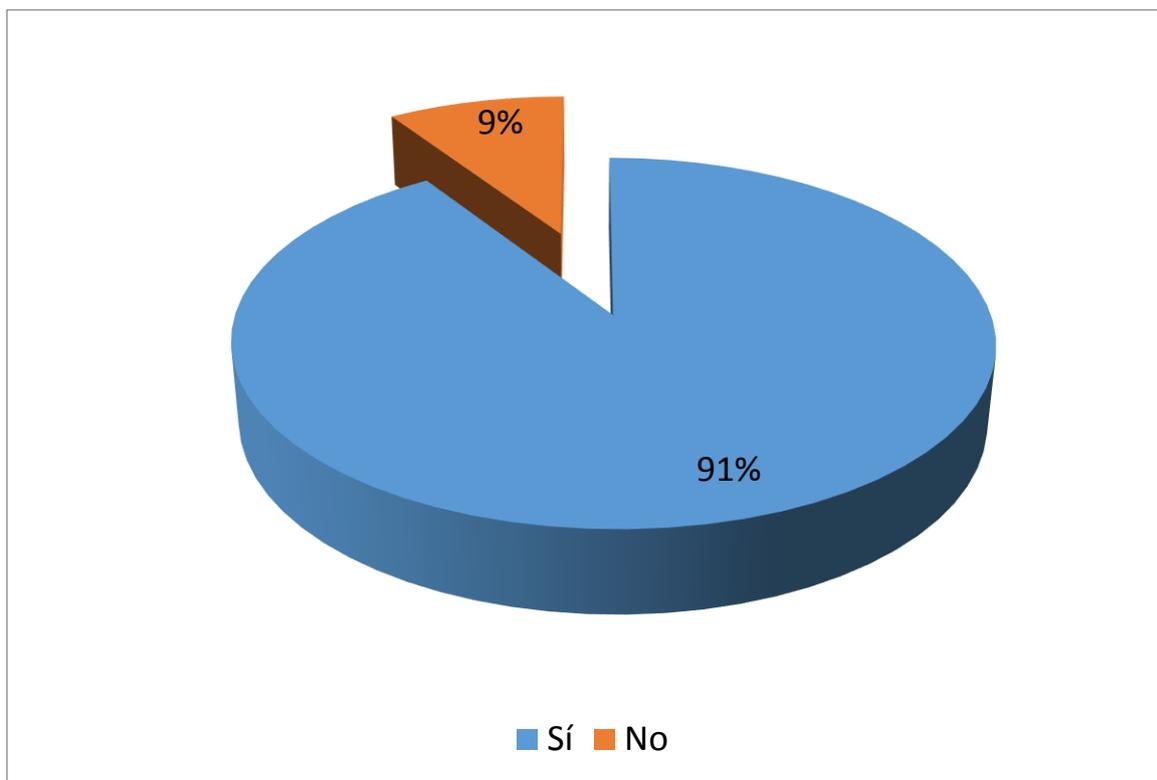


Gráfico 5 Contenido de formación política

Fuente: Encuesta a jóvenes

Elaborado por: Elizalde Alvarado, G. (2018)

Análisis:

El 91% de los encuestados señala que sí considera que los contenidos de los programas radiales deben enfocarse más en los aspectos de formación política, mientras que el 9% expresó que no. Estos resultados muestran que la población en estudio cree que los programas radiales deberían tener un enfoque más político.

6.- ¿Qué nivel de cultura política juvenil considera usted que existe en la ciudad de Vinces?

Cuadro 6 Medios de comunicación imparciales

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
6	Alto	20	14%
	Medio	42	30%
	Bajo	79	56%
	TOTAL	141	100%

Fuente: Encuesta a jóvenes

Elaborado por: Elizalde Alvarado, G. (2018)

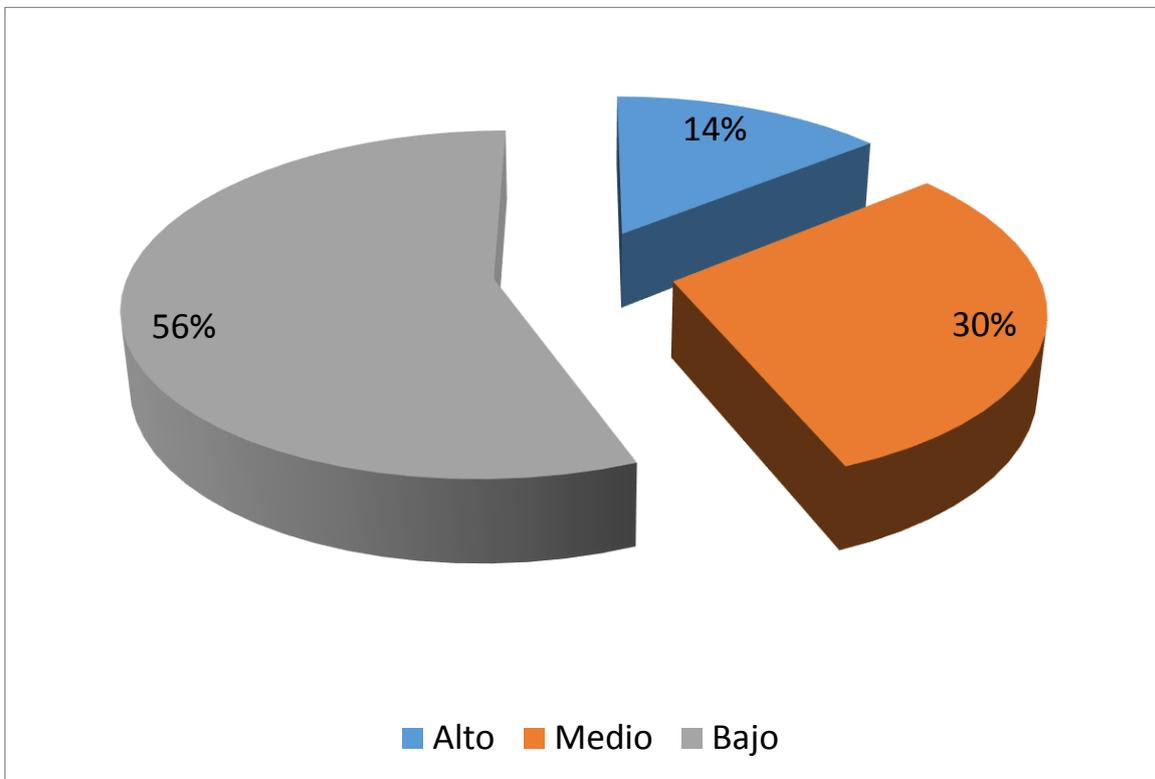


Gráfico 6 Medios de comunicación imparciales

Fuente: Encuesta a jóvenes

Elaborado por: Elizalde Alvarado, G. (2018)

Análisis:

El 56% de los encuestados señalan que es bajo el nivel de la cultura política juvenil en Vinces, mientras que el 30% expresó que es medio, el 14% señala que es alto. Estos resultados muestran que la población en estudio considera que en Vinces no se tiene una adecuada formación política.

7.- ¿La Radio París 103.9 fm en sus espacios que se refieren a la política tiene contenido ideológico político?

Cuadro 7 Decisiones políticas

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
7	Sí	48	34%
	No	93	66%
	TOTAL	141	100%

Fuente: Encuesta a jóvenes

Elaborado por: Elizalde Alvarado, G. (2018)

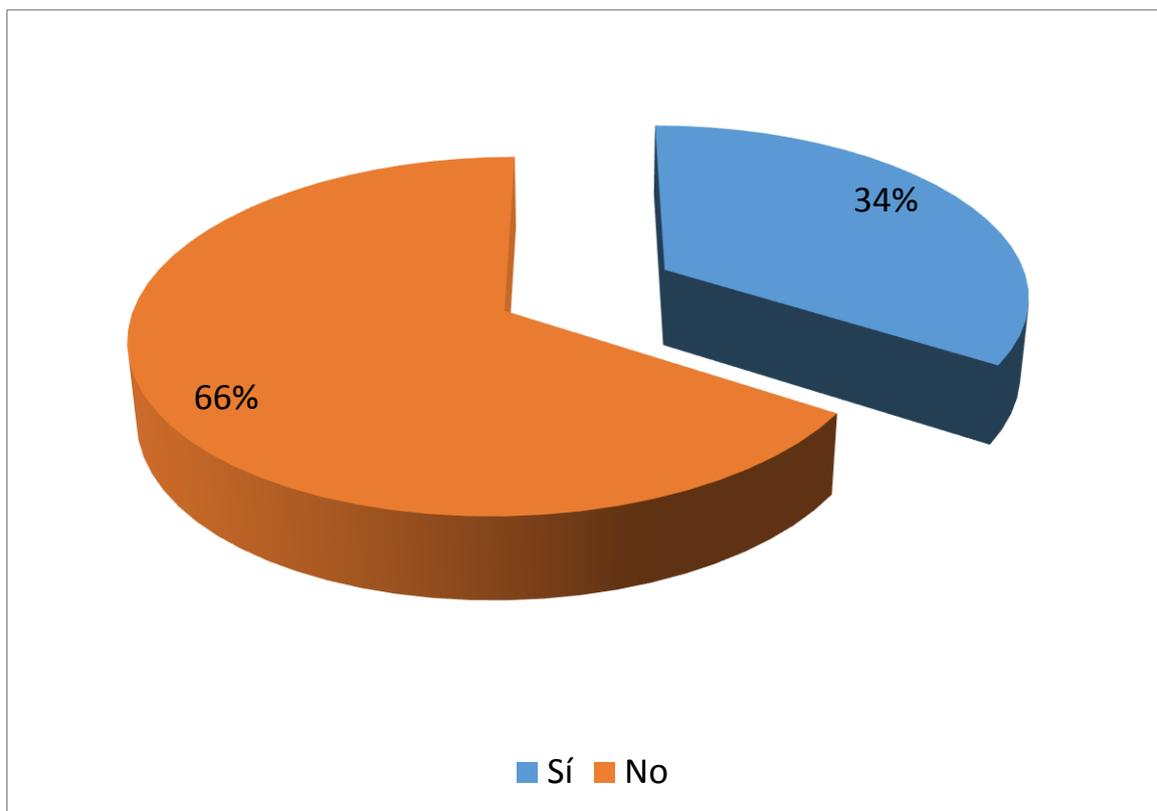


Gráfico 7 Decisiones políticas

Fuente: Encuesta a jóvenes

Elaborado por: Elizalde Alvarado, G. (2018)

Análisis:

El 66% de los encuestados señalan que la Radio París en sus espacios que se refieren a la política no tiene contenido ideológico político, mientras que el 34% expresó que sí. Estos resultados muestran que la población en estudio no contiene ideología política.

8.- ¿Cuál es el contenido ideológico político expresado en Radio París 103.9 fm?

Cuadro 8 Contenido ideológico

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
8	Izquierda	8	6%
	Centro	112	79%
	Derecha	21	15%
	TOTAL	141	100%

Fuente: Encuesta a jóvenes

Elaborado por: Elizalde Alvarado, G. (2018)

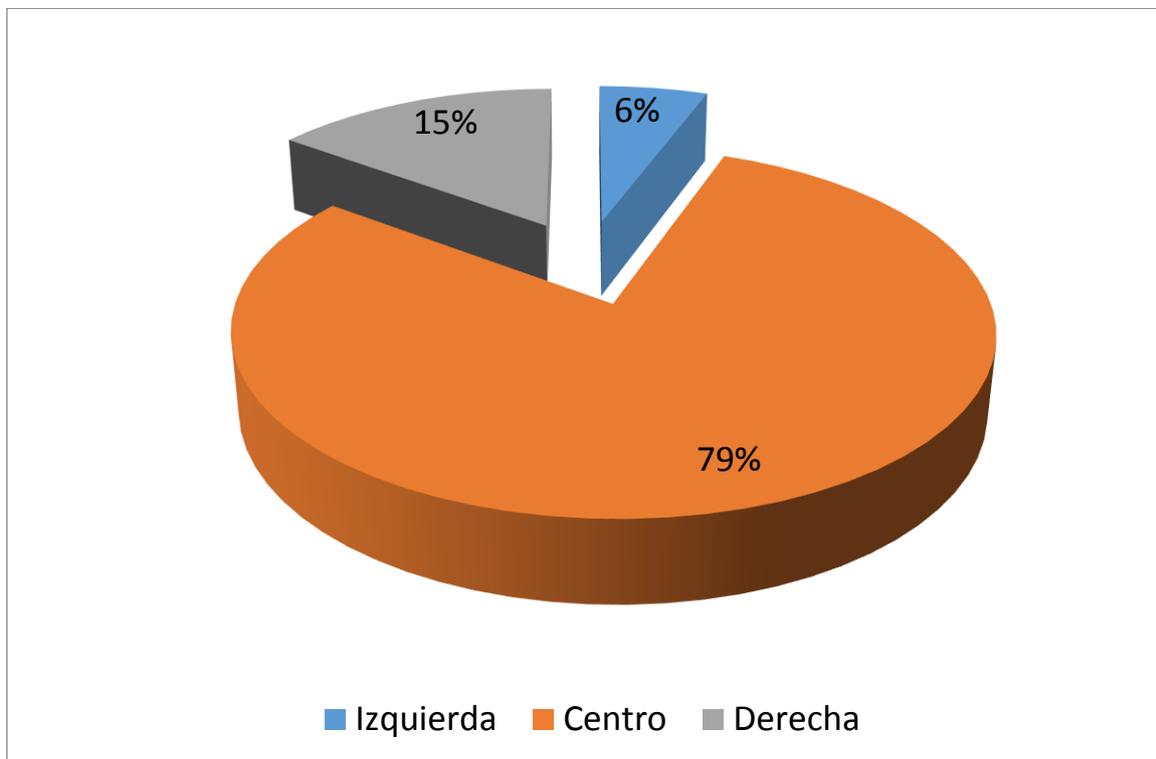


Gráfico 8 Contenido ideológico

Fuente: Encuesta a jóvenes

Elaborado por: Elizalde Alvarado, G. (2018)

Análisis:

El 79% de los encuestados señalan que el contenido ideológico político expresado en Radio París es de centro, mientras que el 15% expresó que es de derecha, y el 6% señala que es de izquierda. Estos resultados muestran que la población en estudio considera que la radio se inclina más a una ideología política del centro.

9.- ¿Los partidos políticos han formado a los jóvenes a través de la radio para que puedan tener una cultura política?

Cuadro 9 Formación juvenil

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
9	Sí	7	5%
	No	134	95%
	TOTAL	141	100%

Fuente: Encuesta a jóvenes

Elaborado por: Elizalde Alvarado, G. (2018)

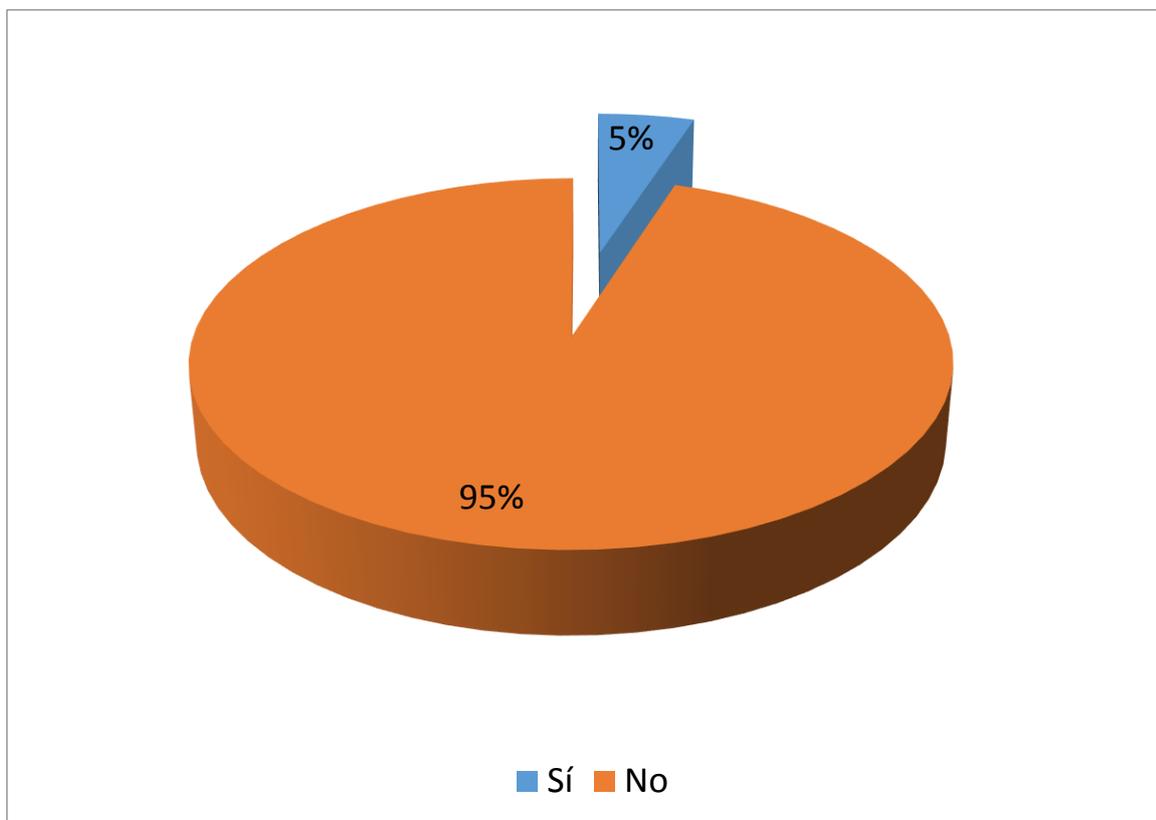


Gráfico 9 Formación juvenil

Fuente: Encuesta a jóvenes

Elaborado por: Elizalde Alvarado, G. (2018)

Análisis:

El 95% de los encuestados señalan que los partidos políticos no han formado a los jóvenes a través de la radio para que puedan tener una cultura política, mientras que el 5% expresó que sí. Estos resultados muestran que la población en estudio considera que los partidos políticos no forman en ideologías a sus simpatizantes.

10.- ¿Cree usted que los jóvenes necesitan formación en temas de cultura política?

Cuadro 10 Formación de jóvenes

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
10	Sí	138	98%
	No	3	2%
	TOTAL	141	100%

Fuente: Encuesta a jóvenes

Elaborado por: Elizalde Alvarado, G. (2018)

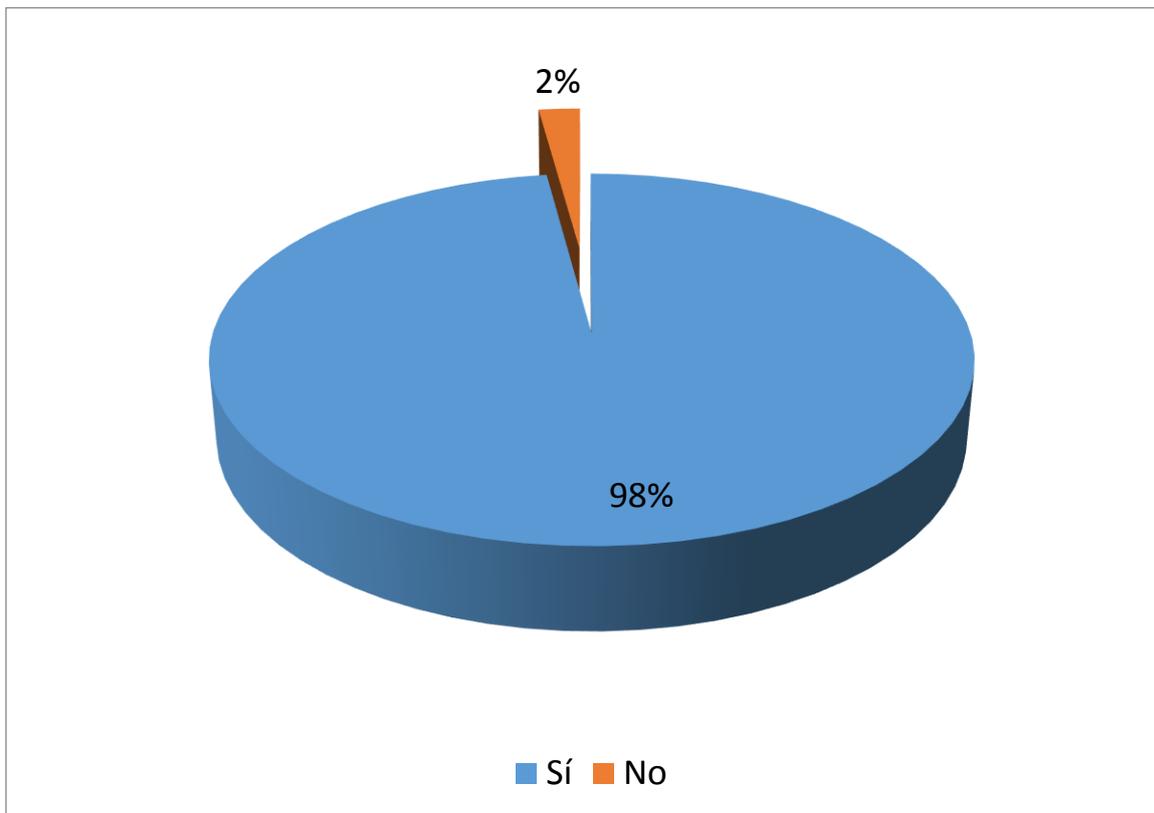


Gráfico 10 Formación de jóvenes

Fuente: Encuesta a jóvenes

Elaborado por: Elizalde Alvarado, G. (2018)

Análisis:

El 98% de los encuestados señalan que los jóvenes sí necesitan de una formación en temas de cultura política, mientras que el 2% expresó que no. Estos resultados muestran que la población en estudio considera que existe la necesidad que hayan espacios de formación de cultura política juvenil.

11.- ¿Cree que se debería producir un programa de concursos sobre los conocimientos de historia, política y cultura en Vines?

Cuadro 11 Desarrollo de la cultura política juvenil

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
11	Sí	132	94%
	No	9	6%
	TOTAL	141	100%

Fuente: Encuesta a jóvenes

Elaborado por: Elizalde Alvarado, G. (2018)

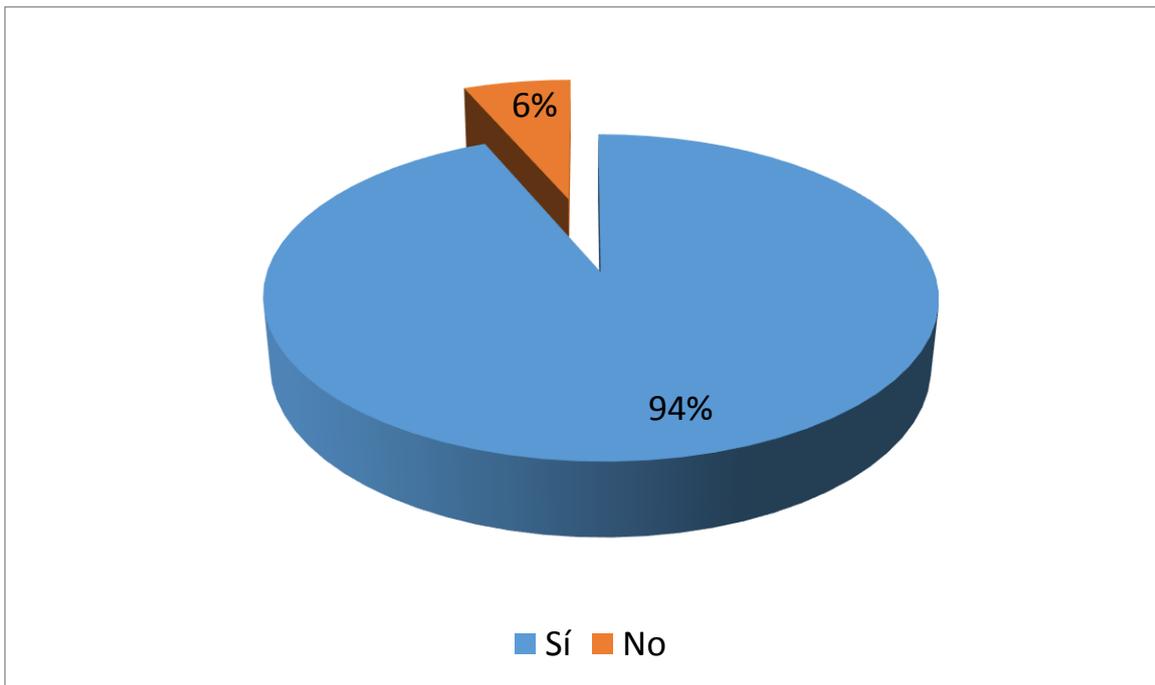


Gráfico 11 Desarrollo de la cultura política juvenil

Fuente: Encuesta a jóvenes

Elaborado por: Elizalde Alvarado, G. (2018)

Análisis:

El 94% de los encuestados señalan que se debería producir un programa de concursos sobre los conocimientos de historia, política y cultura en Vines, mientras que el 6% expresó que no. Estos resultados muestran que la población en estudio considera que existe la necesidad de realizar programas radiales de concursos para que los jóvenes se puedan preparar mejor en temas relacionados con historia y política.

12.- ¿En qué horario debería ser el programa juvenil de concursos sobre conocimientos de historia, política y cultura?

Cuadro 12 Horario del programa juvenil

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
12	En la mañana	14	10%
	En la tarde	37	26%
	En la noche	90	64%
	TOTAL	141	100%

Fuente: Encuesta a jóvenes

Elaborado por: Elizalde Alvarado, G. (2018)

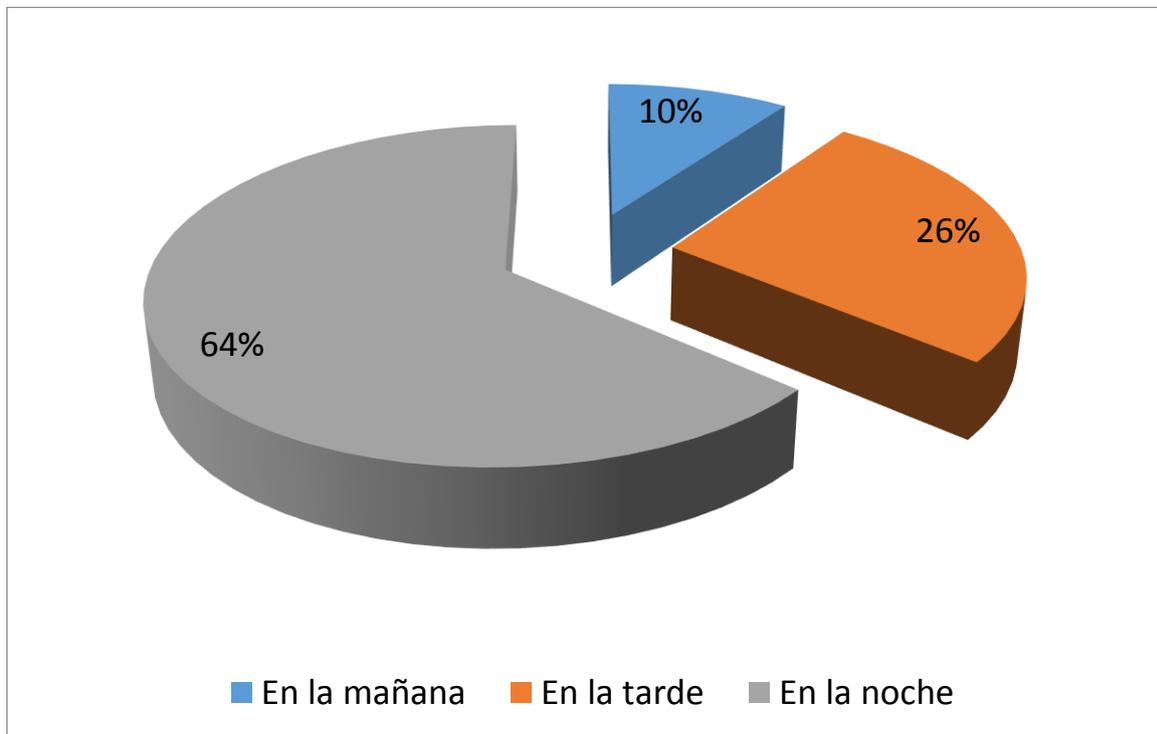


Gráfico 12 Horario del programa juvenil

Fuente: Encuesta a jóvenes

Elaborado por: Elizalde Alvarado, G. (2018)

Análisis:

El 64% de los encuestados señalan que el programa juvenil de concursos sobre conocimientos de historia, política y cultura, mientras que el 26% expresó que en la tarde, y el 10% señala que en la mañana. Estos resultados muestran que la población en estudio tendría más disponibilidad de escuchar el programa en el horario nocturno.

Álvaro Elizalde: “La cultura política juvenil es fundamental para la sociedad”



El propietario de la radio París 103.9 fm, señala que es importante la radiodifusión de la comunicación política para la formación de la sociedad, de forma muy particular en la juventud que necesita de mayores conocimientos sobre la política para que cuando se dé la oportunidad de servir a su pueblo desde un cargo sepa qué es lo que debe hacer, y sobre todo conozca la ideología política de los diferentes partidos y movimientos políticos.

Destaca que la ley de comunicación exige a los medios radiales que dentro de su programación debe existir variedad de programas, pero que no se ha considerado de forma específica el tema de la formación política de la juventud, y que piensa que debe ser fundamental para el desarrollo de la sociedad, puesto que tiene el poder de llegar a miles de ciudadanos generando una cultura política de un mejor nivel que enriquezca el debate local.

Como medio de comunicación expresa que mantienen una línea editorial independiente, sin tener sesgo ideológico hacia el centro izquierda o centro derecha, por lo que en el medio Radio París 103.9 fm, se invita a todos los actores de la sociedad para que puedan emitir sus criterios a favor o en contra de alguna acción sea del gobierno nacional, provincial o cantonal.

Los jóvenes necesitan formación en cultura política, lamentablemente no existen programas que orienten de forma adecuada y permanente en estos temas, sino que sólo en tiempos electorales se los realiza con una participación limitada de los jóvenes, que en muchos casos son influenciados por los actores políticos que tienen una mayor cantidad de recursos económicos para ofrecerles y que a cambio les puedan dar el voto.

Rolando Jiménez: “La radio permite la libertad de la audiencia”



El licenciado Rolando Jiménez, reconocido periodista del medio considera que la radio es una oportunidad que permite libertad a la audiencia para expresar de forma libre sus criterios expuestos ante la opinión pública, por lo cual se debe tener responsabilidad de los contenidos emitidos, sea a favor o en contra de una teoría o tesis política o de actores políticos sean estos locales, provinciales o nacionales.

Considera que los jóvenes tienen apatía sobre los temas políticos porque han visto los malos ejemplos de los políticos tradicionales que han tenido la oportunidad de transformar la realidad local pero que no se ha logrado cambios sustanciales, por lo que existe el descontento popular y la desidia de los jóvenes que ven en los políticos personas que sólo buscan sus intereses personales.

La formación en cultura política juvenil es una tarea que debe tener una importancia muy marcada dentro de la sociedad, puesto que los programas que se tienen en los medios de comunicación no se tienen espacios dedicados para la formación política, en la Radio existe un programa que se transmite todos los jueves a las 20 horas, se llama Frente a Frente, es un programa de opinión donde se invita a actores sociales y políticos del medio para que analicen diferentes situaciones de la realidad del cantón.

En tiempos electorales se desarrollan conversatorios con candidatos en los que se exponen las propuestas de los políticos, pero no se tiene mayor exposición de los contenidos ideológicos de los partidos o movimientos políticos que participan en un proceso electoral, también se ha tenido que hay candidatos que no asisten a este tipo de eventos, dejando a la audiencia sin conocer sus propuestas o criterios sobre la política local.

Víctor Velásquez: “La política es para servir a la sociedad”



El licenciado Víctor Velásquez considera que la política debe ser vista como la oportunidad de servir a la comunidad, para lo cual las personas deben ser formadas con una ideología que deben sostenerla para que se logren los cambios dentro de la sociedad.

El criterio del Licenciado Víctor Velásquez es que los movimientos y partidos políticos deben tener dentro de sus actividades la formación política de los jóvenes con el fin de que se logre una mayor participación en el contexto electoral, teniendo consolidado una verdadera línea ideológica, para que los seguidores lo hagan por principios y valores.

La radio al tener un importante alcance dentro del territorio para promover diferentes contenidos en la sociedad, por lo que se debería considerar este medio como una oportunidad para llegar a la población juvenil para la formación política de forma masiva dentro del cantón Vinges. Con el propósito de que las personas que participen en política lo hagan conociendo los principios ideológicos de los diversos movimientos políticos.

Dentro de las corrientes políticas no se ha podido consolidar la formación ciudadana y política para que los electores puedan conocer de forma clara las políticas de cada movimiento, además sólo en tiempos electorales se realizan programas que conllevan a la participación de los candidatos, considerándose solamente sus propuestas electorales que en unos casos solo sirve como una exposición de contenidos porque no llegan a ganar el proceso, y en otros casos es un medio demagógico para ofrecer cosas que no se cumplirán.

La radio París 103.9 fm, como medio de comunicación no ha realizado programas permanentes de formación de la cultura política juvenil, debido a entre tantos factores a que tiene poco personal especializado en diferentes temas, lo cual hace que exista limitación sobre la temática relacionada a la política partidista, existe un programa de opinión que se llama Frente a Frente en el que se tiene diversas temáticas que se tratan de forma semanal.

3.7 INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

En la primera pregunta de la encuesta se le preguntó a los jóvenes si tiene el hábito de sintonizar la radio, teniendo como resultado que el 95% sí tiene el hábito de sintonizar la radio como un medio de comunicación local para informarse de los sucesos o acontecimientos que ocurren en Vinces. En la segunda pregunta se les consultó sobre el horario en el que sintonizan la radio y el 53% expresó que lo hace en la tarde, mientras que el 37% respondió que en la noche, lo cual permitiría considerar que el mejor horario para realizar el programa es en la tarde.

En la tercera pregunta se consultó sobre la preferencia por las emisoras locales, considerando que existen 3 radios en frecuencia modulada, obteniendo como resultados que el 57% sintoniza Radio París, el 23% sintoniza la Radio La Noticia, y el 20% dijo que sintoniza Radio Eiffel, lo cual permite tener identificada la radio con mayor sintonía dentro del cantón Vinces. En la cuarta pregunta se hizo la interrogante sobre la programación de Radio París 103.9 fm para conocer si existe algún programa de orientación política, teniendo como respuesta que el 69% de los encuestados que no existen estos programas, lo cual permite analizar que no hay programa de política en la radio.

En la pregunta cinco se expone la consulta si los contenidos de los programas radiales deben enfocarse más en la formación política de los ciudadanos, teniendo como respuesta que el 91% de los encuestados expresó que si considera importante que el medio pueda tener un enfoque más político. En la sexta pregunta se indagó sobre el nivel de cultura política juvenil en la ciudad de Vinces, obteniendo como resultados que el 56% considera que existe un bajo nivel de cultura política y un 30% señaló que se encuentra en un nivel medio.

La pregunta siete se plantea si en la Radio París 103.9 dentro de sus espacios o programas se tiene referencia a contenidos políticos ideológicos, encontrando como respuestas que el 66% considera que en sus programas no se tiene contenido ideológico político, lo cual hace notar que es una radio que no tiene mayor afinidad a una tendencia política. En la pregunta ocho se consulta sobre el contenido ideológico expresado en Radio París 103.9

fm, en el que se obtiene como resultado que el 79% considera que es contenido que más perciben es que se enfoca en el centro, tratando de no mostrar una tendencia hacia la izquierda o la derecha.

En la pregunta nueve se consulta si los partidos políticos han formado a los jóvenes a través de la radio para que tengan una cultura política, teniendo como resultado que un 95% considera que no se ha tenido ningún tipo de actividad de formación política en la radio. En la pregunta 10 se consulta si los jóvenes necesitan formación en la cultura política, obteniendo como resultado que el 98% expresa que sí es necesario que los jóvenes tengan espacios de formación de cultura política juvenil, lo que les permitiría crecer en conocimiento de la política.

En la pregunta once se expone sobre si se debería producir un programa de concursos sobre los conocimientos de historia, política y cultura en Vinces, teniendo como respuesta que el 94% de los encuestados dijo que sí, por lo que es importante que estas opiniones se las haga conocer al propietario de la radio para que se viabilice un programa. Y en la pregunta doce al consultar sobre el horario que la población tendría mayor disponibilidad de tiempo para escuchar el programa manifestó el 64% que en la noche, y el 26% dijo que en la tarde, lo cual hace notar que en la noche el programa tendría mayor sintonía y éxito en la audiencia de la Radio París 103.9 fm.

CONCLUSIONES

El medio de comunicación radial París 103.9 FM de la ciudad de Vinces es el medio de mayor sintonía entre la población juvenil, no tiene una participación activa en la cultura política juvenil en los jóvenes de 18 a 29 años, en la ciudadela Los Mirtos, del cantón Vinces, en el año 2018, debido a que no existen programas de formación en ideología política que permita conocer las teorías de centro, derecha o izquierda.

Los jóvenes en el cantón Vinces y de forma muy particular en la ciudadela Los Mirtos no se preocupan por conocer sobre la política, hay mucha indiferencia porque consideran que no es beneficiosa debido a que han sufrido las desigualdades sociales, muchos piensan que los políticos sólo piensan en robar y son mal vistos en la sociedad por lo que ellos no quieren ser igual.

El programa de opinión Frente a Frente es uno de los programas semanales de este medio que aborda diferentes temáticas de interés social y político dentro de Vinces, tiene alta sintonía por parte de la población vinceña, sin embargo, no se cuenta con algún segmento de formación en ideología política, y es dirigido a un segmento de la población mayor de 35 años.

En tiempos electorales tanto de elecciones cantonales, provinciales y nacionales, se realizan programas con fines informativos de las propuestas, en donde se tiene la participación activa de los candidatos para que expongan sus planes de trabajo ante los electores, en estos programas que por lo general se tienen una o dos veces a la semana, y en las que se tiene un moderador, y uno o dos candidatos en calidad de entrevistados.

RECOMENDACIONES

A los directivos de la radio París 103.9 FM que se puedan ofrecer espacios con un valor simbólico para que los directivos de los partidos políticos puedan establecer programas para la exposición de las ideologías que se tienen en los partidos y movimientos, además de los programas que realizan de manera permanente con su militancia, con el fin de los jóvenes de 18 a 29 años puedan conocer las diferentes ideologías de los movimientos políticos.

A las organizaciones de jóvenes de la ciudad de Vinces, que soliciten espacios dentro del medio de comunicación para involucrar más a la población juvenil en la política, en donde puedan tener foros, talleres, debates, conversatorios, entre otras herramientas para que los políticos puedan dar a conocer sus ideologías, su propuesta, y la forma como van a hacer para ayudar a la juventud para que pueda tener oportunidades de vivir mejor.

A nivel de la programación de la radio París 103.9 FM que se debe establecer espacios culturales que enfoquen la política como parte fundamental de la cultura, con el fin de que los ciudadanos mayormente la población juvenil para que puedan conocer los diferentes partidos políticos y las diferentes actividades o creencias y filosofías de los movimientos políticos de influencia en el cantón Vinces.

La radio París 103.9 FM debería tomar la iniciativa para que los jóvenes puedan tener una mayor importancia en los programas radiales para el beneficio de los mismos jóvenes que enriquecerán sus conocimientos al tener como invitados a los líderes políticos que han participado en los gobiernos tanto locales, provinciales y nacionales, con quienes se puede tener un debate sano.

Los programas en tiempo electoral deben ser realizados no sólo en el estudio de la Radio París 103.9 FM, sino que se tiene que permitir la participación libre de los líderes juveniles estudiantiles y barriales para que interactúen con los candidatos a las diferentes dignidades, además de promover el debate público entre los jóvenes y los candidatos que tienen sus propuestas haciendo preguntas que muestren un análisis crítico de las exposiciones de los aspirantes a ser autoridades.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ácaro, F. (2014). *Los recursos didácticos y su valor formativo*. Quito: Ediciones Vida.
- Aguilera, F. (2012). *Técnicas de estudio a distancia y presencial*. Quito: Albazul Offset.
- Anderson, D., Williams, T., & Sweeney, D. (2013). *Estadística para administración y economía*. México: Cengage Learning Editores.
- Arias, F. (2013). *El proyecto de investigación, guía para su elaboración*. Caracas: Editorial Episteme.
- Arias, G., & Toala, M. (2017). *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 Chongón de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Tesis de Licenciatura.
- Asamblea Nacional. (2010). *Ley Orgánica de Educación Intercultural*. Quito: Registro Oficial.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución Política de la República del Ecuador*. Montecristi: Registro Oficial.
- Bernal, C. (2012). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Editorial Pearson Educación.
- Bernal, L. (2014). *Estudio de las estrategias de aprendizaje en la asignatura de emprendimiento y gestión, en los estudiantes de segundo año de bachillerato del Colegio Universitario UTN, de la ciudad de Ibarra*. Ibarra: Universidad Técnica del Norte. Tesis de Licenciatura.
- Brito, M., Luna, M., & Castillo, M. (2015). *Habilidades cognitivas*. Tabasco: Ediciones La vida.
- Carreño, I. (2012). *Teoría de Ausubel*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

- Castillo, D. (2013). *La nueva Ley de Comunicación, una ley mordaza para los medios de comunicación o libertad de expresión con responsabilidad*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Cevallos, C. (2014). *Malos, vagos y locos - Los jóvenes no existe por sí solos*. Quito: Ediciones Abba Yala.
- Chávez, C. (2010). *Pedagogía educativa*. México : Editorial Pearson Educación.
- Chávez, T., Espinoza, L., & Carlos, F. (2013). *Los medios de comunicación como actores políticos*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana.
- Ciria, A. (2012). La comunicación política en América Latina: algunos de sus problemas. *Revista La Nación*, 530-542.
- Ciria, A. (2013). *La comunicación política en América Latina: algunos de sus problemas*. Buenos Aires: EIS.
- Cruz, L. (11 de Mayo de 2016). <http://www.cubadebate.cu>. Obtenido de <http://www.cubadebate.cu/especiales/2016/05/11/politica-y-medios-de-comunicacion-en-america-latina-1950-2016/#.WwMAADQvy1s>
- Delgado, W., & Yaguana, H. (2014). *Historia de la Radio*. Quito: Editorial Quipus.
- Díaz, A. (2013). *Estadística aplicada a la administración y la economía*. México: Editorial McGraw Hill.
- Díaz, F. (2015). *Estrategias docentes para un aprendizaje significativo, Tercera edición*. México: Editorial McGraw Hill.
- Fabre, A. (2015). *Los medios de comunicación social como recurso para mejorar la cultura de los niños entre 9 y 12 años de la Escuela Fiscomisional Tepeyac "Fe y alegría" de*

la ciudad de Guayaquil. Guayaquil: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

Fernández, P., & Díaz, P. (2012). Investigación cuantitativa y cualitativa. *Investigación*, 1-4.

Figerman, A. (2010). *Proceso mental en la atención*. Madrid: Ediciones Morata.

Galán, J. (2016). Los medios comunitarios, un reto para la comunicación en el Ecuador. *Sociedad estudiantil de la UPS*, 21-36.

Garcés, Á. (2010). De organizaciones a colectivos juveniles. Panorama de la participación juvenil. *Revista SCielo*, 61-83.

García, A. (2014). *Psicología de la educación*. México: Editorial Pearson Educación.

García, S. (2014). Cómo funciona la radio digital. *Revista Tecnológica de Latinoamérica*, 48-71.

Garza, R. (2009). *La radio del siglo XXI*. México: Editorial Libro para todos S.S.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Editorial McGraw Hill.

Hill, W. (2014). *Teoría contemporáneas del aprendizaje*. Buenos Aires: Editorial Paidós.

Holzmann, G. (2010). Comunicación política y calidad democrática en América Latina. *Scielo*, 25-43.

Iles, P., & Ramos, G. (2013). La comunicación. *UTN*, 53-71.

Landow, G. (2015). *Teoría crítica y nuevos medios en la era de la globalización*. Nuevo México: Editorial Paidós.

Levine, M. (2012). *Mentes diferentes, aprendizajes diferentes*. Barcelona : Editorial Paidós.

- Lizarzaburo, R. (2016). *Medios de comunicación privados y oposición política*. Quito: Universidad Politecnica Salesiana.
- Macaroff, A. (2010). ¿Es posible democratizar la comunicación? Debates sobre los medios públicos y privados en Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, 3-14.
- Niño, V. (2013). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Núñez, J. (2017). *Influencia del discurso del periodismo radial deportivo especializado en fútbol en la afición del barrio del Astillero*. Gayaquil: Universidad laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.
- Ontoria, A. (2013). *Potenciar la capacidad de aprender a aprender*. México: Editorial Alfaomega.
- Real Academia Española. (2018). <http://rae.es>. Recuperado el 28 de 08 de 2018, de <http://dle.rae.es/?id=4MupgN3>
- Rincón, O. (2014). Comunicación política en América Latina. *Comunicación Política América*, 1 - 10.
- Rincón, O. (2014). *Comunicación política en América Latina*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.
- Rivera, O. (2013). *Didáctica en la educación*. Madrid: Editorial Morata.
- Roman, J., & Gallego, S. (2011). *Escalas de Estrategias de aprendizaje*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Rubinstein, E. (2013). *Sociología*. México D.F.: Editorial McGraw Hill.
- Sanchez, C. (2013). *Aplicación de estrategias didácticas*. Madrid: Ediciones Morata.
- Sánchez, O. (2014). *Teoría del conocimiento, Segunda Edición*. Bogotá: Ediciones Andes.

Torroella, G. (2012). El pragmatismo. *Revista Cubana de Filosofía*, 24-31.

UNESCO. (2016). <http://www.unesco.org>. Recuperado el 22 de 08 de 2018, de <http://www.unesco.org/new/es/office-in-montevideo/comunicacion-e-informacion/desarrollo-de-los-medios/medios-publicos-y-comunitarios/>

Vargas, O. (2011). *Teoría del conocimiento*. Bogotá: Editorial Andes.

Vergara, J. (2012). Cuatro tesis sobre la identidad cultural latinoamericana una reflexión sociológica. *Revista de Ciencias Sociales*, 77-92.

Watson, R. (2012). *Mentes del futuro ¿Está cambiando la era digital nuestras mentes?* Barcelona: Editorial Viceversa.

Woolfolk, A. (2012). *Psicología educativa*. México D.F.: Editorial Pearson Educación.

ANEXOS

Anexo 1: REPORTE FOTOGRÁFICO





Anexo 2: FICHA DE ENTREVISTA

Fecha: 18 de diciembre de 2018

Lugar: Radio París 103.9 fm

Nombre del entrevistado: Lic. Álvaro Elizalde Peralvo

Cargo/Puesto: Gerente propietario

Pregunta 1: ¿Cómo inicio la idea de crear la Radio París 103.9 fm?

En el cantón Vinces no existía una emisora radial en FM, mi padre desde pequeño me permitía ayudarlo en la radio Central en AM, misma de la que era propietario en sociedad con un amigo, esto fue uno de los impulsos para que me guste la actividad periodística radial, por lo que amo este trabajo en la radiodifusión, en el año 1996 iniciamos esta aventura empresarial que se llama Radio París 103.9 fm.

Pregunta 2: ¿Considera usted que la producción radial de la emisora Radio París 103.9 fm, es variada?

Claro que sí, porque la ley de comunicación así lo exige, por ejemplo, tenemos programas de: entretenimiento, opinión, musical, educativo, noticieros, deportivo, cultural, religiosos, y dentro del noticiero el programa de la comunidad, donde se permite la participación de los ciudadanos.

Pregunta 3: ¿Los programas radiales de Radio París 103.9 fm, promueven el desarrollo cultural político de los jóvenes?

La verdad es que nuestra línea editorial no tiene sesgo para ningún lado en cuanto a la política, nos manejamos de forma independiente, todos los partidos, movimientos y actores políticos tienen el mismo espacio en nuestra empresa.

Pregunta 4: ¿Los programas radiales realmente fomentan la cultura política juvenil?

No, debido a que no es nuestra competencia, como medio de comunicación tenemos la responsabilidad de ser imparciales, sin embargo todos los actores de la sociedad tienen espacio en nuestros micrófonos.

Pregunta 5: ¿La radio orienta adecuadamente a la población en temas políticos?

Existe el programa de la comunidad en donde se muestra la problemática existente en la ciudad, y por otro lado se contrasta con las autoridades para la búsqueda de soluciones en conjunto.

Pregunta 6: ¿Los jóvenes tienen la oportunidad de participar en la política?

Claro que sí, ellos son el presente y futuro de la patria.

Pregunta 7: ¿En los programas de la radio París 103.9 fm se da apertura a la población juvenil para que participe libremente?

Claro que sí, nosotros como empresa radial tenemos los micrófonos abiertos para que la ciudadanía se pueda expresar libremente en los diversos programas, en lo personal me gustaría que la gente esté en nuestras oficinas esperando para participar o que nuestras líneas tengan muchas llamadas.

Pregunta 8: ¿La radio París 103.9 fm tiene gran acogida en la población juvenil?

Si, existen programas de entretenimiento enfocados en la población juvenil del cantón Vinces, y que tienen mucha acogida en la población lo cual se lo mide a través de las interacciones a través de llamadas, mensajes de texto y mensajes de WhatsApp, y a través del Facebook.

Fecha: 20 de diciembre de 2018

Lugar: Radio París 103.9 fm

Nombre del entrevistado: Lic. Rolando Jiménez

Cargo/Puesto: Presentador de noticias

Pregunta 1: ¿Cómo inició sus labores en la Radio París 103.9 fm?

En la Radio París 103.9 fm, se me dio la oportunidad de laborar desde hace 3 años, para ser reportero en el canal TV París para realizar notas periodísticas en los diferentes sectores de Vinces, lo cual acepté porque el periodismo me apasiona.

Pregunta 2: ¿Considera usted que la producción radial de la emisora Radio París 103.9 fm, es variada?

Sí, considero que en la radio existe programas de: entretenimiento, opinión, musical, educativo, noticieros, deportivo, cultural, religiosos.

Pregunta 3: ¿Los programas radiales de Radio París 103.9 fm, promueven el desarrollo cultural político de los jóvenes?

Considero que sí se promueve el desarrollo cultural político de los jóvenes en la Radio París 103.9 fm, desde los directivos han dado la oportunidad a las personas jóvenes que expresen sus criterios de forma independiente.

Pregunta 4: ¿Los programas radiales realmente fomentan la cultura política juvenil?

En la radio París 103.9 fm, se permite a los comunicadores que expresen sus criterios de forma libre, además se les da la oportunidad a la audiencia para que participen en todos los espacios de la radio.

Pregunta 5: ¿La radio orienta adecuadamente a la población en temas políticos?

En los programas radiales existen espacios como el programa frente a frente donde se hace un panel con personajes políticos y autoridades donde los entrevistados exponen sus argumentos en favor o en contra de una postura lo cual permite a la audiencia estar mejor orientados en temas políticos.

Pregunta 6: ¿En los programas de la radio París 103.9 fm se da apertura a la población juvenil para que participe libremente?

Los jóvenes tienen total apertura para que realicen programas o que participen dentro de la radio París 103.9 fm, se ha establecido diferentes mecanismos para que los radioyentes puedan interactuar de manera activa sea a través de las redes sociales, llamadas telefónicas, mensajes de textos, mensajes de WhatsApp.

Pregunta 7: ¿La radio París 103.9 fm tiene gran acogida en la población juvenil?

Los programas de la radio París sí tienen acogida en la población juvenil, debido a que la programación es variada, posee programas de entretenimiento y diversión, además de los programas deportivos.

Fecha: 21 de diciembre de 2018

Lugar: Oficina de Radio París

Nombre del entrevistado: Lic. Manuel Velásquez

Cargo/Puesto: Entrevistador

Pregunta 1: ¿Cómo inicio la idea de crear la Radio París 103.9 fm?

Hace 11 años tuve la oportunidad de comenzar a laborar en Radio París 103.9 fm. en momentos que se necesitaba un presentador de noticias y entrevistador para el noticiero de la mañana, fue donde se tuvo el espacio para trabajar en beneficio de la radio, desde donde se sirve a la comunidad, junto con el equipo periodístico de la empresa radial.

Pregunta 2: ¿Considera usted que la producción radial de la emisora Radio París 103.9 fm, es variada?

La programación de radio París si es variada puesto que ofrece diferentes programas de: entretenimiento, opinión, musical, educativo, noticieros, deportivo, cultural, religiosos.

Pregunta 3: ¿Los programas radiales de Radio París 103.9 fm, promueven el desarrollo cultural político de los jóvenes?

En la Radio París 103.9 fm sí se promueve el desarrollo cultural político de los jóvenes, puesto que se da la oportunidad a las personas jóvenes que expresen sus criterios de forma independiente en cualquier horario, en muchos casos los espacios que se alquilan en la radio el directivo cobra precios mínimos.

Pregunta 4: ¿Los programas radiales realmente fomentan la cultura política juvenil?

Considero que los programas radiales en parte sí y en parte no fomentan la cultura política juvenil, debido a que la radio tiene programas que no tocan estos temas de forma permanente, lo hacen pocas veces.

Pregunta 5: ¿En los programas de la radio París 103.9 fm se da apertura a la población juvenil para que participe libremente?

La radio París 103.9 fm en sus programas proporciona la apertura total a los jóvenes para que participen en los diferentes espacios, considerando que ellos son los actores fundamentales de la sociedad por lo que deben opinar de los diferentes asuntos de interés público.

Pregunta 6: ¿La radio París 103.9 fm tiene gran acogida en la población juvenil?

La radio París 103.9 fm, tiene gran acogida en sintonía con la población juvenil debido a que su programación es variada, y proporciona el entretenimiento adecuado para la población de todas las edades en especial de la juvenil.

