UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE COMUNICADOR SOCIAL

TEMA:

´´IMPORTANCIA DE LAS RADIOS COMUNITARIAS EN LA COMUNICACIÓN SOCIAL E IMPLEMENTACIÓN DE UN PROYECTO RADIAL COMUNITARIO EN EL SECTOR DE CASAS VIEJAS DEL KM 22 VÍA A LA COSTA´´

Autor:

CHRISTIAN ROBERTO CARABALI QUIROZ

Tutora:

Msc. Leyla Velarde Pinargotte.

Guayaquil - Ecuador

2015

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO: **Importancia de las radios comunitarias en la comunicación social e implementación de un proyecto radial comunitario en el sector de Casa Viejas del km 22 vía a la costa.**	
AUTOR/ES: **Christian Roberto Carabali Quiroz**	TUTOR: **Lcda. Leyla Velarde Pinargote, Msc.** REVISORES:
INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil	FACULTAD: Comunicación Social
CARRERA: Comunicación Social	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	No. DE PÁGS: 120
TÍTULO OBTENIDO: Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social	
ÁREAS TEMÁTICAS: Comunicación popular y radio.	
PALABRAS CLAVE: Medios de comunicación, programa radial, sintonía, investigación.	
RESUMEN: La importancia de la radio comunitaria se la determina desde su génesis, partiendo de este punto se observa que la definición sobre comunidad en radio se pierde al no incluir la participación de las personas que la conforman, el ama de casa, el panadero, el sacerdote, los jóvenes, habitantes de cualquier localidad, barrio o cuidad. Es necesario fijar nuevamente el camino de lo comunitario exclusivamente para la comunidad, pues es la gestora para abrir nuevos espacios de participación, hasta ahora negados por el sector capitalista dueños de los medios de comunicación. Este tema es trascendental, pues la radio comunitaria es hecha por la misma comunidad y para la comunidad, convirtiéndose en un ente fundamental de servicio. El presente trabajo analiza las necesidades que tienen los habitantes de Casas Viejas, donde se ha apreciado falencias como obras públicas, dotación de agua potable, alcantarillado entre otros, lo que es muy común estimar que la mayor parte de los medios de comunicación le dan relevancia o importancia cuando sucede un agravio de magnitudes trascendentales o de interés mediático.	
No. DE REGISTRO (en base de datos):	No. DE CLASIFICACIÓN:
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	

ADJUNTO PDF:	x SI	☐ NO
CONTACTO CON AUTOR/ES	Teléfono: 0991738297	E-mail: christian-romeo_2122@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Secretaría de la Facultad	
	Teléfono: Ext.	
	E-mail:	

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutora de la Facultad de Comunicación Social, por el presente:

CERTIFICO

Que he analizado el trabajo de titulación ``**Importancia de las radios comunitarias en la comunicación social e implementación de un proyecto radial comunitario en el sector de Casas Viejas del km 22 vía a la costa**`` perteneciente a: **Christian Roberto Carabali Quiroz** presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el grado Licenciado en Comunicación Social.

LCDA. LEYLA VELARDE PINARGOTE, Msc.

Guayaquil - Ecuador

Junio 2015

CERTIFICACIÓN DEL LECTOR

En mi calidad de Docente Lectora de la Facultad de Comunicación Social, por el presente:

CERTIFICO

Que he analizado el trabajo de titulación **``Importancia de las redes comunitarias en la comunicación social e implementación de un proyecto radial comunitario en el sector de Casas Viejas del km 22 vía a la costa``,** perteneciente a: **Christian Roberto Carabali Quiroz** presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el grado Licenciado en Comunicación Social.

_____

Lcda. Gina Morán Cárdenas Msc.
Docente Lectora

Guayaquil - Ecuador
Junio 2015

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR

Los miembros designados para la sustentación aprueban el trabajo de titulación sobre el tema: **Importancia de las radios comunitarias en la comunicación social e implementación de un proyecto radial comunitario en el sector de Casa Viejas del km 22 vía a la costa.**

Egresado:

CHRISTIAN ROBERTO CARABALI QUIROZ
C.I. 171853468-6

De la Facultad de Comunicación Social
Guayaquil, Junio del 2015
Para constancia firman:

_____ _____

_____

ACTA DE RESPONSABILIDAD

El egresado de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, Señor **CHRISTIAN ROBERTO CARABALI QUIROZ,** deja constancia escrita de ser el autor responsable del trabajo de titulación presentado, por lo cual firma:

CHRISTIAN ROBERTO CARABALI QUIROZ

C.I. 171853468-6

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

La responsabilidad del contenido de este trabajo de titulación me corresponde exclusivamente a mí; y al patrimonio intelectual de la misma Universidad de Guayaquil.

CHRISTIAN ROBERTO CARABALI QUIROZ

C.I. 171853468-6

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios, a mis padres por ser los gestores de mi éxito profesional, a mis hermanas por continuar en las metas que se han impuesto.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres Magaly Quiroz y Roberto Carabali, por apoyarme en todos los proyectos que he emprendido, a mi tutora la Lcda. Leyla Velarde Msc, por apoyarme de manera constante en el desarrollo de este Trabajo de Titulación y a mis hermanas Pamela y Tais Carabali.

ÍNDICE

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA I

APROBACIÓN DEL TUTOR.....II

CERTIFICACIÓN DEL LECTOR III

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR..... IV

ACTA DE RESPONSABILIDAD V

DECLARACIÓN DE AUTORÍA VI

AGRADECIMIENTO..... VII

DEDICATORIA..... VIII

ÍNDICE..... IX

RESUMEN.....XVII

INTRODUCCIÓN.....1

CAPÍTULO I.....3

1. Antecedentes.....3

1.1. Problema de investigación.....4

1.2. Ubicación del problema en un contexto 6

1.3. Situación en conflicto.....7

1.4. Causas y Efectos 9

1.5. Delimitación del Problema 10

1.6. Alcance 10

1.7. Relevancias: 11

1.7.1. Relevancia Social 11

1.7.2. Relevancia Científica......11

1.7.3. Relevancia Humana.....11

1.8. Formulación del problema 11

1.9. Objetivos 12
1.9.1. Objetivo General 12
1.9.2. Objetivos Específicos 12
1.10. Aspectos de la evaluación 12
1.11. Justificación 13
1.12. Hipótesis 16
1.13. Variables de la Investigación 16
1.13.1. Variable Independiente 16
1.13.2. Variable dependiente: 16
2. Introducción 17
2.1. Marco teórico 17
2.1.1. Radio Comunitaria 17
2.2. Marco histórico 21
2.2.1. Origen de la radiodifusión 21
2.2.2. La radio comunitaria en el Ecuador 22
2.3. Marco social 25
La radio comunitaria en el mundo 25
África 25
Asia 25
Oceanía 26
Europa 26
América Latina 26
2.4. Marco económico 27
2.4.1. Nivel de Audiencia 27
2.5. Marco Epistemológico 30
2.6. Marco Legal 31

Constitución de la República del Ecuador 2008 31

Ley Orgánica de Comunicación 33

2.7. Marco Conceptual 34

2.7.1. Definiciones de término: 34

CAPÍTULO III.....37

3. Análisis de la situación actual.....37

3.1. Tipo y diseño de la investigación 37

3.2. Diseño de la investigación 38

3.3. Modalidad de la investigación 38

3.4. Tipo de Investigación 40

3.5. La población y la muestra 40

3.5.1. Características de la población 40

3.5.2. Delimitación de la población 40

3.5.3. Tipo de muestra 41

3.5.4. Tamaño de muestra.....41

3.6. Fuentes 42

3.7. Los métodos y las técnicas.....43

3.8. Técnicas e instrumentos de la investigación 43

3.9. El tratamiento estadístico de la información 44

CAPÍTULO IV 45

2.- NIVEL DE SINTONÍA RADIAL.....53

2.1. Cuestiones.....53

2.1.1 ¿Con qué frecuencia escucha la radio? 53

2.1.5. Las características del medio radial te resulta más atractivo ¿Por qué? 57

3. SINTONIZACIÓN RADIAL 66

CAPÍTULO V 69
5.1. Área de trabajo 69
5.1.1. Responsable 69
5.1.2. Destinatarios 69
5.2. Fundamentación teórica de la propuesta 69
Fundamentación Sociológica 70
Fundamentación Educativa 70
Fundamentación Legal 70
5.3. Nombre de la propuesta 71
5.4. Beneficiados 71
5.5. Justificación 71
5.6. Objetivos: 73
5.6.1. General 73
5.6.2. Específicos 73
5.7. Descripción de la Propuesta: 74
5.7.1. Descripción 74
5.7.2. Impacto 75
5.7.3. Tipo de programa 75
5.7.4. Audiencia Objetivo / Útil 75
5.7.4.1. Caracterización del programa 75
5.7.4.2. Horario de transmisión 76
5.7.4.3. Duración del programa 76
5.7.4.4. Forma de participación de la audiencia 76
5.8. Descripción detallada de la propuesta 76
5.9. Recursos: 77
5.9.1. Financiero y Humano 77

CAPÍTULO VI 80

6.1. CONCLUSIONES 80

6.2 RECOMENDACIONES 82

BIBLIOGRAFÍA 84

ANEXOS 86

ENTREVISTA 89

Fotos 95

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1: Causas y Efectos.....9

Cuadro No. 2: Ficha técnica de la investigación cuantitativa.....41

Cuadro no. 3: Lugar de procedencia: zona 45

Cuadro no. 4: Edad.....47

Cuadro no. 5: Género 49

Cuadro no. 6: Sector Laboral.....50

Cuadro no. 7: Nivel de Estudio 52

Cuadro no. 8: Pregunta 2.1.1.....53

Cuadro no. 9: Pregunta 2.1.2.....55

Cuadro no. 10: Pregunta 2.1.3.....56

Cuadro no. 11: Pregunta 2.1.5.1.....57

Cuadro no. 12: Pregunta 2.1.5.2.....59

Cuadro no. 13: Pregunta 2.1.5.3.....60

Cuadro no. 14: Pregunta 2.1.5.4.....61

Cuadro no. 15: Pregunta 2.1.5.5.....62

Cuadro no. 16: Pregunta 2.1.5.6.....63

Cuadro no. 17: Pregunta 2.1.5.7.....64

Cuadro no. 18: Pregunta 2.1.2.....65

Cuadro no. 19: Pregunta 3.1.....66

Cuadro no. 20: Pregunta 3.2.....67

Cuadro no. 21: Pregunta 3.3.....68

Cuadro No. 22: Equipos de transmisión 77

Cuadro No. 23: Equipos de medición 77

Cuadro No. 24: Opcional 77

Cuadro No. 25: Torre y sistemas de tierra 78

Cuadro No. 26: Equipos de estudio 78

Cuadro No. 27: Recursos Humanos 78

Cuadro No. 28: Recursos Humanos 79

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1: Lugar de procedencia: zona 45

Gráfico No. 2: Edad 47

Gráfico No. 3: Género.....49

Gráfico No. 4: Sector Laboral.....50

Gráfico No. 5: Nivel de Estudio 52

Gráfico No. 6: Pregunta 2.1.1. 53

Gráfico No. 7: Pregunta 2.1.2. 55

Gráfico No. 8: Pregunta 2.1.3. 56

Gráfico No. 9: Pregunta 2.1.5.1. 57

Gráfico No. 10: Pregunta 2.1.5.2. 59

Gráfico No. 11: Pregunta 2.1.5.3. 60

Gráfico No. 12: Pregunta 2.1.5.4. 61

Gráfico No.13: Pregunta 2.1.5.5. 62

Gráfico No. 14: Pregunta 2.1.5.6. 63

Gráfico No. 15: Pregunta 2.1.5.7. 64

Gráfico No. 16: Pregunta 2.1.2. 65

Gráfico No. 17: Pregunta 3.1. 66

Gráfico No. 18: Pregunta 3.2. 67

Gráfico No. 19: Pregunta 3.3. 68

RESUMEN

La importancia de la radio comunitaria se la determina desde su génesis, partiendo de este punto se observa que la definición sobre comunidad en radio se pierde al no incluir la participación de las personas que la conforman, el ama de casa, el panadero, el sacerdote, los jóvenes, habitantes de cualquier localidad, barrio o cuidad. Es necesario fijar nuevamente el camino de lo comunitario exclusivamente para la comunidad, pues es la gestora para abrir nuevos espacios de participación, hasta ahora negados por el sector capitalista dueños de los medios de comunicación. Este tema es trascendental, pues la radio comunitaria es hecha por la misma comunidad y para la comunidad, convirtiéndose en un ente fundamental de servicio. El presente trabajo analiza las necesidades que tienen los habitantes de Casas Viejas, donde se ha apreciado falencias como obras públicas, dotación de agua potable, alcantarillado entre otros, lo que es muy común estimar que la mayor parte de los medios de comunicación le dan relevancia o importancia cuando sucede un agravio de magnitudes trascendentales o de interés mediático.

Palabras claves: Medios de comunicación, programa radial, sintonía, investigación.

ABSTRACT

Currently local and national radio are contributing to community development by creating weekly programs from a community or population, enabling the rapprochement between the media and society benefit, it not only will help the chosen sector but the people who are around them. The theme of this work is the implementation of a radio program in the town of Casas Viejas, where careful planning of how the space will be screened within the tuning range greater population as Crystal Radio 870 AM is structured. So this humble contribution not only benefits the community chosen in the investigation but future researchers who wish to analyze this project as a reference. This paper analyzes the needs of the inhabitants of old houses, where flaws such as public works, provision of drinking water, sewerage, among others, has appreciated what is very common to estimate that most of the media give it relevance or importance when happens a tort of far-reaching magnitude or media interest.

Keywords: Media, radio show, tune, research.

INTRODUCCIÓN

Desde la regulación y control a los medios de comunicación por parte de la SECOM y la aplicación de la LOC, ha generado espacios en favor de las comunidades más olvidadas, como es la creación de las radios comunitarias o programas radiales que estén a favor de la sociedad, en el presente Trabajo de Titulación se hace el estudio del problema con el propósito de saber cuáles son las necesidades que tienen los habitantes de Casas Viejas.

Se propone la implementación de una radio comunitaria para los pobladores del sector escogido en el presente proyecto, se estructura la planificación de cómo se diseñara esta loable propuesta.

En el capítulo I trata del problema, los objetivos, la justificación, entre otras características más que se ven en este apartado.

El marco teórico que es la base de toda investigación, se analiza la fundamentación o marco histórico, teórico, epistemológico, legal y las variables que son parte del Capítulo II.

La metodología que es la parte principal de toda investigación científica, aporta en el desarrollo que uno proyecta en cualquier tipo de trabajo, lo que permite al investigador estructurar de manera eficiente los métodos y las técnicas adecuadas para realizar un proyecto que beneficie a una comunidad, esto se lo refleja en el Capítulo III.

Las encuestas proporcionan datos eficientes y confiables, sobre lo que investigas e indagas, como es el caso del Capítulo IV, siendo de gran aporte en el desarrollo de la propuesta.

El Capítulo V que es la propuesta, nos muestra la creación final del Trabajo de Titulación logrando el propósito y el aporte que uno como investigador desea contribuir para mejorar la sociedad.

Las conclusiones y las recomendaciones, son las observaciones que uno hace al finalizar todo proyecto, lo que permite dar a conocer a los futuros investigadores cuales son las observaciones que se reflejan en un trabajo investigativo, esto se lo manifiesta en el Capítulo VI.

CAPÍTULO I
EL PROBLEMA

1. Antecedentes

Desde la aparición de la radio ha tenido gran acogida e importancia por ser un medio de mayor aceptación popular, en el Ecuador las radios de AM se vieron opacadas por las radios de FM, cada vez son más complicadas la adquisición de las frecuencias radiales por los entes estatales ante el monopolio que ciertas personas han creado como negocio familiar.

La actual Ley Orgánica de Comunicación en sus artículos 34 que trata sobre el derecho al acceso de frecuencias y el articulo 118 sobre las concesiones al sector comunitario, son los mecanismos idóneos para la adquisición de un espacio en el espectro radiofónico, con el propósito de hacer de la comunicación popular un medio que esté al alcance de todos.

Por lo tanto es importante conocer la realidad de los hechos, para poder difundir problemas comunitarios y estos se esparcen debido a que las radios de AM y FM son masivas. A veces la comunicación pierde su importancia porque no siempre se enfoca los problemas de forma específica de una comunidad, ya que la mayor parte de la comunicación la centran en las grandes ciudades.

Muchas comunidades son desconocidas por los comunicadores sociales y los medios en el que laboran, como es el caso de Casas Viejas, una población de 310 habitantes de acuerdo al censo realizado por el INEC en noviembre del 2010, se encuentran alejados de la ciudad de Guayaquil, el mismo que las radios desconocen de las necesidades fundamentales de los sectores rurales o urbano marginales que colindan a las grandes urbes.

Mantener informado y unido a los habitantes de Casas Viejas, de lo que sucede a nivel local y sus alrededores, creara el interés de las familias que viven en el sector enfocando los problemas reales que se vislumbran en el diario vivir de la comunidad.

1.1. Problema de investigación

La radio comunitaria es importante y se la determina desde su origen, uno de los puntos de observación hacia las estaciones radiales es que no incluyen la participación directa de los habitantes de una localidad, barrio o ciudad. La finalidad de este medio es llegar a la comunidad, siendo la gestora de nuevas plazas de intervención social. De manera estricta debemos concebir que este espacio es creado por la comunidad y en beneficio de la misma.

Desde la década de los 70 se propagan en el país las radios comunitarias impulsadas por la iglesia católica a las comunidades indígenas, teniendo éxito en ciertos lugares de nuestra serranía. En muchos países de la región se formaron y organizaron muchas radios dirigidas por las mismas comunidades sobreviviendo algunas hasta la actualidad.

> *Los medios comunitarios tienen como uno de sus principios fundamentales el fortalecer la transparencia y la rendición de cuentas, poner al escrutinio de la población aquello que tiene un impacto sobre lo público y que afecta la vida de sus habitantes, pues cuando la comunidad asume la discusión de la acción de la autoridad, o de la suya propia, establece los principios de corresponsabilidad ciudadana. (Calleja & Solís, 2007)*

En otros continentes la influencia de la radio se mantiene especialmente en los países de África cuyos territorios son extensos y no

llegan las señales de televisión aportando la aplicación de este medio de comunicación masivo.

Durante los años 20 el acceso a la información era un privilegio que tan solo un grupo determinado de la sociedad podía darse. La radio se convirtió en un maravilloso sistema de comunicación pública utilizado por los demócratas así como también por los dictadores entre ellos el alemán Adolfo Hitler.

La radio comunitaria despierta una pasión distinta a las radios comerciales y estatales, esto se debe a que mientras los oyentes de una radio comercial tienen un grado de participación limitada en la radio comunitaria los oyentes a la vez producen, dirigen, evalúan y son los dueños de las estaciones.

> *Las radios comunitarias están haciendo un arduo esfuerzo por lograr que las ondas sean de fácil acceso, y puedan convertirse en un medio al servicio de las comunidades. Este libro invita a un viaje al núcleo de las ondas alternativas, y ayuda a entender por qué estos activistas son radioapasionados. (Girard, 2012)*

En reiteradas ocasiones caemos en el error de pensar que las radios comunitarias son proyectos de corta trayectoria. De hecho hace más de 40 años en Colombia y Estados Unidos surgieron las primeras estaciones comunitarias, desde entonces hasta la actualidad ha sido utilizada como instrumento para promover un cambio cultural y político.

El problema del presente trabajo es analizar las necesidades y vicisitudes que tienen los habitantes de la Casas Viejas, donde se ha apreciado falencias como obras públicas, dotación de agua potable, alcantarillado entre otros, lo que es muy común considerar que la mayor parte de los

medios de comunicación le dan relevancia o importancia cuando sucede un agravio de magnitudes trascendentales o de interés mediático.

1.2. Ubicación del problema en un contexto

La radio comunitaria a nivel de Latinoamérica, ubica a Colombia como el primer país de la región que remonta la radio comunitaria con fines educativos por los años cuarenta, Radio Sutatenza fue la primera en Sudamérica, consolidándose las radios comunitarias en los años setenta, con múltiples proyectos sociales. Este fenómeno gestiono un movimiento importante de radios comunitarias educativas en casi toda Latinoamérica. En las décadas de los 60, 70 y 90 se expandieron las emisoras comunitarias, populares o educativas, que han sido impulsadas por grupos sociales, instituciones religiosas, y algunas veces por el mismo estado, convirtiéndose en una importante expresión de los sectores populares de las sociedades latinas.

> *Las radios comunitarias son emisoras de bajo alcance, que ocupan los espacios libres del espectro radioeléctrico en Frecuencia Modulada y sirven, básicamente, a organizaciones comunitarias, grupos de barrios, iglesias, municipios, entre otros. (Ramírez C., 2004)*

> *Los expertos en comunicación manifiesta que la comunicación alternativa, ciudadana o comunitaria no puede existir sino cumple con la dinámica principal por el cual nace y se desarrolla, crea una relación entre la audiencia y la participación comunitaria en su totalidad. (Gumucio Dagron A. , 2005)*

La sostenibilidad económica, entonces, es apenas un factor entre varios que determinan la sostenibilidad de un proceso de comunicación

comunitaria. Los otros factores importantes son la sostenibilidad social y la sostenibilidad institucional.

La sostenibilidad social está relacionada de forma íntima con la participación de los actores sociales, con el respaldo de la audiencia desde el punto de vista de su cantidad pero también de la calidad de su compromiso, y con la apropiación del proceso comunicacional. Sin la participación de la comunidad y de la audiencia, la experiencia de comunicación se convierte en una isla en medio del universo humano en el que opera. La programación de la radio no puede sino reflejar las necesidades de ese universo humano y apoyar el proyecto político comunitario.

La sostenibilidad institucional es el marco que facilita los procesos participativos. Por una parte, tiene que ver con el marco legal, las regulaciones y políticas de Estado existentes, es decir con el ambiente propicio para que una experiencia pueda desarrollarse sin censura y sin presiones externas. Por otra parte, tiene que ver con los procedimientos y relaciones humanas y laborales en el interior de la experiencia, es decir, la democracia interna, los mecanismos de decisión y la transparencia de la gestión.

No existe una fórmula mágica para la sostenibilidad integral de los medios comunitarios, sin embargo, los tres componentes -social, institucional y económico- deberían tomarse en cuenta para lograr un equilibrio que permita no solamente la supervivencia sino el desarrollo de los procesos de comunicación participativa.

1.3. Situación en conflicto

El surgimiento y desarrollo de las radios comunitarias, se ubica en los procesos democratizadores de América Latina, su importancia radica en

el proyecto democrático, político y pluralista que las sustenta. Busca no solo dar, sino tener un rol protagónico con la ciudadanía y contacto directo con los sectores populares y las comunidades, siendo ellos los principales protagonistas de todo proyecto comunitario. En este sentido, tratan de fortalecer procesos de inclusión de los sujetos excluidos por la sociedad y el modelo neoliberal.

Hay que destacar su importancia en los procesos de desarrollo local y de descentralización. De manera particular las radios comunitarias son fuertes en municipios, comunas y provincias, se acrecienta en la medida en que apuntan al desarrollo e incorporación de innovaciones, otorgándole visibilidad publica a los esfuerzos por progresar y cambiar la realidad, desde el escenario radiofónico.

La radio popular surge como una necesidad del pueblo de comunicarse, informarse y expresar su palabra. A través de ella se mantiene informada a la población sobre las actividades de la comunidad y del barrio, sobre los hechos y acontecimientos que hacen la historia de la comunidad, sobre sus logros y realizaciones, sobre la vida de otros barrios y de otros pueblos que visualiza lo que les afecta e ir creando en la población la solidaridad, la conciencia crítica y el reconocimiento a sus derechos fundamentales: elemento necesario para lograr su organización.

> (Sabrera Ortiz, 2002), acoge la opinión de Díaz Bordenave que afirma la comunicación y la educación tiene por objeto ayudar a la persona a "problematizar" su realidad, tanto física como social. Se busca estimular la inteligencia del hombre, para que ella crezca en el sentido de hacer más compleja su estructura y más rápido y flexible su funcionamiento".

La emisora comunitaria es también un importante promotor de los valores culturales y artísticos que están presentes en el pueblo. Existen dos ventajas de los emisores, de un lado hay un control y un manejo efectivo de una audiencia conocida y limitada. Del otro, las posibilidades de respuesta y participación de los receptores son casi inmediatas, lo que en términos de comunicación enriquece mucho estas experiencias.

1.4. Causas y Efectos

Cuadro No. 1: Causas y Efectos

Causas	Efectos
Dificultad de acceso a informaciones y contenidos de medios de comunicación radial.	Habitantes de Casas Viejas desinformadas del acontecer local y nacional.
Deficiente proceso investigativo en los medios.	Produce una tergiversación en la información.
Comunicadores empíricos trabajan en medio radial.	Manipulación de la información. Falta de ética profesional.
Apertura limitada en las radios locales a comuneros para emitir sus criterios.	Lentitud en el desarrollo local. Desinterés de las autoridades locales por los problemas comunales
Escasos recursos económicos para difundir producción agrícola de ciclo corto que brindan los comuneros.	Escasa venta de productos. Poco desarrollo económico local. Aumenta el desempleo.

Elaborado por: Christian Carabali

1.5. Delimitación del Problema

- **Tiempo:** Período 2014 – 2015
- **Espacio:** Población de Casas Viejas, Parroquia Chongón, cantón Guayaquil.
- **Campo:** Radio
- **Área:** radio – Medio Alternativos – Comunicación Popular
- **Aspecto:** Comunicacional – Radial.
- **Tema: Importancia de las radios comunitarias en la comunicación social e implementación de un proyecto radial comunitario en el sector de Casas Viejas del km 22 vía a la costa.**
- **Problema:** Poca participación ciudadana de los habitantes de Casas Viejas.
- **Población:** 310 habitantes.
- **Variable Independiente del Problema:** Estudio sobre el nivel de audiencia radial en Casas Viejas.
- **Variable Dependiente del Problema:** Facilitación de la participación comunitaria con los medios radiales y su nivel de recepción.
- **Variable Independiente de Propuesta:** Implementación de un proyecto radial comunitario en el sector de Casas Viejas del km 22 vía a la costa.

1.6. Alcance

Se busca mejorar la calidad de información y comunicación comunitaria de una población cercana a la ciudad de Guayaquil, pero desatendida por sus autoridades, lo que permite conocer el problema real del sector, y tratar de proponer una alternativa viable para desarrollar nuevas fuentes de trabajo y de prácticas profesionales.

1.7. Relevancias:

1.7.1. Relevancia Social

Se debe analizar cuáles son los factores de incidencia social y la importancia de una radio comunitaria, con el objetivo de que la población deje de ser un sujeto pasivo, para ser un ente activo y de participación ciudadana.

1.7.2. Relevancia Científica.

Las comunidades pretenden darse a conocer mediante la participación ciudadana, así se puede convalidar el desarrollo social mediante la aplicación de una radio comunitaria en el lugar.

1.7.3. Relevancia Humana

La participación comunitaria radica en la población que habita en Casas Viejas, aunando conocer los procesos culturales, económicos y sociales de las personas que viven en el lugar.

1.8. Formulación del problema

¿Sí se crea una radio comunitaria en Casas Viejas del km 22 vía a la costa, se mejoraría el sistema de comunicación e información de la población del sector?

1.9. Objetivos

1.9.1. Objetivo General

- Determinar la importancia de los medios de comunicación comunitarios de las zonas rurales en su desempeño social en el entorno comunicacional.

1.9.2. Objetivos Específicos

- ✓ Analizar el nivel de audiencia radial de los habitantes de Casas Viejas, para la implementación de una radio comunitaria en el sector.
- ✓ Capacitar a la población local en el uso de la nueva herramienta de difusión.
- ✓ Elaborar un modelo de radio comunitaria con el énfasis de relacionar al medio alternativo con la población, donde se facilite la creación de actividades de difusión cultural y educativa en la modalidad de participación comunitaria.

1.10. Aspectos de la evaluación

- **DELIMITADO.-** Esta establecido a una comunidad en especial, donde se desarrollará los procesos de comunicación en el sector.

- **CLARO.-** No tendrá un lenguaje técnico al cien por ciento, porque en sí está dirigido a una target minoritario como es el caso de los profesionales que se dedican a la investigación de la comunicación.

- **CONCRETO.-** Se plantea el problema basado en los aspectos sociales, económicos y culturales dentro de la comunidad, con el objetivo de que los involucrados sepan identificar de manera directa el problema en la comunidad donde se enlaza el trabajo de titulación.

- **RELEVANTE.-** El contenido e información que se establece en esta tesis es de fácil acceso comunicacional.

1.11. Justificación

Desde la creación de las radios comunitarias a lo largo de cincuenta años, los medios alternativos, de forma independiente y de carácter ciudadano han tratado de solucionar el problema de la sostenibilidad, porque toda radio comunitaria ha pasado etapas difíciles por la carencia económica al punto de asfixiarlas.

Las radios comunitarias son estaciones de corto alcance, no cuentan con entradas económicas (sin fines de lucro), las mismas que responde a las necesidades de información de los habitantes que viven en el lugar y sus alrededores. Sea el idioma o formato que se adapta al lugar donde se crea el medio alternativo, se pueden crear movilizaciones en favor de una campaña, como programas de entrevistas, canciones de campañas, o actividades en favor de la comunidad.

La experiencia de muchas radios comunitarias ha sido pilar fundamental para el estudio de este medio alternativo, en otros países del mundo se ha podido apreciar el nacimiento de nuevos proyectos y Videos SEWA (India), con el apoyo brindado a la organización de mujeres auto-empleadas por Martha Stuart Communications (New York). Esta misma organización apoyó años más tarde iniciativas de video participativo en

Nigeria (Action Health) y en Egipto (Video & Sueños Comunitarios). El grupo de teatro Wan Smolbag, en Vanuatu, y el grupo de video independiente Maneno Mengi, en Tanzania, constituyen otros ejemplos de este orden.

El desarrollo y supervivencia de los medios comunitarios se los pueden comparar como a la de los artistas de circo, que caminan equilibrándose en la cuerda floja, a veces pueden caer por falta de recursos económicos, por lo que los proyectos pueden quedar en el olvido al poco tiempo de iniciarse, y no lograr sus objetivos establecidos en la proyección de la idea principal del proyecto.

Pocas son las radios comunitarias que han podido sobrevivir sin apoyo externo, la mayoría de ellas tienen el respaldo de organizaciones de la sociedad civil, de la iglesia comunal o de instituciones internacionales.

> *La iglesia católica progresista ha desempeñado un papel muy importante en el desarrollo de las radios comunitarias, particularmente en América Latina. Desde los años cincuenta, varios centenares de emisoras de radios comunitarias, urbanas y rurales, funcionan con el apoyo institucional de la iglesia. (Gumucio Dagron, 2005)*

Toda radio comunitaria está dirigida por voluntarios que usan tecnologías a costos muy bajo, puede ofertar emisiones a bajo costo, donde se brinde la facilidad de aportaciones y contribuciones de emitir mensajes y comunicados donde se escuchen las voces de todos los habitantes del lugar donde se desarrolle la radio.

> *La radio comunitaria llega a un gran sector de la localidad en que funciona, ya que los oyentes suelen estar interesados en las cuestiones locales. También constituye una excelente forma*

de comunicarse con las comunidades cuyo principal idioma no es el idioma nacional oficial. (ONU MUJERES, 2004)

Todos los medios comunitarios sí contribuye al nivel más difícil de alcanzar a través de la mayoría de los programas de desarrollo: el nivel base. Hechos por la comunidad, para la comunidad y sobre la comunidad.

Actualmente con la reforma a la Ley Orgánica de Comunicación, se implementa la importancia de las radios comunitarias como centros de información y comunicación popular, obteniendo más del 30% de frecuencias, la misma que tiene que ser dirigida por una comunidad o institución social.

En el desarrollo de la Declaración de Caracas sobre la Democratización del Espectro Radioeléctrico, noviembre de 1996, Teodoro Galarza expresa:

"Las radios comunitarias se comunican e involucran en la comunidad promoviendo la participación ciudadana, no sólo en la radio, sino también en los procesos culturales y políticos que les afectan. Por ejemplo, las radios comunitarias en América Latina se han agrupado en redes para exigir con mayor poder a los estados una ley que les permita desarrollarse". (Galarza, 2003)

La propuesta del presente trabajo de titulación es realizar un plan o modelo de radio comunitaria que beneficie a Casas Viejas, ubicada en el km 22 vía a la Costa, con el propósito de saber el nivel de audiencia radial de los habitantes del sector.

1.12. Hipótesis

La aprobación de las radios comunitarias en las comunidades están relacionadas directamente con la procedencia de los habitantes y su tiempo de residencia que obedece al objetivo social de establecerse en un medio urbano rural como es Casas Viejas. Las características específicas que muestran estas radios expresan claramente el complejo proceso de adaptación económica y socio cultural.

La radio comunitaria brindará beneficios sociales, culturales, educativos a los habitantes de Casas Viejas.

1.13. Variables de la Investigación

1.13.1. Variable Independiente

Estudio sobre el nivel de audiencia radial en Casas Viejas.

1.13.2. Variable dependiente:

Facilitar la participación comunitaria con los medios radiales y su nivel de recepción.

CAPÍTULO II
MARCO REFERENCIAL

2. Introducción

La actual y vigente Ley Orgánica de Comunicación regula los contenidos de todos los medios de comunicación, como también apuesta a la producción nacional frente a la producción internacional. Se exige el uso del espectro radioeléctrico siendo el 34% para los medios comunitarios, todos los medios son controlados por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación, con la finalidad de vigilar y consagrar los derechos de la comunicación e información.

Desde el nacimiento de la radio en la década de los años 20, se expande este medio de comunicación masivo, desarrollándose de diversas maneras en todo el mundo, en el presente trabajo de titulación, se estudia y analiza la importancia de la radio comunitaria en el desarrollo comunicacional y comunitario, siendo Casas Viejas el espacio escogido para la aplicación de la propuesta.

2.1. Marco teórico

2.1.1. Radio Comunitaria

Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se

respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, ésa es una radio comunitaria. (López Vigil, 1997)

> *La radio comunitaria y ciudadana incorpora nuevos lenguajes, nuevos formatos, otros sonidos, músicas, voces. Son otras formas de hablar, nuevos tratos con los oyentes, formas de preguntar y de responder, formas de demandar, de peticionar a las autoridades.* (Villamayor & Lamas, 1998)

Los medios de comunicación y sus agregados en el continente americano se los ha creado principalmente con un fin político y económico. Los grandes capitalistas han sido los dueños por varias décadas de los medios masivos de comunicación argumentando que ellos practican una libertad de expresión cuando realmente ejercen la libertad de empresa.

La finalidad de los medios de comunicación está dirigida a satisfacer las necesidades de comunicación de una sociedad y conceder el derecho a la información y la libertad de expresión. Por lo tanto se deben a la comunidad y los intereses de la misma.

Otros de los fines es promover el desarrollo social, los derechos humanos, la diversidad cultural y lingüística, la pluralidad de informaciones y opiniones, los valores democráticos, la convivencia pacífica y la identidad cultural.

Son medios masivos por ende tienen la obligación de permitir y promover el acceso y la participación activa de movimientos sociales, de raza, etnias, géneros, religiosos o de cualquier otro tipo.

Las radios comunitarias están direccionadas a crear un ciudadano participativo e integrado comprometido con el progreso de su entorno, pero sobretodo fomentar un debate abierto donde todos tengan participación activa.

> *Las radios comunitarias son otra cosa, porque dar palabra, voz y espacio a los ciudadanos desde la base es otra cosa. Se trata de ampliar los sentidos de la democracia. Y cuando las personas se empoderan con la palabra van recuperando el sentido de las cosas. (Quevedo Méndez, 2003)*

El estado tiene el deber de hacer respetar los derechos de los ciudadanos entre ellos la comunicación, la información, la cultura, la libertad de expresión y libertad de prensa. Por ello se le asigna la responsabilidad de garantizar el acceso de toda la población a los medios de comunicación. Dicho en otras palabras la libertad de expresión y de prensa quedan limitadas a la libertad de empresa que no atiende a las masas y como consecuencia se ven privados del ejercicio del derecho a la comunicación.

La comunicación, la información, la cultura, la expresión de ideas y opiniones forman parte de los derechos humanos y ciudadanos y, en consecuencia, le corresponde al Estado, garantizarlos para el conjunto de los ciudadanos. Esto significa, entre otras cosas, que al Estado le cabe la responsabilidad efectiva de asegurar el acceso de toda la población a los medios de comunicación (a la recepción y a la posibilidad de producción y emisión de mensajes) en tanto y en cuanto es el único administrador del espectro radioeléctrico.

Si se entiende de otra manera la libertad de expresión y la libertad de prensa quedan reducidas a la libertad de empresa, que no atiende a los

intereses de grandes sectores de la sociedad que, por el mismo motivo, se ven privados del ejercicio efectivo del derecho a la comunicación.

A finales del siglo XX la radio sufre una decadencia, porque es eclipsada por otros medios, siendo descuidada dentro de la coyuntura política o tratada de manera negligente por la masificación de las empresas corporativas de medios de comunicación regentado por una sola persona. Muchos medios se obsesionaron en ampliar su audiencia que comprometerla con ellos, con programaciones insípidas con la intensión de atraer a los oyentes, adoptando un enfoque sensacionalista, sexista y sin educación alguna.

> *Las emisoras comunitarias estaban llamadas a cumplir un papel de esencial importancia en aquellas regiones apartadas del país y olvidadas hasta tal punto por el Estado que no existían allí emisoras de otra naturaleza -es decir, comerciales o de interés público-. (Saffon & Uprimny, 2007)*

Las frecuencias destinadas a las radio comunitarias, se caracteriza en comprometerse con la audiencia mediante la participación comunitaria en todos los niveles. En la radio comercial los oyentes participan en la programación de manera limitada a través de tribunas libres por línea telefónica o pidiendo su canción favorita.

> *En la radio comunitaria sus oyentes son a la vez los gerentes, productores, directores, evaluadores y dueños de la estación. (Girad, 2009)*

La radio comunitaria tiene actualmente gran aceptación en el mundo, las mujeres, las minorías étnicas, los pueblos indígenas, los jóvenes, los partidos políticos, los campesinos, están notando el potencial de la radio como parte del desarrollo cultural, social y político, donde satisface las

necesidades de los oyentes, mediante la expresión, el debate y la argumentación.

Este tipo de radio no está llena de noticieros superficiales y de música pop, ni de comunicados oficiales del gobierno, no es necesaria que tengan una programación refinada, como es el caso de las radios comerciales que atienden sus intereses privados. El objetivo de la radio comunitaria es atender las necesidades principales de la comunidad, mediante la facilitación de discusiones, para fortalecerlas, es difícil desatender los intereses de la comunidad.

Sus emisiones rara vez pueden tener fuerza pasional, alcanzada de manera esporádica por los medios estatales de gran escala comercial. La pasión se deriva en el involucramiento de sus oyentes, facilitando su participación directa no solo en la radio, sino en todos los estratos sociales, culturales o políticos, que puedan afectar o favorecer a la comunidad.

2.2. Marco histórico

2.2.1. Origen de la radiodifusión

Desde los orígenes de la radiodifusión, siempre ha estado confundida con las telecomunicaciones por ondas, generándose un problema con el pasar de los años. Todos los descubrimientos y la elaboración de los aparatos radiofónicos, no cumplieron los parámetros establecidos en el campo profesional para el cual fueron diseñados, muchas personas en el mundo entero han visto los resultados de estos trabajos, desde fracasos hasta pequeños triunfos o éxitos, lo que ha permitido mejorar la radiodifusión moderna.

La radio es desde sus inicios la debacle y el resurgimiento de dos eras, con el surgimiento de nuevos inventos que han beneficiado a los medios de comunicación, tales como: la prensa escrita, la fotografía y el cine, sin embargo no eran suficiente para resolver problemas que surgieron en esa época, a partir de ello, se crearon nuevas transformaciones tecnológicas, generándose el nacimiento de la radiodifusión.

Los medios de comunicación han superado las barreras de ser unos simples informadores para convertirse en líderes de masas sociales, promoviendo la opinión pública, movilizando personas y marcando estilos de vida, cumpliendo su función social como educador popular que tiene la radio.

2.2.2. La radio comunitaria en el Ecuador

La importancia preponderante que han alcanzado la televisión y la radio en Ecuador dentro del campo legal su operación estaba sometida a los caprichos de los grandes monopolistas y capitalistas sin un reglamento riguroso que ejerza una regulación debida. De este modo varias instituciones destinadas a crear conciencia social han perdurado durante mucho tiempo sin regularización alguna abusando en aspectos económicos, políticos, culturales, entre otros.

La democracia en el país ha permitido desarrollar grandes proyectos populares entre ellos la radiodifusión comunitaria, como parte del progreso social de manera igualitaria con el fin de promover una sociedad protagonista del cambio donde la opinión pública, el respeto y la tolerancia sean el instrumento que va a permitir un avance de la sociedad en todos sus campos.

La radio comunitaria no es otra cosa que una propuesta de tinte social donde se involucra a un colectivo de personas con intereses comunes a

fin de conseguir los objetivos planteados. La radiodifusión es la herramienta tecnológica que le permite a la ciudadanía ejercer su derecho a la libertad de expresión en cuanto a temas de interés público, con la finalidad de establecer vínculos que contribuyan a la participación ciudadana y la toma de decisiones responsables, constituyendo a la pluralidad en una cualidad esencial del proyecto.

Varios de los distintivos de las radios comunitarias precisamente se asocian a la respuesta frente a los problemas que atañe a la comunidad además de colaborar con las políticas sociales de la localidad. En 1983 600 radialistas de diferentes países crearon la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) estructurándose de esta manera formalmente en un medio de comunicación social en beneficio de las comunidades.

Con el paso de los años la radio ha tenido una amplia aceptación en el desarrollo social ya sea en el contexto histórico, político, económico y educativo. Se combinaron diversos modelos de radio, en lo comercial en occidente y luego en el este de Europa. La radio pública forma parte de los medios de comunicación masiva de los Estados Unidos. En África, las redes nacionales están adquiriendo nuevas metas para el desarrollo comunitario y social.

> *Los medios de comunicación tradicionales están atravesando una seria crisis de legitimidad. En efecto, éstos son cada vez más criticados por su estrecha relación con los detentadores del poder, por el monopolio que tienen de la producción de información y opiniones, por la parcialidad que demuestran frente a ciertos temas, por la escogencia arbitraria de los mensajes que circulan, por su alejamiento de los temas de interés para la ciudadanía, por la pobreza de sus investigaciones, por su pérdida de seriedad, por la precaria*

responsabilidad social que demuestran, entre otras cosas. (Saffon, EL DERECHO A LA COMUNICACIÓN: UN DERECHO EMERGENTE: Crisis de los medios de comunicación tradicionales, 2007)

"Casas Viejas" Se encuentra en la provincia del Guayas, en el km 22 vía a la Costa al noroeste de Guayaquil, situada cerca del Área de Recreación Parque Lago (02°11'20'' S; 80°03'11'' O), aquí se puede encontrar dos tipos de bosques: Bosque deciduo de tierras bajas y Matorral seco de tierras bajas (Sierra, 1999).

Fue la localidad que presentaba mayor alteración, su población llega casi a los 300 habitantes, no cuentan con todos los servicios básicos especialmente salud y seguridad, otro de los problemas del lugar es la presencia de canteras, cuyos vehículos no usan lonas o toldos para la movilización del material pétreo, generándose un alto índice de contaminación ambiental.

La mayor parte de los habitantes del sector viven en construcciones de caña guadua, cemento o mixtas en su mayoría, la provisión del líquido vital es por tanqueros, porque no existe conexiones directas del servicio de agua potable, en un tramo de más de dos kilómetros de extensión a lo largo de la vía principal.

Según los cronistas del siglo pasado, comentan que Casas Viejas tiene una existencia de más de 150 años, en 1896 se reúnen en esta comunidad para realizar las primeras reuniones obreras de la "Sociedad Hijos del Trabajo".

2.3. Marco social

La radio comunitaria en el mundo

Analizar la radio comunitaria no solo se basa en el entorno social y político en el que se desenvuelva, muchos medios comunitarios en el mundo han aportado experiencias únicas que han contribuido en el desarrollo social del medio popular.

África

En esta región la radio es el medio de mayor importancia, el analfabetismo y los problemas de distribución de los medios escritos estén solo al alcance de una minoría poblacional. La televisión no es asequible en las áreas rurales, donde vive la mayoría de la población.

La radio está presente en casi todas partes del mundo, los aparatos receptores son baratos, al igual que la producción y distribución, el servicio de radiodifusión son transmitidos desde las capitales africanas y las ciudades más importantes de cada país. Las estaciones rurales comparten algunas características con las radios comunitarias, por ser administradas por un centro de producción o un departamento especializado en radio rural.

Asia

Es similar al caso de África, los medios de radiodifusión han sido controlados por el estado de forma directa. Han sido diseñados para propagar las ofertas gubernamentales, y no facilitan el diálogo consensuado o permitir que la gente pueda aspirar o ventilar sus opiniones.

En el continente asiático los sistemas de radiodifusión han tardado en desprenderse del poder colonial, en comparación con el África. En la actualidad las estaciones radiales siguen siendo un monopolio estatal en la mayoría de los países del continente.

Oceanía

En esta región cuenta con un activo movimiento de radio comunitaria en toda la zona, especialmente en Australia con más de cien estaciones comunitarias en todo el continente desde las grandes ciudades hasta la comunidades más recónditas y aisladas, la mayoría de ellas tienen licenciadas especiales para transmitir programaciones de contenidos étnicos o indígenas, música y educativos.

Europa

En la región europea el monopolio radial duro más de 70 años bajo administración estatal, después de la caída del muro de Berlín y el fin de la Guerra Fría, muchos movimientos en contra de los regímenes comunistas, acogen como bandera la libertad de expresión, por medio de estaciones pitaras.

Con la decadencia de las radios piratas se produjo una alta demanda de radios comunitarias, lo que permitió la legalización oficial de las estaciones ilegales.

América Latina

Las primeras experiencias de radio comunitaria se dieron hace casi medio siglo, lo que muchas asociaciones y organizaciones, combinaron sus esfuerzos para la creación de una radio dinámica y diversa en el mundo. Las comunidades indígenas y la iglesia católica son las que más ha

proyectado ideas que favorezcan a las colectividades más desprotegidas de la región.

En la actualidad la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), prevalece en más de 100 países distribuidos en todos los continentes de la esfera terrestre. En el Ecuador las radios comunitarias no han contado con el apoyo necesario para su sostenimiento y funcionalidad. La alfabetización en sectores rurales fue un modelo que permitió reconstruir la democracia y la participación ciudadana con resultados favorables y sumamente beneficiosos para la comunidad.

En el año 1988 se conformó la CORAPE (Coordinadora de Radios Populares y Educativas del Ecuador), institución encargada de fortalecer las radios populares y comunitarias del país, siendo la única entidad que relaciona centros de producción y estaciones radiales enlazados directamente a proyectos de desarrollo social. Hasta el momento son 35 emisoras afiliadas repartidas en cuatro redes regionales: Binacional, Amazónica, Quichua y del Sur.

2.4. Marco económico

2.4.1. Nivel de Audiencia

El tema de los medios de comunicación, es actualmente un tema sensible, en el que mucha gente, con poder, tiene puesta su atención; con ello, la investigación de esos medios, adquiere un protagonismo fuera de los ambientes profesionales o especializados, que empieza a ser conocida y seguida por la sociedad. Por otra parte, unas cifras publicadas, cualquiera que sea la fuente de la que procedan, adquieren una fuerza “científica” como si fueran verdades absolutas. Por ello es necesario tener en cuenta tres puntos esenciales en cuanto a la medición de audiencia: las muestras, su relación con el dinero y su aceptación. O dicho de otra

manera: la primera, representada por las agencias de publicidad, las centrales de medios y las agencias de investigación de audiencias; la segunda, por los anunciantes y, en la tercera, los profesionales y académicos de los medios, los medios de comunicación y la sociedad en general.

De manera global, las agencias de investigación, centrales de medios y de medición de audiencia, investigan específicamente si la audiencia puede recordar el nombre de una marca, programa o producto y qué características de la marca, programa o producto han retenido en la mente. Estas mediciones son comúnmente utilizadas como mediciones de ventas o niveles de audiencia.

Las investigaciones de mercadotecnia se desarrollan en tres niveles: se planifican los sondeos, se lleva a cabo el trabajo de campo y se analizan los datos. La información se la obtiene mediante dos maneras: la primera, monitoreando, observando o recogiendo la información mecánicamente (por ejemplo con escáneres y otro tipo de medidores electrónicos). La segunda, preguntándoles a las personas (por ejemplo que canal de radio o televisión sintoniza), para obtener información y a su vez, la opinión de las personas.

Las agencias de investigación de mercados y opinión pública en nuestro país, proporcionan servicios diferentes a empresas que promueven algún servicio, a las agencias de publicidad y, a los diferentes medios de comunicación electrónicos e impresos.

Algunos de los servicios que ofrecen son: investigación de mercados con estudios de tipo cualitativo como los son las técnicas de recolección de datos, análisis de casos, análisis de tipo evolutivo, análisis de contenido y redes semánticas. También proporcionan estudios de tipo cuantitativo

como análisis estadístico, estudios de campo, pruebas de productos, posicionamiento del producto.

Las investigaciones de audiencia de medios, son exigencias de la publicidad, se siguen haciendo porque anunciantes y agencias lo siguen solicitando, pero también, se ha hecho parte esencial para los mismos medios, además, la información sobre las audiencias resulta imprescindible para la compra de espacios y tiempos.

El rating es una herramienta para producir información. Esta es la materia prima al momento de tomar decisiones en una empresa. Su utilidad resulta indispensable como herramienta al servicio del medio y de los clientes.

> *Cada vez que surge la necesidad de información para resolver un problema conviene realizar una investigación. Sólo por medio de la investigación es posible establecer un criterio saludable para tomar una decisión correcta" (Figueroa, 1997) (Pag. 419).*

La radio va al espacio y la intimidad de todos. La radio va al compás de la información, en velocidad y flexibilidad. La radio va, desde un siglo pasado, a un futuro que se ha hecho presente, por eso es incoercible y vital.

> *Hace cien años. Marconi soñó su propio sueño. Y los pioneros, precursores de la radio en Norteamérica y en Latinoamérica y Europa, también soñaron en la enorme posibilidad de hacer el sonido, la palabra y la música viajarían miles de kilómetros a veces, para estar con nosotros, para aliviar un tiempo de fatiga, para decirnos que no estamos solos, mientras podamos apretar y*

encender un sintonizador de radio" (Garza, 1998) (págs. 231-232).

Para la aplicación del siguiente proyecto se lo realizará desde la Casa Comunal con equipos de baja frecuencia que no excedan los quince mil dólares. Esto será financiado mediante un préstamo a un organismo estatal con el aval de la propia comunidad.

2.5. Marco Epistemológico

Bajo el nombre de Radio Comunitaria se agrupan experiencias de diversa índole que se insertan en contextos urbanos y rurales de un Estado, caracterizados por altos índices de marginación y exclusión de las potencias sociales, económicas, políticas y culturales del país. Las experiencias que conforman la llamada Radio Comunitaria responden a procesos sociales, propuestas educativas y culturales que se viabilizan a través del medio de comunicación.

Sobre este panorama podemos retomar ahora la perspectiva teórico - metodológica que guía nuestra investigación. Se trata de un enfoque socio-antropológico, dirigido a describir y analizar las radios comunitarias como procesos sociales e históricos, a partir de detectar y comprender la lógica de producción material y simbólica de los sujetos sociales que las constituyen.

La significación del término comunitario, que se adjudica a diversas experiencias, es confuso y connota múltiples ámbitos que van desde lo legal o normativo, hasta la concepción de un medio de comunicación como la radio. Lograr una comprensión de lo comunitario de la radio se convierte en una necesidad.

> *Concebimos la teoría, de acuerdo con Zemelman, como instrumento de razonamiento antes que como sistema explicativo en tanto el uso de la teoría supone entender cada concepto como instrumento de observación que pueda problematizarse en su relación con la realidad, y no exclusivamente en función del esquema del cual forma parte [Zemelman : 156]. (Hugo, 1992)*

Finalmente, consideramos que el principal aprendizaje en este ejercicio de investigación podríamos sintetizarlo en la posibilidad de comprender la construcción del conocimiento como un proceso en el cual un sujeto debe ser capaz de enfrentarse a la realidad para problematizarla, para encontrar lo que se vela ante sus ojos y se niega a ser visto. Un espacio para renovar la capacidad de asombro y replantear la responsabilidad frente a la producción de pensamiento en una zona como América Latina, donde las realidades se resisten a ser vistas, o mejor, en la que los sujetos se resisten a mirarlas de frente.

2.6. Marco Legal

Constitución de la República del Ecuador 2008

Sección tercera
Comunicación e Información

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

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

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

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelará que en su utilización prevalezca el interés colectivo.

2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

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

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

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de

los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas.

3. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

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

Ley Orgánica de Comunicación

TÍTULO I

Disposiciones preliminares y definiciones

Art. 7.- Información de relevancia pública o de interés general.- Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general.

La información o contenidos considerados de entretenimiento, que sean difundidos a través de los medios de comunicación, adquieren la

condición de información de relevancia pública, cuando en tales contenidos se viole el derecho a la honra de las personas u otros derechos constitucionalmente establecidos.

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

Art. 9.- Códigos deontológicos.- Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deberán expedir por sí mismos códigos deontológicos orientados a mejorar sus prácticas de gestión interna y su trabajo comunicacional. Estos códigos deberán considerar las normas establecidas en el artículo 10 de esta Ley. Los códigos deontológicos no pueden suplir a la ley.

2.7. Marco Conceptual

2.7.1. Definiciones de término:

Definiciones previas

Los siguientes enunciados están circunscritos en la pauta técnica reglamentaria para radiodifusión en frecuencia modulada analógica.

Adjudicación: Condición técnica, momentánea y estipulada para que el uso de un canal que conforme un propósito, sea utilizado por una o varias personas en un servicio de radiocomunicación en la tierra.

Asignación: Salvoconducto que da un régimen para que un representante o estación radioeléctrica utilice un determinado canal a frecuencia en circunstancias específicas, técnicas y oficiales.

Comunicación: Es la participación entre una o varias personas, mediante el intercambio de palabras y mensajes, es decir pensamientos y opiniones en la vida diaria del hombre.

Comunicación Popular: Según el autor Ignacio (Motta, 1998)..."La llamada comunicación popular está constituida por experiencias aisladas y educación de base, cuyo fin principal es organizar y movilizar a pequeños grupos, de modo tal que creen sus propios canales de expresión y manifiesten sus inconformidades y reivindicaciones, lo que no ocurría a través de los medios convencionales.

Cultura: Es toda la relación que el hombre establece con la naturaleza, y con sus semejantes; cómo se organiza, cómo vive; todo, todo lo que hacemos desde que amanecemos y hasta durmiendo es cultura, la manera de roncar es cultural. Todo es cultura.

Cultura Popular: Conjunto de manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo.

Cultura Popular Urbana: son las manifestaciones que tiene un grupo de personas de un sector popular, manifiestan y expresan por medio de la lucha la defensa cultural de su comunidad.

Estación Matriz: Aquella que concibe la programación en forma segura y constante; que marcan el lugar del estudio, es el domicilio legal del concesionario, y se encuentran ubicadas en la ciudad o localidad facultada a servir como espacio de cobertura principal.

Estación Repetidora: Es la estación encargada de repetir la programación para un medio de radiodifusión debidamente estructurado. Puede utilizar similar o diferente frecuencia en la misma u otro sector según el contrato.

Estaciones De Baja Potencia: Aquellas de potencia limitada, manejadas para cubrir las cabeceras cantonales o tramos de poca población, y que su frecuencia pueda ser reutilizada por diferente representante, en otra región de la misma provincia o ubicación geográfica.

Frecuencias auxiliares: de enlace fijo o móvil: Permiten instalaciones de subsidio entre los estudios, repartición primaria a transmisores y recaudación de información a través de enlaces terrestres, satelitales y otros, consignados a la transmisión de la programación.

Popular: Relativo al pueblo, procede de él. Propio de las clases sociales menos favorecidas. Que está al alcance de los menos dotados económica o culturalmente. Que es estimado, al menos conocido por el público en general. Dicho de una forma de cultura, que el pueblo considera propia y constitutiva de su tradición. Aire, arte, cultura, lengua popular.

Zona Geográfica: Superficie terrestre asociada con una estación en la cual en condiciones técnicas determinadas puede establecerse una radiocomunicación respetando la protección establecida.

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA

3. Análisis de la situación actual

Para captar el tema de este trabajo de titulación se utilizará dos fuentes de información que son: las encuestas a los involucrados y entrevistas a los moradores del sector, toda esta información sirve para tener un conocimiento básico que será de gran ayuda para la propuesta.

La información que se recabará con la utilización de los instrumentos de investigación va a tener un proceso sistemático de selección, tabulación y análisis de resultados y para ello seguimos los siguientes pasos:

- Aplicación de los instrumentos
- Recolección de datos
- Selección de la información
- Tabulación de la información
- Diseño de cuadros, gráficas y tablas estadísticas
- Análisis e interpretación de resultado

3.1. Tipo y diseño de la investigación

En el siguiente trabajo de titulación se utilizará la modalidad de investigación documental, es decir se apoyará en fuentes tales como libros, revistas, artículos de prensa escrita, noticias, ensayos, páginas de Internet relacionadas al tema principal, debido a que se necesita implementar los conocimientos básicos de mercado para la aplicación de nuevas propuestas, además se implementará la investigación descriptiva porque la investigación se llevará a cabo en la Provincia de Guayas en

Casas Viejas perteneciente a la parroquia Chongón, tomando una muestra de las personas que se han determinado en el proceso del muestreo.

Se ejecutará la investigación correlacionar porque se debe conjugar y distinguir las variables que ya existen, así como también en la transaccional se van a elaborar encuestas y entrevistas, para comprobar la factibilidad del trabajo lo cual se empleará en un solo momento en el tiempo, así mismo la investigación de campo será aplicada al momento del desarrollo de las encuestas para justificar las hipótesis expuestas.

3.2. Diseño de la investigación

En la consecución de la presente investigación se aplicará el diseño cuantitativo, por lo tanto no afecta ninguna variable, se ejecutará en una solo etapa y permitirá conocer los argumentos correspondientes para la aplicación del proyecto de titulación, establecer los componentes necesarios para contrarrestar las diferentes deficiencias y carencias que existe en el sector de Casas Viejas y de esta forma aprovecharla para nuestro beneficio.

3.3. Modalidad de la investigación

La presente investigación tiene una perspectiva cualitativa basada en la recolección de datos tales como:

- Entrevistas
- Debates grupales
- Evaluación de vivencias y anécdotas personales

Los análisis cualitativos no intentan generalizar de manera específica los resultados a localidades más amplias, ni obligatoriamente obtener

modelos representativos (bajo la ley de probabilidad); no pretenden que sus estudios lleguen a replicarse. Asimismo, se apoyan más en un proceso inductivo (examinan y detallan, y luego generan figuras teóricas). Van de lo individual a lo universal.

La investigación cualitativa, se ha admitido últimamente como el tipo de investigación que utilizan los individuos y la comunidad en general como instrumento para solucionar sus propios problemas, bajo las indicaciones de técnicos al respecto, pero con el protagonismo directo de todos los interesados en su concepción. Algunas características son:

a) Los objetivos de la investigación y el proceso de la misma son de dominio público, es decir, lo maneja el encuestador e investigador con la población.
b) El proceso de investigación es elaborado de manera grupal entre la población y el investigador.
c) La colectividad es parte primordial del proceso, se le reconocen sus capacidades y competencias.
d) La investigación no es un proceso estancado, sino una gestión; es una ocasión propicia para la orientación de la población.
e) Cualquier tipo de investigación, injerencia o labor donde se persiga el desarrollo del medio para tener éxito tiene que promover la participación activa de la comunidad.

Es por ello, que esta investigación tiene una posición cualitativa y cuantitativa, ya que la investigación está establecida por valores del investigador y de la teoría en que se basa, además porque es viable desarrollar hipótesis de trabajo definidas en un tiempo y espacio.

3.4. Tipo de Investigación

- **Investigación Descriptiva.-** También se la conoce como la investigación estadística, detallan los datos y esto debe marcar una huella en las vidas de la gente que le rodea. La finalidad de la investigación descriptiva radica en llegar a conocer las realidades, hábitos y condiciones sobresalientes mediante la descripción exacta de las diligencias, entidades, métodos y personas.

- **Investigación Crítico propositiva**.- Dicha investigación parte de la información obtenida, posteriormente se procederá a efectuar el estudio oportuno del problema y luego se planeará una posible solución

3.5. La población y la muestra

3.5.1. Características de la población

La presente investigación está dirigida a la población de Casas Viejas, parroquia Chongón, con los cuales se pretende determinar el número de población activa.

3.5.2. Delimitación de la población

Se llevará a cabo en Casas Viejas, parroquia Chongón, está encaminado a la población en general. Toda la información que se recaudará para ésta investigación tiene una antigüedad de no mayor a 4 meses, desde el punto bibliográfico.

3.5.3. Tipo de muestra

El tipo de criterio que se aplica es no probabilística, porque se la realiza mediante el planteamiento del problema, la hipótesis y el diseño de la investigación y el cuestionario que aplicamos para realizar esta investigación se realizó en un solo momento en el tiempo aplicado.

3.5.4. Tamaño de muestra

La investigación está dedicada a la población de Casas Viejas, parroquia Chongón, que según datos del INEC son 310 habitantes en el sector de acuerdo al censo realizado en el año 2010, por lo cual existe un porcentaje considerado a la población activa ubicada en Ecuador,

Cuadro No. 2: FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

UNIVERSO	Personas de 15 años en adelante
AMBITO GEOFRAFICO MUESTRAL	Cantón Guayaquil
PARROQUIA	Chongón
SECTOR	Casas Viejas
POBLACION	310 personas
MUESTRA	106 personas.

Elaborado por: Christian Carabali

Fuente: Elaboración propia

Para el cálculo de la muestra objeto de estudio se ha tomado como consideración un 5% de margen de error, una población de 310 personas, un nivel de confianza de 95%.

n = El tamaño de la muestra que queremos calcular

N = Tamaño de la población (p.e.310 PERSONAS)

Z = Es la desviación del valor medio que aceptamos para lograr el nivel de confianza deseado. Nivel de confianza 95% -> Z=1,96

e = Es el margen de error máximo que admito (p.e. 5%)

p = Es la proporción que esperamos encontrar. (0.50)

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{(\mathrm{N}-1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p + (1-p)}$$

$$n = \frac{310 \cdot 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot (1-0.5)}{(310-1) \cdot 0.05^2 + 1.96^2 \cdot 0.50 + (1-0.5)}$$

$$\frac{310 \cdot 3.8416 \quad \cdot 0.5 \cdot (1-0.5)}{(310-1) \cdot 0.0025 \quad + 3.8416 \cdot 0.50 + (1-0.5)}$$

$$\frac{595.448 \cdot (0.5)}{2.2945 + (0.5)}$$

$$n = \frac{297.724}{2.7945}$$

$$n = 106$$

El muestreo da un total de 106 personas a encuestar

3.6. Fuentes

En esta investigación se utilizarán dos fuentes de información**:**

- **Fuentes Primarias:** Será aplicado en relación a la encuesta que se realizó.
- **Fuentes Secundarias:** Información recopilada por otras personas, que se utilizarán en los métodos teóricos seleccionados

3.7. Los métodos y las técnicas

Métodos teóricos

Los métodos de investigación que se va a utilizar para el presente proyecto son: inductivo, deductivo, sintético, comparativo, estadístico, analítico e hipotético ya que por medio de estos se puede obtener información más precisa estudiando de cerca los acontecimientos que son objeto de estudio, demostrando que las teorías aplicadas son factibles midiéndolas con la realidad.

Métodos empíricos

En el presente proyecto se utilizará el método empírico de la observación, para identificar el comportamiento de los habitantes de Casas Viejas, parroquia Chongón, frente a la situación de la radio comunitaria en el sector, ya que así se encontrará los diferentes rasgos, características y eventos que se realizan para satisfacerse a la población.

3.8. Técnicas e instrumentos de la investigación

La técnica que se utilizará en esta investigación será la de encuestas y entrevistas, para lo cual se diseñaran instrumentos como cuestionarios que contengan 10 preguntas cerradas orientadas a la población en general. Al llevar a cabo la técnica antes mencionada,

nos ayudará a comprobar las hipótesis planteadas en la investigación, determinando la factibilidad del proyecto.

3.9. El tratamiento estadístico de la información

Aquí consistirá en procesar los datos dispersos, desordenados o individuales obtenidos de la población, objeto de estudio durante el trabajo de campo, y tiene como fin generar resultados agrupados y ordenados, de los cuales se realizará el análisis según los objetivos de hipótesis de la investigación realizada. El instrumento que se utilizó para la tabulación de los resultados obtenidos mediante las técnicas de investigación del presente proyecto fue en Excel.

CAPÍTULO IV
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

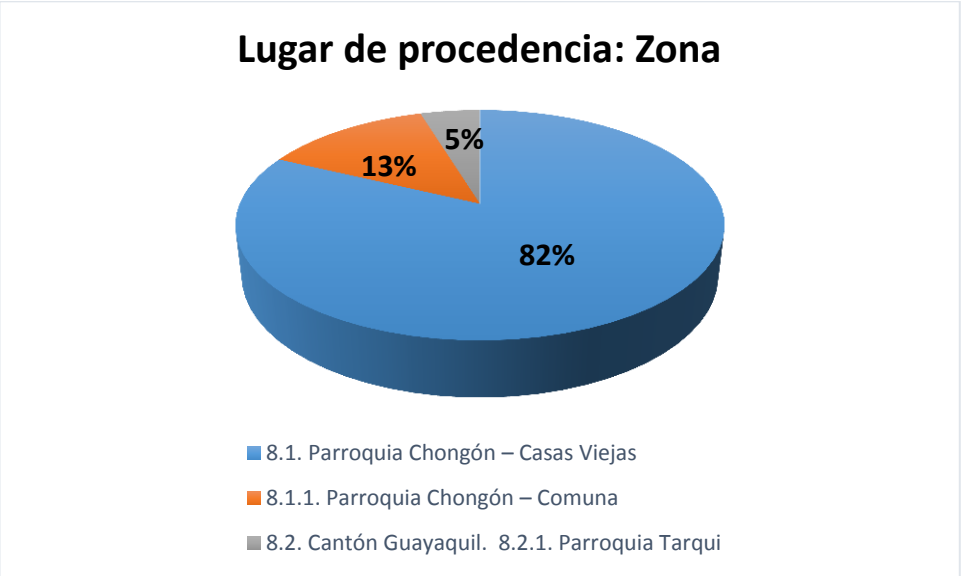
Encuesta realizada a los habitantes de Casas Viejas, para poder identificar el problema y estructurar la propuesta

Cuadro no. 3: Lugar de procedencia: zona

Número	Respuestas	Total	Porcentaje
1	8.1. Parroquia Chongón – Casas Viejas	87	52%
	8.1.1. Parroquia Chongón – Comuna	14	13%
	8.2. Cantón Guayaquil. 8.2.1. Parroquia Tarqui	5	5%
Total		**106**	**100%**

Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

Gráfico No. 1: Lugar de procedencia: zona



Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

El 82% son nativos de la población de Casas Viejas, el 13% son de la Comuna de Chongón y el 5% son habitantes de la parroquia Tarqui, es decir que la mayor parte de los involucrados son del lugar.

1.- Datos Generales

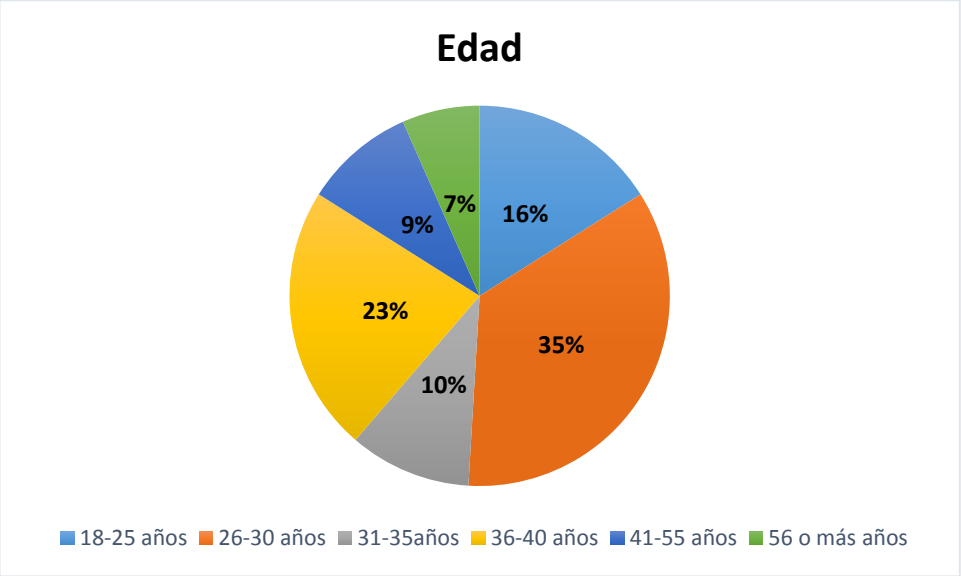
Edad

Cuadro no. 4: Edad

Número	Respuestas	Total	Porcentaje
1.1.	18-25 años	17	16%
	26-30 años	37	35%
	31-35años	11	10%
	36-40 años	24	23%
	41-55 años	10	9%
	56 o más años	7	7%
Total		**106**	**100%**

Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

Gráfico No. 2: Edad



Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

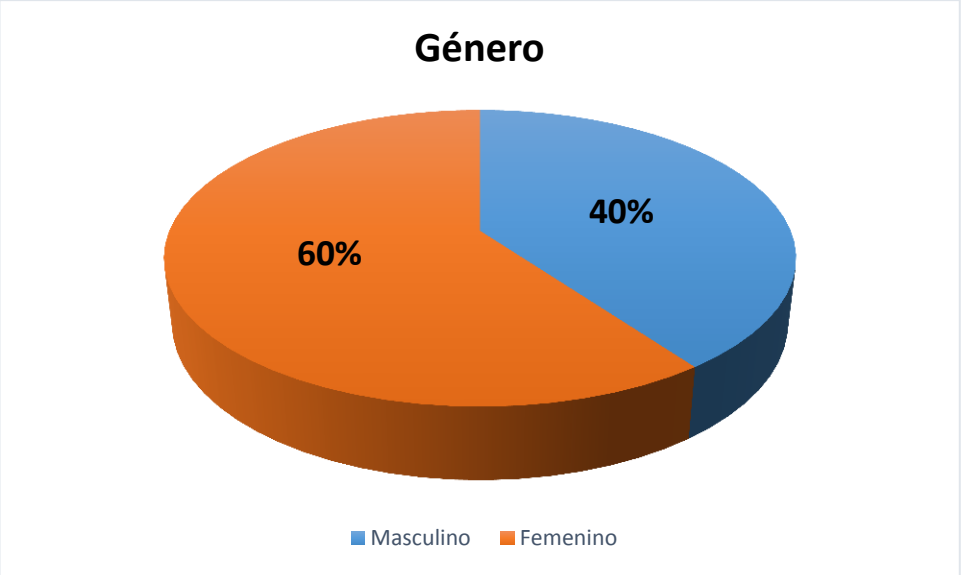
El 35% son personas que oscilan entre los 26 a 30 años, el 23% son entre los 36 y 40 años, el 23% son entre los 36 y 40 años, el 16% son entre 18 y 25 años, el 10% son entre 31 a 35 años, el 9% son entre 41 a 55 años y el 7% son mayores de 56 años,

Cuadro no. 5: Género

Número	Respuestas	Total	Porcentaje
1.2.	Masculino	44	40%
	Femenino	66	60%
Total		**106**	**100%**

Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

Gráfico No. 3: Género



Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

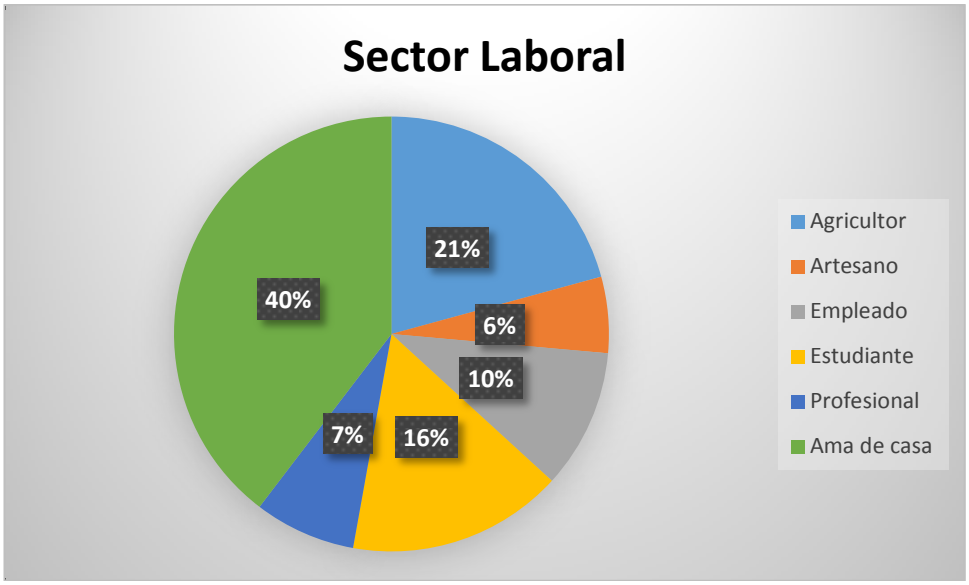
El 60% son del género femenino, el 40% son hombres, esto implica que de acuerdo a las estadísticas del INEC y en el mundo la mayor parte de la población son mujeres.

Cuadro no. 6: Sector Laboral

Número	Respuestas	Total	Porcentaje
1.3.	Agricultor	22	21%
	Artesano	6	6%
	Empleado	11	10%
	Estudiante	17	16%
	Profesional	8	7%
	Ama de casa	42	40%
Total		**106**	**100%**

Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

Gráfico No. 4: Sector Laboral



Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

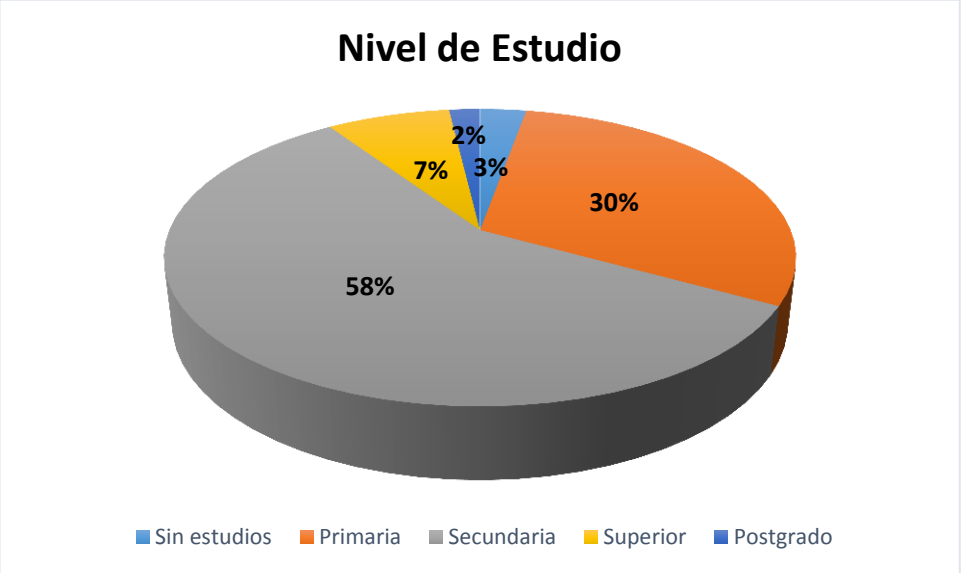
El 40% son Amas de casa, el 21% se dedican a la agricultura como fuente de ingreso económico, el 16% son estudiantes, el 10% son empleados de entes públicos, el 7% son profesionales especialmente docentes de educación básica y bachillerato, e ingenieros agrónomos, el 6% se dedican al oficio de artesanos.

Cuadro no. 7: Nivel de Estudio

Número	Respuestas	Total	Porcentaje
1.4.	Sin estudios	3	3%
	Educación Básica General	32	30%
	Bachillerato	61	58%
	Superior	8	7%
	Postgrado	2	2%
Total		**106**	**100%**

Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

Gráfico No. 5: Nivel de Estudio



Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

El 58% de las personas que viven allí tienen terminado el bachillerato, el 30% la educación básica, el 7% tienen título de educación superior, el 3% están en un postgrado y el 2% no estudian.

2.- NIVEL DE SINTONÍA RADIAL

2.1. Cuestiones

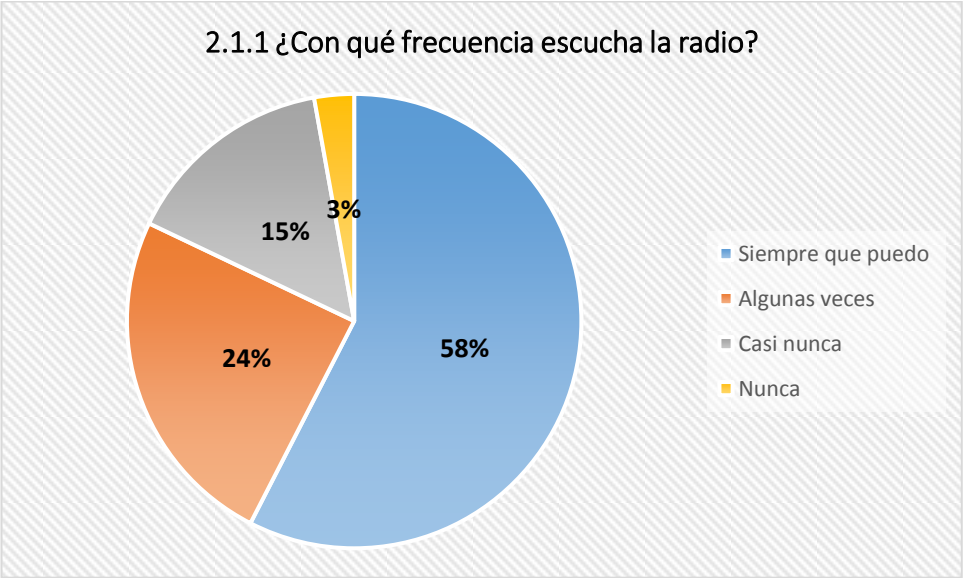
2.1.1 ¿Con qué frecuencia escucha la radio?

Cuadro no. 8: Pregunta 2.1.1.

Número	Respuestas	Total	Porcentaje
2.1.1	Siempre que puedo	61	58%
	Algunas veces	26	24%
	Casi nunca	16	15%
	Nunca	3	3%
Total		**106**	**100%**

Elaborado por: Christian Carabalí
Fuente: Encuesta

Gráfico No. 6: Pregunta 2.1.1.



Elaborado por: Christian Carabalí
Fuente: Encuesta

El 58% de los involucrados escuchan radio cada vez que pueden o tienen tiempo, el 24% algunas veces escuchan, el 15% casi nunca escuchan porque andan en otras actividades y el 3% nunca lo hacen.

2.1.2. ¿Conoce qué es una radio comunitaria?

Cuadro no. 9: Pregunta 2.1.2.

Número	Respuestas	Total	Porcentaje
2.1.2	Sí	6	6%
	No	87	82%
	Desconoce	13	12%
Total		**106**	**100%**

Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

Gráfico No. 7: Pregunta 2.1.2.

Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

El 82% no conocen lo que es una radio comunitaria, el 12% no contestaron y el 6% sí tienen conocimiento de la pregunta emitida, por lo que es prioritario instruir a la población sobre la importancia de la radio comunitaria y de los programas que son dirigidos a ellos.

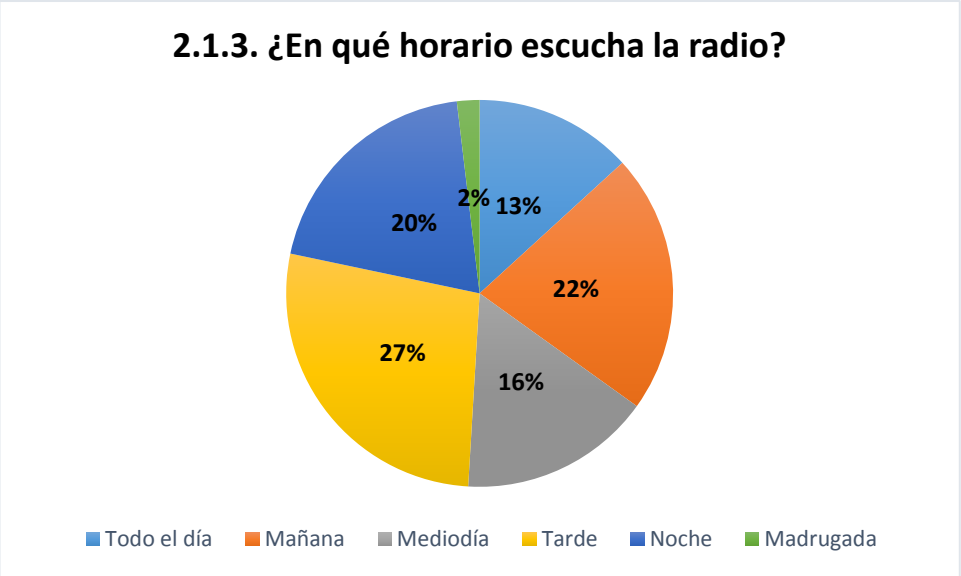
2.1.3. ¿En qué horario escucha la radio?

Cuadro no. 10: Pregunta 2.1.3.

Número	Respuestas	Total	Porcentaje
2.1.3.	Todo el día	14	13%
	Mañana	23	22%
	Mediodía	17	16%
	Tarde	29	27%
	Noche	21	20%
	Madrugada	2	2%
Total		**106**	**100%**

Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

Gráfico No. 8: Pregunta 2.1.3.



Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

El 27% les gusta escuchar la radio en la tarde, el 22% por la mañana, el 20% por la noche, el 16% al mediodía, el 13% todo el día y el 2% en la madrugada porque se dedican a cuidar fincas y haciendas.

2.1.5. Las características del medio radial te resulta más atractivo ¿Por qué?

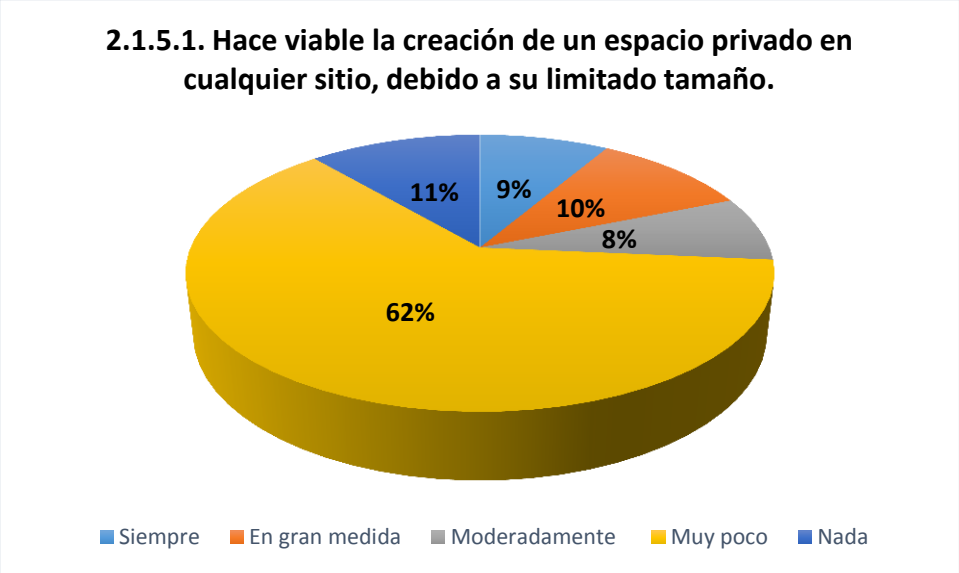
2.1.5.1. Hace viable la creación de un espacio privado en cualquier sitio, debido a su limitado tamaño.

Cuadro no. 11: Pregunta 2.1.5.1.

Número	Respuestas	Total	Porcentaje
2.1.5.1.	Siempre	9	9%
	En gran medida	11	10%
	Moderadamente	8	8%
	Muy poco	66	62%
	Nada	12	11%
Total		**106**	**100%**

Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

Gráfico No. 9: Pregunta 2.1.5.1.



Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

El 62% creen que la radio es Muy Poco atractiva, ya que solo se dedican a realizar comentarios de deportes o solo música, el 11% lo considera que estos medios de no tiene nada de privado en el momento de escucharla, el 10% consideran la privacidad en gran medida, el 9% Siempre y el 8% Moderadamente, esto identifica que los pobladores consideran poco privado la radio en el momento de comentar o difundir información.

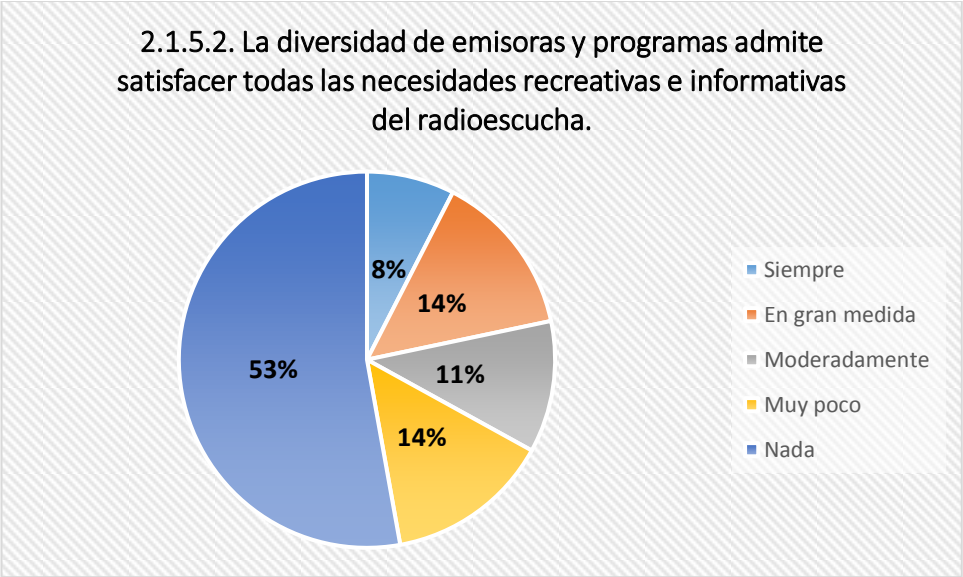
2.1.5.2. La diversidad de emisoras y programas admite satisfacer todas las necesidades recreativas e informativas del radioescucha.

Cuadro no. 12: Pregunta 2.1.5.2.

Número	Respuestas	Total	Porcentaje
2.1.5.2.	Siempre	8	8%
	En gran medida	15	14%
	Moderadamente	12	11%
	Muy poco	15	14%
	Nada	56	53%
Total		**106**	**100%**

Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

Gráfico No. 10: Pregunta 2.1.5.2.



Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

El 53% consideran que Nada porque las emisoras no varía su parrilla de programa, el 14% lo hacen en gran medida, otro 14% muy poco, el 11% moderadamente y el 8% siempre, se aprecia que la mayor parte de las radios tienen que variar su programación diaria, es decir que cubra las necesidades de los radioescuchas.

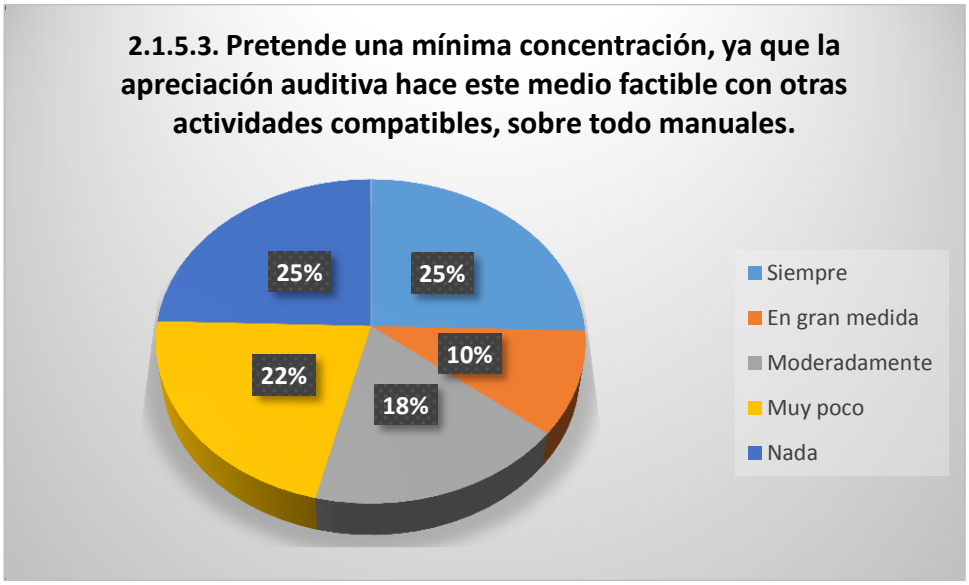
2.1.5.3. Pretende una mínima concentración, ya que la apreciación auditiva hace este medio factible con otras actividades compatibles, sobre todo manuales

Cuadro no. 13: Pregunta 2.1.5.3.

Número	Respuestas	Total	Porcentaje
2.1.5.3.	Siempre	27	25%
	En gran medida	11	10%
	Moderadamente	19	18%
	Muy poco	23	22%
	Nada	26	25%
Total		**106**	**100%**

Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

Gráfico No. 11: Pregunta 2.1.5.3.



Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

El 25% requiere siempre poca concentración para realizar diversas actividades mientras escuchan la radio, otro 25% expresan que Nada necesitan para realizar su trabajo, el 22% muy poco, el 18% moderadamente y el 10% en gran medida.

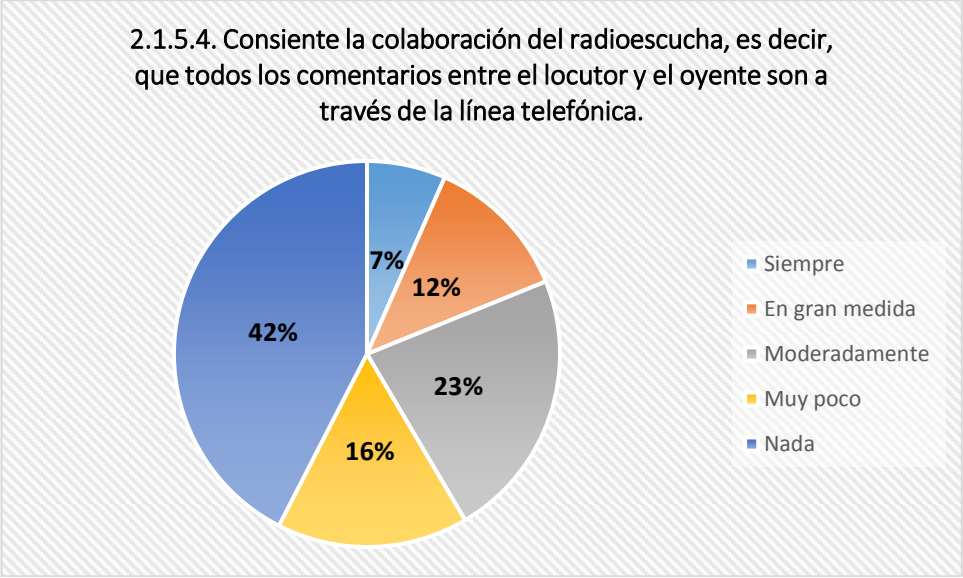
2.1.5.4. Consiente la colaboración del radioescucha, es decir, que todos los comentarios entre el locutor y el oyente son a través de la línea telefónica.

Cuadro no. 14: Pregunta 2.1.5.4.

Número	Respuestas	Total	Porcentaje
2.1.5.4.	Siempre	7	7%
	En gran medida	13	12%
	Moderadamente	24	23%
	Muy poco	17	16%
	Nada	45	42%
Total		**106**	**100%**

Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

Gráfico No. 12: Pregunta 2.1.5.4.



Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

El 42% creen que nada aporta la participación de los oyentes cuando están manteniendo un dialogo con los locutores, el 23% consideran que es moderadamente, el 16% muy poco, el 12% en gran medida y el 7% siempre.

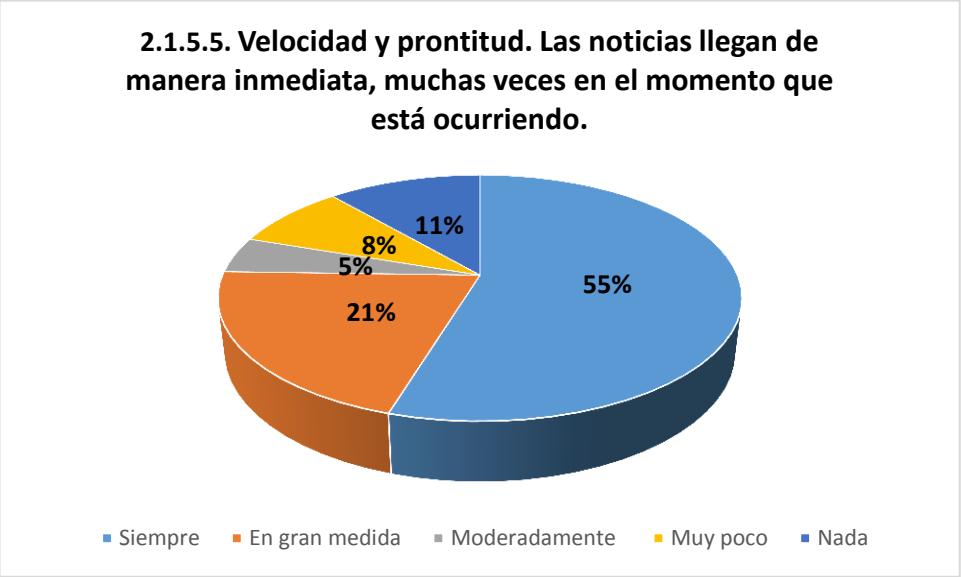
2.1.5.5. Velocidad y prontitud. Las noticias llegan de manera inmediata, muchas veces en el momento que está ocurriendo.

Cuadro no. 15: Pregunta 2.1.5.5.

Número	Respuestas	Total	Porcentaje
2.1.5.5.	Siempre	58	55%
	En gran medida	22	21%
	Moderadamente	5	5%
	Muy poco	9	8%
	Nada	12	11%
Total		**106**	**100%**

Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

Gráfico No.13: Pregunta 2.1.5.5.



Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

El 55% de los encuestados creen que la noticia siempre llega de manera rápida aunque sea grabada, el 21% en gran medida, el 11% consideran que nada, el 8% muy poco y el 5% moderadamente.

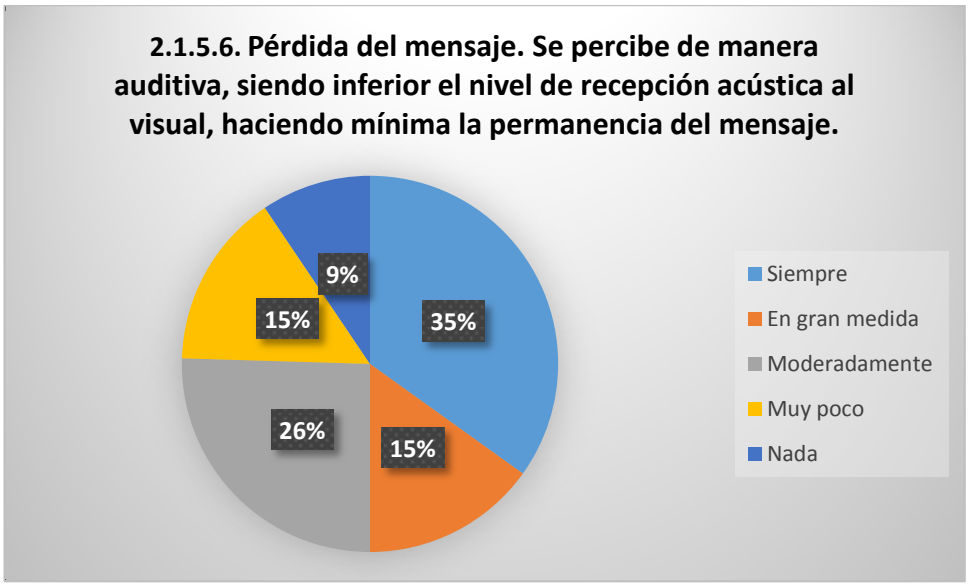
2.1.5.6. Pérdida del mensaje. Se percibe de manera auditiva, siendo inferior el nivel de recepción acústica al visual, haciendo mínima la permanencia del mensaje.

Cuadro no. 16: Pregunta 2.1.5.6.

Número	Respuestas	Total	Porcentaje
2.1.5.6.	Siempre	37	35%
	En gran medida	16	15%
	Moderadamente	27	26%
	Muy poco	16	15%
	Nada	10	9%
Total		**106**	**100%**

Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

Gráfico No. 14: Pregunta 2.1.5.6.



Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

El 35% creen que siempre no toman atención en el momento de emitirse una noticia importante, el 26% moderadamente lo hacen, el 15% en gran medida, otro 15% muy poco y el 9% nada.

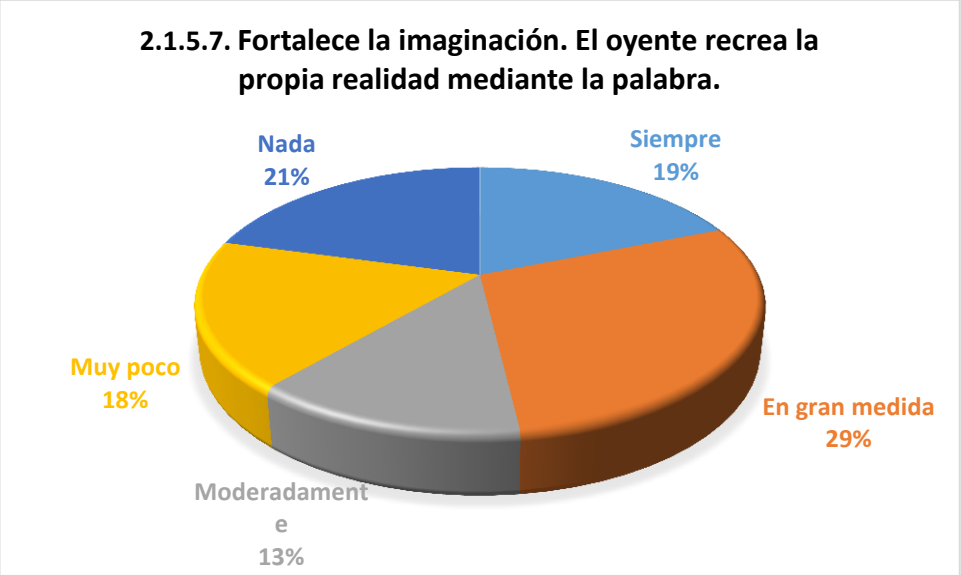
2.1.5.7. Fortalece la imaginación. El oyente recrea la propia realidad mediante la palabra.

Cuadro no. 17: Pregunta 2.1.5.7.

Número	Respuestas	Total	Porcentaje
2.1.5.7.	Siempre	20	19%
	En gran medida	31	29%
	Moderadamente	14	13%
	Muy poco	19	18%
	Nada	22	21%
Total		**106**	**100%**

Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

Gráfico No. 15: Pregunta 2.1.5.7.



Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

El 29% en gran medida imaginan cómo se desarrolla la noticia, el 21% nada hacen es decir no usan su imaginación, el 19% lo hacen siempre, el 18% muy poco y el 13% moderadamente.

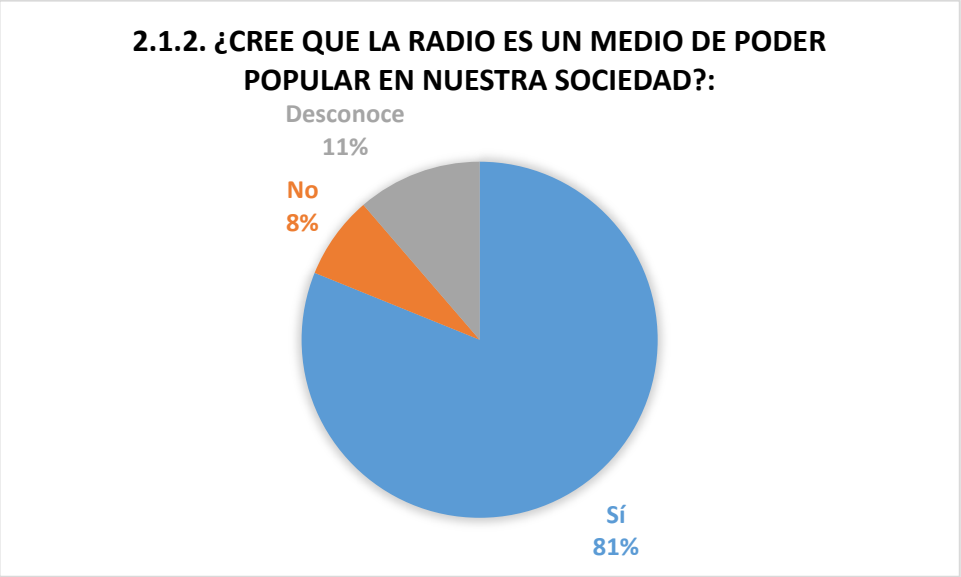
2.1.2. ¿Cree que la radio es un medio de poder popular en nuestra sociedad?:

Cuadro no. 18: Pregunta 2.1.2.

Número	Respuestas	Total	Porcentaje
2.1.2.	Sí	86	81%
	No	8	8%
	Desconoce	12	11%
Total		**106**	**100%**

Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

Gráfico No. 16: Pregunta 2.1.2.



Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

El 81% si consideran a la radio como un medio con poder popular en nuestra sociedad o comunidad, el 11% desconoce y el 8% no lo consideran.

3. SINTONIZACIÓN RADIAL

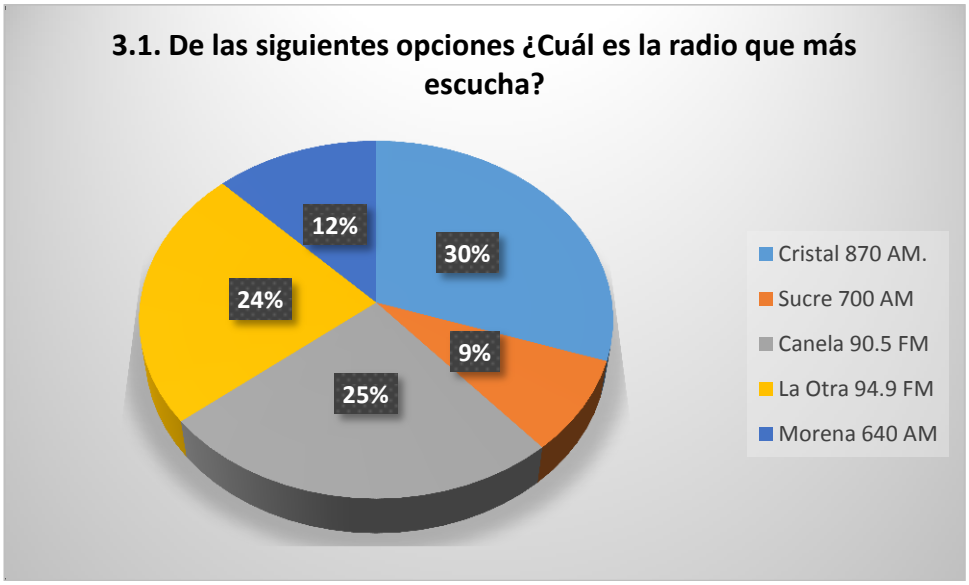
3.1. De las siguientes opciones ¿Cuál es la radio que más escucha?

Cuadro no. 19: Pregunta 3.1.

Número	Respuestas	Total	Porcentaje
3.1.	Cristal 870 AM.	32	30%
	Sucre 700 AM	9	9%
	Canela 90.5 FM	27	25%
	La Otra 94.9 FM	25	24%
	Morena 640 AM	13	12%
Total		**106**	**100%**

Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

Gráfico No. 17: Pregunta 3.1.



Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

El 30% escuchan radio Cristal 870 AM, por ser una emisora de gran trayectoria en el medio local, el 25% escuchan Canela 90.5 FM, el 24% radio La Otra 44,9 FM, el 12% Morena 640 AM y el 9% Sucre de Cadenar 700 Am, en esta interrogante se ve que la gente escucha más la radio.

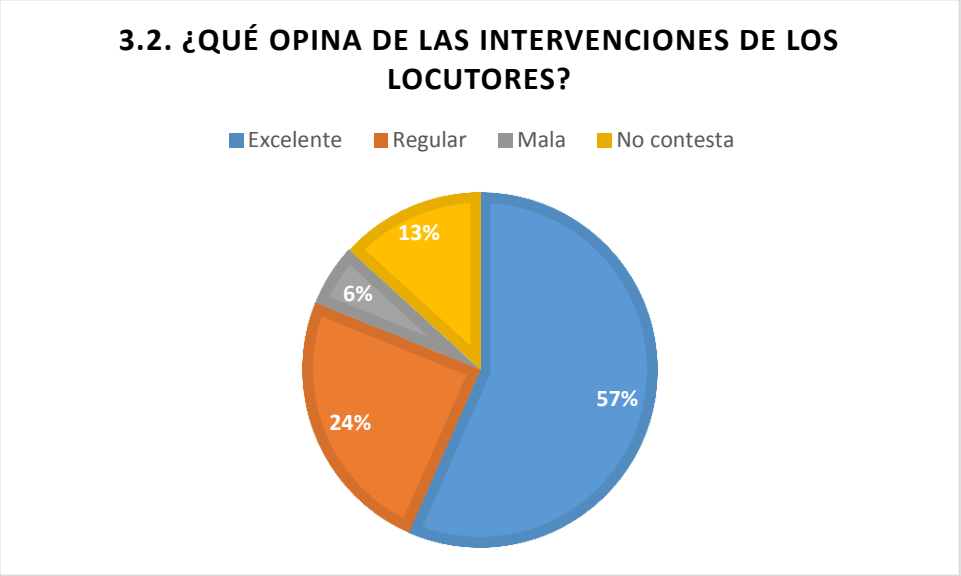
3.2. ¿Qué opina de las intervenciones de los locutores?

Cuadro no. 20: Pregunta 3.2.

Número	Respuestas	Total	Porcentaje
3.2.	Excelente	60	57%
	Regular	26	24%
	Mala	6	6%
	No contesta	14	13%
	Total	**106**	**100%**

Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

Gráfico No. 18: Pregunta 3.2.



Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

El 57% consideran Excelente la intervención y opinión de los locutores, el 24% regular, el 13% no contesta y el 6% mala, esto explica que la presencia del locutor es necesaria en el medio, pero que conozca de cultura general y tenga juicio de criterio.

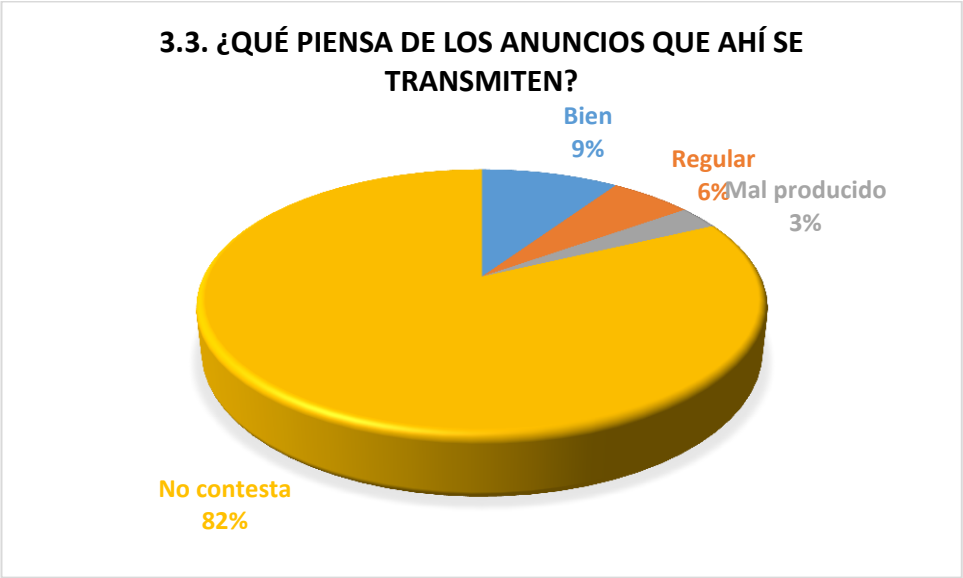
3.3. ¿Qué piensa de los anuncios que ahí se transmiten?

Cuadro no. 21: Pregunta 3.3.

Número	Respuestas	Total	Porcentaje
3.3.	Bien	10	9%
	Regular	6	6%
	Mal producido	3	3%
	No contesta	87	82%
	Total	**106**	**100%**

Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

Gráfico No. 19: Pregunta 3.3.



Elaborado por: Christian Carabali
Fuente: Encuesta

El 82% no contestan ante esta interrogante ya que los anuncios que emiten en las radios no le llaman la atención, excepto cuando es importante, el 9% bien, el 6% regular y el 3% mal producido.

CAPÍTULO V
PROPUESTA

Implementación de un proyecto radial comunitario en el sector de Casa Viejas del km 22 vía a la costa

5.1. Área de trabajo

Comunicación Popular y participativa

5.1.1. Responsable

Christian Carabali Quiroz

5.1.2. Destinatarios

Habitantes de Casas Viejas del cantón Chongón

5.2. Fundamentación teórica de la propuesta

Para la implementación de la radio:

La radio comunitaria logrará aportar significativamente en las interpretaciones políticas, culturales e informativas del lugar, así mismo en los diferentes procesos destinados a lograr un cambio de actitud en la población, por eso es importante abrir espacio que les permita tener a los moradores participación activa en la construcción de opinión pública, estará dotada de un equipo técnico que se encargará de operar en control, sonido, programa y música, se contará con presentadores de los diversos programas, como también la producción estará encargada de la logística como el secretario, el productor, recepcionista y telefonista del medio comunitario.

El equipo de redacción estará estructurado por dos periodistas profesionales y dirigentes de la comuna.

La radio contará con programas diarios, especialmente emitiendo informaciones importantes para la localidad.

Fundamentación Sociológica

Con la creación de este medio comunitario, se involucra a toda una colectividad por lo que no solo la transmisión se hará en Casas Viejas si no que permitirá que los sectores aledaños se involucren y se informen sobre las problemáticas de cada sector los mismos que conllevan a darle una pronta y efectiva solución.

Fundamentación Educativa

La radio comunitaria además de promover un desarrollo sociocultural, fomentará diversos temas que conlleven a la ciudadanía a formar su propio criterio incrementando su capacidad en la toma de decisiones individuales y colectivas.

La educación y preparación es el pilar fundamental para que una sociedad se desarrolle con eficacia, y por ello se brindará capacitaciones a la comunidad con la finalidad que su aplicación sirva como mecanismo de generar ingresos y mejoramiento en la economía de los comuneros.

Fundamentación Legal

En la fundamentación Legal, la propuesta está amparada en la constitución Sección Tercera, Ley de la Comuna, Ley del Ejercicio Profesional, Ley de Comunicación y Ley de Radiodifusión y Televisión, Régimen del Buen Vivir.

5.3. Nombre de la propuesta

CAVIE - “La Voz de Casas Viejas”

5.4. Beneficiados

Habitantes de Casas Viejas, San Jerónimo I y II, Bajo Verde, El Cerro, entre otros.

5.5. Justificación

El aprendizaje es uno de los procesos más comunes del ser humano por lo que a medida que transcurre el tiempo el hombre explora nuevos cambios a través de sus sentidos obteniendo experiencias de la que acumula una gama conocimientos de distinta naturaleza; siendo así que podemos decir que actualmente el ser humano se encuentra inmerso en donde la información fluye a una gran velocidad de manera constante e incesante sin tener la oportunidad de verla mucho menos reflexionarla.

Los medios de comunicación marcan una importancia trascendental dentro de cualquier sociedad pues es la vía que permite al ser humano obtener información aunque en ocasiones los contenidos que los medios presentan no representan un beneficio a la sociedad.

La radio comunitaria es el medio más cálido en el campo estratégico de acción social, con un sistema tecnológico de comunicación que apunta a una transformación social inmediata, por lo que su transmisión no sólo se basa en un determinado sector sino que masivamente involucra a un sinnúmero de personas que tienen algo en común.

.

De allí nace la importancia de las comunidades rurales en manejar su propio medio de comunicación la cual va establecida en la presente propuesta, la implementación de una radio comunitaria como gestora del cambio para mejorar la calidad de vida de su gente.

El estudio realizado a través de las encuestas demostró cuan factible es poder mantener una radio comunitaria en la Casas Viejas porque existe la predisposición de los habitantes en mantener la misma a través de la cabecera parroquial por lo que involucrará a todos los ciudadanos de las localidades que en muchas ocasiones no son tomados en cuenta.

Así mismo este medio dará apertura al cambio social apuntado siempre a promover mecanismos que faciliten mejorar la calidad de vida e intelectual de cada ciudadano en donde los verdaderos protagonistas de este cambio sean los niños, jóvenes y adultos de esta localidad.

Por otro lado es primordial en este sector la implementación de un medio de comunicación por lo que en la actualidad no existe ningún medio ya sea televisivo, radial, escrito o digital que facilite información local, las radios que nos facilitan información no abarcan a todos los sectores rurales debido al factor tiempo y distancia. No le permite difundir al instante noticias, es por eso que es necesario tener un medio local para desarrollar información al instante.

La radio comunitaria debe contar con personas profesionales en comunicación, con un verdadero trabajo informativo y sobretodo que muestre un verdadero compromiso con las necesidades y aspiraciones de las comunidades, con sus proyectos en el campo educativo, social económico cultural fortaleciendo la conciencia social y la aplicación del ejercicio de los derechos ciudadanos. Pues así los habitantes se identificaran con su propio medio que les conllevara a la transformación personal y comunicacional.

A través de este medio comunitario será posible hacer prevalecer sus derechos que tienen como ciudadano y a través de su voz harán escuchar las diferentes necesidades que los atañe por vivir en sectores apartados. También facilitará la conexión y convivencia con otras localidades gracias a que estará al servicio no solamente de los sectores rurales sino de todas las poblaciones aledañas.

5.6. Objetivos:

5.6.1. General

- Implementar una radio comunitaria con el nombre “CAVIE” - La voz de Casas Viejas, donde se difundirá contenidos sociales, económicos, culturales y educativos para lograr la transformación socio-cultural de los habitantes de este sector y sus alrededores.

5.6.2. Específicos

- Defender el proyecto de radio comunitaria donde se garantizará la oportunidad en el momento de darle voz a los grupos o personas que han sido olvidadas.
- Brindar a la comunidad el espacio del diálogo y la expresión sobre los problemas y vicisitudes que tengan en el sector.
- Planificar de manera constante con el personal del medio radial, la programación semanal.
- Orientar a la comunidad sobre temas sociales, culturales, turísticos, educativos y deportivos.
- Desarrollar una cultura de interés social que aporte a la formación del ser humano.
- Brindar espacios de opinión pública a toda la comunidad.

5.7. Descripción de la Propuesta:

La implementación de la radio comunitaria será la herramienta que poseerán los habitantes de Casas Viejas para transmitir las necesidades a las diferentes organizaciones, el mismo que fomentará el desarrollo social y cultural de la ciudadanía con un verdadero trabajo investigativo. Este espacio da apertura para lograr una interacción con la comunidad y fomentar la participación ciudadana haciendo prevalecer sus derechos y por ende obtendrán un direccionamiento comunal con voz y voto de pertenencia.

La radio comunitaria es un medio por y para las personas de esta comunidad educando y capacitando a los habitantes de la localidad para que conozcan el manejo de la comunicación, por lo tanto, se convierte en un gestor de la transformación social en una faceta laboral y educativa muy importante.

5.7.1. Descripción

La radio tendrá un enfoque de género y derecho, donde los habitantes de Casas Viejas, puedan tener voz para expresarse sobre los problemas sociales que tienen en el sector donde habitan.

La implementación de la radio comunitaria, dará a conocer este sector del cantón Guayaquil, pero también los moradores de las zonas aledañas será transmitido todos los días, para que todos los habitantes de Casas Viejas y sus alrededores puedan comunicar sus ideas y exista una retroalimentación o feedback.

Es importante determinar la característica del medio radial comunitario en las programaciones:

Programación diaria

Noticiero nacional y local

Programas educativo que conlleve al fortalecimiento comunitario

Programas culturales y empresarial agrícola

Programación musical diferentes géneros musicales.

Programas con enfoque de género y derecho

Otros

5.7.2. Impacto

La radio comunitaria “CAVIE” - “La voz de Casas Viejas¨ no solo se mantendrá informada a la población sino que la audiencia del sector rural aledaño recibirá noticias de relevancia local.

De esta manera se contribuirá a la población para que exista una mejor organización que apunte al desarrollo sociocultural de cada una de las familias que habitan en el lugar y sus alrededores.

5.7.3. Tipo de programa

La parrilla o programación radial está conformada por un 20% de información general, 25% entrevistas, 25% participación de la audiencia, 10% cultura y arte, 10% entretenimiento y 10% de identificación de la emisora. Los temas a tratar son relacionados a la educación, información noticiosa, proyectos y actividades culturales.

5.7.4. Audiencia Objetivo / Útil

5.7.4.1. Caracterización del programa

Dirigida a: Jóvenes, Adultos, Familia y Público en general, ubicados entre los 15 años en adelante; específicamente una audiencia joven-adulta

contemporánea, compuesta por la clase trabajadora, amas de casa, estudiantes y/o profesionales;. Localizada en Casas Viejas km 22 via a la Costa del cantón Guayaquil.

5.7.4.2. Horario de transmisión

Se transmitirá todos los días.

5.7.4.3. Duración del programa

60 minutos por cada programa que se emita en la radio

5.7.4.4. Forma de participación de la audiencia

A través de llamadas al aire, mensajes de texto, entrevistas, correo electrónico y concursos.

5.8. Descripción detallada de la propuesta

La implementación de la radio comunitaria será la herramienta que poseerán los habitantes de Casas Viejas para transmitir las necesidades de los pobladores a través de la información con un verdadero trabajo investigativo, este espacio abrirá un área de interacción entre el medio y la comunidad, por ende obtendrán un direccionamiento comunal con voz y voto de pertenencia, se estará seguro del propósito hacia la trasformación social a través de este medio comunitario.

De esta manera se ofrecerá un servicio por y para las personas de esta comunidad.

5.9. Recursos:

El trabajo de titulación es factible porque no existe una radio comunitaria en el sector, donde los habitantes de Casas Viejas puedan estar informados de todos los problemas y pormenores que tiene esta zona de la parroquia Chongón.

5.9.1. Financiero y Humano

Cuadro No. 22: Equipos de transmisión

Descripción	Valor
Transmisor – excitador	500.00
Antena de banda ancha	600.00
Cable de ½	200.00
Conectores para cable	60.00
TOTAL	**1.360,00**

Elaborado por: Christian Carabali

Cuadro No. 23: Equipos de medición

Descripción	Valor
Modulación	200.00
Frecuencímetro	400.00
Antena para frecuencímetro	80.00
TOTAL	**680,00**

Elaborado por: Christian Carabali

Cuadro No. 24: Opcional

Descripción	Valor
Software para sistematizar la estación	700.00
Tarjeta de audio	200.00
TOTAL	**900,00**

Elaborado por: Christian Carabali

Cuadro No. 25: Torre y sistemas de tierra

Descripción	Valor
Torre triangular en lámina	400.00
Kit para trasmisores	800.00
Estabilizador	200.00
TOTAL	**1400,00**

Elaborado por: Christian Carabali

Cuadro No. 26: Equipos de estudio

Descripción	Valor
Generador estéreo	500.00
Consola 6 canales	300.00
Reproductor de CD	800.00
Deck	700.00
Minidisco	600.00
Audífonos	190.00
Micrófonos	220.00
Bases para micrófonos	500.00
Kit materiales de instalación	200.00
TOTAL	**$4.010,00**

Elaborado por: Christian Carabali

Cuadro No. 27: Recursos Humanos

Descripción	Valor
1 Director de medio	600.00
2 reporteros	500.00
2 presentadores de noticias	600.00
Materiales de oficina	200.00
TOTAL	**$1,900.00**

Elaborado por: Christian Carabali

Para la implementación de la radio comunitaria se invertirá en equipos $8.350,00, los mismos que ayudaran para la transmisión de los programas en vivo desde el sector de San Jerónimo II de Casas Viejas, y la inversión del personal o recursos humanos es de $ 22.800 dólares al año.

Técnica

Para lograr a través de la radio un trabajo investigativo con informaciones veraz y objetiva es necesario tomar en cuenta los siguientes materiales:

Cuadro No. 28: Recursos Tecnológicos

Descripción	Valor
1 computadora con impresora	700.00
2 pendrive	40.00
3 grabadoras digitales	300.00
2 radio receptor	200.00
2 celulares	300.00
TOTAL	**$1,540.00**

Elaborado por: Christian Carabali

Para el financiamiento de la radio comunitaria se procederá a tener el apoyo de la dirigencia comunal, como también de alguna ONG que ayude con el presupuesto que se invertirá en la radio.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

Al finalizar el presente trabajo de titulación, se puede concluir que debe figurar una necesidad de investigación aplicada sobre Avance, incluyendo métodos, gestiones, inclusión, entre otros términos. Esto a partir de pequeñas y grandes inserciones en las comunidades. Los patrones y marcos teóricos son necesarios, así como las operaciones rigurosas y basadas en datos verificables para considerar un proceso de desarrollo.

Se ha podido concluir que la propuesta de implementar una radio comunitaria ha generado diferentes reacciones en el sector, la mayoría favorables y optimistas en cuanto al cambio integral que se demanda en dicha comunidad, esperando que se produzca un verdadero cambio que precisamente es lo que piden los habitantes y para ello debe existir una buena calidad y dinamismo en la programación.

La historia ha demostrado que en la parroquia Chongón es necesaria la implementación de un medio de comunicación que refleje las posturas ideológicas de los habitantes ya que nunca ha existido en el sector un espacio para que de manera voluntaria y responsable los comuneros expresen sus ideas frente a las decisiones políticas que atañen su diario vivir.

La implementación de una radio comunitaria en la parroquia, es un proyecto que a lo largo de su diseño y socialización ha demostrado que es un aporte importante desde la comunicación para el desarrollo de este sector del país es por ello que con la propuesta presentada a la población se comprobó que mediante un proceso participativo, en donde todos los

sectores de la parroquia se vean involucrados y representados, es factible la consecución de un proyecto de esta magnitud beneficiando a todos sus habitantes.

Se pudo concluir que para la implementación del proyecto radial fue necesario antes identificar, analizar y estudiar; la condición en la que se encuentra la parroquia frente a las parroquias colindantes, a la provincia y frente al gobierno central; es así que al revisar la historia social política y económica de la comunidad se evidenció como los gobiernos provinciales y centrales de turno, han tenido presente a la comuna Casas Viejas solo en procesos electorales; de igual forma se registró los escasos beneficios que la parroquia Chongón ha recibido de las administraciones de los gobiernos seccionales, a pesar de que la comunidad aporta considerablemente con el turismo del cantón; también es necesario mencionar que a lo largo del proceso de investigación y análisis se pudo verificar la insuficiencia de los servicios básicos como luz eléctrica, agua potable, alcantarillado y telefonía fija.

Se concluyó que, al diseñar la propuesta fue necesario e indispensable procurar que el documento final sea corto, claro y concreto; puesto que ello facilitará su difusión y socialización. El ejercicio de investigación teórica e histórica que se expuso al principio de la presente; en primer lugar, servirá como fuente de consulta o apoyo para todos quienes estén en la búsqueda de material bibliográfico que aborde el surgimiento del medio radial a escala mundial hasta llegar a nuestro país; en segundo lugar, el proceso de investigación teórica sirvió para que la elaboración de la propuesta tenga bases sólidas que aseguren su factibilidad y éxito.

6.2 RECOMENDACIONES

Se recomienda que como punto de partida se analice las situaciones de desarrollo a trabajar, posteriormente se necesita realizar un proceso de inserción en la comunidad para conocer sus principales necesidades y problemas que los aqueja, de esta manera el comunicador puede usar las TIC como recursos o herramientas para generar soluciones.

No se debe intentar generar un proyecto de desarrollo sin antes considerar la inserción, de esto depende el éxito del proceso. Para la implementación de una radio comunitaria se recomienda realizar un análisis ético, social, psicológico de la comunidad, este examen servirá para elegir el formato adecuado en la programación, en este caso un formato de aspecto informativo-educativo que genere cambios sociales y que preserve las costumbres y tradiciones que existen en la comunidad.

Se recomienda hacer una profunda revisión histórica de la parroquia antes de implementar un proyecto de corte social, esto permitirá conocer cuáles fueron sus problemas, sus necesidades y vicisitudes. Es precisamente esta misma historia la que en el presente va a configurar las soluciones que se deben crear ante los problemas que ocasionaron un caos en el pasado

Para la realización de un proyecto que tenga como consecución final, la implementación de una radio comunitaria en una parroquia determinada de nuestro Ecuador; es preciso que se identifique de manera clara y oportuna los antecedentes históricos de la localidad, para dicha identificación es recomendable el acercamiento directo con los líderes locales, quienes por su posición política podrán aportar con datos, cifras e información que contribuya al diseño del proyecto, enfocado a satisfacer las necesidades de la zona.

Para una óptima acogida del proyecto, se recomienda que una vez diseñado sea socializado a través de varias estrategias de información, tales como: talleres, publicidad y conversatorios con la población, ya que al involucrar directamente a la comunidad, estamos asegurando la opinión pública de todos los sectores que componen la parroquia Chongón, y a su vez estamos comprometiendo a la comunidad con el proyecto, su sostenimiento y continuidad.

Para un buen diseño del proyecto, que refleje las necesidades y problemas que atañen a la comunidad, se recomienda que exista un acercamiento con sus habitantes, con la intención de obtener información histórica veraz y oportuna, que nos permita diseñar una propuesta clara y que contemple todas las preocupaciones que afligen a sus habitantes.

La aceptación de la propuesta por parte de la población va a depender en gran magnitud a la identificación de sus necesidades, para ello se recomienda que se lo ubique desde el marco político, social y económico; además de todo aspecto requerido por la comuna. Para que el documento final posea una buena síntesis y sintaxis es necesario que se ejecute un profundo y minucioso ejercicio de edición, procurando así evitar errores gramaticales y ortográficos. Se recomienda que antes del diseño y socialización de la propuesta se realice una investigación bibliográfica y una profunda comprensión, de tal manera que toda la teoría adquirida sea posible llevar a la práctica.

BIBLIOGRAFÍA

Calleja, A., & Solís, B. (2007). ¿Qué es la radio comunitaria? La radiodifusión comunitaria. En *Con permiso La radio comunitaria en México* (pág. 25). México D.F.: AMARC-México Asociación Mundial de Radios Comunitarias México.

Figueroa, R. (1997). *¡Qué onda con la Radio!* Mexico DF: Alambra Mexicana .

Galarza, T. (Febrero de 2003). *Estrategías interactivas enla Radio Comunitaria Educativa.* Obtenido de http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4114/tgc1de1.pdf

Garza. (1998). El impacto social y personal de este medio admirable. En *La Radio, presente y futuro* (págs. 231-232). Monterrey: Edamex.

Girad, B. (2009). *La radio comunitaria en el mundo.* Obtenido de Radio Apasionados: http://www.comunica.org/apasionados/pdf/capitulo1.pdf

Girard, B. (2012). *Radio Apasionados.* Obtenido de Capitulo 1 Introduccion: La radio comunitaria en el mundo : http://www.comunica.org/apasionados/pdf/capitulo1.pdf

Gumucio Dagron, A. (2005). Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios. *Punto Cero v.10 n.10* , 3.

Gumucio Dagron, A. (Enero de 2005). *Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios.* Obtenido de Punto Cero v.10 n.10 Cochabamba : http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1815-02762005000100002&script=sci_arttext

Hugo, Z. (1992). *Los Horizontes de la Razón.* Mexico: Editoriall del Hombre.

López Vigil, J. I. (1997). *Manual urgente para Radialistas Apasionados.* Quito : Inti Barrientos.

Motta, G. (1998). Diccionario de la Comunicación. Madrid. España.

ONU MUJERES. (2004). *Radio comunitaria*. Obtenido de http://www.endvawnow.org/es/articles/1270-radio-comunitaria-.html

Quevedo Méndez, V. (2003). Una agenda política de la sociedad civil. *Foro Ciudadano II* (pág. 77). Lom. Chile: Foro Ciudadano .

Ramírez C., J. D. (2004). Creación, desarrollo y proyecciones de la Radio Comunitaria en el sur de Chile. *Revista Austral de Ciencias Sociales 8*, 109.

Registro Oficial. (2008). *Constitución de la República del Ecuador.* Quito. Ecuador: Registro Oficial.

Sabrera Ortiz, S. A. (2002). *Radio comunitaria: alternativa de comunicación y desarrollo en el Distrito de San Martín de Porres de Lima Metropolitana.* . Obtenido de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/tesis/human/sabrera_o_s/cap3.htm

Saffon, M. P. (2007). EL DERECHO A LA COMUNICACIÓN: UN DERECHO EMERGENTE: Crisis de los medios de comunicación tradicionales. En *Ya no es posible el silencio* (pág. 20). Bogotá. Colombia .

Saffon, M. P., & Uprimny, R. (2007). En busca de una voz. En *Ya no es posible el silencio* (pág. 224). Bogotá. Colombia : Centro de Competencia en Comunicación.

Villamayor, C., & Lamas, E. (1998). *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana.* Quito, Ecuador : Amarc.

ANEXOS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA COMUNA CASA VIEJAS, UBICADA EN EL KM 22 VÍA A LA COSTA

Estimado señor/ra soy estudiante egresado de FACSO, estoy realizando un estudio acerca de la realidad social de la comuna. Para ello he confeccionado el presente cuestionario que tiene como objetivo conocer todos los aspectos relacionados con el tema de referencia. Este estudio busca identificar respuestas desde la Universidad de Guayaquil a los habitantes de Casas Viejas, solicito de ustedes sus más sinceras contestaciones ya que me serán de gran ayuda. Muchas gracias por la colaboración prestada.

ZONA: 8. Cantón Guayaquil 8.1. Parroquia Chongón – Casas Viejas ( )

8.1. Cantón Guayaquil. 8.1.1. Parroquia Chongón – Comuna (_____)

8.2. Cantón Guayaquil. 8.2.1. Parroquia (_____)

Encierre en un círculo el número de la respuesta que corresponda con su criterio

1.-DATOS GENERALES

#	Edad:	#	Sexo	#	Sector Laboral	#	Nivel de estudio
1	18-25 años	1	Femenino	1	Agricultor	1	Sin estudios
2	26-30 años	2	Masculino	2	Artesano	2	Primaria
3	31-35años			3	Empleado	3	Secundaria
4	36-40 años			4	Estudiante	4	Superior
5	41-55 años			5	Profesional	5	Postgrado
6	56 o más años			6	Ama de casa		

2.- NIVEL DE SINTONÍA RADIAL

2.1. Cuestiones

2.1.1 ¿Con qué frecuencia escucha la radio?

N°	
1	Siempre que puedo
2	Algunas veces
3	Casi nunca
4	Nunca

2.1.2. ¿Conoce qué es una radio comunitaria?

Si	No	Desconoce
1	2	3

2.1.3. ¿En qué horario escucha la radio?

N°	
1	Todo el día
2	Mañana
3	Mediodía
4	Tarde
5	Noche
6	Madrugada

2.1.4. ¿Qué tipo de programa radial escuchas?

N°	
1	Informativos
2	Culturales
3	Magazines
4	Dramáticos
5	Musicales
6	Deportivos
7	Consultorios
8	Otro especifique:

2.1.5. Las características del medio radial te resulta más atractivo ¿Por qué?

N°		**Siempre**	**En gran medida**	**Moderadamente**	**Muy poco**	**Nada**
1	Hace viable la creación de un espacio privado en cualquier sitio, debido a su limitado tamaño.	1	2	3	4	5
2	La diversidad de emisoras y programas admite satisfacer todas las necesidades recreativas e informativas del radioescucha.	1	2	3	4	5
3	Pretende una mínima concentración, ya que la apreciación auditiva hace este medio factible con otras actividades compatibles, sobre todo manuales.	1	2	3	4	5
4	Consiente la colaboración del radioescucha, es decir, que todos los comentarios entre el locutor y el oyente son a través de la línea telefónica.	1	2	3	4	5
5	Velocidad y prontitud. Las noticias llega de manera inmediata, muchas veces en el momento que está ocurriendo.	1	2	3	4	5
6	Perdida del mensaje. Se percibe de manera auditiva, siendo inferior el nivel de recepción acústica al visual, haciendo mínima la permanencia del mensaje.	1	2	3	4	5
7	Fortalece la imaginación. El oyente recrea la propia realidad mediante la palabra.	1	2	3	4	5

2.1.2. ¿Cree que la radio es un medio de poder popular en nuestra sociedad?:

Si	No	Desconoce
1	2	3

4. SINTONIZACIÓN RADIAL

3.1. De las siguientes opciones ¿Cuál es la radio que más escucha?

N°	
1	Cristal 870 AM.
2	Sucre 700 AM
3	La Otra 94.9 FM
4	Canela 90.5 FM
5	Otro especifique:

3.2. ¿Qué opina de intervenciones de locutores?

N°	
1	Excelente
2	Regular
3	Mala
4	No contesta

3.3. ¿Qué piensa de los anuncios que ahí se transmiten?

N°	
1	Bien
2	Regular
3	Mal producidos
4	No contesta

ENTREVISTA

Entrevistador: Christian Carabali

Entrevistado: José Jiménez – Presidente y Representante Legal con nombramiento de San Jerónimo Casas Viejas.

¿Cómo están organizados políticamente en Casas Viejas?

No hay Cabildo en Casas Viejas. La autoridad dentro de la comuna es la liquidadora, la abogada Leonor Mantilla, pero los sectores tienen cada uno su respaldo legal que son los comités y cada comité tiene su acuerdo ministerial, con su propio directorio actualizado y de esta manera tratamos de manejarnos en orden

¿Cuál es el apoyo del Municipio en cuanto a obras para la comunidad?

El desarrollo de los sectores depende de los dirigentes. Si el dirigente es activo y trata de gestionar con eficiencia su trabajo y presiona a las autoridades consigue obras.

¿Cómo ve Ud. la posición de la población frente a los nuevos proyectos que se avecinan entre ellos el nuevo aeropuerto?

En la actualidad la Fundación Aeroportuaria de Guayaquil que pertenece al Municipio es quien está tratando precisamente de mejorar la calidad de vida de cada uno de nosotros y de nuestros sectores adelantándose a la construcción del nuevo aeropuerto de Guayaquil.

¿Cree que el nuevo aeropuerto beneficiaría a la población?

En realidad siempre se cree que va a beneficiar pero yo pienso que nos va a traer más problemas y como ejemplo tenemos el actual aeropuerto

de Guayaquil, antes de que se construya el aeropuerto eso tuvo que haber sido grandes extensiones de tierra, y seguramente en sus alrededores habitaban muchos agricultores y campesinos. Toda esa gente nunca recibió una pensión o algún beneficio. Cuando se construya en este sector el nuevo aeropuerto obviamente traerán a profesionales del extranjero y de la ciudad para que trabajen en la construcción y a los habitantes de aquí que también somos profesionales y otros albañiles no se nos tomará en cuenta por ello beneficio como tal no creo que tengamos.

¿Ud. qué opina de las radios comunitarias?

Nosotros nunca hemos estado cerca de las radios comunitarias, yo especialmente no tengo experiencia en esa área.

¿Sería beneficioso para la comunidad una radio comunitaria?

Nosotros siempre hemos aspirado tener un medio en donde nuestra voz sea escuchada. Incluso considero que al menos debería existir un mini periódico en el sector para difundir nuestro pensar, nuestras aspiraciones y necesidades. Aquí nos hacemos escuchar tocándole la puerta al municipio y a las autoridades pero realmente no nos hemos valido de otro medio.

¿Cómo se trabaja respecto al área comunicativa o informativa?

Nosotros hacemos asambleas y las convocatorias por medio de volantes que son repartidas con varios días de anticipación. En las asamblea que realizamos se comunican lo que está aconteciendo y los proyectos a realizarse.

¿De acuerdo a su análisis como dirigente poblacional, cuál es la instrucción educativa de la mayor parte de la población de Casas Viejas?

Dentro de la comuna Casas Viejas hay bastantes profesionales entre ellos ingenieros, abogados, licenciados etc. No puedo decir que es un pueblo ignorante pero si hay mucha gente humilde que no tiene recursos para poder salir adelante o emprender proyectos y desarrollarse.

¿Cómo es el tipo de vivienda de los habitantes de Casas Viejas?

Aún existen casas de caña pero en estos últimos años la población se ha esforzado por mejorar su vivienda. Esta zona anteriormente era puro lodo, basura, chanchos en cada esquina y ha sido duro educar a la gente y gracias al esfuerzo de la comunidad hemos logrado conseguir el asfaltado y supuestamente está proyectado el alcantarillado para el presente año, eso ha logrado que la gente vaya cambiando su manera de pensar y se esfuerce por mejorar su vivienda y no haya basura en las calles.

¿A qué se debe que la plusvalía se haya disparado en este sector?

Básicamente a los servicios básicos que hoy en día se nos está dando, y sobretodo que ya somos declarados como área urbana.

¿Por qué se venden terrenos en la comuna cuando de acuerdo a la Ley de Comunas está prohibido?

Lo que sucede es que dentro de la comuna ya hay escrituras públicas, que constan en el registro de la propiedad, en el momento que pasa esto prácticamente deja de ser lo que es, una comuna, y se convierte en un área municipal. Pasa esto en parte por la ignorancia de los comuneros que venden un sitio luego llega una nueva ley y quieren que le devuelvan

tierras que ya han sido vendidas, entonces es un conflicto social que se está formando debido a que la comuna ya entró en liquidación en un 90 por ciento.

¿Es cierto que la parroquia Chongón se opone a que el municipio intervenga en la zona?

La confusión que existe en Chongón, es que muchas veces los medios de comunicación no investigan antes de informar a la sociedad, sino que simplemente lanzan la noticia y confunden más a las personas. No es que la sociedad se opone al desarrollo. La parroquia no es el centro del poblado, solo es la cabecera del sector. Nosotros siempre hemos sido la contraparte de los chongoneños, somos organizaciones unidas que constantemente peleamos por el desarrollo de la parroquia. Cuando en Chongón se toma decisiones a nosotros no se nos consulta en lo absoluto pero sin embargo cuando hay problemas siempre estamos inmiscuidos y los periodistas nos meten a todos en el mismo saco.

¿Qué nos puede contar acerca del atractivo Punta de Diamante que se encuentra aledaño al sector?

Punta de Diamante es un pequeño caserío que se ha hecho hace muchos años donde alguien llegó allí, hicieron hijos y luego entre familia se fueron desarrollando. Son casitas humildes de caña y madera, y como está a la orilla del brazo de mar llegan los buques pesqueros y otras embarcaciones que traen grandes. Contenedores. Estos habitantes se dedican a la pesca, casi analfabetas pero se sienten con derecho del espacio porque tienen años allí. Esa gente ha desarrollado el sector y ahora los quieren botar. Es un atractivo turístico maravilloso y si nos dan un programa radial que sea transmitido desde la misma comunidad sería fantástico para poder explotar turísticamente el lugar y dar a conocer el sentir de su gente.

¿Qué día considera que sea apropiado difundir el programa?

Habría que analizarlo pero podría ser un domingo que todas las familias están en sus hogares, porque el día activo aquí en la comuna para comercio es el sábado por la mañana hasta el mediodía, y el domingo sería propicio difundir el programa radial para que las familias puedan escucharlo, incluso puedan ser invitados todos los pobladores de Casas Viejas para que asistan a analizar los conflictos políticos o problemas en cuanto a servicios básicos y obras para el mejoramiento de la calidad de vida de cada uno de nosotros.

¿Qué otro factor le gustaría que se establezca en un programa radial para Casas Viejas?

La educación a la comunidad debido a que nuestra gente no se educa lo suficiente. El desarrollo de los sectores se logra con la participación activa de los moradores.

¿Cuál es la proyección a futuro de Casas Viejas?

Nosotros como sectores poblado tenemos la aspiración de contar con servicios básicos completos, alcantarillado especialmente. Y los sectores periféricos a que se pueda explotar la tierra con el estudio y el seguimiento adecuado, ya que como son terratenientes, tienen grandes extensiones de tierra, ponen una casa de madera y caña, contratan un guardián. El dueño envejece, luego queda el hijo y así generación tras generación permanece en la comunidad.

¿Cuál es el principal sistema agrícola de este sector?

Se aplica el sistema de ciclo corto. Si el invierno es bueno cosechan sino no. Mientras tanto son tierras prácticamente áridas. Se cultiva muy poco y

no hay ningún sistema de riego. Chongón ahora es considerada un área urbana, pero la agricultura no representa una mayor productividad al sector por el incremento de las urbanizaciones a lo largo de la vía a la costa. El sector agrícola no es importante en la economía de sus moradores. Existen muchas haciendas dedicadas a la plantación de mango para la exportación y pequeñas parcelas propicias para el consumo interno de la familia.

¿Qué tipo de capacitación sería favorable para la población?

Nuestra gente siempre ha pedido capacitaciones que sirvan como medio para ganarse la vida, especialmente las señoras han solicitado capacitarse en algo como para poder ayudarse económicamente, es decir poder emprender de pronto en pastelería, enfermería, costura, entre otros oficios.

¿Le parece factible que la Universidad de Guayaquil implementara talleres para la población?

Por supuesto, como dirigente siempre voy a querer que nuestra gente se prepare, y a su vez nos instruyamos todos y precisamente por eso se construyó la casa comunal que fue una ardua lucha durante varios años, tiene dos plantas y su capacidad oscila entre 50 y 60 personas por piso, cuenta con todos los servicios y en su exterior hay un pequeño parque con áreas verdes.

Fotos

Casas Viejas

Escuela fiscal en Casas Viejas

Contactándome con los dirigentes de Casas Viejas

Ingreso a Casa Viejas

Casa comuna en San Jerónimo II de Casas Viejas

Parque dentro de la Casa Comunal de San Jerónimo II

Campaña de vacunación del MSP en la casa comunal

Interior de la casa comunal planta baja

Oficina casa comunal planta baja

Letrero campaña de vacunación del MSP en la casa comunal de San Jerónimo II – Casas Viejas

Christian Carabali en San Jerónimo de Casas Viejas

Entrevista al Sr. José Jiménez – Dirigente comunal de San Jerónimo II de Casas Viejas.

Dirigentes comunales de Casas Viejas, Sres. José Jiménez e Ing. Francisco Vera

Outlook.com - leylanury@ | D14810560 - TESIS FINAL

https://secure.urkund.com/view/14833237-148855-817510#q1bKLVayijYy1zE10LEw0rEw0bGw0LGw1LE01rE00bE0ja0FAA==

URKUND

Document	TESIS FINAL CORREGIDA PDF.pdf (D14810560)
Submitted	2015-06-10 13:21 (-05:00)
Submitted by	Leyla Velarde Pinargotte (leylanury@hotmail.com)
Receiver	leylanury.ug@analysis.urkund.com
Message	Analisis tesis Christian Carabali - FACSO Show full message

2% of this approx. 39 pages long document consists of text present in 3 sources.

List of sources

Rank	Path/Filename
	TESIS FINAL PDF.pdf
	http://www.imaginar.org/docs/Radios_Comunita...
	http://www.advicom.ec/userFiles/files/Norma%2...
Alternative sources	
	tesis de García Jurado María José.pdf
	tesis maria jose garcia.pdf
	Proyecto Final Helen Campoverde 16 abril 2015.pdf

0 Warnings | Reset | Export | Share

sobre las problemáticas de cada sector los mismos que conllevan a darle una pronta y efectiva solución. Fundamentación Educativa La radio comunitaria además de promover un desarrollo sociocultural, fomentará diversos temas que conlleven a la ciudadanía a formar su propio criterio incrementando su capacidad en la toma de decisiones individuales y colectivas. La educación y preparación es el pilar fundamental para que una sociedad se desarrolle con eficacia, y por ello se brindará capacitaciones a la comunidad con la finalidad que su aplicación sirva como mecanismo de generar ingresos y mejoramiento en la economía de los comuneros. Fundamentación Legal En la

15:47
10/06/2015