



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE
GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA
EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

Estudio de espacios de opinión ciudadana en las emisoras del cantón Vinces,
provincia de Los Ríos.

AUTORA:

Yanira Anahi Rivera Torres

TUTORA:

Msc. Victoria Salamea Limones

BABAHOYO - LOS RÍOS - ECUADOR

2019



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y
DE LA EDUCACIÓN



CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PRESENCIAL

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación es dedicado a mis padres: Justo Rivera y Yanine Torres, quienes depositaron toda su confianza en mí y me dieron el apoyo tanto económico, como anímico y moral a lo largo de estos 5 años de estudios superior. De manera especial a mi papá, puesto que ha sido el pilar fundamental para que yo pudiese llegar hasta estas instancias de mi carrera, mi constancia se ha basado en el sacrificio que él realiza día a día.

Espero puedan sentirse muy orgullosos de tener a la primera profesional como Licenciada en comunicación social en la familia.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y
DE LA EDUCACIÓN



CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL

AGRADECIMIENTO

Como todo en la vida tiene una jerarquía; quiero agradecer en primer lugar a Dios, porque es gracias a su voluntad que he podido llegar hasta aquí. En segundo lugar agradezco a mis padres, quienes me apoyaron desde el día uno cuando decidí que comunicación social sería la carrera que me titularía como una profesional de la República del Ecuador. En tercer lugar quiero agradecer a todos y cada uno de los docentes que impartieron sus conocimientos y dejaron sembrada en mí la semilla del saber para que yo pueda desenvolverme de la mejor manera en el campo laboral.

RESUMEN

El estudio de caso plantea la postura que tienen los espacios de opinión ciudadana en cada una de las emisoras del cantón Vinces: Radio La Noticia 107.5 FM, Radios Eiffel Súper estéreo 90.3 FM y Radio Paris 103.9 FM.

Los periodistas que trabajan en las diferentes emisoras deben tener una postura profesional para poder comunicar, dirigir e informar en cada uno de los espacios de opinión ciudadana en los que transmiten, donde la ciudadanía expone, los sucesos o problemas que acontecen en su sector. De esta forma se pretende lograr que las autoridades atiendan o escuchen cada una de la problemáticas y a su vez propongan soluciones a las personas que intervienen en dichos espacios. Los medios de comunicación que poseen espacios de opinión se basan en los artículos tanto la Ley Orgánica de Participación Ciudadana y Ley Orgánica de Comunicación.

Palabras claves: medios de comunicación, emisoras, periodistas y espacios de opinión ciudadana.

SUMMARY

The case study raises the position that citizen opinion spaces have in each of the Vines canton stations: Radio La Noticia 107.5 FM, Eiffel Stereo Super Radio 90.3 FM and Radio Paris 103.9 FM.

The journalists who work in the different stations must have a professional position to be able to communicate, direct and inform in each of the spaces of citizen opinion in which they transmit, where the citizenship exposes, the events or problems that occur in their sector. In this way, it is intended to ensure that the authorities attend or listen to each of the problems and, in turn, propose solutions to the people involved in these spaces. The media that have opinion spaces are based on the articles both the Organic Law of Citizen Participation and the Organic Law of Communication.

Keywords: media, broadcasters, journalists and public opinion spaces.

INDICE GENERAL

DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
I. INTRODUCCIÓN	1
II. DESARROLLO	2
2. 1 JUSTIFICACIÓN	2
2. 2 OBJETIVO	3
2.3 SUSTENTO TEÓRICO.....	4
2.3.1 Opinión pública	4
2.3.2 Libre expresión.....	4
2.3.3 Participación Ciudadana.....	5
2.3.4 Medios de comunicación.....	5
2.3.5 Radiofónicos.....	6
2.3.6 La radio, el medio que sirvió de pretexto para el proceso comunicacional.	6
2.3.7 La programación en radio.	7
2.3.8 Radio online.	7
3. TÉCNICAS APLICADAS A LA INVESTIGACIÓN	9
3.1 Método de observación.....	9
3.2 Técnica de entrevista.....	9
3.3 Cuestionario	9
4. RESULTADOS OBTENIDOS.....	10
III. CONCLUSIONES.....	17
IV. BIBLIOGRAFÍA	19
V. ANEXOS.....	2

I. INTRODUCCIÓN

La sublínea de investigación aplicada es: participación ciudadana y poder popular debido a que en la investigación que se muestra, se establece la problemática que en las radios del cantón Vinces si existen espacios de opinión ciudadana, donde puedan manifestarse sobre los temas de índoles político, social y cultural, pero con un bajo nivel de sintonía. Con los objetivos planteados se pretende exponer que para que la ciudadanía tenga sus espacios de opinión, las radios deben de contar con estrategias que tengan mecanismos accesibles, como: escuchar y ser escuchados.

Los medios de comunicación desempeñan una serie de funciones sociales. En relación con otros medios de comunicación, la radio genera una situación comunicativa muy particular, ya que establece un contacto personal, ofreciendo al oyente un alto nivel de participación.

El oyente tiene la posibilidad de comunicarse directamente a través del teléfono y otras tecnologías; de esta manera, se logra una comunicación entre los radioescuchas, que permite una interacción entre los encargados de la transmisión y la sociedad.

La radio tiene gran importancia en la sociedad, puesto que a través de programas radiales informativos aporta a la construcción de la conciencia ciudadana, pues propone fomentar la participación ciudadana que puede ser activa y participativa o vinculada exclusivamente al consumo. Uno de los aspectos que favorece en esta dirección es la participación que permite este medio, lo cual facilita a las personas que puedan ejercer su libertad de expresión y acceder al espacio público que les fue negado en otras instancias (partidos políticos, organizaciones sociales, etc.) (Endara, 2006).

II. DESARROLLO

2.1 JUSTIFICACIÓN

El presente estudio de caso pretende que las radios del cantón Vinces, logren ser elementos fundamentales para el desarrollo del buen vivir, dando así posibles soluciones a los radioescuchas de los sectores tanto urbanos como rurales.

La propuesta planteada que tiene este estudio de caso, es que al emplearlo, cree una visión armónica entre ciudadanos y autoridades que pretendan dar soluciones de una forma profesional, educativa y orientadora, a los problemas manifestados.

El informante debe guiar al radio oyente con temas de gran interés que cause un impacto positivo a la ciudadanía, y además educarlo con mensajes idóneos para conseguir que puedan manifestar inconformidades o problemáticas suscitadas en su sector.

Con el estudio de este proyecto participativo y democrático, los oyentes del cantón Vinces se instruirán con los comentarios de quienes emiten diferentes temas de interés político, social, cultural, deportivo, religioso etc. y podrán dar su opinión sobre cada uno de estos temas, dando así resultado para una libre expresión en nuestro cantón.

Para lograr la participación de una sociedad en los espacios de opinión pública, en cualquier medio de comunicación, no solo se requiere saber si existen estos espacios, sino también las pautas que debe cumplir la ciudadanía para que puedan transmitir un comentario o contenido hacia determinada población o grupo de personas. Los mismos que son estipulados tanto en la Ley Orgánica de Participación Ciudadana como en la Ley Orgánica de Comunicación, donde manifiesta que las personas tienen deberes y derechos a participar de forma libre y voluntaria en acontecimientos donde puedan expresar y dar su punto de vista sobre sucesos o hechos que se han perpetrado, sin temor a recibir ningún tipo de represalia, al contrario tratar de buscar una posible solución a la problemática manifestada.

2. 2 OBJETIVO

General:

Realizar un estudio de los espacios de opinión ciudadana en las emisoras del cantón Vinces, provincia de Los Ríos, para establecer cómo estos espacios públicos influyen en mejorar, la comunicación entre autoridades y ciudadanía.

2.3 SUSTENTO TEÓRICO

2.3.1 Opinión pública

Es calificada como la forma de pensar que tiene cierto grupo de ciudadanos sobre distintos temas de índole político, cultural, religioso, deportivo etc. De forma general se puede decir que son las distintas formas de expresiones u opiniones que tienen la colectividad sobre varios cuestionamientos que suceden en el país. (Suárez, 2012)

Es la libertad de pensar sobre los temas generales o públicos de Estado (“bien común”, “necesidad pública”, “interés general) y, en relación con ello, acerca del contenido y la forma del gobierno de Estado, es decir, sobre el contenido y la forma de las decisiones gubernamentales relativas a tales contenidos generales. (Aguilar, 2017).

Es una palabra muy empleada en nuestra sociedad por sus mecanismos, dado que ella les accede a decir una serie de discreciones y/o apreciaciones acerca de los temas que suceden en nuestro medio social. (Araneda, 2010).

Nos permite manifestar o decir lo que pensamos o sentimos sobre cada uno de los sucesos que acontecen en nuestra sociedad.

2.3.2 Libre expresión

Es un derecho primordial que poseen las personas a exponer, expresar y manifestar de forma libre lo que sienten, sin recibir ningún agravio. Puesto que, es una libertad civil y política, concerniente al contorno de la vida social y pública, que determina a cada uno de los sistemas democráticos y es indispensable para la obediencia de los derechos de las personas. (Sinónimos, 2018).

Es aquella que nos permite manifestar la variabilidad de opiniones que tienen las personas sobre lo que ellos piensan. Además nos puede evocar un debate sobre doctrinas con preeminencia de cada uno de los argumentos por falsedades e injurias. (Pérez, 2017).

Es un derecho fundamental propio de cada una de las personas y además un requerimiento fundamental para las sociedades democráticas. (Derecho Ecuador , 2005).

Es aquella por la cual las personas podemos expresar alguna información sobre un acontecimiento y dar opiniones sin temor a sufrir ninguna represalia por la forma de decir o pensar.

2.3.3 Participación Ciudadana

Es aquella en la cual los ciudadanos pueden intervenir de manera pública o privada de acuerdo a cada uno de los intereses sociales de las personas.

El término de participación ciudadana puede emplearse a los casos que personalizan una respuesta inmediata, particular o agrupada, de la colectividad a un acontecimiento ejecutado por parte de los jefes administrativos en las áreas corporativas que estas escogen o crean para tal suceso (Divulgación dinámica, 2017).

Principio de participación.- Los mandantes y servidores gubernamentales así como los medios estatales, personales y municipales, proporcionarán la intervención de las personas en los procesos de la comunicación. (Ley Orgánica de Comunicación, 2019)

La participación ciudadana es un derecho que tiene la sociedad a participar de forma armónica en cada uno de los acontecimientos que suceden en nuestro medio y además hacer respetar cada uno de los artículos estipulados tanto en la Ley de Participación Ciudadana como en la Ley de Comunicación.

2.3.4 Medios de comunicación

Son instrumentos tecnológicos, que nos permiten enviar o recibir mensajes y los mismos van encaminados a gran cantidad de público, además pueden traspasar grandioso trayecto en poco tiempo. Con estos instrumentos, la comunicación hacia el receptor deja de ser personalizada para convertirse en una comunicación masiva. (Portal Educativo, 2012).

Los medios de comunicación son tan extensos que van desde una simple escritura en un papel, hasta un medio digital, y son manipulados por el ser humano para transmitir la información. (Significados , 2019).

Tanto el marketing como la publicidad utilizan los medios de comunicación para ofrecer sus servicios a un target objetivo, y los medios seleccionados por estos dos campos son los que determinarán la importancia o acogida de dichos servicios (Díaz, 2017)

Los medios de comunicación o herramientas comunicativas, son el canal o ducto por el que se transmite, intercambia o procesa información de cualquier índole, especialmente que despierte el interés social o que cause un impacto en ella.

2.3.5 Radiofónicos

Dentro de este grupo se sitúa la radio, se vale de ondas para emitir señales que pueden ser FM O AM. Este medio se determina por un bajo costo, eficaz y rápido, a pesar de haber aparecido otras opciones de medios de comunicación sigue siendo la principal opción en los sectores rurales. (Raffino, 2019).

La radio se fundamenta en la transmisión de audio mediante ondas sonoras, por la cual se dan a conocer noticias que se han suscitado a nivel internacional, nacional y local y son de gran interés para cada uno de los radios oyentes. (Guzmán, Pérez, Cea, & Jara, 2012).

Los sistemas radiofónicos son producciones de transmisiones de noticias que se fundamenta en el envío de audio, producida por una corriente eléctrica que trascienden por el aire. (Corrales, 2012).

El principal objetivo de un sistema radiofónico es emitir algún contenido por medio de ondas de sonido, en el cual se dan a conocer temas de carácter, social, político, deportivo, cultural, religioso, etc... y además les permite enterarse de cada uno de los sucesos que han acontecido durante el día de manera inmediata.

2.3.6 La radio, el medio que sirvió de pretexto para el proceso comunicacional.

La radio es un medio por el cual se logra conseguir la intención de este proceso: mejorar la democracia local a partir de un pensamiento armónico y participativo en el manejo de los medios de comunicación, debido a su gran aceptación por los radio-oyentes, podemos manifestar que la radio incide en lo social y cultural de cada una de las comunidades donde llega la señal, y debido a sus particularidades los sistemas radiales son métodos de convergencia y a la vez de instrucción. (Buendia & Pino, 2008)

2.3.7 La programación en radio.

Los programas de radio pueden ser el resultado final, corporativo y constituido bajo criterios temporales, de los programas que plantean las emisoras a los oyentes. (Negrin, Morzilli, & Gabay, 2016)

Son sistemas que logran comunicar, distraer al radio-escucha en cada una de las programaciones que se presentan en la radio (Radio cubana , 2009).

Son procesos de planificar, instituir y transmitir programaciones y músicas con el objetivo de obtener la atención de los radios oyentes de una forma agradable. (Programación radial, 2010)

Los sistemas de programación en la radio permiten que el oyente pueda estar atento a cada uno de los espacios que se han planificado en la radio, con el objetivo de informar o entretener a cada una de las personas que sintonizan las emisoras.

2.3.8 Radio online.

Las radios en línea emplean la tecnología streaming que admite transferir sonidos o vídeos en tiempo real. Su manejo es el siguiente: mediante una laptop se envía audio a un usuario web con un software de streaming. Este audio no permanece alojado en el servidor, sino que se está cruzando consecutivamente y logra ser oído por varios oyentes a nivel mundial en el instante que se está transmitiendo (Radios libres , 2014).

Los que tienen radio online deben emplear un computador y tener internet para poder escuchar las programaciones que se transmiten, esta radio tiene muchas desventajas con la radio tradicional. (El Telégrafo, 2016)

Este sistema de radio por internet por ser un fenómeno reciente está siendo altamente demandado, actualmente existen muchas emisoras digitales que transmiten varias programaciones y para lo cual solo necesitan emplear computadoras o un teléfono celular para estar comunicados (El Telégrafo, 2016)

Existen varias emisoras que permiten que se descarguen sus programas que se han transmitidos para luego ser escuchadas, entre estos medios contamos con los podcasts, que son emisiones grabadas tradicionalmente, pero proyectadas para ser escuchadas en diferido (Uriarte, 2009).

3. TÉCNICAS APLICADAS A LA INVESTIGACIÓN

3.1 Método de observación.

Mediante este método se pudo detallar la información más concerniente en el presente estudio de caso, también se pudo detallar los resultados obtenidos.

3.2 Técnica de entrevista

Esta técnica se empleó a los tres gerentes propietarios de las emisoras: Radio Paris 103.9 Lcdo. Álvaro Elizalde, Radio La Noticia 107.5 Lcdo. Javier Granados y Radio Eiffel 90.3 súper estéreo Lcdo. Selbi Elizalde, quienes contestaron a cada una de las preguntas formuladas por la investigadora.

3.3 Cuestionario

Este instrumento de investigación es uno de los más relevantes, se realizaron 3 preguntas abiertas a 170 habitantes del cantón Vinces, las preguntas que fueron de fácil comprensión lectora con el fin de que los cuestionados puedan responderlas de manera simple y concreta, nos proporcionaron la información esperada sobre su participación en los programas de opinión pública.

4. RESULTADOS OBTENIDOS

Para este estudio de caso se utilizaron dos herramientas de investigación la entrevista y la encuesta, la entrevista dirigía los gerentes propietarios de las emisoras y a la Jefa del Departamento de Comunicación y Relaciones Públicas de GADM-Vinces, y la encuesta dirigida a la ciudadanía Vinceña.

Entrevista a los gerentes propietarios de las emisoras Eiffel súper estéreo 90.3 FM, La noticia 107.5 FM Y Radio Paris 103.9 FM

1) ¿Su medio de comunicación cuenta con espacio de opinión ciudadana?

Entrevistados	Respuesta
1. Lcdo. Javier Granados gerente propietario de radio La noticia	Si
2. Lcdo. Selbi Elizalde gerente propietario de radio Eiffel Súper Estéreo	Si
3. Lcdo. Álvaro Elizalde gerente propietario de radio París	Si

Los tres representantes legales de las radios del cantón Vinces manifestaron que si cuentan con espacios de opinión ciudadana donde la colectividad puede expresar lo que piensa sobre los distintos temas de interés social.

2) ¿Con cuántos programas de espacios de opinión ciudadana cuentan ustedes?

Entrevistados	Respuesta
1. Lcdo. Javier Granados gerente propietario de radio La noticia	Contamos con tres programaciones de espacios de opinión pública que son: 1.De frente 2. Café y noticias 3.Sobre mesa informativa
2. Lcdo. Selbi Elizalde gerente propietario de radio Eiffel Súper Estéreo	Aquí tenemos tres espacios que son: 1.Primeras noticias 2.Voz del río Vinces 3.Panorama informativo

3. Lcdo. Álvaro Elizalde gerente propietario de radio París	Tenemos un programa con el Ing. Mario Carriel y se llama De frente a frente
---	---

Las radios que cuentan con la mayor cantidad de espacios de opinión pública son La Noticia y Radio Eiffel con tres programaciones, mientras que radio París solo mantiene un espacio de opinión ciudadana.

3) ¿En qué artículo de la Ley Orgánica de Comunicación se basa su espacio de opinión ciudadana?

Entrevistados	Respuesta
1. Lcdo. Javier Granados gerente propietario de radio La noticia	Nos basamos en el Art. 13
2. Lcdo. Selbi Elizalde gerente propietario de radio Eiffel Súper Estéreo	Los programas d espacios de opinión pública están basados en el Art.13
3. Lcdo. Álvaro Elizalde gerente propietario de radio París	Cumplimos con el Art. 13 de la Ley Orgánica de comunicación.

Los tres entrevistados manifestaron que ellos se basan en el artículo 13 de la ley orgánica de comunicación que dice lo siguiente: Las autoridades y funcionarios públicos así como los medios públicos, privados y comunitarios, facilitarán la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de la comunicación

4) ¿Qué medidas toman ustedes ante la problemática manifestada por la ciudadanía en los espacios de opinión?

Entrevistados	Respuesta
1. Lcdo. Javier Granados gerente propietario de radio La noticia	Aquí se da un seguimiento a la problemática para que llegue a oídos de las autoridades y estos tomen las acciones correspondientes, además de contrastar la información.

<p>2. Lcdo. Selbi Elizalde gerente propietario de radio Eiffel Súper Estéreo</p>	<p>Cumplimos con el rol de informar y contrastar la inquietud de los ciudadanos y previamente son avisados que deben expresarse sujetos a las líneas del medio, no se permiten ofensas ni comentarios o represalias personales.</p>
<p>3. Lcdo. Álvaro Elizalde gerente propietario de radio París</p>	<p>Aquí se brinda la oportunidad de que los ciudadanos puedan expresarse y nosotros cumplimos con el rol de emitir y contrastar la información manifestada por la ciudadanía.</p>

De los tres gerentes propietarios de las emisoras del cantón Vinces, solo el gerente propietario de Radio la noticia Lcdo. Javier Granados expresó que; ellos dan un seguimiento a la problemática que manifieste un ciudadano, el Lcdo. Selbi Elizalde gerente de radio Eiffel y el gerente propietario de radio París Lcdo. Álvaro Elizalde dijeron que cumplen con el rol de emitir la información y contrastar la noticia.

Una posible solución es seguir con el objetivo manifestado por el gerente propietario de Radio la noticia; darle seguimiento a la problemática planteada por la ciudadanía para que las autoridades den solución a la misma.

Entrevista dirigida a la Lcda. Tena Calero López, Directora del Departamento de Comunicación y Relaciones Públicas del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Vinces.

- 1. ¿Cuál es el vínculo existente entre el GADM y los medios de comunicación del cantón Vinces?**

La Lcda. Tena Calero expresó que; el vínculo existente es que el GADM a través de los medios de comunicación informa y difunde todas las actividades que se están realizando en beneficio de la comunidad.

- 2. ¿Ustedes como Departamento de Comunicación del GADM-Vinces, atienden a las manifestaciones de la comunidad en los diferentes espacios de opinión pública de las emisoras existentes en el cantón?**

“Sí, cuando el Señor Alcalde o algún funcionario público va a dar una entrevista a la radio, nosotros pedimos que se abra una línea telefónica para que la ciudadanía pueda acceder a expresar sus necesidades o realizar preguntas”

- 3. ¿Ante las problemáticas manifestadas por los ciudadanos en los espacios de opinión pública, qué medidas toman ustedes?**

“El Señor alcalde Alfonso Montalván siempre está presto para escuchar cada petición o cada necesidad que tenga la ciudadanía para en lo posible, proponer solución a sus requerimientos, nunca se les ha negado la oportunidad de que ellos puedan manifestarse, de hecho en esta actual administración se ha establecido un día específico (los martes), para establecer dialogo directo con la ciudadanía”

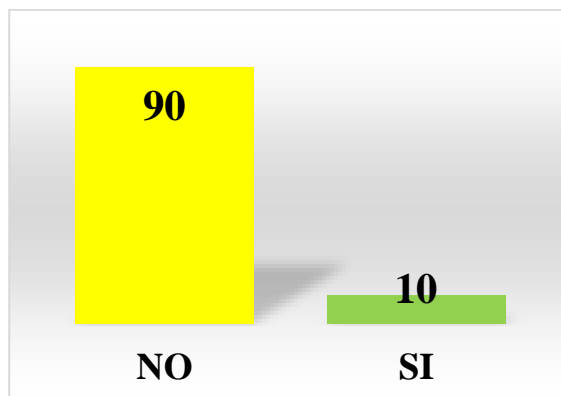
- 4. ¿De qué manera cree usted que los medios pueden influir a mejorar la comunicación entre ciudadanos y autoridades?**

“Es muy importante que los medios de comunicación o las programaciones que están dentro de estos medios, especialmente los de opinión, estén siempre al pendiente, y que no solamente cumplan con dar una información que nosotros

podamos enviar a través de los boletines de prensa sino que sean periodistas investigativos, ellos tienen la obligación moral de verificar y contrastar la información”

Encuesta dirigida a ciudadanos del cantón Vinces.

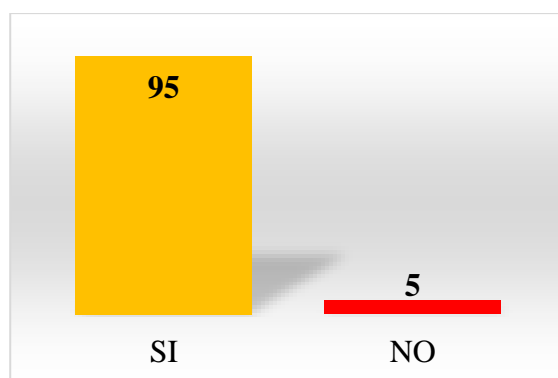
¿Usted es partícipe de los diferentes espacios de opinión ciudadana que emiten en la radio?



Análisis

De los 170 ciudadanos encuestados 90% manifestaron que no son partícipes de cada uno de los espacios de opinión ciudadana, 50 % porque no sintonizan las radios, 20 % no han tenido la oportunidad por falta de tiempo, o porque no ha habido contacto 15 % porque no toman acciones para solucionar problemas y porque se dedican a hablar en contra de administraciones municipales pasadas y 5 % porque no le llama la atención estos espacios de opinión, mientras que el 10 % expresó que si participan en los espacios de opinión ciudadana, el 4 % expresó que Vinces tiene muchas necesidades y que es apropiado darlas a conocer, 3 % porque ha tenido que expresar sus desacuerdos acorde a lo que se ha dicho en la prensa, y el 3 % porque la prensa fue a su sector a realizar entrevistas

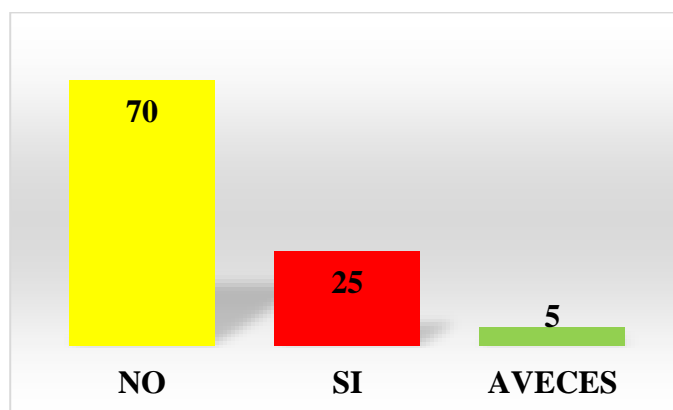
¿Usted tiene conocimiento sobre sus deberes y derechos estipulados por la Ley orgánica de comunicación?



Análisis

De los 170 encuestados el 95 % expresó que no tienen conocimiento sobre cada uno de los deberes y derechos de la Ley orgánica de comunicación y el 5 % si tienen conocimiento.

3. ¿En los espacios de opinión ciudadana proponen alguna solución ante los problemas manifestados?



Análisis

De los 170 encuestados el 70% manifestó que en los espacios de opinión no proponen soluciones para los problemas planteados por la ciudadanía, el 25 % dijo que si plantean soluciones y el 5 % que a veces plantean soluciones.

III. CONCLUSIONES

En base a los resultados obtenidos se concluye de la siguiente manera:

- ✓ Las radios del cantón Vinces si cuentan con espacios de opinión ciudadana donde la colectividad puede manifestar la problemática suscitada en cada una de sus sectores, pero estas poseen un bajo nivel de sintonía.
- ✓ Los gerentes propietarios de las radios se basan en artículos de la ley orgánica de comunicación para cumplir con dicha ley y dar oportunidad a los ciudadanos Vinceños de poder expresarse.
- ✓ Solo uno de los medios de comunicación además de escuchar la opinión de la ciudadanía, da un seguimiento a la problemática para que las autoridades puedan actuar en base al mismo.
- ✓ Las autoridades atienden las necesidades manifestadas por la ciudadanía en los espacios de opinión pública cuando algún funcionario municipal interviene en estos espacios para emitir una información.
- ✓ La actual administración que lidera la Municipalidad de Vinces, ha establecido un día específico para cumplir con el ejercicio del derecho de la libertad de expresión y participación ciudadana, donde se escuchan las necesidades de la colectividad Vinceña y a su vez se plantean posibles soluciones.
- ✓ El 90 % de los encuestados no sintonizan los diferentes espacios de opinión que se transmiten en las diferentes emisoras del cantón Vinces.

RECOMENDACIONES.

Una vez concluido se recomienda lo siguiente:

- Que las emisoras del cantón Vinces mantengan los espacios de opinión ciudadana donde las personas puedan opinar, manifestar y expresar las problemáticas que acontecen en sus sectores.

- Que los gerentes propietarios de las emisoras o dueños de las programaciones de espacios de opinión pública fomenten la participación de la ciudadanía, que utilicen estrategias publicitarias o marketing, plataformas digitales, etc. Y de esta manera dichos espacios de opinión tengan la sintonía esperada.
- Que sigan con el ejemplo de radio la notica y den seguimiento a las problemáticas manifestadas por los habitantes del cantón Vinces, para que la misma pueda llegar a oídos de las autoridades y estos busquen la manera de solucionarlos.
- Que los autoridades del cantón Vinces establezcan un vínculo más estrecho con los medios radiales y sus programaciones de opinión pública, para que conozcan y estén atentos de manera constante a las manifestaciones de los ciudadanos presentadas en dichos espacios, y no sea solamente cuando algún funcionario del GADM tenga una invitación de entrevista o deba emitir un comunicado.

IV. BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, L. (Julio de 2017). Una reconstrucción del concepto de opinión pública. Obtenido de [sciELO.org.mx:
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-49112017000200125](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-49112017000200125)
- Araneda, I. (16 de Diciembre de 2010). SOCIEDAD ACTUAL: LA IMPORTANCIA DE LA OPINIÓN PÚBLICA. Obtenido de [blogspot.com:
http://anomiapolitica.blogspot.com/2010/12/sociedad-actual-la-importancia-de-la.html](http://anomiapolitica.blogspot.com/2010/12/sociedad-actual-la-importancia-de-la.html)
- Buendía, A., & Pino, J. (enero-junio de 2008). Radio local, opinión pública y participación ciudadana. Obtenido de [redalyc.org: http://www.redalyc.org/pdf/860/86005206.pdf](http://www.redalyc.org/pdf/860/86005206.pdf)
- Corrales, K. (1 de Mayo de 2012). La radio como medio de comunicación social. Obtenido de <http://elidiomadecuartob.blogspot.com/2012/05/la-radio-como-medio-de-comunicacion.html>
- Derecho Ecuador . (24 de Noviembre de 2005). La libertad de expresión . Obtenido de [derechoecuador.com : https://www.derechoecuador.com/la-libertad-de-expresion](https://www.derechoecuador.com/la-libertad-de-expresion)
- Díaz, J. (2 de Mayo de 2017). Tipos de medios de comunicación. Obtenido de [lainter.edu.mx: https://www.lainter.edu.mx/blog/2017/05/02/tipos-de-medios-de-comunicacion/](https://www.lainter.edu.mx/blog/2017/05/02/tipos-de-medios-de-comunicacion/)
- Divulgaciondinamica . (24 de Mayo de 2017). La Participación Ciudadana: Definición y Tipos de Participación. Obtenido de [divulgaciondinamica.es:
https://www.divulgaciondinamica.es/blog/participacion-ciudadana-definicion-tipos-participacion/](https://www.divulgaciondinamica.es/blog/participacion-ciudadana-definicion-tipos-participacion/)
- El Telegrafo. (5 de Marzo de 2016). Las radios online, un medio emergente en proceso de consolidación. Obtenido de [eltelegrafo.com.ec:
https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/1/las-radios-online-un-medio-emergente-en-proceso-de-consolidacion](https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/1/las-radios-online-un-medio-emergente-en-proceso-de-consolidacion)

- Endara, M. (15 de Septiembre de 2006). El papel de la comunicación social en el fortalecimiento de la democracia en el Ecuador . Obtenido de repositorio.iaen.edu.ec: <http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/140/3/Tesis-Martha%20Endara.pdf>
- Guzman, P., Perez, A., Cea, C., & Jara, M. (12 de Noviembre de 2012). La radio como medio de comunicacion. Obtenido de es.slideshare.net: <https://es.slideshare.net/TUMEJORADIO/la-radio-como-medio-de-comunicacion>
- Ley organica de comunicacion . (20 de Febrero de 2019). Ley organica de comunicacion . Obtenido de cordicom.gob.ec: http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/02/Ley_Organica_Comunicacion_reformada.pdf
- Negrin, S., Morzilli, E., & Gabay, S. (blogs.unlp.edu.ar de 16 de 2016). La programacion radiofonica . Obtenido de <http://blogs.unlp.edu.ar/radiouno/2019/01/25/que-es-la-programacion-radiofonica/>
- Perez, E. (15 de Febrero de 2017). La libertad de expresión, un derecho que se protege en Ecuador. Obtenido de elpais.com: https://elpais.com/internacional/2017/02/15/actualidad/1487146675_941315.html
- Portal Educativo. (06 de Abril de 2012). Medios de comunicación: Prensa - Televisión - Internet - Radio. Obtenido de portaleducativo.net: <https://www.portaleducativo.net/octavo-basico/200/Medios-de-comunicacion-Prensa-Television-Internet-Radio>
- Programacion radial. (13 de Agosto de 2010). Programacion radial. Obtenido de programacionradialrtv.blogspot.com: <http://programacionradialrtv.blogspot.com/2010/08/concepto-de-radio.html>
- Radio cubana . (05 de Septiembre de 2009). El modelo de programacion para la radio. Obtenido de radiocubana.cu: <http://www.radiocubana.cu/articulos-especializados-sobre-la-radio/13-programacion/159-el-modelo-de-programacion-para-la-radio>
- Radios libres . (29 de Julio de 2014). Qué es una radio en línea y cuáles son sus ventajas. Obtenido de radioslibres.net: <https://radioslibres.net/que-es-una-radio-en-linea-y-ventajas/>

Raffino, E. (16 de Marzo de 2019). Medios masivos de comunicacion . Obtenido de concepto.de: <https://concepto.de/medios-masivos-de-comunicacion/>

Significados . (14 de Mayo de 2019). Medios de comunicacion . Obtenido de <https://www.significados.com/medios-de-comunicacion/>

Sinonimos . (20 de Agosto de 2018). Libertad de expresion . Obtenido de [significados.com: https://www.significados.com/libertad-de-expresion/](https://www.significados.com/libertad-de-expresion/)

Suarez, J. (07 de Mayo de 2012). Que es la opinion publica . Obtenido de [es.slideshare.net: https://es.slideshare.net/jaimesuareztovar/qu-es-la-opinin-pblica](https://es.slideshare.net/jaimesuareztovar/qu-es-la-opinin-pblica)

Uriarte, J. (31 de mayo de 2009). Radio. Obtenido de [caracteristicas.co: https://www.caracteristicas.co/radio/](https://www.caracteristicas.co/radio/)

ANEXOS

V. ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS,
SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**



MODELO DE ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS GERENTES DE LA RADIO EIFFEL
SÚPER ESTÉREO 90.3FM, LA NOTICIA 107.5FM Y RADIO PARIS 103.9 FM DEL
CANTON VINCES

**1.- ¿SU MEDIO DE COMUNICACIÓN CUENTA CON ESPACIOS DE OPINION
CIUDADANA?**

**2.- ¿CON CUÁNTOS PROGRAMAS DE ESPACIO DE OPINIÓN CIUDADANA
CUENTAN USTEDES?**

**3.- ¿EN QUE ARTICULO DE LA LOC SE BASA SU ESPACIO DE OPINION
CIUDADANA?**

**4.- ¿QUÉ MEDIDAS TOMAN USTEDES ANTE LA PROBLEMÁTICA
MANIFESTADA POR LA CIUDADANÍA EN LOS ESPACIOS DE OPINIÓN?**



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS,
SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



MODELO DE ENTREVISTA DIRIGIDA A LA CIUDADANIA SOBRE LOS ESPACIOS DE OPINION CIUDADANA

1.- ¿UD ES PARTICIPE DE LOS DIFERENTES ESPACIO DE OPINION CIUDADANA QUE EMITEN EN LA RADIO?

SI ()

NO ()

PORQUE -----

2.- ¿UD TIENE CONOCIMIENTO SOBRE SUS DEBERES Y DERECHOS ESTIPULADOS POR LA LOC?

SI ()

NO ()

3.- ¿EN LOS ESPACIOS DE OPINION CIUDADANA PROPONEN ALGUNA SOLUCION ANTE LOS PROBLEMAS MANIFESTADOS?

SI ()

NO ()



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS,
SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



MODELO DE ENTREVISTA DIRIGIDA A LA LCDA. TENA CALERO, DIRECTORA DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS DEL GADM-VINCES SOBRE EL VÍNCULO ENTRE LAS AUTORIDADES Y LOS ESPACIOS DE OPINION CIUDADANA.

- 1. ¿Cuál es el vínculo existente entre el GADM y los medios de comunicación del cantón Vinces?**
- 2. ¿Ustedes como Departamento de Comunicación del GADM-Vinces, atienden a las manifestaciones de la comunidad en los diferentes espacios de opinión pública de las emisoras existentes en el cantón?**
- 3. ¿Ante las problemáticas manifestadas por los ciudadanos en los espacios de opinión pública, qué medidas toman ustedes?**
- 4. ¿De qué manera cree usted que los medios pueden influir a mejorar la comunicación entre ciudadanos y autoridades?**

Anexo 3. Evidencias de entrevista a los gerentes propietarios de las emisoras.



Fuente: Radio Eiffel súper Estéreo 90.3
Autora: Yanira Rivera Torres



Fuente: Radio La Noticia 107.5
Autora: Yanira Rivera Torres



Fuente: Radio Paris 103.9
Autora: Yanira Rivera Torres

Anexo 4. Evidencias de entrevista a la Directora del Dpto. de Comunicación y RRPP del GADM-Vinces



**Fuente: GADM-Vinces (Directora del Dpto. de Comunicación y RRPP)
Autora: Yanira Rivera Torres**

Anexo 5. Evidencia de Encuesta dirigida a los ciudadanos del Cantón Vinces.



**Fuente: Ciudadanía
Autora: Yanira Rivera Torres**



**Fuente: Ciudadanía
Autora: Yanira Rivera Torres**



**Fuente: Ciudadanía
Autora: Yanira Rivera Torres**