



Junio 2019 - ISSN: 2254-7630

## LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIAL Y LA CULTURA POLÍTICA JUVENIL EN EL CANTÓN VINCES, PROVINCIA DE LOS RÍOS - ECUADOR

**Autora: Gilda Zuleika Elizalde Alvarado**

gilda\_zuleyka13@hotmail.com

Egresada de la carrera de Periodismo, Universidad Laica Vicente Rocafuerte Guayaquil - Ecuador

**Tutor: José Luis Férrez Vergara**

ferrezv@ulvr.edu.ec

Docente de la Carrera de Periodismo de la ULVR.

Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Máster en Periodismo, Doctor en Ciencias de la Educación

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Gilda Zuleika Elizalde Alvarado y José Luis Férrez Vergara (2019): "Los medios de comunicación radial y la cultura política juvenil en el Cantón Vinges, provincia de Los Ríos - Ecuador", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (junio 2019). En línea

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/06/medios-comunicacion-radial.html>

### Resumen

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

**Palabras claves:** Mass media, Cultura Política, Opinión juvenil, Política Juvenil, Comunicación radial.

## Introducción

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

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

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

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

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

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

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

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

La programación de los medios de comunicación radial deben considerar que la política es importante para el desarrollo de la sociedad, por lo que es imprescindible que exista un espacio de diálogo y debate sobre temas coyunturales de la sociedad, los jóvenes deben fomentar acciones que enriquezcan la convivencia en grupos, analizando el accionar del gobierno sea nacional, provincial o cantonal, considerando entre los aspectos fundamentales la búsqueda de la verdad.

La política es considerada por la población juvenil para uno como algo apasionante, y una oportunidad para servir, mientras que para otros es algo malo debido al contexto de corrupción en la que se ven envueltas las personas a nivel nacional e internacional; En Ecuador según

datos del Censo de Población realizado por el INEC en el año 2010 existen 3'043.513 jóvenes en edades entre 18 y 29 años, que corresponde al 21% de la población ecuatoriana.

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

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

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

La política permite destinar los recursos públicos en obras para solucionar problemas dentro de la sociedad en el marco de sus competencias en el nivel de gobierno, por lo cual necesita difundir sus acciones para que la ciudadanía se encuentre informada de los trabajos que ejecutan, el problema se da cuando existe intolerancia a la exposición de la problemática que existe en la población que se realiza desde los medios de comunicación y comienza una pugna de poder entre autoridades y periodistas. (Ciría, 2013, p. 16)

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

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

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

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

## 1. Desarrollo

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

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

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

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

La programación de los medios de comunicación radial deben considerar que la política es importante para el desarrollo de la sociedad, por lo que es imprescindible que exista un espacio de diálogo y debate sobre temas coyunturales de la sociedad, los jóvenes deben fomentar acciones que enriquezcan la convivencia en grupos, analizando el accionar del gobierno sea nacional, provincial o cantonal, considerando entre los aspectos fundamentales la búsqueda de la verdad.

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

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

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

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

constituido la empresa Radio París S.A.

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

Como problema general se tiene: ¿Cuál es la incidencia del medio de comunicación radial París 103.9 FM en la cultura política juvenil, en jóvenes de 18 a 29 años, en la ciudadela Los Mirtos, del cantón Vinces, en el año 2018? Por lo cual se ha planteado el siguiente objetivo general: Analizar la incidencia que tiene el medio de comunicación radial París 103.9 FM en la cultura política juvenil, en los jóvenes de 18 a 29 años, en la ciudadela Los Mirtos, del cantón Vinces, en el año 2018.

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

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

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

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

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

d) Democrático es un tipo más abierto a todos los sectores de la población en donde se ofrece la oportunidad que todos tengan la facilidad para emitir sus criterios, define su línea editorial de independencia de todos los sectores para no tener compromisos ni con el gobierno, ni con los empresarios, ni con otros grupos de poder.

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

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

La identidad cultural permite a las sociedades desarrollarse bajo una misma premisa, tener una historia y costumbres comunes que perduren en el tiempo, para lo cual se requiere que las personas se comprometan a mantenerlas, pese a la migración, las múltiples culturas, la difusión en las redes sociales, y la internet de manera general, cada persona debe estar

comprometida con vivir su cultura y respetar a las demás. (Holzmann, 2010, p. 44)

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

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

### **1.1 Radio analógica**

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

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

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

### **1.2 Radio digital**

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

### **1.3 Radio en internet**

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

Carl Malamud en 1993 desarrolló la primera “estación de radio online” es decir la primera transmisión de la señal radial por internet, este medio utilizaba la tecnología llamada MBONE (IP Multicast Backbone on the internet). Posteriormente en 1995 la radio HK se convirtió en la

primera estación de radio que tenía programación exclusiva a tiempo completo por internet, este medio utilizó una tecnología diferente al usar un reflector de conferencia web CU-SeeMe conectado a un CD de audio personal corriendo en un bucle infinito.

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

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

#### **1.4 La radiodifusión en el Ecuador**

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

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

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

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

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

La siguiente década fue el surgimiento de nuevas estaciones radiales a nivel nacional, según datos de (Delgado & Yaguana, 2014): Radio Quito (1940), Radio CRE (1940), Radio Ondas de Cutuchi (1940), Radio Municipal La Voz de Imbabura (1940), Radio comercial (1941), Radio Cenir (1941), Radio Coro Santa Cecilia (1942), Radio La Voz de la Democracia (1943), Radio Manta (1943), Radio Gran Colombia (1944), Radio Atalaya (1944), Radio América (1945), Radio Ondas del Cotopaxi (1945), Radio Cuenca (1945), Radio Cóndor (1946), Radio Ondas de Cutuchi (1946), Radio la Voz de los Coros (1946), Radio Universal (1946), Radio

Equinoccial (1946), Radio Ondas de Zamora (1947), Radio El Mundo (1947), Radio Ondas Azuayas (1947), Radio El Mercurio (1948), Radio 11 de noviembre (1948), Radio Continental (1948), Radio Mundial (1949), Radio Libertad (1949), Radio Luz de América (1949), Radio La voz del progreso (1949).

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

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

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

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

### **1.5 La radio y la sociedad**

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

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

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

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

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

oportunidad de sintonizarlo y asimilarlo o rechazarlo. (Fabre, 2015)

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

### **1.6 Programación radial**

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

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

Fabre (2015) señala que “La programación tiene dos direcciones al igual que un puente, puede recorrerse de allá para acá (desde las expectativas del público hacia la radio) y de acá para allá (desde las ofertas de la radio hacia el público)” (p. 44). La mayoría de las estaciones radiales como programación radial ofrecen espacios de entretenimiento, considerándose entre los cuales a los programas de música variada y especializada, además de programas de humor en los que se mezcla la interacción de personajes que conlleva a tener un mayor alcance de audiencia.

### **1.7 Clasificación de la programación radial**

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

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

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

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

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

Programa de cultura: Estos programas tienen como característica que son dedicados a la promoción de la identidad cultural, a través de investigaciones efectuadas por diversos autores que conllevan a conocer más de la cultura sea propia o de otras sociedades del país o de otros países.

## 1.8 Radio París

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

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

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

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

## 2. Metodología

El sector audiovisual es cada vez más importante en la sociedad, se ha establecido que la televisión es el motor del desarrollo social; En este sentido, este sector es importante para la construcción de la cultura y la industria. Debe tenerse en cuenta que en los últimos 15 años, la televisión se ha convertido en una herramienta influyente, por lo que algunas personas la consideran el "quinto poder"; el cual está determinado por varios factores, pero el principal es que permite a sus televidentes beneficiarse de la cobertura de los medios.

En base a esto, se puede determinar que la televisión afecta el funcionamiento de la sociedad a través de sus espacios de diálogo y programas, ya que sus consumidores se sienten identificados con la realidad que se están diseminando. Se puede decir que la televisión, a través del contenido de sus grupos de información, ofrece muchas opiniones que le dan al espectador la oportunidad de sacar sus propias conclusiones sobre temas sociales, políticos, deportivos, económicos y culturales.

Se debe agregar que en algunos casos esta habilidad se utiliza de tal manera que requiere tranquilidad para resolver problemas sociales desde las posiciones que conducen a la manipulación y confrontación de la realidad del camino violento, pero también se ha visto el volumen de la televisión utilizado para promover el diálogo, la solidaridad y la reflexión. Pero su contenido a veces causa agresión y no salva los valores morales y éticos del individuo.

La creación de estereotipos sociales se asocia con el consumismo de los medios, especialmente la televisión, que se crean para mantener una conexión estable con el público, que es difícil de separar, enraizada en la cultura, que de alguna manera inspira al espectador a

perpetuar su existencia, son siempre presentes de una forma u otra, se modifican y combinan con nuevas tendencias que llegan efectivamente a los jóvenes a través de la moda, la música, etc. La inmediatez y el presente son características de la red audiovisual que rompe con las barreras del tiempo y el lenguaje, los estereotipos no se enmarcan por la proximidad del espectador, toman fuerza de la capacidad de difundir el mensaje de que el uso de herramientas de comunicación como Internet, es la propagación de virus y llega a todas partes del mundo.

A pesar de las necesidades sociales y educativas del espectador y anteponerlas a las necesidades monetarias de los canales de televisión, el monitoreo de la programación se convierte en un proceso de consumo de información y penetración de la manera en que la gente piensa. Sería una reestructuración de la programación, donde la estrategia debería cambiar esta conciencia pasiva y desinteresada para ver la televisión y convertirla en una guía para la sociedad, todo en beneficio de los jóvenes que se forman de acuerdo con la forma a la que tienen acceso, sin cualquier instrucción es apropiada.

Ver la televisión se convierte en un problema para la educación, encontrar un producto de calidad es casi insignificante, por lo que la intervención familiar es relevante para determinar qué programas consumirán los jóvenes, en este proceso La socialización escolar también es importante, compartir gustos televisivos con amigos, existe un vínculo entre los segmentos más influyentes en la enseñanza de jóvenes. Los valores que se obtienen al mirar televisión son parte del vínculo ya programado en la mente del espectador, donde se relacionan sus intereses y emociones, creando afinidad y compasión por los personajes televisivos designados como estereotipos sociales, y esto es lo que nos hace consumir fijo productos sin la idea de cómo nos gustaría interactuar con la televisión.

### 3. Interpretación de resultados

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

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

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

La pregunta siete se plantea si en la Radio París 103.9 dentro de sus espacios o programas se tiene referencia a contenidos políticos ideológicos, encontrando como respuestas que el 66% considera que en sus programas no se tiene contenido ideológico político, lo cual hace notar que es una radio que no tiene mayor afinidad a una tendencia política. En la pregunta ocho se consulta sobre el contenido ideológico expresado en Radio París 103.9 fm, en el que se obtiene como resultado que el 79% considera que es contenido que más perciben es que se enfoca en el centro, tratando de no mostrar una tendencia hacia la izquierda o la derecha.

En la pregunta nueve se consulta si los partidos políticos han formado a los jóvenes a través de la radio para que tengan una cultura política, teniendo como resultado que un 95% considera que no se ha tenido ningún tipo de actividad de formación política en la radio. En la pregunta 10 se consulta si los jóvenes necesitan formación en la cultura política, obteniendo como resultado

que el 98% expresa que sí es necesario que los jóvenes tengan espacios de formación de cultura política juvenil, lo que les permitiría crecer en conocimiento de la política.

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

#### **4. Conclusiones**

1. El medio de comunicación radial París 103.9 FM de la ciudad de Vines es el medio de mayor sintonía entre la población juvenil, no tiene una participación activa en la cultura política juvenil en los jóvenes de 18 a 29 años, en la ciudadela Los Mirtos, del cantón Vines, en el año 2018, debido a que no existen programas de formación en ideología política que permita conocer las teorías de centro, derecha o izquierda.
2. Los jóvenes en el cantón Vines y de forma muy particular en la ciudadela Los Mirtos no se preocupan por conocer sobre la política, hay mucha indiferencia porque consideran que no es beneficiosa debido a que han sufrido las desigualdades sociales, muchos piensan que los políticos sólo piensan en robar y son mal vistos en la sociedad por lo que ellos no quieren ser igual.
3. El programa de opinión Frente a Frente es uno de los programas semanales de este medio que aborda diferentes temáticas de interés social y político dentro de Vines, tiene alta sintonía por parte de la población vinceña, sin embargo, no se cuenta con algún segmento de formación en ideología política, y es dirigido a un segmento de la población mayor de 35 años.
4. En tiempos electorales tanto de elecciones cantonales, provinciales y nacionales, se realizan programas con fines informativos de las propuestas, en donde se tiene la participación activa de los candidatos para que expongan sus planes de trabajo ante los electores, en estos programas que por lo general se tienen una o dos veces a la semana, y en las que se tiene un moderador, y uno o dos candidatos en calidad de entrevistados.

## Referencias Bibliográficas

- Ácaro, F. (2014). *Los recursos didácticos y su valor formativo*. Quito: Ediciones Vida.
- Anderson, D., Williams, T., & Sweeney, D. (2013). *Estadística para administración y economía*. México: Cengage Learning Editores.
- Arias, F. (2013). *El proyecto de investigación, guía para su elaboración*. Caracas: Editorial Episteme.
- Bernal, C. (2012). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Editorial Pearson Educación.
- Castillo, D. (2013). *La nueva Ley de Comunicación, una ley mordaza para los medios de comunicación o libertad de expresión con responsabilidad*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Cevallos, C. (2014). *Malos, vagos y locos - Los jóvenes no existe por sí solos*. Quito: Ediciones Abba Yala.
- Chávez, C. (2010). *Pedagogía educativa*. México : Editorial Pearson Educación.
- Díaz, A. (2013). *Estadística aplicada a la administración y la economía*. México: Editorial McGraw Hill.
- Holzmann, G. (2010). Comunicación política y calidad democrática en América Latina. *Revista Scielo*. Vol. 3, Num. 1, 25-45.
- Iles, P., & Ramos, G. (2013). La comunicación. *UTN*, 53-71.
- Niño, V. (2013). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Rincón, O. (2014). *Comunicación política en América Latina*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.
- Vergara, J. (2012). Cuatro tesis sobre la identidad cultural latinoamericana una reflexión sociológica. *Revista de Ciencias Sociales*, 77-92.