



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA

CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

LICENCIADOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

MENCIÓN: PERIODISMO

TÍTULO DEL PROYECTO:

**“APLICACIÓN DEL PERIODISMO COMUNITARIO EN LA
PROGRAMACION INFORMATIVA DE RADIO NET
DEL CANTON MILAGRO”**

AUTORES:

QUITO ARGUDO MAYRA YOLANDA

LAJE MUÑOZ MIGUEL ANGEL

Milagro, Diciembre de 2010

ECUADOR



ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el Proyecto de Grado presentado por los señores Mayra Quito, Miguel Laje para optar al título de Licenciados en Ciencias de la Comunicación y que acepto tutoriar a los estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro a los 15 días del mes de Marzo de 2.010

Lcdo. Washington Vizquete Negrete

TUTOR



DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los autores de esta investigación declaran ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica Ciencias de la Educación y la Comunicación de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra autoría, no contiene material escrito por otras personas, salvo el que está referenciado debidamente en el texto, parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una Institución nacional o extranjera.

Milagro a los 15 días del mes de Diciembre de 2.010

Mayra Quito

C.I. 0924302201

Miguel Laje

C.I. 0917530503



CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de: Licenciados en Ciencias de la Comunicación, mención Periodismo, otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA ()

DEFENSA ORAL ()

TOTAL ()

EQUIVALENTE ()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de grado: a cuatro pilares fundamentales en mi vida

En primer lugar a Dios, sin el no hubiera sido posible haber llegado hasta donde estoy ahora, gracias a su bondad, paciencia y amor es que estoy cumpliendo una etapa importante en mi vida.

A mis padres por ser el segundo pilar, que con sus ejemplos de perseverancia han hecho que llegue a esta meta tan anhelada por ustedes y por mí, a mi padre Ab. Alejandro Quito, por el estudio que me dio y enseñarme el valor del mismo y en especial a mi madre la Sra. Yolanda Argudo que fue la que estuvo conmigo en todo momento, la que nunca se canso de apoyarme y aconsejarme en mi etapa Universitaria.

Mis hermanos Ivan y Alejandra Quito Argudo mi tercer pilar, mis gordos quienes entre risas y llantos nos ha tocado vivir aventuras maravillosas, cosas doloras y momentos de gloria, ambos son mi fuente y los amo mucho, a mi familia en general a todos les dedico un pedacito de lo que es mi tesis de grado, aquí va plasmado el tiempo y sacrificio que me toco pasar para poder llegar hasta donde estoy ahora.

A mis amigos el cuarto pilar, a ustedes quienes en el transcurso de mi vida he tenido la oportunidad y la bendición de conocerlos en distintos lugares, situaciones, conciertos, viajes etc. Ustedes que forman parte de mí ser, que de una u otra forma me ayudaron a lograr este triunfo, me empujaron y me tendieron la mano para subir un peldaño más en mi vida.

A todos ustedes va dedicado este trabajo con cariño.

Mayra Quito

DEDICATORIA

Emocionado por la llegada de este día en que me convierto en un profesional de la Comunicación Social, dedico este logro a mi primogénito Miguel Ángel Laje Altamirano, quiero convertirme en un ejemplo a seguir para el y demostrarle que con esfuerzo y perseverancia se pueden alcanzar los objetivos que nos proponemos.

A mis padres Ángel Laje Castro y Petita Muñoz Macías por el apoyo que me dieron durante mi etapa universitaria. La comprensión y flexibilidad que tuvieron conmigo, sirvieron para que en la actualidad inicie una nueva fase en mi vida.

A Dios, por haberme dado la oportunidad de formar parte de medios de comunicación que confiaron en mi talento y ayudaron a poner en práctica los conocimientos adquiridos en la Universidad.

A mis docentes por haber compartido sus sabios conocimientos sobre la verdadera Comunicación Social y de los cuales me valdré para transmitirlo a las nuevas generaciones.

Miguel Laje

AGRADECIMIENTO

Al terminar mi carrera profesional quiero dejar constancia en esta página de mi proyecto mis más sinceros agradecimientos, primero a Dios, porque sin él es imposible seguir adelante, por darme muchas bendiciones y una de ellas es este proyecto de grado, a mis padres Ab. Alejandro Quito Vicuña y Sra. Yolanda Argudo Yépez por haberme enseñado a no ser conformista y buscar metas que alcanzar, aplicando la paciencia y amor a lo que hacemos.

También agradezco a mis profesores en general por todas sus enseñanzas en el transcurso de mi carrera Universitaria Y lógicamente a mi querido Licenciado Washington Vizuite por su paciencia amistad y constancia al querer que culminemos este proyecto, a el agradezco mucho por estar pendientes de nosotros impartiéndonos sus conocimientos en su cátedra profesionalmente.

Mayra Quito

AGRADECIMIENTO

Al culminar mi carrera como universitario quiero agradecer infinitamente a Dios por haberme permitido superar las barreras encontradas en el camino. A mis padres que confiaron ciegamente en mi capacidad para convertirme en un profesional de la comunicación. Sobretudo, por la paciencia que tuvieron para entender lo sacrificado que es esta profesión.

A mis profesores y a todos quienes pertenecen a la Universidad Estatal de Milagro por haber compartido sus conocimientos no solo conmigo sino con mis compañeros. Y al licenciado Washington Vizuite Negrete por su generosidad al brindarme la oportunidad de recurrir a su capacidad y experiencia profesional, en un marco de confianza, afecto y amistad.

Miguel Laje



CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

DOCTOR

ROMULO MINCHALA MURILLO

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derechos de Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención del Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue: “APLICACIÓN DEL PERIODISMO COMUNITARIO EN LA PROGRAMACION INFORMATIVA DE RADIO NET DEL CANTON MILAGRO” y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de la Educación y la Comunicación

Milagro a los 15 días del mes de Diciembre de 2.010

Mayra Quito

C.I. 0924302201

Miguel Laje

C.I 0917530503



ESTRUCTURA DE INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“APLICACIÓN DEL PERIODISMO COMUNITARIO EN LA PROGRAMACIÓN INFORMATIVA DE RADIO NET DEL CANTON MILAGRO”

A.- PÁGINAS PRELIMINARES:

- i. Pagina de carátula o portada
- ii. Pagina de constancia de aceptación por del tutor
- iii. Pagina de declaración de autoría de la investigación
- iv. Pagina de certificación de la defensa (calificación)
- v. Pagina de dedicatoria
- vii Pagina de agradecimiento
- ix Página de cesión de derechos del autor a la UNEMI.
- x. Índice General
- xiv Índice de cuadros
- xv Resumen

B.- TEXTO:

INTRODUCCIÓN

**CAPÍTULO I
EL PROBLEMA**

1.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1.1	Contexto Social del Problema.....	2
1.1.2	Delimitación del Problema.....	3
1.1.3	Formulación del Problema.....	4
1.1.4	Sistematización del problema.....	5
1.1.5	Determinación del Tema.....	6
1.2	OBJETIVOS.....	7
1.2.1	Objetivo general.....	8
1.2.2	Objetivos Específicos.....	9
1.3	JUSTIFICACIÓN.	10

**CAPÍTULO II
MARCO REFERENCIAL**

2.1	MARCO TEÓRICO.....	11
2.1.1	Antecedentes históricos.	12
2.1.2	Antecedentes referenciales.....	13
2.1.3	Fundamentación.....	14

2.2	MARCO LEGAL.....	15
2.3	MARCO CONCEPTUAL.....	17
2.4.	HIPOTESIS Y VARIABLES.....	19
2.4.1	Hipótesis general.....	19
2.4.2	Hipótesis particulares.....	19
2.4.3	Declaración de variables.....	19
2.4.4	Operacionalización de las variables.....	20

CAPÍTULO III MARCO METODOLOGICO

3.1	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL..	21
3.2	LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.....	22
3.2.1	Características de la población.....	23
3.2.2	Delimitación de la población.....	23
3.2.3	Tipo de Muestra.....	24
3.2.4	Tamaño de la Muestra.....	25
3.2.5	Proceso de selección.....	27
3.3	LOS METODOS Y LAS TECNICAS.....	28
3.3.1.	Métodos teóricos.....	29
3.3.2.	Métodos empíricos.....	30
3.3.3.	Técnicas e instrumentos.....	31
3.4	PROCESAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACIÓN.	32

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACION ACTUAL.	34
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA PERSPECTIVAS.	36
4.3 RESULTADOS.	37
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.	38

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA.	39
5.2 JUSTIFICACIÓN.	39
5.3 FUNDAMENTACIÓN.	41
5.4 OBJETIVOS.	41
5.5 UBICACIÓN.	43
5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.	44
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.	45
5.7.1 Actividades.	45
5.7.2 Recursos, análisis financiero.	47
5.7.3 Impacto.	49
5.7.4 Cronograma.	50
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.	51
CONCLUSIONES.	51
RECOMENDACIONES.	52
C. MATERIALES DE REFERENCIA.....	53
BIBLIOGRAFÍA.	

INDICE DE CUADROS:

CUADRO NÚMERO 1.

PORCENTAJES DE LAS RADIOS DE LA CIUDAD DE MILAGRO QUE ENTRE SU PROGRAMACION TIENEN INFORMATIVOS.

CUADRO NÚMERO 2.

TOTAL DE MUJERES Y HOMBRES, OYENTES DE RADIO NET, QUE FUERON ENCUESTADOS PARA OBTENER LA MUESTRA.

CUADRO NÚMERO 3

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA CIUDAD DE MILAGRO NO LE DAN COBERTURA PERIODÍSTICA A LOS SECTORES URBANOS MARGINALES COMO TAMPOCO A LAS AÉREAS RURALES AGRÍCOLAS Y PECUARIAS DE LOS ENTORNOS DEL CANTÓN.

CUADRO NÚMERO 4

LAS ENCUESTAS CONFIRMAN QUE LA CIUDADANIA CASI NUNCA ES PROTAGONISTA EN ALGÚN MEDIO DE COMUNICACIÓN, PARA TRANSMITIR LIBRE Y DIRECTAMENTE ALGUN HECHO QUE SUCEDE EN SU SECTOR.

CUADRO NÚMERO 5

EL TOTAL DE PERSONAS QUE APOYAN LA CREACIÓN DEL INFORMATIVO RADIAL CON LA APLICACIÓN DEL PERIODISMO COMUNITARIO.

RESUMEN

La aplicación del Periodismo Comunitario a un informativo radial se concibe por las graves falencias de espacios destinados para que la colectividad pueda acceder y utilizar un medio de comunicación, participando como protagonista y como vocero directo de los hechos ocurridos en su entorno, es tan grande la falta de oportunidades para que puedan expresar libremente sus criterios, opiniones, reclamos, denuncias, censuras, incluso agradecimientos y felicitaciones por determinadas acciones sociales, culturales, cívicas y deportivas.

Estas formas y niveles comunicativos se enmarcan en los principios del Periodismo Comunitario donde la finalidad es dar la oportunidad para transmitir esas inquietudes, particularmente a los sectores marginados, relegados de las coberturas periodísticas normales.

La comunicación comunitaria nace como una alternativa para recuperar y rescatar la cultura e idiosincrasia de un pueblo, convirtiéndola en actores sociales participativos, protagonistas principales de la difusión informativa porque serán además los voceros directos de esos acontecimientos.

Este nivel periodístico ofrece un manejo profesional y distinto, con un estilo diferente de informar, coadyuvando a desarrollar creativamente esa realidad desde el punto de vista de los afectados, por las condiciones económicas, culturales, demográficas y ambientales propias de su región, que efectúa el pueblo desde su propio seno y hacia el resto de la sociedad, pero convertido en protagonista en el ámbito de la Comunicación.

También se buscan alternativas de convivencia y solución sugerida por ellos, manteniendo un seguimiento periodístico permanente de los casos hasta llegar a un desenlace positivo, porque serán escuchados por las autoridades pertinentes, viéndose estos, obligados a prestar atención a estos llamados hechos a través de la difusión radiofónica.

ABSTRACT

The application of the informative Communitarian Media to a radial one is conceived by the serious failed spaces destined to the the collectivity can accede to use a media one , participating like a protagonist and like a direct spokesman of the happened facts in its surroundings. The lack of cultural, civic and sport opportunities is so great ,so they can freely express its criteria, opinions, reclamations, denunciations, censorships, even gratefulness and congratulations by determined social actions. These communicative forms and levels are framed in the principles of the Communitarian Media where the purpose is to give the opportunity to transmit those restlessness, particularly to the marginalized sectors, relegated of the normal journalistic covers. The communitarian communication was born like an alternative to recover and to rescue the culture and idiosyncrasy of a town, turning it into participating social actors, which main protagonists of the informative diffusion they will be in addition the direct spokesmen to those events Also the alternatives of coexistence and solution suggested by them look for, maintaining a permanent journalistic pursuit of the cases until injuring to a positive outcome, because they will be listened by the pertinent authorities, seeing these, forced to pay attention to these calls done through the wireless diffusion

B.- TEXTO:

INTRODUCCIÓN

El siglo XX extraordinariamente rico en avances técnicos-científicos, han impulsado el crecimiento y desarrollo tecnológico de los medios de comunicación masivos, quienes han conquistado espacios imaginarios dentro del convivir de la humanidad. Estos medios han facilitado los procesos comunicacionales permitiendo una mayor preocupación y cuidado por el entorno del ser humano.

El trabajo de investigación que ponemos a consideración, trata de abarcar aspectos delicados y complejos en el ámbito radial, como es la falta de espacios radiales en Milagro, que prioricen el interés por la convivencia social y racional, en un escenario donde interactúen los oyentes, afectados, como protagonistas y difusores de sus realidades.

Se busca activar e impulsar la organización de los oyentes en temas como la educación en sociedad, la vinculación entre autoridades y población, y la importancia de la vida familiar para la colectividad y viceversa.

Formación en los principios y valores del orden social comprensión e interiorización de los conceptos de las personas, sociabilidad del hombre, derechos humanos, justicia, solidaridad, subsidiariedad, bien común, sociedades intermedias, etc.

Disposición de servir a la sociedad cumpliendo debidamente su función primordial de impulsar con su trabajo a la economía, crear riqueza con la voluntad también de hacer actividades que produzcan algún perjuicio social.

Dándole sentido social con preocupación activa y participativa por su entorno social desde su posición incluso capacitándolo como líder social y ciudadano para que asuma su responsabilidad social con la más estricta observancia de la justicia comunitaria, distributiva y legal en áreas tan complicadas como la Educación, Salud, Cultura, Medio Ambiente, Eventos y noticias en general.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Milagro, la segunda Ciudad más importante de la Provincia del Guayas, no cuenta con una estación radial que en su programación, haya aplicado el periodismo comunitario. Existen emisoras, en A.M .y en F.M., todas comerciales. Los noticiarios no tienen ningún formato periodístico definido, conformándose con la lectura de noticias publicadas en los medios impresos que circulan a nivel nacional, pero lo más grave es que los temas locales reciben un tratamiento empírico, que los minimiza, devalúa, evita y margina de sus emisiones.

Cada estación radial tiene espacios informativos, (sin ningún contenido, manejo o direccionamiento periodístico profesional), y no les prestan atención, no acogen el clamor ciudadano, de temas comunitarios no existe, se realizan simples contactos telefónicos con simples denuncias, se abren micrófonos para reclamos a las autoridades de los distintos niveles, por sus incumplimientos, por robos, peleas de barrio, etc., intervenciones que solo se quedan en simples participaciones.

Con estos antecedentes, la mayor parte de la comunidad pierde la oportunidad de dar a conocer su realidad, lo negativo o positivo de Milagro. Los encargados de las coberturas periodísticas en las calles, no cumplen con su labor profesional, sin la noción de lo que significa concepción y proyección social o comunitaria, aspectos fundamentales del ser humano.

Los símbolos y raíces culturales de la Ciudad, deben determinar una auténtica comunicación radial, es de vital importancia identificar para darles el valor que tienen en la elaboración de mensajes que tengan sentido para todos los integrantes de la sociedad milagreña noble, sincera, solidaria, transparente, trabajadora, emprendedora y son estas riquezas que se rescata, restaurar, fortalecer, dignificar, optimizar y priorizar en sus emisiones el periodismo Comunitario.

1.1.1 Contexto Social del Problema

Más de doscientos mil habitantes, incluidas las zonas urbano marginales y rurales, reciben informaciones de carácter mediático, nacionales y las locales son solamente de crónica roja, farándula o políticos locales, lo prioritario es promocionar las informaciones vinculadas o directamente relacionadas con quienes pautan algún tipo de publicidad en estos medios.

Los medios de comunicación radiales en Milagro no les dan importancia a las necesidades básicas, no privilegian los hechos noticiosos, acontecimientos y demás actividades de carácter cultural, educativo, social, barrial, etc., que acontecen en los distintos niveles poblacionales de la Ciudad, rezagando estos hechos e informaciones marginándolos y nunca transmitidos directamente por los afectados o involucrados.

Ciertas emisoras, que ocasionalmente abren espacios para que la audiencia pueda comunicarse telefónicamente o participen directamente, pero el tiempo es mínimo, limitado y sobre un tema direccionado desde la radio, pero que todo queda como simples participaciones, como simple denuncia, pero nada más.

Las alternativas, será organizar programaciones con contenidos netamente sociales, comunitarios, con la actualización permanente de los protagonistas de esos hechos, con temáticas totalmente relegados por demás medios radiofónicos como: Niñez y Adolescencia, Derechos Humanos, Educación Sexual, Desarrollo Sostenible y Pobreza, distribución de la riqueza, cuidado de la vida, de la naturaleza, entre otros temas.

Incrementando la producción radiofónica con contenidos comunitarios donde las coberturas a los protagonistas y orígenes de estos temas son las organizaciones sociales, barriales, entre otras, que obligatoriamente deben constar en las agendas de trabajo diario de estos medios de comunicación que deben funcionar en base a su compromiso social y profesional con su comunidad.

1.1.2 Delimitación del Problema

Área: Comunicación Social

Sector: Periodismo Radiofónico

Lugar: Ecuador, Provincia del Guayas, Cantón Milagro

Con apenas cuatro años de transmisión, Radio Net, según sus encuestas y rating de sintonía realizadas, la ubican en un lugar de aceptación destacado en las preferencias de la audiencia en la Ciudad de Milagro. En sus inicios, Net solo tenía programación musical y dos horas diarias de noticias que estaban a cargo de un locutor.

La aceptación de los oyentes Milagreños y de toda la provincia del Guayas, hizo que esta emisora joven amplíe el horario de sus transmisiones informativas, pero para corresponder a esa preferencia de sus oyentes, abre estos espacios para que puedan participar informando directamente de todo lo que sucede en su entorno pero además de su compromiso de buscar solución a esos problemas.

Opinión, comentarios, sugerencias, denuncias y peticiones de los más desprotegidos serán tomados en cuenta, procesados profesionalmente para direccionarlos a ocasionar una reacción local y nacional, ya que así los habitantes de otras jurisdicciones, al ser considerados, también se interesarán en hacer conocer sus vivencias.

El periodismo comunitario, fusionado a la programación de Radio Net, proyectara a sus oyentes (de todas las edades), oportunidades de participar e involucrarse,

de asumir responsabilidades. Es decir, es pluralista y abre toda su programación a sus oyentes, con un tratamiento equitativo para las ideas alternativas, no se conforma con perpetuar las fuentes tradicionales. Incorpora a la comunidad como actor principal en las coberturas, difusión y seguimiento correspondientes.

1.1.3 Formulación del Problema.

Siendo Milagro la segunda ciudad más grande de la provincia del Guayas, no cuenta con un espacio radial donde las personas puedan transmitir directamente sus inquietudes, información, problemas por los que atraviesan y que de esa manera las autoridades locales puedan atenderlos. En los espacios informativos de radio Net, a diferencia del resto de emisoras, se aplicará el periodismo comunitario, didáctico e interactivo, para no solo difundir las inquietudes, sino también comprometerse con un desenlace positivo.

La falta de respuestas a estas necesidades, el desinterés o ineficiencia, insta a encontrar una solución que nace desde los propios afectados. Si un tema se refiere a la participación ciudadana, lo más probable es que muchos de los oyentes no sepan exactamente de que se está hablando, por eso se ubicaran las explicaciones correspondientes con los propios afectados.

Los primeros sondeos realizados dejan al descubierto que los sectores con más problemas de índole social son: La Pradera, La Florida, Las Piñas, Los Ceibos, Bellavista, La Lolita, entre otros. Estas zonas fueron el epicentro de nuestro trabajo investigativo con encuestas a una población determinada de cada sector, donde pudimos notar que el resto de emisoras, definitivamente no se preocupan por las necesidades y requerimientos de sus oyentes.

La falta de un estilo autónomo, integral y simultáneo que permita la libre elección por parte del oyente de la información para escoger cuál de los contenidos quiere conocer. El uso de esta opción ha tomado fuerza y ha ganado espacio dentro de los sectores sociales, convirtiéndose en uno de los principales medios de comunicación. Dentro de los sectores, como parte de su cultura comunicativa están los campesinos, ambientalistas, y activistas en distintas áreas sociales. De

esta forma muchos de los líderes comunitarios o activistas confirman el hecho de que Net es un medio alternativo porque les permite a las diferentes comunidades divulgar sus propios contenidos, la cosmovisión de su realidad y con el tratamiento periodístico profesional, generar opinión pública y movilización social.

1.1.4 Sistematización del Problema.

El periodismo radial no tiene como único fin la información, están además el educar, entretener, fortalecer la cultura tradicional, pero por sobre todo, debe tener un férreo compromiso social con su Ciudad, con sus oyentes. Aprovechar el arma poderosa que es la Radio, sobre los demás medios de difusión colectiva, porque es inmediato, rápido, económico y de fácil llegada.

Orientar adecuadamente abriendo este espacio de reflexión, con la perspectiva de conceptos, experiencias, sueños, aspiraciones y propuestas de soluciones, proyectar la transmisión de esas necesidades de todos los procesos cotidianos, convirtiéndolos en actores sociales participativos, protagonistas principales, porque serán los voceros directos de esos acontecimientos.

Este nivel periodístico distinto, con un estilo diferente de informar, coadyuvando a desarrollar profesional y creativamente esa realidad desde el punto de vista de los afectados, por las condiciones económicas, culturales, demográficas y ambientales propias de su región, que efectúa el pueblo desde su propio seno y hacia el resto de la sociedad, pero convertido en protagonista en el ámbito de la Comunicación.

También busca y propone alternativas de convivencia y soluciones, sugeridas por los afectados, manteniendo un seguimiento periodístico permanente de esos casos hasta llegar a un desenlace positivo, porque serán difundidos y escuchados por las autoridades pertinentes, viéndose estos, obligados a prestar atención a estos llamados hechos a través de la radio.

1.1.5 Determinación del Tema

¿Qué es el derecho a la Comunicación? Es esencial si queremos que las sociedades estén incluidas en la protección de los derechos humanos. Esto significa que no acepta a los medios de Comunicación, mercaderes de los intereses de los pueblos, que a lo mucho son convertidos a manera de mapas de rutas.

La adopción de una Declaración Universal de los Derechos Humanos que incluye el derecho a comunicarse, significa que la comunidad internacional decide combinar los estándares existentes y nuevos en un documento coherente firmado por los gobiernos, representantes del sector privado y organizaciones de la sociedad civil, para preservar la vida y la naturaleza, a través del periodismo comunitario.

Existe una confusión entre información y comunicación. Cuando hablamos de comunicación nos estamos refiriendo a un concepto más amplio que también contiene información. La Comunicación está relacionada con el intercambio de mensajes entre diferentes sujetos, personas que participan de un proceso que es necesariamente colectivo, donde todos y todas emiten y al mismo tiempo reciben los mensajes. La información, en este marco, es un camino sólo de ida, donde alguien produce un mensaje con la intención de que el público lo reciba, sin interesarse por la respuesta que los destinatarios puedan dar a partir de lo recibido.

La comunicación radiofónica está en permanente cambio, los nuevos actores sociales son los que ahora generan nuevas respuestas y a veces por falta de conocimiento, son ignoradas por la prensa. Para contrarrestar esta tendencia, el Periodismo comunitario acerca a periodistas y productores de información para propiciar nuevos instrumentos que permitan difundir segmentos sociales en los medios de comunicación y valorarlos en su respectiva articulación con el que hacer social, económico y político de la Ciudad.

1.2 OBJETIVOS

Contribuir al rescate de la memoria histórica de la Ciudad, y que sus habitantes ejerzan su derecho a plantear con su propia voz las situaciones que se presentan en su realidad diaria, fomentando grupos organizados como vecinos del barrio, las madres cabeza de familia, los estudiantes en general o de algún colegio, que siempre tienen necesidad de difundir cierta información, ya sea de sus actividades o de temas de interés general, la Radio con las aplicaciones del Periodismo Comunitario será el medio de comunicación con mayor eficiencia, en cuanto a difusión de este tipo de noticias.

Planificar y motivar, para convertir los, aparentes, hechos domésticos en razones poderosas que impulsen a comunicarnos. Determinar y priorizar estos temas e informaciones que son importantes, porque se trata de los suyos, de su gente. Ósea de nuestro público-audiencia, que merece tiempo y espacios suficientes, determinando cómo y cuándo lo haremos, cuál será nuestro trabajo profesional en el manejo de este tipo de información y mensajes.

Encaminar a los medios radiales en su trabajo de difusión para que evidencien su compromiso social y visibilicen las relaciones sociales, de solidaridad, de unidad, de organización entre la comunidad, entidades y autoridades estatales, sector privado y entre ellas mismas, presentando alternativas de convivencia, con un gran potencial creativo originado desde los mismos involucrados y afectados.

Socializar los compromisos que deben regir a la comunicación radial con acceso en igualdad de condiciones, potestades, derechos, oportunidades pero también con obligaciones que vayan más allá de solo abrirle micrófono para recibir una denuncia.

Anteponer la sensibilidad humana en la radiodifusión, reemplazando la finalidad comercial, reconociendo y valorando el derecho de comunidades, organizaciones sociales, campesinas, cuya labor esté orientada al fortalecimiento de la comunidad, la consolidación intercultural, la defensa de los valores, históricos, artísticos, afianzando la identidad nacional, vigorizando la vigencia de los derechos humanos.

1.2.1 Objetivos Generales

- Innovar los espacios informativos, que servirán como nexo entre la comunidad, la sociedad, las autoridades cantonales y nacionales para atender las necesidades y los grandes problemas de los denunciantes quienes serán los mismos afectados.
- Crear responsabilidad social con la estricta observancia de la justicia comunicativa, distributiva y legal, las partes involucradas tendrán una participación directa que ayudará a crear un compromiso mutuo a favor de quienes necesitan ser atendidos.
- Incentivar la preocupación colectiva y participativa a favor de su entorno social, el uno desde su posición de periodista comunitario pero también como ciudadano, quien mediante la difusión del conocimiento actualizado de esas realidades, niveles de vida, etc., permitirán al periodista y a la sociedad en general conocer lo más exactamente posible esas necesidades, deseos y comportamientos de esa población.
- Re direccionar a la radiodifusión tradicional de la Ciudad de Milagro, que ha caído en lo mediático y comercial, sin mayor responsabilidad social, limitándose a simplemente abrir micrófono para escuchar denuncias que a nadie le importa.
- Actualizar y poner en vigencia la expresión cultural tradicional, para crear una auténtica comunicación comunitaria que identifica y dignifica a la familia, la educación con sentido de solidaridad humana en todos los integrantes de esta sociedad.

1.2.2 Objetivos Específicos

Poner en vigencia el derecho de acceso, que tienen las comunidades a la comunicación pública. El derecho al desarrollo de las infraestructuras sociales y comunitarias para la consecución de recursos adecuados, distribución del conocimiento y habilidades, la igualdad de oportunidades económicas y la corrección de las desigualdades. El derecho a la protección de recursos para evitar apropiación privada.

- Ser el puente, el medio por el cual las autoridades locales puedan conocer e interesarse por las verdaderas necesidades que tienen los sectores marginales y populares.
- Darle seguimiento a las denuncias para poder conocer más detalladamente los cambios que se vayan dando luego de haberse hecho el llamado respectivo.
- Comprometer a las partes involucradas a preocuparse más por el bienestar de quienes lo necesitan.
- Participación en directo de los afectados, dirigiéndose a la autoridad competente para solucionar los problemas que se registran en esos puntos de la urbe.
- Función descriptiva, investigar y exponer el estado social, económico, cultural, etc.
- Manejar los procesos comunicativos, con la concepción de las situaciones en los diferentes ámbitos de los distintos sectores para la aplicación del periodismo comunitario.
- Función evaluadora, explicar las razones por las cuales los diferentes sectores sociales actúan de la manera en que lo hacen. Es la ponderación de los elementos que influyen en los procesos comunicacionales que se están produciendo.
- Función de desarrollo, analiza cómo reforzar aquello que ha sido evaluado como acertado y mejorar lo que fue considerado erróneo, y proponer las formas de realizarlo y de cómo solucionar los existentes.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Conocer al detalle la evolución de la comunicación en el ser humano y la establecida en la Ciudad de Milagro, nos ha permitido determinar las necesidades de aplicar sistemas alternativos que permitan satisfacer inquietudes, primordiales, vitales de la población usuaria de los medios radiales, es por eso que nuestra propuesta busca responder, brindando un espacio directo a la comunidad que son los que saben, lo que quieren, como una actitud contestataria, ante el predominio de los medios de comunicación masiva que tienen espacios de debates pero solo para los sectores empresariales, de cámaras y de las autoridades de los entes estatales o de poderes mediáticos.

Es vital abrir un espacio ajeno de intereses económicos o cuestiones partidistas, para encaminar la comunicación entre la comunidad y las estructuras estatales, el sector privado y entre ellas mismas. Por tanto la comunicación comunitaria es la alternativa idónea para recuperar y rescatar la cultura popular para restituirle su papel protagónico.

Apuesta por una organización popular, real y democráticamente participativa donde tengan acceso los sectores más desposeídos, desarrollando una participación afectiva y efectiva donde se inicie un proceso de reconstrucción de la historia, de las tradiciones y del verdadero lenguaje de los pueblos.

En Ecuador como en muchos países de principio de siglo, no disponían de la tecnología avanzada de esa época y lo poco que se sabía era gracias a unos pocos entusiastas de esta nueva forma de comunicarse, las noticias técnicas llegaban en revistas o libros que leían unos pocos privilegiados.

La comunicación comunitaria o alternativa nace como una propuesta para recuperar y rescatar sus raíces y cultura, convirtiéndola en actor social participativo, protagonista principal en la difusión informativa porque será además el vocero directo de sus acontecimientos.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO.

La comunicación humana es cuando nos relacionamos con otros para expresar ideas. Esta necesidad la tenemos desde hace casi un cuarto de millón de años en que aparecimos, lo prueban los dibujos primitivos encontrados en cuevas y que aún nos cuentan de actividades como la caza y la recolección de frutas, pero en comunidad.

El derecho a la comunicación a la información es un proceso social a través del cual surge la opinión pública, que funciona en base de tres elementos: un emisor, un mensaje y un receptor. Este derecho, el cual es un conjunto de normas que regulan la forma de llevar libertades de expresión y transmisión del pensamiento, de ideas y opiniones a través de la palabra, escritura o cualquier otro medio de comunicación.

De este proceso nace la adhesión libre de los receptores al contenido que ha sido lanzado por el creador de este tipo de información, y es aquí donde aparece la necesidad de los tipos de libertades que son: la libertad de los emisores de la información y la libertad de los intérpretes del mensaje; la libertad de información llevo a la libertad de creación de medios privados, radio, televisión, entre otros, pero en este nivel de la Comunicación comercial, la ciudadanía tiene cada vez

mas y mayores restricciones, porque si accede es para que realice alguna denuncia, pero que se queda en solo eso, en una simple denuncia de alguien.

La radio, siendo el medio de comunicación más democrático, ayuda a conocer lo que pasa donde vivimos y en otros lugares, gracias al sonido, el cual viaja en ondas que puede cruzar el espacio, se pueden escuchar transmisiones lejanas.

2.1.1 Antecedentes históricos

En el Ecuador, los medios de Comunicación tienen el carácter comercial, en gran parte ligados a grupos económicos de poder, que tienen sus propios intereses que son difundidos en toda su programación, eso restringe y limita a los sectores populares, la posibilidad de difundir y expresar su realidad a través de esos canales, y si lo hace, solo será una simple denuncia, pero nada más.

La mayor parte de las radios tienen licencias comerciales o culturales. La obtención de una frecuencia con licencia comercial implicaba un proceso largo y complejo que, luego de muchos años de espera, podía fracasar a menos que se tuviera buenos contactos políticos.

Las radios comunitarias fueron reconocidas en 1996, cuando el Gobierno aprobó una ley que estipulaba provisiones especiales para las emisoras comunitarias. Sin embargo, esa misma ley estableció severas restricciones, prohibiendo toda actividad comercial, limitando la potencia de transmisión y exigiendo una aprobación previa del ejército, por razones de "seguridad nacional".

La Coordinadora de Radios Populares y Educativas del Ecuador (CORAPE), presentó una demanda constitucional para modificar la ley, lo cual lograron obteniendo la reforma de la Ley de Radio y Televisión. Aunque la Constitución Ecuatoriana en su artículo 23, numeral 10 reconocía y garantizaba el derecho a la comunicación, a fundar medios de comunicación social y acceder, en igualdad de condiciones a frecuencias de radio y televisión, las normas de menor rango en este país eran consideradas como contrarias a la misma.

La comunicación comunitaria o alternativa nace como una propuesta de rescatar el papel protagónico de las personas, esta forma de comunicación es entendida como ciudadana, apuesta por una organización social, popular, articulada, democrática, que conto con un gran auge en Latinoamérica por el trabajo con los grupos sociales y fundamentalmente frente a la sociedad propiamente, en los años 80 surge como una actitud contestataria al predominio de los medios masivos de comunicación privados o comerciales, que marginan a las masas.

2.1.2 Antecedentes referenciales

“Los medios alternativos hacen real el derecho que tienen las personas a la información. Es importante que vayan teniendo mayor relevancia tanto en las subjetividades como en la sociedad civil”. Alvin Toffler lo observaba en las últimas décadas del siglo XX, cuando señaló la desaparición de medios y el aumento de alternativas de tecnología modesta y poco costosa, con una fuerte credibilidad, pero apartados de lo social.

La comunicación comunitaria lo que pretende es difundir la situación de los marginados y menos favorecidos, lograr que niños, niñas, estudiantes, ancianos, mujeres, campesinos, líderes, sean escuchados, objetivo que se ha venido ampliando a través de este periodismo alterno denominado: comunitario, alternativo, ciudadano, en fin. Lo importante es su sostenibilidad y capacidad para desarrollar la participación afectiva, que inicie un proceso de reconstrucción de la historia, de las tradiciones, del lenguaje de los pueblos, fundamentando y fortaleciendo sus derechos constitucionales:

- ✓ El derecho a practicar las tradiciones culturales.
- ✓ El derecho a disfrutar de las artes y del beneficio del progreso científico
- ✓ El derecho a la protección de la propiedad y patrimonio cultural.
- ✓ El derecho de las minorías a la educación y a tener sus propios medios
- ✓ El derecho a la protección frente a la engañosa distorsión ideológica.
- ✓ El derecho a la vida sin importar su creencia o tendencia religiosa
- ✓ El derecho a la protección de independencia profesional.
- ✓ El derecho de acceso de las comunidades a la comunicación pública.

- ✓ El derecho al desarrollo de comunicaciones para la distribución del conocimiento y habilidades, la igualdad de oportunidades económicas y la corrección de las desigualdades.
- ✓ El derecho a la protección de recursos de su apropiación privada por parte de las industrias del conocimiento.
- ✓ El derecho de la gente a participar en la toma de decisiones públicas sobre la provisión de información, producción de cultura o la producción y aplicación del conocimiento.

2.1.3 Fundamentación

Los procesos de los derechos a la comunicación (Periodismo Comunitario), han obtenido a nivel nacional e internacional gran acogida y fortalezas de las siguientes instancias, a nivel mundial y nacional.

En 1969 Jean d'Arcy. Director de los Servicios Radiales y Visuales en la Oficina de Información Pública de las Naciones Unidas, presento la legalización del “derecho a comunicar” y el libre acceso a las Tecnologías de Información y Comunicación, porque constituyen parte fundamental para los Derechos Humanos colectivos de las sociedades.

La Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI), primera fase se realizó el 2003 en Ginebra (Suiza) donde se reafirmaron los principios y objetivos del Plan de Acción. Concluyendo que es importante la construcción de una sociedad de la información que incluya y oriente el desarrollo de la comunicación y sus derechos a la vida y para este proceso es fundamental el conocimiento, los derechos humanos, la solidaridad, libertad, democracia y cooperación entre los países dentro del marco de la información.

Dos años después, los representantes de América Latina y el Caribe se reunieron en Río de Janeiro (Brasil) para realizar la Conferencia Regional Ministerial de América Latina y el Caribe, que sirvió como reunión preparatoria para la Segunda Fase de la CMSI, que se llevó a cabo en Túnez (2005).

El proyecto Gobernanza Global y Derecho a la Comunicación de la Campaña por los Derechos a la Comunicación en la Sociedad de la Información (CRIS), 2008, tuvo como tema del documento: Inclusión Digital.

2.2 MARCO LEGAL

En la nueva Constitución de la República del Ecuador, se establece en la Sección Tercera, que trata sobre la Comunicación e Información, el marco legal para viabilizar este proyecto:

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.

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

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.

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. 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.

Además, el artículo 3 de la Ley de Ejercicio del Periodista Profesional, que establece las funciones propias del periodista.

También, en el Código de Ética del Periodista, en el capítulo: Periodista y Estado, establece lo siguiente:

Artículo 12.- El periodista exigirá del Estado una política nacional de comunicación que impida el monopolio de la información.

Artículo 17.- El periodista debe impulsar y promover los programas del Estado destinados a fomentar el desarrollo integral del país.

En toda la Declaración Universal de los Derechos Humanos, se garantiza la libertad de expresión, pero fundamentalmente se determina este nivel de Comunicación Radial que debe priorizar lo humano, los recursos naturales, culturales y la protección a través de la Información, de los grupos sociales marginados y más vulnerables.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

La comunicación comunitaria. Se caracteriza por ser independiente frente a los grandes poderes mediáticos, es un rechazo a lo predominante pero es a la vez una propuesta de lo que se quiere y presenta alternativas con un gran potencial creativo más que con recursos.

Prensa Comunitaria. Es un medio sin fines de lucro sirve de ayuda a las comunidades. El significado de prensa alternativa no se basa en el enfoque editorial, tampoco tiene que ver con ser de izquierda o derecha, tiene que ver con cómo el medio está organizado y cómo trabaja con y para la comunidad.

Los medios comunitarios. Encaminan su trabajo a la difusión, evidencia y visibilización de relaciones, entre la comunidad, organizaciones estatales, sector privado y entre ellas mismas. Ajeno a cuestiones partidistas, evita todo tipo de publicidad a cambio de una compensación económica.

La radio comunitaria. Es el nivel de comunicación más democrática, interactiva y efectiva. Enseña, educa, entretiene. Es muy recursiva y creativa, organiza y planifica el manejo de la información que estará siempre direccionado a servir a la colectividad, a la convivencia equilibrada, justa, solidaria.

Tecnologías de Información y Comunicación. TICS. Son los avances en tecnología digital. En la actualidad es la red de computadores más grande del mundo. Prácticamente cualquier actividad se encuentra en esta red de redes llamada Internet.

Radio. Es el medio de difusión masivo y de muy bajo costo, llega a los más recónditos lugares del mundo, es instantáneo, inmediato movilidad y brinda mayor acceso al público, en relación con los demás medios de comunicación.

Audiencia. (Target). Es el sector de la población al que esta direccionado la programación de una radio o un medio de comunicación.

La noticia. Resumen de los hechos, lo más aséptico posible, para que sea noticia debe responder a por lo menos 5 preguntas, sobre ese hecho, qué, quien, como, cuándo, dónde; por qué y para qué.

Flash informativo: Noticia de última hora, de gran trascendencia para el mayor porcentaje de la población, rompe toda programación por su importancia.

Boletín horario: Resumen que no supera los 5 minutos, es emitido regularmente.

Resumen: Es como un boletín que resume los contenidos de un informativo que ha sido emitido poco tiempo antes.

Reportaje: Es un formato periodístico de investigación, en radio de mayor complejidad en la realización, se agrupan representaciones fragmentarias de la realidad con el fin de ofrecer una visión global de un tema.

Transmisiones en vivo. Emisiones transmitidas, de fuera de estudios, directamente sin ediciones, pueden ser también las corresponsalías.

Debate / Coloquio / Mesa redonda, Entrevista: Diálogos en el que se enfrentan varias opiniones, en torno a un determinado tema.

Rueda informativa: Participan profesionales desde distintos lugares.

Magazines: Es el que domina las emisoras de carácter generalista (hasta un 50% de tiempo de emisión).

2.4. HIPOTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis general

La restricción y poco acceso de los oyentes a los informativos radiales para que participen libre, democrática y directamente, exponiendo su realidad, sus problemas, sus ideas, sus criterios y puntos de vista, buscando e induciendo una posible solución desde su propia necesidad y perspectiva.

2.4.2 Hipótesis particulares

- ⇔ La existencia de medios radiales comerciales y privados que responden generalmente a los intereses de sus pautantes publicitarios.
- ⇔ Poco profesionalismo periodístico en los medios radiales de la Ciudad de Milagro.
- ⇔ Falta de contenidos en las programaciones radiales, que abren sus micrófonos para recibir simples voces de denuncias de la población, pero solo hasta ahí.
- ⇔ Desinterés masivo de la población milagreña a las programaciones radiales porque han demostrado que no tienen ningún compromiso social, solo comercial.

2.4.3 Declaración de variables

- ⇔ **Variable Independiente:** La falta de espacios radiales que permitan participar a la población marginada.
- ⇔ **Variable Dependiente:** Para que puedan exponer su realidad sus problemas e ideas, pero también soluciones.
- ⇔ **Variable Empírica:** Criterios y puntos de vista, en Radios que no tienen compromiso social.

2.4.4 Operacionalización de las variables.

CONCEPTUALIZACIONES	TEMA	DIMENSIONES	INSTRUMENTOS	INDICADORES
El grupo objetivo está conformado por personas de todas las edades que necesitan de ayuda para difundir y socializar sus realidades	Despertar el Interés inmediato de los habitantes de la zona por participar exponiendo públicamente sus necesidades y de su área	La colectividad en general, de todas las condiciones de Vida.	Encuesta	Encuestas y entrevistados
El desconocimiento sobre los beneficios que brinda las exposiciones hechas en un medio de comunicación.		Vocación de servicio profesional humano, social	Encuesta	Informes y registros sobre las programaciones existentes y sus contenidos
Con la vigencia del periodismo Comunitario, la ciudadanía oportunamente difundirá todas y cada una de sus preocupaciones para que puedan encontrar alternativas para una solución	Elaboración del programa radial, con el respectivo formato	Prestación de ayuda y atención profesional y eficiencia de manera Inmediata.	Formatos radiales	Estadísticas y registros de atendidos en los Medios de Comunicación comerciales privados.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLOGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

La premisa para estudiar este grupo compacto de asiduos oyentes de Radio Net, con los antecedentes presentados para nuestro proyecto optamos por realizar nuestro trabajo con las siguientes modalidades de investigación:

El diseño adecuado, es el de tipo no experimental, porque no se verán afectadas las variables dependientes e independientes, en consecuencia tendrá una aplicación transversal, empleando técnicas como las encuestas, las entrevistas, las que se aplicara en la presente investigación.

También es de tipo descriptiva debido a que se hace un análisis minucioso de cada uno de los factores o variables que se ha investigado y posteriormente se explica a través del análisis de incidencia de cada uno de ellos, en la factibilidad del proyecto.

Investigación Explicativa, porque se requirió de la combinación de los métodos analítico y sintético, en conjugación en deductivo e inductivo, porque estos mecanismos son los adecuados para responder o dar cuenta de los porqués, de esta relación que debe describir primero, para luego acercarse a la causa del problema.

Este proceso investigativo también es de Campo, porque nos centramos en hacer el estudio donde el fenómeno se presenta de forma natural (en la población que

escucha Radio Net en el cantón Milagro), de esta manera buscamos corregir la situación lo más real posible, empleando la metodología cualitativa.

Es bibliográfica, por la necesidad de buscar información en libros, folletos, revistas, Internet, de expertos en el tema y demás documentación que respalde la información receptada en las investigaciones.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

El cantón Milagro es la segunda Ciudad más poblada de la provincia del Guayas tiene por sobre los 200 mil habitantes.

La selección de muestras específicas, nos determinó reducir la heterogeneidad de la población involucrada y que son representados a través de los criterios de inclusión y también con los de exclusión.

Se fundamenta en el principio básico que contiene un porcentaje de los datos recogidos, a parte de la población, pero que la amplitud es estadísticamente proporcional a la magnitud de la población, en otras palabras es representativa, por tanto es un reflejo fiel de la población oyente de Radio Net.

La muestra específica:

Las personas que conforman la muestra, se ubican en el nivel de tipo No Probabilística, quienes facilitaron y permitieron la aplicación de los instrumentos preparados para este proceso de evaluación o recolección de datos.

Determinada esta información y ubicada en su respectivo contexto y escenario que deberá optimizar los resultados, para adecuarlo dentro del margen de operatividad, garantizando el éxito de esos recursos para encontrar una solución a esos problemas.

La Población de este trabajo hasta ahora convertida en un problema social y una necesidad real para el mejoramiento de la comunicación e interacción, dentro de este proceso se ubica y se la trata como a una parte o fracción representativa del

conjunto, la muestra representa a los objetos o sujetos del estudio (oyentes de Radio Net).

Indistintamente se busca conocer sus potencialidades para reafirmar sus valores para que exista una mayor fluidez de sus ideas, pensamientos y sobre todo incentivarlos a que se informen a través de este medio de comunicación y que recobren la cultura de exteriorizar.

3.2.1 Características de la población

Para determinar la información sobre la audiencia de Radio Net, se obtuvo unidades, grupos o sectores de personas, unidades compuestas, que facilitaron la estructuración del universo, la totalidad del conjunto de elementos, seres u objetos de todos los casos coincidentes con una serie de especificaciones, oyentes de esta emisora, estas unidades tienen esta misma naturaleza, que refleja la muestra, para determinar en esta representación fidedigna de la población.

En este trabajo inferimos o generalizamos los resultados de la muestra población oyentes de los informativos de las Emisoras. Este estudio en particular y en mayor escala a individuos de edad adulta, a los que tuvimos acceso, con estos resultados que nos sirven para reflejar la muestra que se obtuvo, con la confirmación aplicando métodos estadísticos basados en la no probabilidad. Por tanto la población, aquí representada, es el conjunto grande de individuos a los que estudiamos y que en definitiva son un colectivo homogéneo que reúne las características determinadas en la teoría de nuestro trabajo de investigación.

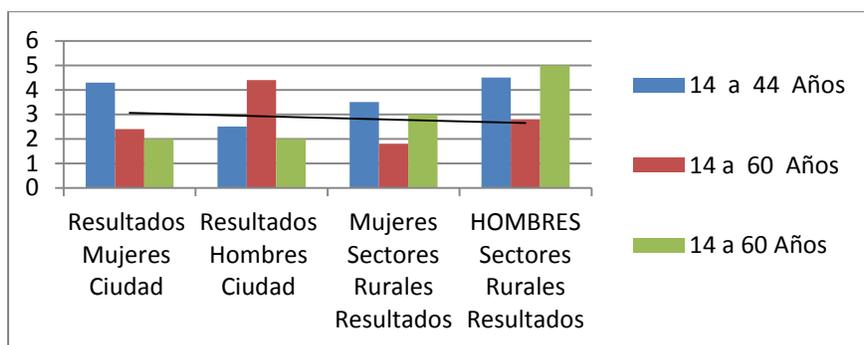
3.2.2 Delimitación de la población.

Este trabajo se realizó porcentualmente con la audiencia de la Radio, porque se tuvo que masificar y diversificar la recopilación de datos para globalizar el criterio con sentido social y cultural de todos los sectores y niveles de la población, ubicados en sectores vulnerables, áreas populares y marginales del cantón Milagro.

El contexto en el que se desenvuelven es el de sectores, parroquias, barrios de familias castigadas por la pobreza y el desempleo, en lucha continua por la sobrevivencia, junto a la falta de estímulos propicios de aptitudes y potencialidades que los ayuden a por lo menos ser escuchados, para que alguien con capacidad de responsabilidad y decisión los organice para en conjunto planificar acciones que viabilicen una alternativa para salir de la desesperanza en que viven.

3.2.3 Tipo de Muestra

Los comportamientos sociales merecen un análisis integral que diversifique las alternativas de mejoramiento, a partir de los distintos tipos de variables inmersas en procedimientos de control, organización y direccionamiento de los resultados que sean representados y simbolizen también la estructura organizacional de un medio de comunicación radiofónico, primero para a través de este mecanismo difundir y hacer público las realidades de lo que sucede en los sectores donde se asientan los oyentes de Radio Net.



La premisa para estudiar a un menor grupo de individuos y que indudablemente también se reducen costos y aumentan la calidad del estudio, para determinar y confirmar con exactitud sin alterar su pluralidad.

El uso de esta nueva herramienta ha tomado fuerza y ha ganado espacio dentro de los sectores sociales, convirtiéndose en una de sus principales, están los jóvenes, campesinos indistintamente de estas áreas, que a su vez les permite a

estas diferentes comunidades divulgar sus propios contenidos, su propia cosmovisión de su realidad y así generar movilización social.

como es la vida de los oyentes de la Radio a quienes se acercan día a día nuestra emisora con su programación comunitaria, con consultas, pedidos de asesoramiento y talleres de formación, interesados en desarrollar experiencias de radio. Con sus comentarios, dudas y observaciones que contribuirán a lograr que alguien les preste atención, miradas, actividades que direccionen políticas para mejorar las condiciones de vida, desde su realidad y porque no, hasta canalizar propuestas de trabajo.

3.2.4 Tamaño de la Muestra

Se fundamenta en el principio básico que contiene el porcentaje de los datos recogidos en la población, pero que la amplitud es estadísticamente proporcional a la magnitud de la población, en otras palabras es representativa, por tanto es un reflejo fiel de la población oyente de Radio Net que aprueban la puesta en vigencia del periodismo comunitario, en su programación informativa.

Se realizaron sondeos de opinión sobre la propuesta, segmentando la población oyente de la Radio de la manera siguiente. Se dividió la población del cantón en dos sectores:

- a). El sector urbano: parroquias, barrios, sectores urbanos marginales correspondientes a la población que habitan en la ciudad de Milagro.
- b) En sus poblaciones aledañas

La fórmula utilizada para nuestro trabajo está fundamentada en:

Población Finita. Las partes representan al todo; por lo tanto; una muestra, o sea una parte del todo, fue tomada para la investigación y los resultados aplicables luego al todo en toda su extensión.

- En nuestro trabajo de investigación, nos planteamos encuestas, para una muestra con parámetros de medición.

- La Operacionalización de variables se dio en base al proceso fiel de los Resultados de la hipótesis.

Simb. Nombre

n= tamaño de la muestra

N= tamaño de la Población

p= posibilidad de que ocurra un evento, p-0,5

q= posibilidad de no ocurrencia de un evento, q-0,5

E= error, se considera el 5%; E-0,05

Z= nivel de confianza, que para el 95%, Z-1,96

Coeficiente de fiabilidad del 95%

$$n = \frac{Npq}{(N-1)E^2}$$

Formulario estructurado en forma de preguntas/respuestas que contiene el conjunto de instrumentos de medida.

$$n = \frac{4pqN}{e^2(N-1) + 4pq}$$

Por su nivel de abstracción Por su posición en la relación de asociación entre ellas. Por el tipo de información que recogen. Por su naturaleza. Por la naturaleza de las escalas que miden sus valores para receptor y aceptar una programación con periodismo comunitario en la información.

$$n = \frac{(1.96)^2(50.000)(50)(50)}{(5)^2(49.999) + (1.96)^2(50)(50)}$$

Probabilidad: Verosimilitud o fundada apariencia de verdad. En un proceso aleatorio, razón entre el número de casos favorables y el número de casos posibles.

Coeficiente de fiabilidad del 95%

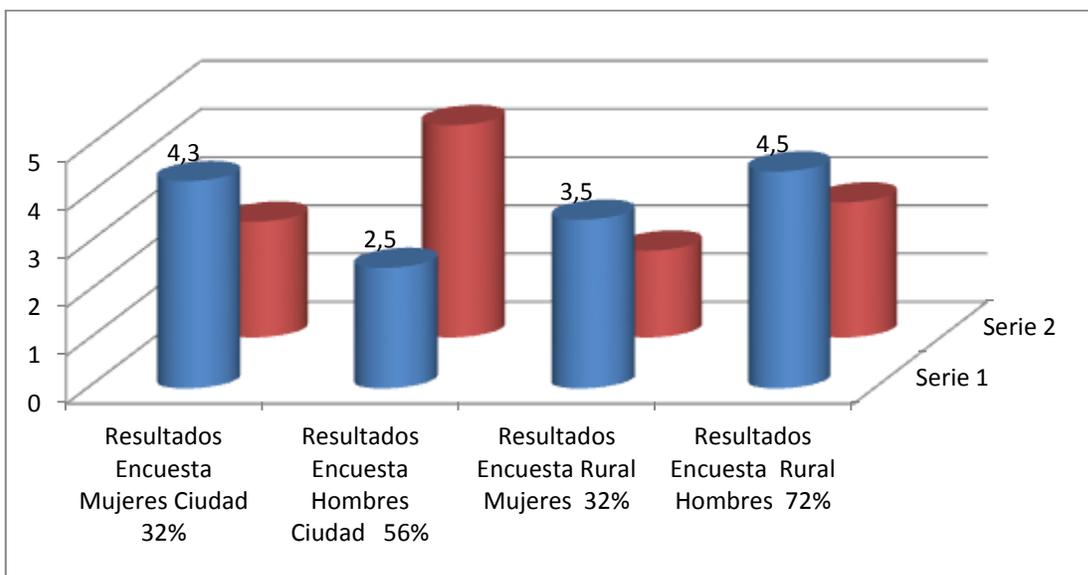
$$n = \frac{4pq}{e^2}$$

Para este proyecto, partimos del caso de categorización bidimensional es decir (sexo y edad), buscamos conocer la proporción de las dos variables en la población radioescucha de radio Net en la Ciudad de Milagro; así tenemos (técnicamente el 30%) ubicados a los grupos para la asignación del total.

3.2.5 Proceso de selección

Al ser un problema social y una necesidad real para el mejoramiento de la comunicación e interacción de las personas, el reafirmar sus valores para que exista una mayor fluidez de sus ideas, pensamientos y sobre todo para incentivarlos a que se informen, pero también para que participen a través de este medio de comunicación y que recobren la cultura de exteriorizar su realidad.

“El proceso de vincular conceptos abstractos con indicadores empíricos”, son procesos que se realizan mediante un plan explícito y organizado para clasificar (y frecuentemente cuantificar) los datos disponibles (con indicadores) en términos del concepto que el investigador tiene en mente. (Carmines y Zeller, 1979, p. 10).



La investigación manejó cierto grado de injerencia en la especificación y determinación de los elementos de la muestra. Quienes son los que buscan alternativas, de por qué escuchar Radio Net, su informativo con aplicaciones y proyecciones del periodismo comunitario.

La muestra es el conjunto representativo de la audiencia de este segmento (informativos) de esta emisora y en este estudio, el modelo se conformo con habitantes de la ciudad y de fuera de Milagro.

3.3 LOS METODOS Y LAS TECNICAS

En este tema el proceso de investigación, fue sistemático, controlado por las implicaciones sobre las verdaderas intenciones de la población de Milagro, alejada totalmente de la idea de acercarse a los medios de comunicación radiales, particularmente a los informativos, por la marginación que ha sido objeto. Por tanto este trabajo se realizo bajo los siguientes métodos:

Métodos Teóricos:

- Inductivo
- Deductivo
- Analítico
- Sintético
- Entre Otros.

Métodos Empíricos:

- Observación
- Recolección de información
- Encuestas
- Entrevistas
- Entre Otros.

Las teorías sociales que fundamentan nuestro trabajo se basa en estudios sociológicos, psicológicos, culturales, entre otros; los que fueron analizados minuciosamente, para posteriormente ser interpretados por especialistas quienes determinaron y facilitaron su comprensión en el manejo de algo tan sensible y complejo como es la vida.

Debido a que el problema es visible y lo han exteriorizado constantemente, por tanto se pudo organizar, ejecutar e inclusive predecir y hasta controlar posibles consecuencias que tuviere la exposición de esta nueva modalidad en información

al público, destacando con programaciones de una radio que busca difundir conocimiento, dar protagonismo a sus voces, fortalecer su identidad y espíritu crítico.

Esto constituye una identidad de la radio, que la diferenciara de otras emisoras, con este modo de intervención social profundiza su perfil comunitario y ciudadano, dinamizando procesos de transformación social y cultural cuando el tema tratado excede lo coloquial y se mete en las historias reales y sentidas de cada día, esas que hacen a la cotidianidad de los barrios más vulnerables de la ciudad. De estas acciones se nutren mutuamente.

3.3.1. Métodos teóricos

Los resultados obtenidos fueron analizados e interpretados por expertos en movimientos de categoría de “fenómeno psico-social”, con este referente nos dieron una herramienta, que facilita el manejo de un “fenómeno” de esta naturaleza, por lo tanto captamos esta esencia de los objetos (oyentes) para confrontarla con la realidad y así poder encontrar los mecanismos ordenados, coherentes, de reflexión y confrontación continua con los datos empíricos, para descubrir las relaciones e interacciones básicas, que nos ayudo a encontrar la identificación y características especiales, para consensuar las formas de solución a la resistencia los medios de comunicación radiales, de la Ciudad de Milagro, a valorar las alternativas de convivencia humanística con su entorno, natural, que ofrece el Periodismo Comunitario.

La fundamentación, de lo complejo que resulta el manejo y desarrollo de dinámicas y técnicas grupales, porque inciden a nivel individual y colectivo, porque promueven el desarrollo de la inteligencia emocional para poder expresarla, y la promoción de conductas proactivas a las que no están acostumbrados los oyentes de radio net, requirió el direccionamiento de profesionales en el manejo de comportamientos tan disimiles, tan sensibles y dispares.

Enfoque interactivo a partir del cual se desarrollara el análisis lógico-concreto, afianza la capacidad de pensar, así como la racionalidad del pensamiento. La reflexión de los participantes sobre su realidad cotidiana, que traen consigo del

“mundo exterior” y la transferencia de estos conocimientos a producciones radiofónicas concretas, y más cuando la participación de los oyentes será directa, permite fortalecer la capacidad hipotético- deductiva, cuyos lineamientos son los que practica el periodismo comunitario.

3.3.2. Métodos empíricos

Los procesos de investigación se realizaron a plenitud de aceptación de los principales implicados en este nivel de la comunicación radial, realizado en un estudio libre y directo de entrega y recepción de información, el trabajo fue ejecutado bajo los mecanismos de conocimientos generales de los factores sociales, culturales y psicológicos que inciden en el tratamiento de una programación radiofónica que será entregado con la nueva modalidad por Radio Net.

Centramos nuestros esfuerzos para controlar y manejar el poco conocimiento que los oyentes tienen sobre este tema, dándoles explicaciones y charlas sobre estas alternativas validas y accesibles para la población y para esto empleamos el razonamiento deductivo. Para esto empleamos las muestras representativas con el diseño experimental y así alcanzar una estrategia de control para canalizar los datos.

Ofrecer un medio de enseñanza activo, abierto a la vida y al entorno. La posibilidad de un medio educativo, abierto más allá del ámbito profesional, que reciba y canalice el encuentro de los habitantes con el medio social en el que viven, a veces totalmente desconocido.

La razón de ser del informativo en una emisora, que justificara su existencia, convirtiéndose también en la motivación e interés que suscita en sus oyentes, por defender esos intereses, el tema de la identidad, la diversidad, los derechos ciudadanos, los intereses de la gente que nos escucha, con nuestros problemas pero también con soluciones, que serán entretenidas con anécdotas, leyendas propias de estos sectores de la población.

En el momento de originar y transmitir el programa de radio, tendremos que definir los intereses de quienes nos escuchen el target de nuestra emisora,

plantearles las razones por las cuáles nos dirigimos con este género periodístico con producciones profesionales donde ellos son los protagonistas principales para que sus inquietudes sean escuchadas, para ser solucionados, no solo para difundirlos.

3.3.3. Técnicas e instrumentos

Cuando iniciamos este trabajo de investigación nos propusimos buscar las técnicas adecuadas para fielmente, inferir o generalizar los resultados de la muestra realizada a la audiencia de esta emisora de la ciudad de Milagro que son un colectivo homogéneo porque reúnen las características determinadas en la teoría de nuestro trabajo de investigación, y porque este tipo de consultas promueve el intercambio, la participación y el enriquecimiento mutuo.

Las técnicas utilizadas son las participantes o participativas porque nos permitieron ordenar, orientar, aportar y recolectar toda la información necesaria para nuestra propuesta de investigación y que están dadas por:

- Encuestas
- Documentales Radiofónicos
- Búsqueda Bibliográfica
- Diagnósticos
- Entrevistas a fondo
- Marco Lógico
- El Test
- Experimentos
- Muestreo
- Análisis
- Cuestionarios
- Consultas
- Observaciones
- Informes.

Con la modalidad de la investigación, transversal, se realizó en un lapso, de momento específico para lograr medir y caracterizar el problema que afecta a la población que escucha Radio en la Ciudad de Milagro, las personas que conforman esta muestra, de tipo No Probabilística permitieron la aplicación de estos instrumentos de evaluación o recolección de datos.

3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

En el proceso y planificación de la investigación se realizó una revisión exhaustiva de toda la documentación e información actualizada y la bibliografía existente sobre este tema, para la conformación teórica-conceptual de este estudio, a fin de formular una exacta, heterogénea y objetiva representación global en este trabajo en la población del cantón Milagro.

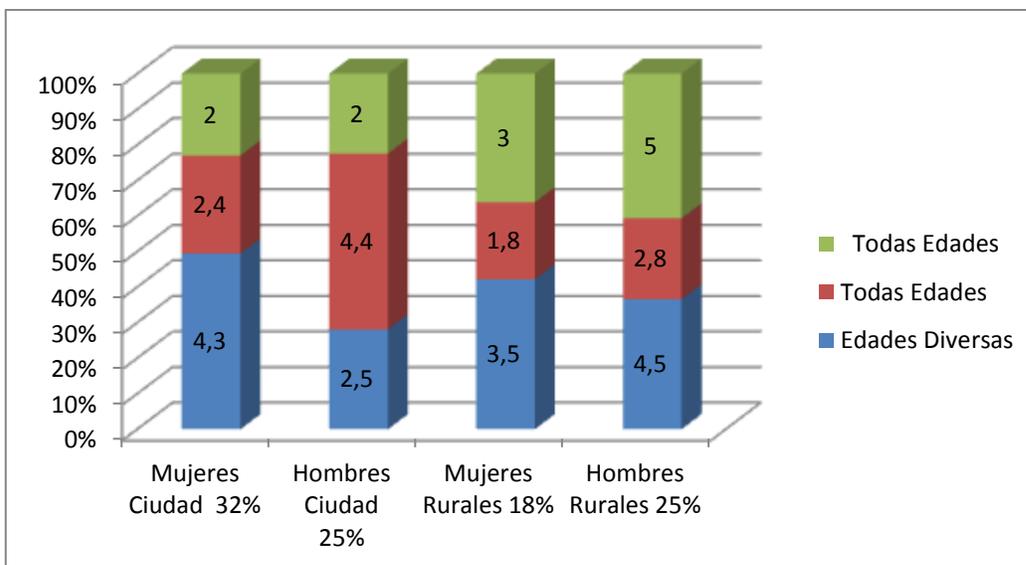
Para este proyecto, partimos del caso de categorización bidimensional es decir (sexo y edad), buscamos conocer la proporción de las dos variables en la población oyente de noticieros radiales; así ubicamos, registramos y tenemos (técnicamente el 30%), a los grupos para la asignación, esa población (universo) que representa en esta muestra.

Edad y Sexo:

Porcentaje	Hombres	Porcentaje	Mujeres
De:	18 a 24	5%	5%
De:	25 a 34	10%	10%
De:	35 a 44	15%	15%
De:	45 a 54	10%	10%
De:	55 a 64	10%	10%

Total porcentajes: 50% 50%

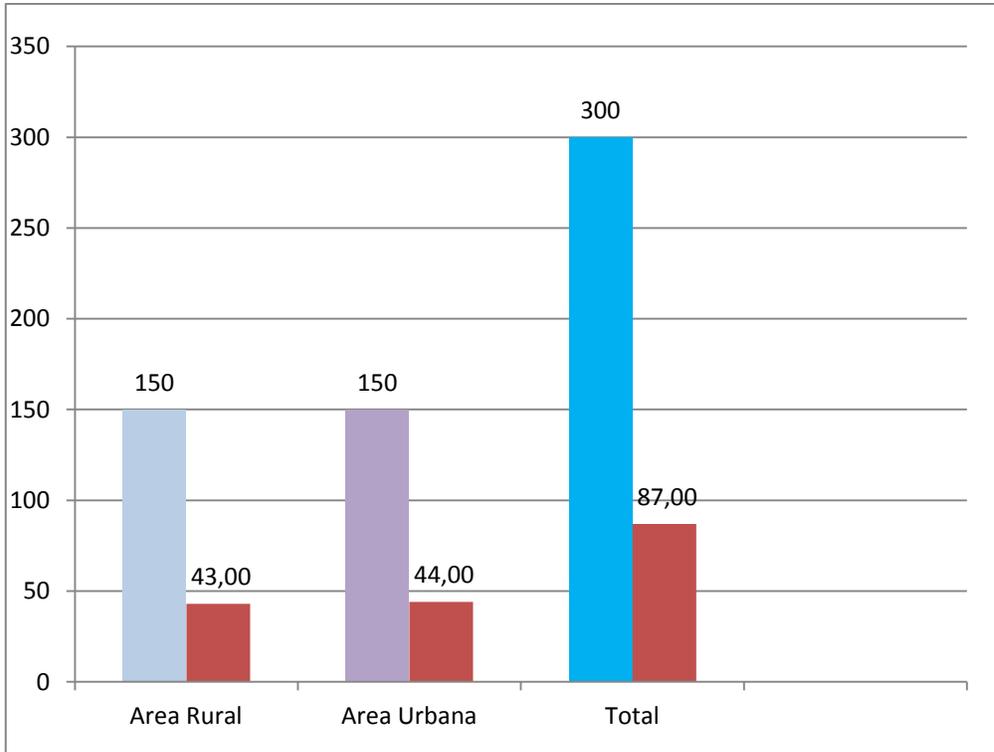
Total: 300 Personas.



Buscamos determinar, y en este plan se incluyen, las teorías relativas a estos objetos (población oyente de Radio Net), los niveles de aceptación a este nuevo informativo de comunicación radial directa, con este segmento de la población, dando lugar a proyectos proactivos, que promueven el aprendizaje, intercambio de proyectos emprendidos, participación con acciones comunes de solidaridad con sentido integral, de formación, promoción de valores asumiendo responsabilidades, con las tareas de cooperación mutua.

PERSONAS QUE APOYAN LA CREACIÓN DEL INFORMATIVO CON PERIODISMO COMUNITARIO.

HOMBRES-MUJERES	CIFRAS	PORCENTAJES
AREA RURAL	150 Pers.	43 %
AREA URBANA	150 Pers.	44 %
TOTAL	300	87%



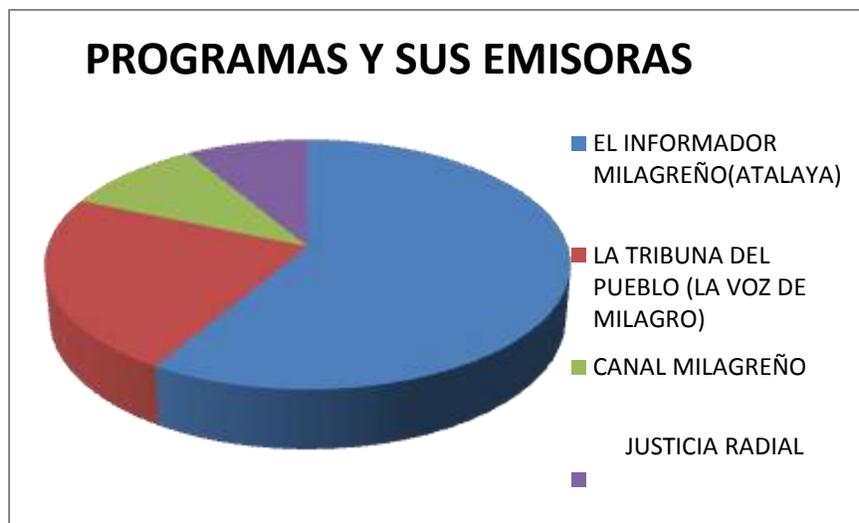
CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACION ACTUAL

Este modo de intervención social profundiza su perfil comunitario y ciudadano y dinamiza los procesos de transformación social y cultural. Estas acciones se desarrollan de manera paralela al funcionamiento cotidiano de la radio, su propuesta informativa y de su programación del cual se nutren mutuamente.

Se fundamenta en el principio básico de que contienen un porcentaje de los datos recogidos de parte de la población, pero que la amplitud es estadísticamente proporcional a la magnitud de la población, en otras palabras es representativa, por tanto es un reflejo fiel de la población oyente de Radio Net.



Los comportamientos sociales merecen un análisis integral que diversifique las alternativas de mejoramiento, a partir de los distintos tipos de variables inmersas para los procedimientos de control, organización y direccionamiento de los resultados para que sean representados y simbolice la estructura organizacional de un medio de comunicación radiofónico.

El proyecto busca construir conocimiento a partir de esta verdad, no solamente por la obtención o recepción de información directa de los protagonistas, sino a través de un adecuado procesamiento del entorno social, económico, laboral, educativo, entre otros, para determinar un nivel de instrumentos de educación, formación y también de entretenimiento global, fácilmente receptados por la audiencia de Radio Net.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Este proyecto Comunicacional en una radio tiene que ver con su ser más interno: La actitud. La creatividad. La sostenibilidad. La evaluación.

Partimos con la premisa de que es la población la más interesada en que este tipo de Medios de Comunicación se ponga en vigencia, entonces tenemos la seguridad de que la población aceptará y respaldará este trabajo, la creación de una programación informativa comunitaria es factible por que se ajusta a todas las alternativas y medidas para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de los milagreños, oyentes de Radios, porque han salido desde ellos, es decir

partimos de verdades previamente establecidas como principios generales para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

Parte de la observación de los hechos particulares para obtener posiciones generales. Con este estudio y análisis de hechos, fenómenos y reacciones sociales, desde un punto de vista particular se establecen principios generales para mecanizarlo y manejarlo, pero son ellos los que señalan las salidas a estos problemas es porque son viables.

La selección de muestras específicas nos determino reducir la heterogeneidad de la población involucrada y que son representados a través de los criterios de inclusión y también con los de exclusión. Los métodos y herramientas utilizados nos permiten viabilizar esos conocimientos generales de los factores sociales, culturales y hasta existenciales de la población involucrada en este tema.

El gurú del nuevo periodismo Dan Guillmor propone: “escuchar, pero, no necesariamente a las fuentes, sino a la gente. Entender que los lectores saben más que nosotros. Migrara distintos medios. Pasara de ser un oráculo a un guía. Enlazar, incluso con la competencia. Hay que ir más allá, como por ejemplo pidiendo a tus lectores que te ayuden. Con el bajo costo de estas posibilidades es el mejor momento de la historia para convertirte en un periodista emprendedor. Colaborar con otros”.

4.3 RESULTADOS

En el caso del Periodismo Comunitario podemos decir que sus estrategias comunicacionales se dirigen a cumplir los siguientes objetivos informativos:

Informar para formar. La formación que se persigue, es la de personas con opinión propia y fundamentada respecto a los temas que la comunidad constituye como relevantes para el desarrollo de su entorno.

Informar para Incorporar. Hablamos aquí de hacernos cargo, desde una perspectiva ética, de la cotidianidad de nuestra comunidad; con sus problemas y con sus esperanzas de una vida mejor y la solución saldrá de ellos.

Informar para Transformar. La misión comunicacional de una emisora comunitaria y ciudadana será la de articular con censos entre la diversidad de actores sociales que buscan y trabajan por una sociedad más justa.

“La radio es más que música floja y babas de locutores. Pusieron el humor y la capacitación por delante, el lenguaje de la calle, se metieron con la gente. Desde una emisora dirigida por la Iglesia Católica se arriesgaron a salir de la “clásica” evangelización y sin mucha experiencia pero con profundo cariño tienen una radio viva y participativa”. KAPLÚN, Mario. El Comunicador Popular. Página 26.

La radio comunitaria no significa la transmisión de aquellos mensajes que gozan de popularidad, es una categoría distinta que hace alusión al proceso de los afectados por las condiciones económicas, culturales, demográficas y ambientales, es el extenso campo de intercambios para lograr un adecuado flujo de información muy útil porque genera sentido de identidad y pertenencia en los involucrados.

La conciencia que tenga el grupo es primordial y debe estar orientada hacia la auto-gestión; la comunidad puede alcanzar sus metas por sí misma. La iniciativa y responsabilidad de sus integrantes son componentes poderosos para la acción comunitaria.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.

Tres de cada diez milagreños, están en la pobreza, cerca de 3 niños mensualmente mueren por problemas ligados a la desnutrición y carencias perfectamente evitables, 9 mil jóvenes entre 14 y 20 años están por debajo de la línea de pobreza. (Informe de ABINFA periodo 2.008-2010).

Detrás de estas estadísticas hay personas y sus familias (VIDA), involucradas en estas calamidades reales y cada una de ellas son las que dan sentido a la comunicación y los medios comunitarios, es para todas aquellas personas que necesitan que su voz sea escuchada y que además sean tomadas en cuenta.

Las Radios Comerciales-privadas, al igual que los espacios públicos se cierran hacia el mundo oficial; es allí donde la ciudadanía estaría recuperando para sí, lo que las instituciones del Estado y otros sectores de la sociedad no han realizado, porque no escuchan, nadie se preocupa de esos problemas y peor van a recibir alternativas, aportes de solución, concebidas y expuestas por los propios afectados.

Las personas deben replantearse su rol, involucrarse y poco a poco irse reconociendo como ciudadanos de su sector, ciudad, región y país, en donde viven, al cual pertenecen, y a partir de ahí opinar sobre su cuidado, del entorno, su seguridad, del medio ambiente, la mejor manera de gobernarlo y administrar los recursos que también son de ellos, sabiendo que se convierten en herramientas para la producción de los mensajes que se quieren emitir, pero también son espacios socializadores de la comunidad donde manifestarse y ejercer presión y poder. La radio comunitaria principalmente se ubica en las zonas rurales apartadas y en el corazón de las ciudades más grandes del mundo.

Algunas estaciones pertenecen a organizaciones sin ánimo de lucro o a cooperativas cuyos miembros constituyen su propia audiencia, otras pertenecen a universidades, municipalidades, iglesias o sindicatos, pero siempre con su perspectiva de mejorar las condiciones de vida, de convivencia, de integridad, de comunión, de solidaridad, donde juntos sean los forjadores de un mayor y mejor porvenir, funcionar como el cerebro humano, donde cada uno aporta para direccionar acciones hacia una solo objetivo.

CAPITULO V PROPUESTA

5.1 TEMA

“APLICACIÓN DEL PERIODISMO COMUNITARIO EN LA PROGRAMACION INFORMATIVA DE RADIO NET DEL CANTON MILAGRO”.

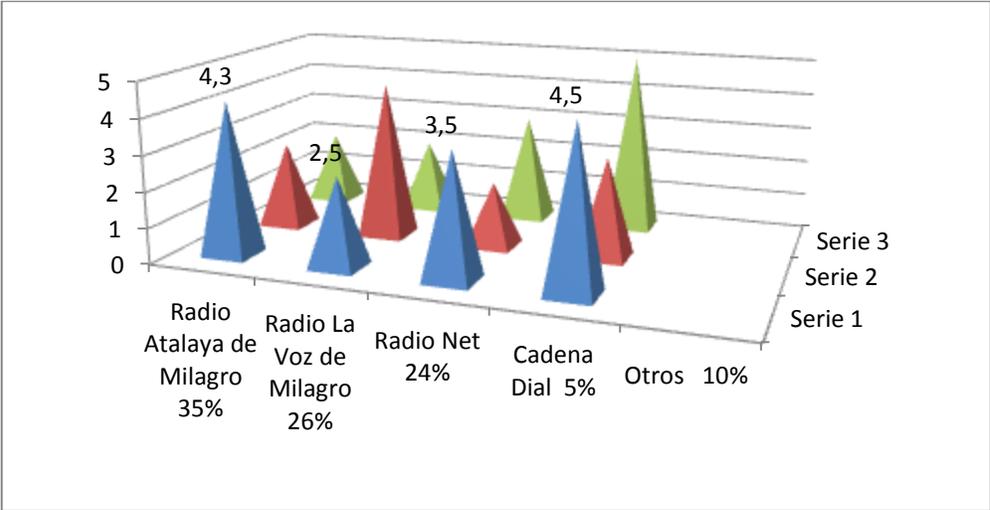
5.2 JUSTIFICACIÓN

Este tipo de prácticas comunicacionales promueve el intercambio, la participación, la integración, la solidaridad, la responsabilidad, la organización y el enriquecimiento equilibrado, mutuo, justo, estrategia que dignifica y devuelve su identidad, su orgullo a la población de esta tierra noble, generosa, altiva y luchadora.

El derecho a comunicarse es esencial porque su filosofía está inspirada en la preocupación por los derechos humanos, medio ambiente y entorno social. Actualmente, el derecho a comunicarse, no existe como una disposición del derecho internacional. Sin embargo esa comunidad internacional ONU, OEA, UNESCO, UNASUR, ALBA, FAO, AMARC, ALER, CORAPE, que decidieron combinar los estándares de VIDA, de naturaleza, de solidaridad, de medio ambiente, existentes, en nuevos documentos coherentes, firmados por los gobiernos, representantes del sector privado y organizaciones de la sociedad civil, para poner en vigencia esas premisas, a través de varios mecanismos y vías, como el periodismo comunitario.

Nuestra propuesta recoge una de esas vías y mecanismos, la comunicación radiofónica con aplicación del PERIODISMO COMUNITARIO, para fomentar e impulsar el desarrollo sostenido de la sociedad milagreña en su conjunto, precautelando lo prioritario, el ser humano, la vida, integrándolo con su entorno natural, su realidad, su filosofía, su potencial y proyección.

Informativos de las Radios de la Ciudad de Milagro



Nuestra programación informativa será el escenario para que puedan sacar a la luz pública ese submundo que nadie quiere mirarlo, ese entorno con sus problemas que nadie considera, pero también con sus criterios y proyecciones, con sus debilidades y limitaciones pero también con sus fortalezas y virtudes que tienen un valor incalculable, sus vidas, su dignidad, sus principios, su cultura, sus raíces, su orgullo, devolviéndoles su amor propio y por lo suyo, su identidad, se sentirán nuevamente como seres humanos.

5.3 FUNDAMENTACIÓN

La programación informativa estará ubicada diariamente de lunes a viernes en horarios de 07H00, a 09H00; de 12H00 a 13H00; y de 17H00 a 18H00; estará direccionada para atender indistintamente a todos los sectores, barriales, urbanos, urbano-marginales, individual y organizados de la población de Milagro y de todas

sus aéreas agrícolas y pecuarias del entorno cantonal y regional, hasta donde alcanza la cobertura de Radio Net.

Pondremos a consideración nuestro compromiso social, como Medio de Comunicación responsabilizarnos con una agenda de atención, tratamiento, seguimiento y coberturas constantes de los casos y hechos que sucedan en estos sectores, desde donde, además se podrán comunicar vía telefónica para reportar sobre la situación o avances de los temas tratados.

Destinaremos espacios, en estos informativos, para que dentro y fuera de estudios realizar las entrevistas o debates, si fuera el caso, con las autoridades, funcionarios, dirigentes, personalidades, expertos, técnicos y especialistas de los temas, si así lo ameritan, o que tengan que ver directa o indirectamente, para que opinen y orienten adecuada y profesionalmente sobre los hecho motivo de la información, pero por sobre todo de cómo solucionamos los problemas.

5.4 OBJETIVOS

Objetivo General

La potencialidad innovadora del proyecto constituye uno de sus grandes aciertos, pues articula elementos del medio radial, la pedagogía y la cultura de una importante comunidad poblacional de la ciudad. Implementar esta programación Informativa, receptando, acogiendo, procesando y direccionando profesionalmente todas las necesidades y expectativas de la población oyente, que se expresara, difundirá e informara directa y públicamente sobre su realidad sabiendo que esas sugerencias, planteamientos y peticiones serán escuchados, y más, porque esos temas serán profesionalmente direccionados, tratados para su correcta utilización periodística a sabiendas que siempre han sido relegados en los medios de comunicación, donde hay pocas oportunidades y espacios para que sus expresiones sean acogidas. Es importante señalar que este objetivo se cumplió, al comprobarse las perspectivas de comparación y análisis de los datos.

Objetivos específicos

- Concienciar a los empresarios y dueños de los medios de comunicación radiales de Milagro, sobre la importancia que tiene la apertura de la programación Informativa a sus oyentes para que se identifiquen, pero que esas inquietudes y necesidades debe ser nuestro trabajo diario.
- Elevar su autoestima y dignidad, al ser escuchados en la radio, con sus intereses, gustos y opiniones, contagiando su natural alegría, este modo de intervención profundiza su perfil comunitario, ciudadano y dinamiza procesos de transformación social y cultural, porque serán apoyados por la Radio hasta encontrar un desenlace positivo.
- Fomentar el nivel de compromiso social del periodismo y de los integrantes de la comunidad, familias, vecindad, personas que desarrollaran organización y el trabajo en grupo, integrándose totalmente en torno a un tema en el que depositaran todas sus expectativas y esfuerzo.
- Ofrecer un periodismo profesional realmente comprometido con sus oyentes, más activo, abierto a la vida y al entorno. La posibilidad de un medio que informe, eduque y entretenga, más allá del ámbito social a buscar mejorar los estándares de convivencia digna, solidaria.

5.5 UBICACIÓN

Ecuador, Provincia del Guayas, Cantón Milagro

Radio Net, 14.10 A.M. con una cobertura regional, transmite con 10.000 kilohertz de potencia, llegando con su señal a los diversos niveles socio-económicos de la Ciudad y de la región litoral o costa a los que ahora servirá directamente con la puesta en vigencia con este nuevo sistema de comunicación.



5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Nuestro proyecto es factible y aplicable, debido a que el problema es visible y lo han exteriorizado constantemente los oyentes en distintas Radios, por tanto se puede organizar, ejecutar e inclusive predecir y hasta controlar posibles consecuencias que tuviere en la exposición de esta nueva modalidad en información al público bajo el mecanismo de periodismo comunitario comprometido.

Este trabajo fue posible implementarlo y ejecutarlo por el alto porcentaje de personas relegadas y marginadas de una potencial intervención en un informativo radial, donde llegan, hacen su denuncia pero hasta ahí se quedan, nadie les ha permitido participaciones para la promoción y divulgación de sus condiciones de vida, ahora podrán hacerlo, porque contamos con los recursos humanos y técnicos para el buen funcionamiento, pero sobre todo lo humano, un grupo de

profesionales de la comunicación, comprometidos socialmente, los que se encargaran de la ejecución y puesta en vigencia de esta alternativa informativa.

Contando con la aceptación de los propietarios y el Director de Radio Net, y debido a la creciente necesidad de información de los oyentes como protagonistas principales de este nuevo proceso, y del posterior seguimiento hasta solucionarlos, según los datos obtenidos en los sondeos realizados a las personas que conforman la audiencia, quienes hacen la propuesta para que se convierta en una realidad, la misma significará obtener una verdadera atención a sus problemas, convirtiéndose en la mayor motivación e interés profesional y publico.

Ofrecer un medio de enseñanza más activo, abierto a la vida y al entorno. La posibilidad de un medio educativo más allá del ámbito escolar que canalice encuentros de motivación e interés para sus oyentes, con proyectos pro-activos, el intercambio, insertándose en el compromiso comunitario.

Permitiendo el protagonismo de la experiencia, del espacio creativo de trabajo integral de formación y promoción de la comunicación participativa y también una ciudadanía activa.

5.8 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

La creación y funcionamiento de un Informativo con la modalidad del periodismo comunitario, señala el punto de partida para nuevos mecanismos que modifiquen la forma de transmitir noticias en Milagro, de presentar los problemas de sus habitantes, adoptaremos políticas de permanente comunicación lo que permitirá a los habitantes de las zonas donde llega la señal de Radio Net, permanentemente recibir las novedades con la voz de los propios afectados quienes además podrán sugerir las formulas de posibles soluciones.

La elaboración de este proyecto de investigación se fundamenta en el pleno compromiso social del periodismo y de las ideas de las personas que buscan generar sus fuentes de trabajo y por ello demostraron inmediatamente su

aceptación a esta propuesta, facilitando su ejecución, que no solo fomentara el trabajo en equipo, el trabajo responsable, sino también la buena ocupación del tiempo libre, la organización de cualquier actividad presupone esfuerzo conjunto, actitud positiva generando valores como la solidaridad, la responsabilidad cooperación mutua en las tareas emprendidas.

5.7.1 Actividades

La propuesta toma los antecedentes de las políticas periodísticas impuestas por los medios de comunicación de Milagro y por los resultados de marginación obtenidos en los sondeos y encuestas a las personas solicitantes de mayores espacios de participación y opinión libres y democráticas, sin limitaciones ni restricciones, pero por sobre todo teniendo el respaldo irrestricto de un periodismo comprometido socialmente para alcanzar soluciones.

El espacio creado. Está bajo la dirección de un periodista profesional, (al igual que el resto del personal), quien determinara las producciones y las realizaciones de todas las propuestas informativas que están diseñadas, para además, recibir a los protagonistas de los hechos, quienes realizaran presentaciones especiales en diálogos, entrevistas, debates, foros, encuentros, entre otros. Pero también está organizada y estructurada para realizar coberturas especiales con transmisiones en vivo y en directo desde los sitios donde habitan nuestra audiencia o desde donde se presenten los acontecimientos a las autoridades responsables o a los posibles involucrados en las temáticas en que generan los problemas tratados.

Ámbito de la información. Todos, donde los habitantes de los sectores, aéreas, lugares donde vivan los oyentes de Radio Net y donde los problemas deban ser socializados para presentar las necesidades pero también las soluciones. Con el cual conseguiremos relacionar a las personas entre sí para fortalecer las propuestas e inquietudes que tengan en sus sectores, para poder canalizar la información de manera objetiva y clara, la misma que redundará en beneficio general.

Tiempo. El tiempo estimado para su ejecución será en aproximadamente de 6 meses.

Beneficiarios. Todas las personas y familias que conforman la audiencia, ósea los oyentes de Radio Net, jubilados, campesinos, trabajadores, estudiantes, agricultores, amas de casa, sea cual fuere su condición, social, económica, política o de religión o credo, porque la único fin es conseguir beneficio común.

Elaboración del informativo. Para la elaboración y difusión de los informativos, se los realizara directamente desde los estudios centrales de la Radio, se utilizara la cabina central, hasta donde llegaran los reporteros con el material informativo, además de equipos informáticos y de edición: PC, Micrófonos, equipo de audio profesional, acceso a las redes de transmisión, con la que se elaboraron los respectivos Guiones para su difusión.

5.7.2 Recursos, análisis financiero

Los recursos y medios para la implementación del proyecto son:

- ✓ La Radio, con toda su infraestructura
- ✓ El equipo de Periodistas Profesionales
- ✓ 4 Computadoras
- ✓ 1 Impresora
- ✓ Hojas
- ✓ 2 cartuchos de Tinta
- ✓ 4 Grabadoras digitales y 1 análoga
- ✓ Carpetas
- ✓ Copias
- ✓ Logística y Movilización
- ✓ Servicio de Internet
- ✓ Equipos y programas de producción audios
- ✓ Útiles de oficina.
- ✓ CDs
- ✓ Teléfonos Celulares y estáticos

Recursos financieros de la Propuesta

SECCIONES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
RECURSOS HUMANOS		
Investigadores (2)	\$ 100.00	\$ 200.00
Total		\$ 200.00
R. MEDIO DE TRABAJO		
Alquiler de computadora	\$ 50.00	\$ 50.00
Impresiones	\$ 120.00	\$ 120.00
Hojas	\$ 20.00	\$ 20.00
Carpetas	\$ 2.00	\$ 2.00
2 Grabadoras	\$ 135.00	\$ 270.00
Movilización	\$ 50.00	\$ 100.00
Internet	\$ 55.00	\$ 110.00
Producción	\$ 90.00	\$ 180.00
10 CD grabado	\$ 2.00	\$ 20.00
Útiles de oficina.	\$ 35.00	\$ 70.00
Servidor de web (para Medios Virtuales)	\$ 00.00	\$ 00.00
Total:		\$ 1.142.00

Responsables: Quito Argudo Mayra Yolanda – Laje Muñoz Miguel Ángel

5.7.3 Impacto

5.7.4 El proyecto busca construir conocimiento a partir de esta verdad, no solamente por la obtención o recepción de información directa de los protagonistas, sino a través de un adecuado procesamiento del entorno social, económico, laboral, educativo, entre otros, para determinar un nivel de nuevos instrumentos y herramientas de educación, formación, entretenimiento y que además por medio del programa informativo, la comunidad tenga posibilidades de incidir en las decisiones relativas a su propio desarrollo y bienestar.

El impacto del proyecto en las comunidades de referencia, realizado conjuntamente con los habitantes, padres y Madres involucrados, excede lo coloquial y se mete en las historias reales y sentidas de cada día, esas que hacen a la cotidianeidad de los barrios más vulnerables de la Ciudad. Sus miradas son destacadas en la programación de una radio que busca dar protagonismo a sus voces, fortalecer su identidad y espíritu crítico, dinamizando procesos de transformación social y cultural.

Ofrecer un medio de comunicación Radial, alternativa, de enseñanza más activo, abierto a la vida y al entorno. La posibilidad de un medio abierto más allá del ámbito social, son proyectos proactivos, que promueven el aprendizaje y el intercambio de valores solidarios, insertándose en su contexto desde su lugar a las prácticas sociales para un verdadero compromiso comunitario.

5.7.5 Cronograma

N.	ACTIVIDADES	Feb. - Mar.				Abr.- May.- Jun.				Jul.-Agt.- Sep.				Oct. - Nov.				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Presentación del diseño	■																
2	Revisión y Aprobación. Designación del Tutor		■															
3	Recolección de Información bibliográfica					■												
4	Trabajo en Campo						■											
5	Recopilación de Información	■																
6	Procesos de edición			■														
7	Análisis de la Información					■												
8	Redacción de Informe Final									■								
9	Presentación del Informe Final															■		
10	Defensa																■	

5.7.5 Lineamiento para Evaluar la Propuesta

- ⊕ Lograr que la ciudadanía conozca de este exclusivo espacio radial destinado a recibir y a difundir sus inquietudes y criterios, pero con el compromiso de buscar solucionarlos.
- ⊕ Concientizar y fortalecer la cultura del dialogo, del trabajo grupal, de la integración humana y solidaria para expresar y manifestar sus realidades.
- ⊕ Al analizar todo lo investigado, se identificó las necesidades más apremiantes de los oyentes de Radio Net, y estos se harán públicos con la implementación del Informativo pero se los llevara a los responsables para que solucionen los problemas conjuntamente.
- ⊕ Los beneficiarios están complacidos con la creación de este espacio, porque les permitirá conocer de cerca, y verificar si hay o no progreso en su sector, barrio, ciudad, región o país.

CONCLUSIONES

Concluido el proceso y trabajo de campo, marco teórico, legal, referencial de la investigación y el posterior análisis de la información, relativa a la creación y funcionamiento de un Informativo radial implementando el periodismo comunitario se concluye:

- De los resultados de este estudio, se demuestra la avidez y urgencia que tiene el 60%, de la ciudadanía consultada, de la necesidad que tienen, de no solamente, exteriorizar sus preocupaciones, por tanto la creación de un informativo radial con las características de este proyecto es indispensable.
- En cuanto a la acogida de los profesionales porque se difunda a través de un Informativo Radiofónico, temas que por su complejidad desconoce la ciudadanía, como los Afiliados, Jubilados y derechohabientes del IESS de la ciudad de

Milagro, por ejemplo, donde los derechos de los afiliados, pueden ser y de hecho son irrespetados, vulnerados por el desconocimiento.

- La salud debe ser preventiva, expuesta y explicada con temas, científicos, de cirugía, nutrición, diabetes, seguido de enfermedades infectocontagiosas y luego los mecanismos de prevención de esas enfermedades de la que son víctimas por desconocimiento o por falta de Información, como el inicio de la actividad sexual de los adolescentes que conlleva al embarazo precoz, tienen que aprender que es más económica la salud preventiva que la curativa.
- Una vez efectuado el análisis de resultados, se los representó a través de categorías e indicadores, dejando en claro los resultados obtenidos para la complementación y requerimientos de esta información vital para ejecutar proyectos de esta naturaleza.

RECOMENDACIONES

- Fomentar y multiplicar este tipo de prácticas comunicacionales, porque promueve el intercambio, la participación, la integración, la solidaridad, la responsabilidad, la organización y el enriquecimiento equilibrado, mutuo, justo, estrategia que dignifica y devuelve identidad, orgullo a la población de esta tierra.
- Los medios de comunicación deben de poner en práctica su noción de inquebrantable compromiso social, humanista, de protección a la vida, a los recursos ambientales, naturales y culturales.
- Estructurar programaciones más activas, abiertas a la vida y al entorno. La posibilidad de un medio educativo, conocer y valorar su cultura, ese medio social en el que vive, a veces desconocido. La razón de ser de una emisora, que justifica su existencia, es la motivación e interés que suscita en sus oyentes, abriendo alternativas más allá del ámbito comercial.

C. MATERIALES DE REFERENCIA

BIBLIOGRAFÍA.

- ❖ KAPLÚN, Mario. El Comunicador Popular. Edición Especial. CIESPAL, Quito.
- ❖ El Noticiero Popular, Manual de Capacitación 8, Asociación Latinoamericana de Educación Radifónica –ALER-, Quito, 1989.
- ❖ Huergo Fernández, Jorge. “Tecnologías y Educación. Interrogaciones desde la trama entre cultura y política”. La Plata, Octubre de 1999.
- ❖ Von Sprecher, Roberto. Comunicación e Identidad. JVC Editorial. Córdoba, 1997.
- ❖ Mata, María C. y Scaraffía, Silvia. “Lo que Dicen las Radios”. Ediciones ALER, Quito, 1993.
- ❖ Mórtola Gustavo. “Estrategias para Explorar los Medios de Comunicación. La Formación de Ciudadanos Críticos”. Ediciones Novedades Educativas. Agosto 2001.
- ❖ Balán, Eduardo. Jaime Diego. Alegría, Hernán y Borri, Néstor. “Manual de Comunicación Comunitaria Barrio Galaxia”. Ediciones Centro Nueva Tierra. Junio de 2000.
- ❖ López Vigil, José Ignacio. “Manual Urgente para Radialistas Apasionados. Co Editado por ALER
- ❖ Proponer y Dialogar”, publicación de UNICEF y Dirección Nacional de Juventud, Ministerio de Desarrollo Social y Planeamiento, Febrero de 2002.
- ❖ Montes, Graciela. “¿De qué hablamos cuando hablamos de derechos?”. Setiembre de 2000, edición de Ctera, Cámara Argentina del Libro y UNICEF.
- ❖ “Onda Cheverísima! Comunicación para la Convivencia. Sintonizando Redes de Radios Escolares” Ediciones Paulinas. Bogotá, Colombia, 2003.

INFORMES Y DOCUMENTOS

- Constitución de la República del Ecuador
- Código de ética periodística del Ecuador
- Ley de Ejercicio Profesional del Periodista
- Informe 2006 del Proyecto Global de Monitoreo de los Medios – Relevamiento 2005 denominado ¿Quién figura en las noticias? Realizado por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana -Wacc-. En la experiencia de Argentina, el Monitoreo.
- Equipo Técnico Sehas. “El Desarrollo de los Jóvenes en Situación Vulnerable”. Módulo 1, Manual Metodológico. 2000.

BIBLIOGRAFIA DIGITAL

- 📍 En Profundidad: Los medios comunitarios
www.choike.org/nuevo/informes/1283.html.
- 📍 Medios de Comunicación Comunitarios. Enviado por: Francisco Cerezo.
http://espora.org/revueltas/article.php3?id_article=146.
- 📍 Medios democratización de la información.
<http://www.comminit.com/la/tendencias/lact/lasld-92.html>
- 📍 YÁÑEZ, Leonel y AGUILERAR, Oscar. “Radio, Periodismo y Opinión Pública Local”
MONTELLS, Gastón. Producción y escucha de demos. Colectivo La Tribu. 12 de junio de 2007
- 📍 [www.wikipedia.org/wiki/Comunicaciones/Periodismo,comunicación e información](http://www.wikipedia.org/wiki/Comunicaciones/Periodismo,comunicación_e_información).
- 📍 www.wikipedia.org/wiki/Comunicaciones/Comunidad

ANEXOS

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS PERSONAS, (Audiencia de radio Net), QUE HABITAN EN LA CIUDAD DE MILAGRO Y SUS ÁREAS URBANAS.

DATOS GENERALES: HOMRES.

Nombre (puede ser anónimo): _____

Edad: _____

Profesión ó Actividad: _____

Escucha Radio?:

Si: No:

Si contesta si, Cuál emisora? _____

Que contenidos le interesan en un informativo de radio?

Entrevistas

Comentarios

Temas de actualidad

Campañas de sensibilización

Información Comunitaria

Información provincial, Nacional e Internacional

Información sobre los barrios, sectores urbanos marginales

Otros.

1).- ¿LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA CIUDAD DE MILAGRO, O LAS RADIOS LE BRINDAN COBERTURAS PERIODÍSTICAS PARA PUBLICAR Y DAR A CONOCER LAS COSAS QUE SUCEDEN EN SU SECTOR?

SIEMPRE ()

UNA VEZ ()

ALGUNAS VECES ()

NUNCA ()

2) ¿APOYARÍA USTED, LA INICIATIVA PARA CREAR UN INFORMATIVO RADIAL QUE INFORME Y QUE ADEMÁS LE PERMITA HABLAR LIBREMENTE DE TODAS LAS ACTIVIDADES Y HECHOS QUE SUCEDEN EN SU SECTOR Y LOS DEMÁS SECTORES URBANOS, MARGINALES Y RURALES DE TODA LA CIUDAD DE MILAGRO Y SU ENTORNO?

SI	NO
----	----

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS PERSONAS, (Audiencia de radio Net), QUE HABITAN EN LA CIUDAD DE MILAGRO Y SUS ÁREAS URBANAS.

DATOS GENERALES: MUJERES.

Nombre (puede ser anónimo): _____

Edad: _____

Profesión ó Actividad: _____

Escucha Radio?:

Si: No:

Si contesta si, Cuál emisora? _____

Que contenidos le interesan en un informativo de radio?

Entrevistas

Comentarios

Temas de actualidad

Campañas de sensibilización

Información Comunitaria

Información provincial, Nacional e Internacional

Información sobre los barrios, sectores urbanos marginales

Otros.

1).- ¿LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA CIUDAD DE MILAGRO, O LAS RADIOS LE BRINDAN COBERTURAS PERIODÍSTICAS PARA PUBLICAR Y DAR A CONOCER LAS COSAS QUE SUCEDEN EN SU SECTOR?

SIEMPRE () UNA VEZ () ALGUNAS VECES () NUNCA ()

2) ¿APOYARÍA USTED, LA INICIATIVA PARA CREAR UN INFORMATIVO RADIAL QUE INFORME Y QUE ADEMÁS LE PERMITA HABLAR LIBREMENTE DE TODAS LAS ACTIVIDADES Y HECHOS QUE SUCEDEN EN SU SECTOR Y LOS DEMÁS SECTORES URBANOS, MARGINALES Y RURALES DE TODA LA CIUDAD DE MILAGRO Y SU ENTORNO?

SI	NO
----	----

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS PERSONAS, (Audiencia de radio Net), QUE HABITAN EN SECTORES MARGINALES Y ÁREAS RURALES DE LA CIUDAD DE MILAGRO.

DATOS GENERALES: HOMBRES.

NOMBRE (PUEDE SER ANÓNIMO):

EDAD:

PROFESIÓN Ó ACTIVIDAD:

ESCUCHA RADIO?

SI	NO
----	----

SI CONTESTA SI, CUÁL EMISORA?

1).- ¿LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA CIUDAD DE MILAGRO, O LAS RADIOS LE BRINDAN COBERTURAS PERIODÍSTICAS PARA PUBLICAR Y DAR A CONOCER LAS COSAS QUE SUCEDEN POR ESTOS SECTORES?

SIEMPRE () UNA VEZ () ALGUNAS VECES () NUNCA ()

2) ¿HA PARTICIPADO ALGUNA VEZ EN UN INFORMATIVO RADIAL, EXPRESÁNDOSE LIBREMENTE SOBRE LAS COSAS, QUE SUCEDEN O QUE AFECTAN A SU SECTOR?

SIEMPRE () UNA VEZ () ALGUNAS VECES () NUNCA ()

3) ¿APOYARÍA USTED, LA INICIATIVA PARA CREAR UN INFORMATIVO RADIAL QUE INFORME Y QUE ADEMÁS LE PERMITA HABLAR DE TODAS LAS ACTIVIDADES Y HECHOS QUE SUCEDEN EN LOS SECTORES URBANOS, MARGINALES Y RURALES DE TODA LA CIUDAD DE MILAGRO?

SI	NO
----	----

4) ¿QUÉ TEMAS CONSIDERA USTED O QUE LE GUSTARÍA QUE ESTE INFORMATIVO RADIAL LE DIERA A CONOCER A SU SECTOR Y A LA COMUNIDAD EN GENERAL?

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS PERSONAS, (Audiencia de radio Net), QUE HABITAN EN SECTORES MARGINALES Y ÁREAS RURALES DE LA CIUDAD DE MILAGRO.

DATOS GENERALES: MUJERES.

NOMBRE (PUEDE SER ANÓNIMO):

EDAD:

PROFESIÓN Ó ACTIVIDAD:

ESCUCHA RADIO?

SI	NO
----	----

SI CONTESTA SI, CUÁL EMISORA?

1).- ¿LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA CIUDAD DE MILAGRO, O LAS RADIOS LE BRINDAN COBERTURAS PERIODÍSTICAS PARA PUBLICAR Y DAR A CONOCER LAS COSAS QUE SUCEDEN POR ESTOS SECTORES?

SIEMPRE () UNA VEZ () ALGUNAS VECES () NUNCA ()

2) ¿HA PARTICIPADO ALGUNA VEZ EN UN INFORMATIVO RADIAL, EXPRESÁNDOSE LIBREMENTE SOBRE LAS COSAS, QUE SUCEDEN O QUE AFECTAN A SU SECTOR?

SIEMPRE () UNA VEZ () ALGUNAS VECES () NUNCA ()

3) ¿APOYARÍA USTED, LA INICIATIVA PARA CREAR UN INFORMATIVO RADIAL QUE INFORME Y QUE ADEMÁS LE PERMITA HABLAR DE TODAS LAS ACTIVIDADES Y HECHOS QUE SUCEDEN EN LOS SECTORES URBANOS, MARGINALES Y RURALES DE TODA LA CIUDAD DE MILAGRO?

SI	NO
----	----

4) ¿QUÉ TEMAS CONSIDERA USTED O QUE LE GUSTARÍA QUE ESTE INFORMATIVO RADIAL LE DIERA A CONOCER A SU SECTOR Y A LA COMUNIDAD EN GENERAL?

GUIÓN DE UNO DE LOS ESPACIOS ESPECIALES

Radio Net

Programa: “Educación y Salud Preventiva”

Diciembre 20 de 2.010

Tiempo: 30´

Dirección y Conducción. Miguel Laje y Mayra Quito

CONTROL: PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA (40”)

CONTROL: MUSICA CARACTERÍSTICA (10”). SE MANTIENE COMO FONDO.

LOCUTORA Saludos cordiales amigos oyentes de Radio NET, A continuación, nuestro habitual espacio “De educación y salud preventiva”. Para hoy tenemos preparado un tema controversial que ha sido muy solicitado por nuestros oyentes, quienes a través de llamadas y mensajes nos preguntan: ¿Por qué no hay educación sexual? ¿Por qué hay tantas adolescentes embarazadas? Este tema es preocupante porque hay jóvenes que inician su vida sexual a los 11 y 12 años y por su puesto quedan embarazadas, para aclarar y absolver profesionalmente todas estas inquietudes, de este preocupante tema, se encuentran junto a nosotros tres profesionales en Medicina, Sociología y un Pedagogo, con quienes despejaremos todas las dudas al respecto del tema. Bienvenidos entonces.

CONTROL: MUSICA CARACTERÍSTICA (10”)

LOCUTORA Buenos días doctores bienvenidos a nuestro espacio de educación y salud radial.

DOCTOR Buenos días y gracias a ustedes por la invitación aquí estoy dispuesto a aclarar y despejar las dudas de los oyentes. Amigas y amigos he sido invitado para conversar sobre algo tan importante pero tan controversial como es la educación sexual. Aunque es tan mal aplicado el termino por culpa de prejuicios y silencios.

LOCUTORA Vamos a contestar todas sus inquietudes a través de sus llamadas, al 2.... Teléfono de la Radio, o los mensajes de texto al 094899234; 093119377, y también al correo electrónico radionetcomunitaria@hotmail.com.

CONTROL: MÚSICA JUVENIL (10”)

LOCUTORA ¿Doctor el riesgo de los embarazos en las adolescentes es mayor cuanto más tempranamente los jóvenes tienen relaciones?

¿Con educación sexual oportuna y adecuada se puede orientar y controlar?

CONTROL: MÚSICA JUVENIL (10”)

DOCTOR Por supuesto, sin una cultura de educación sexual existen niñas de 12, 13, 14 y 15 años ya embarazadas por empezar una vida sexual a tan temprana edad donde su única preocupación debería ser el estudio no una enorme responsabilidad como lo es un bebe hay jóvenes que aun caen con lo de la prueba de amor y el resultado es un embarazo y el abandono por parte de quien les juro amor hasta la eternidad.

CONTROL: MÚSICA SUAVE (10")

CONTROL: EFECTO TELÉFONO (10")

LOCUTORA Escuchemos qué dicen nuestros oyentes... Aló buenos días díganos, porque su opinión es muy importante.

SEÑORA ¿Doctor en el ecuador cual es la gravedad y cuál es la cifra de niñas embarazadas?

DOCTOR En el Ecuador, dos de cada diez chicas que tienen relaciones sexuales iniciaron sus experiencias entre los 12 y 14 años. Según los adolescentes, casi siete de cada diez mujeres adolescentes tienen relaciones. Y prácticamente todos, varones y mujeres adolescentes, conocen casos de chicas de su entorno que han quedado embarazadas. Algunas terminan siendo mamás, mientras otras recurren al aborto como la alternativa para solucionar un problema personal y social para el que no encuentran otra salida posible. En los sectores populares y marginales, ocho de cada diez chicas embarazadas tienen el bebé. Las dos restantes acuden al aborto. En cambio, en los estratos sociales medios altos y altos, el número de chicas que recurren al aborto es mayor porque en estos grupos la maternidad adolescente es muy mal tolerada.

LOCUTORA ¿Doctor las condiciones de la sociedad actual favorecen las prematuras prácticas sexuales en los adolescentes?

DOCTOR Con mucha frecuencia ni en el hogar ni en la escuela proporcionan a los jóvenes una adecuada formación que les permita asumir una actitud responsable frente a la sexualidad. Buena parte de la educación sexual se halla liberada al azar o a lo que dicen u ocultan, por desconocimiento o prejuicios, los padres o maestros y, con más frecuencia los compañeros en la escuela; y se halla también sujeta a una información muy poco seria, con afanes fundamentalmente comerciales

LOCUTORA ¿Cuales son los factores que los Padres de familia y el adolescente deben tomar en cuenta antes de tener relaciones sexuales?

DOCTOR Primero un embarazo altera su proyecto de vida, rompe el equilibrio familiar y se desarrolla apresuradamente, Además en la sociedad, se tiende a la estigmatización de las chicas embarazadas por prejuicios, es decir, generan en ellas un sentimiento de culpa y malestar. Algo muy importante es el peligro de quedar embarazada a tan temprana edad ya que existen casos de muerte en las adolescentes por un embarazo.

CONTROL: EFECTO TELÉFONO (10”)

LOCUTORA Otra llamada... ¿aló?

SEÑORA: ¿Entonces doctor como detener la práctica de relaciones irresponsables a esta edad, si la televisión constantemente induce al sexo indiscriminado?

DOCTOR Hay que trabajar en la promoción de la información clara y educativa, las formas de prevención a través de anticonceptivos seguros y métodos de planificación familiar y la comunicación como elemento indispensable en el proceso de crecimiento de los adolescentes.

CONTROL: EFECTO TELÉFONO (10”)

LOCUTORA Otra llamada... ¿aló?

CHICA ¿Doctores la educación sexual y los métodos anticonceptivos que tan efectivos son?

DOCTOR No te podría indicar sobre su eficacia, solo te podría indicar que hay cantidad de métodos que solo se conocerían si existiera una verdadera educación sexual, por ejemplo que problemas y consecuencias trae utilizar la conocida ‘píldora del día después’, se llama así porque se la ingiere al siguiente día de tener relaciones sexuales para interrumpir un posible embarazo. "La pastilla promueve al aborto, eso es un crimen penado por la ley" su comercialización está prohibido en el país por ser considerado un fármaco abortivo aunque se vende de manera ilegal en algunas farmacias del país.

LOCUTORA ¿Cual es la actitud de los padres y de las adolescentes hacia la maternidad?

DOCTOR El embarazo en la adolescente es una crisis que se sobre impone a la crisis de la adolescencia. Comprende profundos

cambios somáticos y psicosociales con incremento de la emotividad y acentuación de conflictos no resueltos anteriormente. Generalmente no es planificado, por lo que la adolescente puede adoptar diferentes actitudes que dependerán de su historia personal, del contexto familiar y social pero mayormente de la etapa de la adolescencia en que se encuentre.

DOCTOR

No se debe olvidar que el embarazo en la adolescente es una crisis que prácticamente termina con el periodo escolar de la afectada, truncándose una carrera, el esfuerzo familiar y la inversión del estado por brindarle una educación a esa estudiante.

LOCUTORA

¿Doctores, cuales serian sus consejos para las adolescentes y para los padres que estamos escuchando en este momento?

DOCTOR

Mi consejo para los adolescentes es que todo en esta vida tiene su etapa y que aprovechen su adolescencia estudiando siendo útiles a la sociedad no tomando responsabilidades tan serias como lo es traer un niño al mundo que vendrá a sufrir y tener privaciones por la condición de los padres o al ser madres solteras enfrentar una sociedad que estigmatiza a las que han cometido un error a los padres que hablen franca y sinceramente con sus hijos y les expliquen que el sexo no es malo sino que todo llega a su debido momento el sexo es lindo pero hay que hacerlo con responsabilidad y sobre todo con madurez y amor.

LOCUTORA

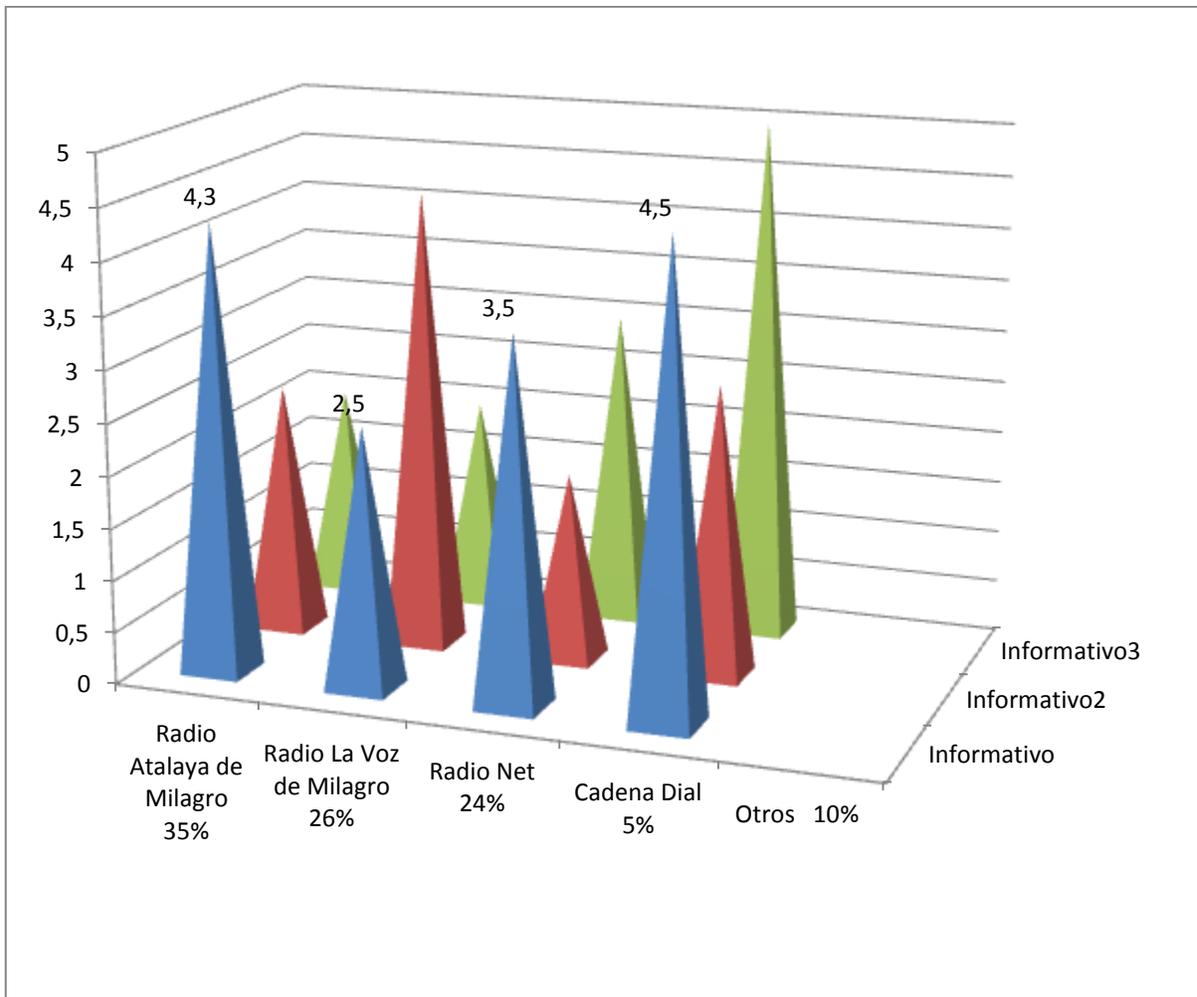
Gracias Doctores, por su presencia y por despejar las dudas de nuestros oyentes, gracias amigas y amigos del espacio de educación y salud preventiva, por estar en nuestra sintonía se despiden de ustedes sus amigos de siempre Mayra Quito y Miguel Laje. ¡Hasta la próxima si Dios así lo permite!

CONTROL: DESPEDIDA DEL PROGRAMA (40”)

INDICE DE CUADROS

CUADRO NUMERO 1.

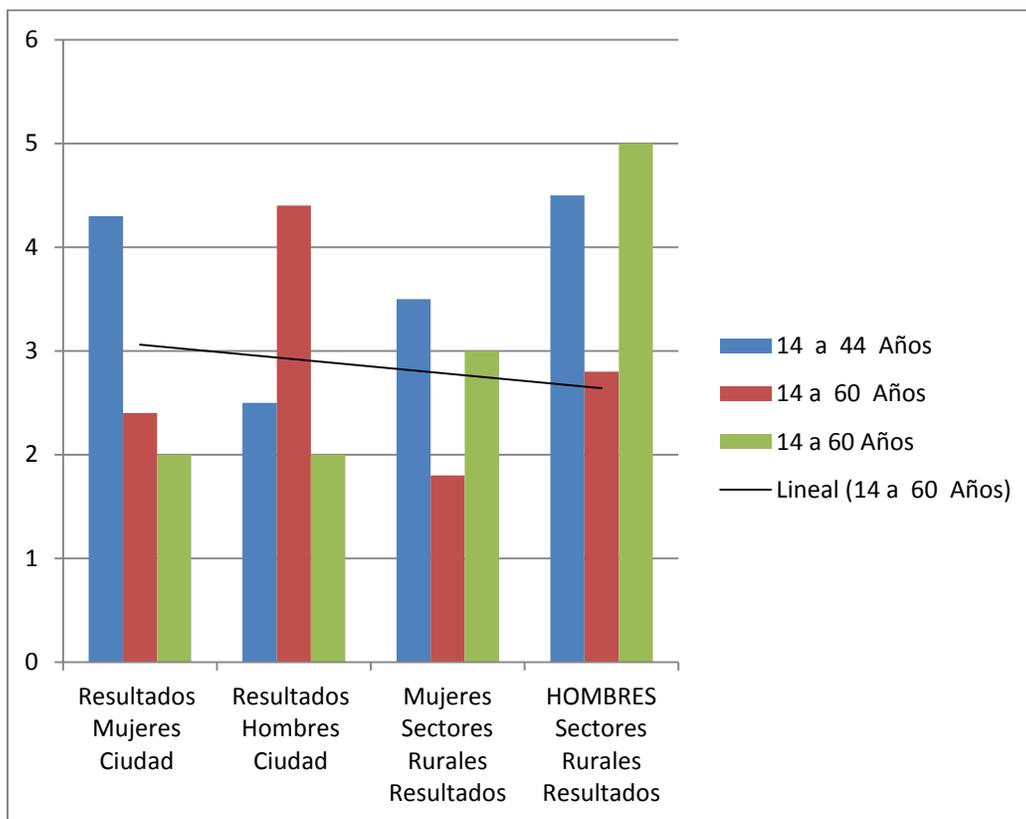
PORCENTAJES DE LAS RADIOS DE LA CIUDAD DE MILAGRO QUE ENTRE SU PROGRAMACION TIENEN INFORMATIVOS.



CUADRO NÚMERO 2.

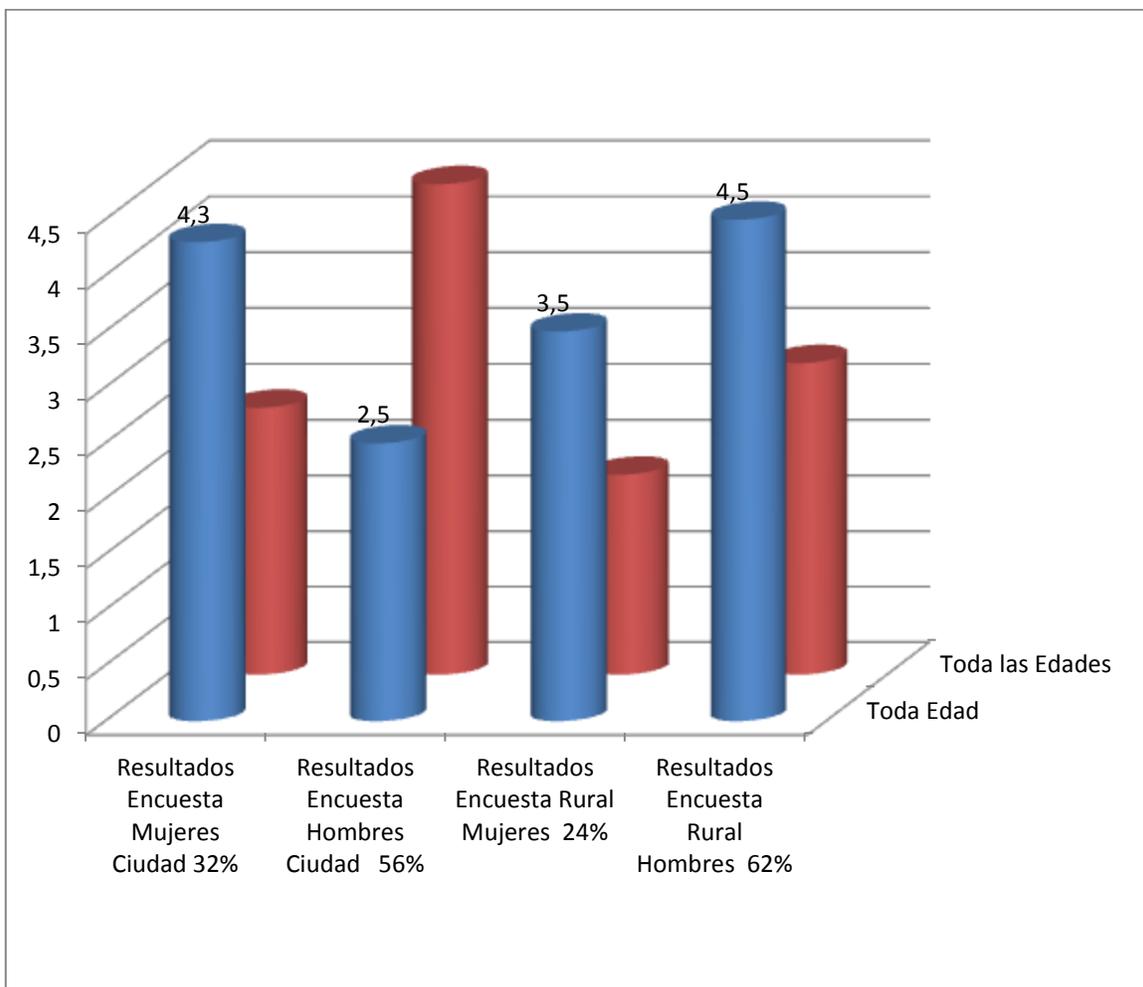
TOTAL DE MUJERES Y HOMBRES, OYENTES DE RADIO NET, QUE FUERON ENCUESTADOS PARA OBTENER LA MUESTRA

CATEGORIA	RESULTADOS	
	f	%
Rural	289	96
Urbana	2	1
ABSTENCIONES	9	3
TOTAL	300	100



CUADRO NÚMERO 3

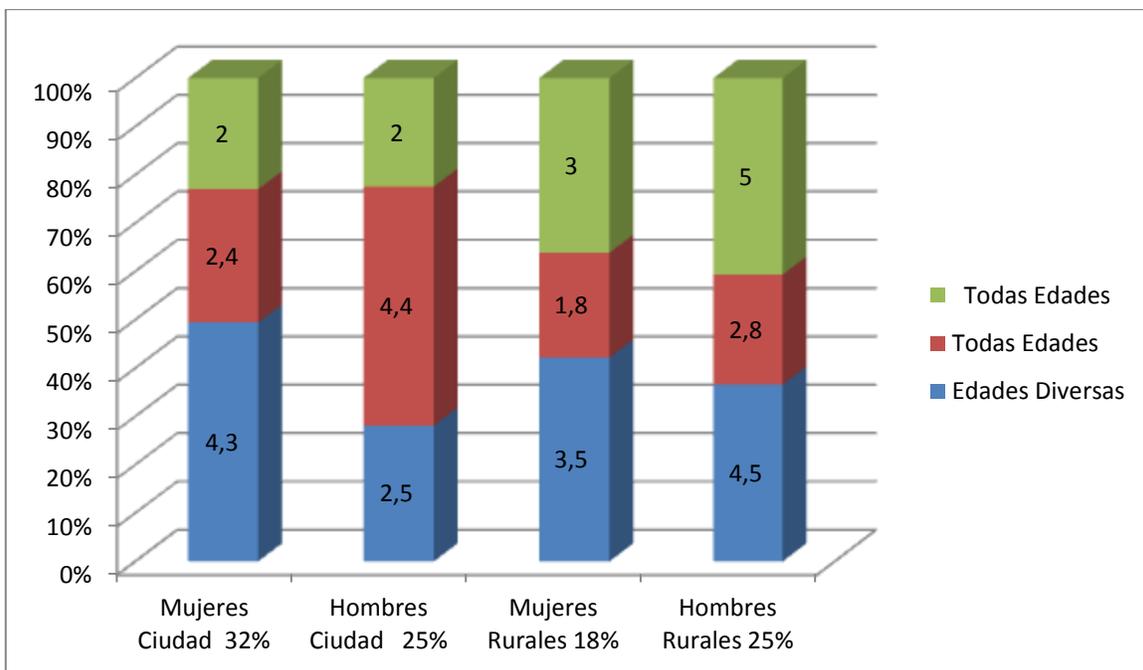
LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA CIUDAD DE MILAGRO NO LE DAN COBERTURA PERIODÍSTICA A LOS SECTORES URBANOS MARGINALES COMO TAMPOCO A LAS ÁREAS RURALES AGRÍCOLAS Y PECUARIAS DE LOS ENTORNOS DEL CANTÓN.



CUADRO NÚMERO 4

LAS ENCUESTAS CONFIRMAN QUE LA CIUDADANIA CASI NUNCA ES PROTAGONISTA EN ALGÚN MEDIO DE COMUNICACIÓN, PARA TRANSMITIR LIBRE Y DIRECTAMENTE ALGUN HECHO QUE SUCEDE EN SU SECTOR.

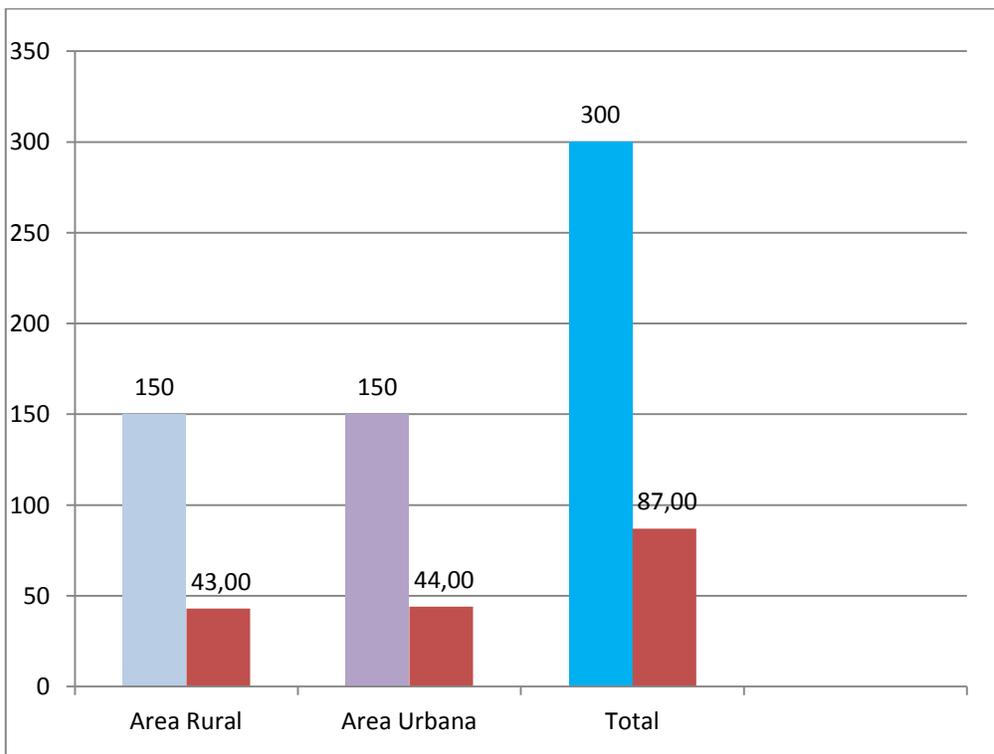
Mujeres y Hombres. Urbanos y Rurales	RESULTADOS	
	Resp.	%
SI	15	8
NO	165	82
ABSTENCIONES	20	10
TOTAL	300	100%



CUADRO NÚMERO 5

EL TOTAL DE PERSONAS QUE APOYAN LA CREACIÓN DEL INFORMATIVO RADIAL CON LA APLICACIÓN DEL PERIODISMO COMUNITARIO.

HOMBRES-MUJERES	CIFRAS	PORCENTAJES
AREA RURAL	150 Pers.	43 %
AREA URBANA	150 Pers.	44 %
TOTAL	300	87%



INDICE DE GRAFICOS

GRAFICO NÚMERO 1.



**CONSTAN EL SOCIOLOGO VICTOR HUGO MARIDUEÑA, JUNTO A
MAYRA QUITO y MIGUEL LAJE.**

GRAFICO NÚMERO 2.



**ENTREVISTA CON EL SEÑOR PRESLEY VEGA DUEÑO DE RADIO
MEGA VEGA DE LA CIUDAD DE MILAGRO, 89.5 FM STEREO.**

GRAFICO NÚMERO 3.



ENCUESTAS Y ENTREVISTAS A LOS MORADORES DE LA CIUDADELA AMAZONAS, EN LA GRAFICA VIRGINIA LOPEZ OROZCO, ENTREVISTA REALIZADA EN LAS CALLES JUAN PIOMONTUFAR Y FRANCISCO DE ORELLANA

GRAFICO NÚMERO 4



HABITANTES DE LA LOLITA TAMBIEN FUERON ENCUESTADOS, EN LA GRAFICA EL SEÑOR JAVIER MENDOZA QUIROZ MORADOR DEL SECTOR.

GRAFICO NÚMERO 5



**ENTREVISTA CON LA PSICOLOGA GRACIELA MENDIETA
CATEDRATICA DE UNEMI**