

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA
Escuela de Comunicación

**Disertación previa a la obtención de Título de Licenciada en
Comunicación con mención en Periodismo para Prensa, Radio y Televisión.**

**Diagnóstico y planificación comunicativa del Centro de Comunicación
Comunitaria (CCC) para el desarrollo rural en la Sierra Norte de Ecuador**

Diana Carolina Serrano Calispa

Director: Santiago Páez

Quito, 2011

Dedicatoria

*"El progreso y el desarrollo son imposibles si uno sigue haciendo las cosas
tal como siempre las ha hecho."*

Wayne W. Dye

*A todas las personas que no siguen el rumbo marcado, que no se conforman
con lo establecido, que luchan por lo imposible y trazan el camino
de sus sueños.*

Agradecimiento

La consecución de un logro en la vida implica motivaciones, anhelos, sacrificios y arduo trabajo, pero no tendría sentido sino hay alguien para compartirlos y festejarlos:

Agradezco a Dios, el centro y motor de mi vida, quien cada mañana en el sol dibuja mis ganas de vivir y cada noche en la luna me da una esperanza para continuar mañana.

Al ser más especial de mi vida, mi madre, por ser mi apoyo, mi razón de sonreír y mi modelo de lucha. Sin su cariño, esfuerzo y sacrificio, ninguna de estas líneas existirían. Gracias por ser una mujer ejemplar y esforzarte por darme lo mejor.

A mi familia de corazón: la familia Sarasti, que no la asignaron ni tampoco la escogí, simplemente apareció y me enseñó que el cariño y los valores son buenas bases para salir adelante.

A mis queridas hermanas Daniela y Andrea, por su amistad verdadera y por demostrarme que cualquier problema se puede superar cuando hay amor.

A Nief por su compañía y cariño mudo en medio de párrafos, anexos, desvelos... y, “aunque me demore 50 años”, seguirá siendo parte de mi camino.

A mis profesores, por su entrega, dedicación y paciencia durante los años de carrera; especialmente a Patricia Castañeda y Lucía Lemos por acrecentar en mí la pasión por leer y escribir. Expreso mi profundo agradecimiento a Carlos Aulestia, quien guió los primeros pasos para este trabajo; de igual manera a Santiago Páez, tutor de la disertación, por compartir sus enseñanzas, enaltecer mi trabajo en los días prósperos y su comprensión en mis días complicados.

A la familia Túquerres Alvear por su acogida y hacerme sentir parte de su familia; a Santiago Vásquez y directores de Radio Inti Pacha y Mensaje por su apoyo y asesoría; a la comunidad Convalecencia por ser parte de este proyecto, que con su compromiso será realidad.

A mis compañeros de clase con quienes conocí la amistad y nos apoyamos en este largo camino para lograr nuestros sueños.

Finalmente, agradezco a todos y cada uno de los seres que han aportado bondades en mi vida y, de alguna forma, se han convertido en parte vital de mi historia.

Resumen

Esta disertación de grado es un recuento de la historia de la Comunicación Comunitaria y la Comunicación para el desarrollo en América Latina y su influencia en Ecuador, lo cual se ha considerado para la elaboración de estrategias efectivas de comunicación que permitan llevar a cabo el proyecto de “Diagnóstico y planificación comunicativa del Centro de Comunicación Comunitaria (CCC) para el desarrollo rural en la Sierra Norte de Ecuador”.

Índice

Diagnóstico y planificación comunicativa del Centro de Comunicación Comunitaria (CCC) para el desarrollo rural en la Sierra Norte de Ecuador

Introducción	2
Capítulo 1: Presencia de la Comunicación Comunitaria y para el Desarrollo en América Latina y su influencia en Ecuador	
1.1. Origen de la Comunicación Comunitaria en América Latina	5
1.1.1. Primeros medios comunitarios en América Latina	9
1.1.1.1. Radio Sutatenza, la primera radioescuela latinoamericana	11
1.1.1.2. Las radios mineras de Bolivia, primeras radios de pueblo	11
1.1.1.3. Otras experiencias de medios comunitarios en América Latina	12
1.1.2. Los primeros medios comunitarios en Ecuador	14
1.1.2.1. Ámbito Legal	16
1.1.2.2. Los medios comunitarios y la población rural ecuatoriana	18
1.1.2.2.1 Desarrollo sostenible de las zonas rurales a partir de los medios comunitarios	19
1.1.2.3 Crecimiento de los medios comunitarios en el Ecuador	22
1.2. Comunicación para el desarrollo de países de América Latina	23
1.2.1 Historia	23
1.2.2. Primeras teorías	26
1.2.3. Educomunicación	30
1.2.4. Centros de Comunicación para el Desarrollo en América Latina	34
1.2.5. La Comunicación para el Desarrollo y su aplicación en el Ecuador	36
Capítulo 2: Diagnóstico participativo de comunicación en la comunidad Convalecencia, parroquia Juan Montalvo, cantón Cayambe, provincia de Pichincha	
2.1. Antecedentes y entorno del sistema de comunicación en el cantón Cayambe	39
2.1.1. Realidad del cantón Cayambe	39

2.1.1.1. Características políticas y sociales	40
2.1.1.2. Características económicas	41
2.1.1.3. Características culturales	42
2.1.2. Medios de comunicación comunitarios	44
2.1.2.1. Radio Mensaje	45
2.1.2.1.1. Distribución geográfica y cobertura	45
2.1.2.1.2. Gestión y manejo	46
2.1.2.1.3. Programación	46
2.1.2.2. Radio Inti Pacha	47
2.1.2.2.1. Distribución geográfica y cobertura	48
2.1.2.2.2. Gestión y manejo	48
2.1.2.2.3. Programación	48
2.1.2.3. Otras formas de Comunicación Comunitaria	49
2.2. Funcionamiento del sistema de Comunicación Comunitaria en la comunidad Convalecencia, parroquia Juan Montalvo, cantón Cayambe	50
2.2.1. Situación general socio-económica y medio ambiental	50
2.2.1.1 Geografía	50
2.2.1.2. Historia	51
2.2.1.3. Composición social de la comunidad	51
2.2.1.4. Economía	52
2.2.1.5. Cultura	52
2.2.1.6. Experiencias en el pasado con proyectos y programas de desarrollo	53
2.2.2. Situación general comunicativa	54
2.2.2.1 Niveles de educación	54
2.2.2.2 Distribución interna de medios de comunicación tradicionales y comunitarios	55
2.2.2.3. Contextos comunicativos y actores sociales que influyen en los procesos de comunicación	55
2.2.3. Esquema de Comunicación Comunitaria	56
2.2.3.1. Emisores	56
2.2.3.2. Código	57

2.2.3.3 Mensaje	57
2.2.3.4. Referente y marco de referencia	58
2.2.3.5. Medios y recursos	59
2.2.3.6. Perceptores	59
2.2.3.7. Formación social	60
2.2.4 Necesidades y problemas de Comunicación Comunitaria	60
Capítulo 3: Planificación del Centro de Comunicación Comunitaria (CCC) para el desarrollo rural de la comunidad Convalecencia	
3.1. Objetivo General	63
3.2 Objetivos específicos	63
3.3. Fundamentación	64
3.4. Focalización	64
3.5. Estrategias y Acciones	65
3.5.1. Análisis de estrategias	67
3.5.2. Matriz Marco Lógico	69
3.5.2.1. Indicadores	70
3.5.2.2. Fuentes de verificación	71
3.5.2.3. Supuestos	71
3.6. Sostenibilidad	72
3.6.1. Aspectos económicos-financieros	72
3.6.2. Aspecto social	73
3.6.3. Aspecto ambiental	73
3.6.4. Aspecto institucional-tecnológico	74
3.7. Campaña de concienciación	74
3.8. Constitución del CCC	76
3.8.1. Misión	77
3.8.2. Visión	77
3.8.3. Objetivos	77

3.8.4. Valores	77
3.8.5. Áreas de trabajo y servicios	78
3.8.6. Formas de financiamiento	79
3.8.7. Presupuesto	79
3.9. Capacitaciones para la comunidad y la formación de promotores comunitarios de comunicación	81
3.10. Formulación y Diseño	81
3.10.1. Cronograma	81
3.10.2. Equipo Responsable	83
3.10.3. Medios y costos	83
Conclusiones	85
Recomendaciones	87
Bibliografía	

Introducción

La palabra suelta no tiene poder. La palabra que tiene valor es aquella que se lee, que se escucha, que se comunica. Para algunos, la Comunicación ha sido un instrumento empleado en la consecución de intereses propios; para otros, un elemento accesorio sin identidad ni independencia; y para pocos, el camino que lleva a una transformación.

La Comunicación Comunitaria y la Comunicación para el Desarrollo son conceptos novedosos, que empiezan a cobrar fuerza, principalmente, en los países en vías de desarrollo. La primera se consideró una forma idónea para que el receptor forme parte activa de los procesos comunicativos y la segunda, como un rumbo hacia el cambio social. Es por ello, que estas variantes de la Comunicación se han concebido como un gran impulso ético y de responsabilidad, sobre todo, con los sujetos que, por mucho tiempo, fueron obligados a mantener una actitud pasiva frente a los grandes monopolios de información.

El papel de la Comunicación Comunitaria y de la Comunicación para el Desarrollo en América Latina ha dejado de ser una simple forma de expresión para convertirse en un verdadero modo de participación y acción. Sin embargo, muy poco se ha tratado acerca este tema: de la función de los medios comunitarios, de las propuestas de Comunicación para el Desarrollo y de los aportes sociales en el Ecuador. A pesar de la gran propagación de estos medios, no tienen una presencia consolidada en el ámbito comunicativo; ni tampoco un organismo comunitario que defienda sus derechos, que garantice su funcionamiento y expansión en el país y que la vincule con el desarrollo social.

En algunas partes del continente ya se han creado instituciones dedicadas al rescate y mejoramiento de la Comunicación Comunitaria, mediante la coordinación de esfuerzos interdisciplinarios a nivel regional, como la plataforma de Comunicación para el Desarrollo de América Central y el Caribe. Esta iniciativa, la proliferación de medios comunitarios, sus aportes sociales y el interés de la ciudadanía por impulsar estos espacios, motivan la creación de un Centro de Comunicación Comunitaria (CCC) en el Ecuador.

Por ello, esta disertación de grado tiene como objetivos:

- Definir el origen y el proceso histórico de la Comunicación Alternativa y para el Desarrollo en América Latina y su influencia en Ecuador.
- Analizar los planteamientos teóricos sobre el nuevo modelo de Comunicación Alternativa y su relación con la Comunicación para el Desarrollo, principalmente, con la Educomunicación.
- Determinar el entorno general de una población de la Sierra Norte de Ecuador para evidenciar sus problemas y necesidades comunicativas.
- Elaborar estrategias de comunicación adecuadas y eficaces que permitan la creación del proyecto.

Para los planeamientos teóricos se han analizado las investigaciones de varios autores y se ha escogido la información de mayor relevancia. Para el estudio de campo se ha seleccionado como muestra de investigación a la comunidad Convalecencia, ubicada en la parroquia Juan Montalvo, Cantón Cayambe, provincia de Pichincha, por ser una zona rural de poco desarrollo y de aislamiento comunicativo, pese a que se encuentra en una de las regiones con mayor crecimiento económico y con gran presencia de manifestaciones de Comunicación Comunitaria.

Para facilitar la comprensión del lector sobre la temática, la disertación se ha dividido en tres capítulos, los cuales comprenden una pequeña presentación del tema y las respectivas conclusiones, al final de cada uno.

El primer capítulo está marcado por los acontecimientos históricos que dieron lugar a las primeras manifestaciones de Comunicación Comunitaria y Comunicación para el Desarrollo en América Latina. Se destaca la relación que existe entre estas ramas y la Educación, por ser de gran importancia para conocer de mejor forma la propuesta del nuevo modelo de comunicación, que impulsa un proceso transformador. Así mismo, se logra un breve acercamiento con las experiencias de cooperación institucional y multidisciplinaria vigentes en el continente, para respaldar los lineamientos del proyecto. De manera particular, se analiza el surgimiento y actual funcionamiento de la Comunicación Comunitaria y para el Desarrollo en el Ecuador, desde la perspectiva de los medios comunitarios y su relación con la población rural, y de las políticas estatales que respaldan el desarrollo sostenible y el buen vivir. Este capítulo incluye

conceptualizaciones básicas relacionadas con la temática, para brindar, desde un inicio, los conocimientos que permitan la comprensión global del texto.

El segundo capítulo da a conocer los resultados obtenidos en el Diagnóstico de Comunicación en la comunidad Convalecencia. Gracias al análisis de la programación y funcionamiento de los medios comunitarios: Radio Mensaje y Radio Inti Paccha y de las manifestaciones comunitarias impulsadas por el Gobierno Provincial de Pichincha se establece el entorno comunicativo general del Cantón Cayambe. Mediante la revisión de bibliografía específica, observación directa y con entrevistas a profesionales en Comunicación, encargados de los medios comunitarios, autoridades locales y pobladores de la comunidad, se determina la realidad socio-económica y medio ambiental; al igual que se especifican las necesidades y problemas de comunicación. Para la identificación del problema central, será de gran utilidad la aplicación de la técnica del árbol de problemas, utilizada dentro de la metodología de Marco Lógico (MML).

El tercer y último capítulo plantea tres estrategias eficaces para la planificación y el desarrollo del proyecto, en un futuro. Las líneas de acción se han trazado a partir de un análisis de la matriz de Marco Lógico, sobre el actual funcionamiento de los medios locales, la importancia de la comunicación para el desarrollo en zonas rurales, el papel que cumplen la comunicación y la educación como medios de rescate y reafirmación cultural, y la proyección de la Comunicación Comunitaria como un proceso consolidado y fuerte ante la comunicación tradicional. Las actividades comunicativas permitirán la realización de campañas de concienciación para comprometer a la población; la creación del Centro de Comunicación Comunitaria, como eje central de la participación activa de la población; y las capacitaciones para brindar los conocimientos y herramientas necesarias que garanticen el desarrollo de la comunidad y la sostenibilidad del proyecto.

Mediante esta disertación se trata de brindar un aporte y una herramienta que permita explorar nuevos y valiosos ámbitos de la Comunicación; así mismo, es una manera de destacar el valor e importancia del desarrollo social a partir de la Comunicación Comunitaria.

Capítulo 1: Presencia de la Comunicación Comunitaria y para el Desarrollo en América Latina y su influencia en Ecuador

En este capítulo se determinará el origen y las primeras experiencias de la Comunicación Comunitaria y para el Desarrollo en América Latina, las cuales permitirán analizar la influencia de estas tendencias en las nuevas formas de hacer comunicación y en los procesos de desarrollo social en el Ecuador. Se explicarán las prácticas de cooperación interinstitucional que se han llevado a cabo en América Latina para potenciar la Comunicación, donde se tomará como referencia para la planificación del proyecto, el trabajo realizado por la plataforma de Comunicación para el Desarrollo de América Central y el Caribe y se establecerá la importancia de la Educomunicación en procesos de desarrollo. En cuanto a los medios comunitarios ecuatorianos, se determinará su situación actual y se hará un breve análisis de su relación con la población rural. Finalmente, se resumirán los informes presentados en la primera Mesa Redonda ecuatoriana sobre Comunicación para el Desarrollo, impulsada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), para conocer el desarrollo y aplicación de esta rama en el país.

1.1. Origen de la Comunicación Comunitaria en América Latina

No se puede asegurar el momento exacto en que, “el receptor empezó a tener la misma importancia que el emisor, dentro del proceso de comunicación”¹, gracias a lo que ahora se denomina Comunicación Comunitaria, Popular o Alternativa. Lo que es cierto, es que “tiene su origen en los requerimientos de organización de los grupos, de un colectivo o sector para detectar sus problemas o debilidades y reconocer y reforzar sus fortalezas, en beneficio de construir colectivamente las respuestas que les permitan dignificar sus vidas”².

¹ Daniel Prieto, *Discurso autoritario y comunicación alternativa*, México, Ed. Edicol, 1980, p. 59

² Hindu Anderi, *Comunicación alternativa o comunitaria*, 2004. En línea: www.aporrea.org/actualidad/a11082.html, formato: html. Acceso: 24 de abril de 2009.

A finales del siglo XIX e inicios del siglo XX, por la influencia europea del Anarquismo, principalmente de la migración italiana y española, aparecieron los primeros movimientos sociales en América Latina. Los emigrantes se instalaron en grandes extensiones de las zonas urbanas de varios países y se dedicaron a trabajos artesanales y pequeñas actividades económicas, formando así los primeros movimientos obreros. Después de la Primera Guerra Mundial, “la expansión de las manufacturas en el continente crea condiciones para el surgimiento de un proletariado industrial, que tuvo su mayor desarrollo en los procesos de industrialización de los años 30.”³

Durante muchos años, las luchas sociales y sindicales consiguieron avances importantes en la reivindicación de derechos humanos: reducción de horas de trabajo, mejores condiciones laborales así como de remuneraciones, pese a la oposición de varios sectores. Estas iniciativas fueron el punto de partida para la asociación de grupos como: los campesinos, la clase media, estudiantes, mujeres, entre otros. En la actualidad, a los movimientos sociales se los conoce como agrupaciones con afinidades políticas o ideológicas; sin embargo, se concibieron como “una forma de acción colectiva frente a conflictos comunes, que buscaban una forma diferente de ver, estar y actuar en el mundo”⁴. Estudios realizados en Bolivia señalan que los movimientos se caracterizan por “una estructura de movilización o sistema de toma de decisiones, una identidad colectiva o registros culturales, y repertorios de movilización o métodos de lucha”⁵.

Dentro de la comunicación, los movimientos sociales cumplieron un papel decisivo para forjar un cambio; por ejemplo, miembros de grupos obreros formaban sus criterios acerca de los temas que les interesaban, a partir de técnicas peculiares de comunicación:

El trabajador analfabeto acudía a una taberna en la que se leyese en voz alta y se discutiese editoriales, o bien, podía caminar millas para escuchar a un orador radical; y en los momentos de grave agitación política los obreros hacían que sus compañeros de trabajo les leyese en voz alta los periódicos. Asistían, además, a escuelas dominicales o nocturnas donde intercambiaban conocimientos, a clubes en los que se compraban y leían periódicos, a sesiones de teatro popular y, por supuesto, a tabernas en las que debatían a viva voz.⁶

³ Mónica Brukmann, Los movimientos sociales en América Latina: un balance histórico. En línea: www.medelu.org, formato: pdf. Acceso: 07 de noviembre de 2011.

⁴ Elena Grau y Pedro Ibarra, Anuario de Movimientos Sociales. Una mirada sobre la red. Barcelona, Ed. Icaria y Getiko Fundazioa, 2000.

⁵ Álvaro García Linera, citado por Raúl Zibechi, Los movimientos sociales como sujetos de la comunicación, en María Belén Albornoz y Mauro Cerbino, comp., Comunicación, cultura y política, Ecuador, FLACSO, 2008, p. 96

⁶ Edward Thompson, citado por Raúl Zibechi, “Los movimientos sociales como sujetos de la comunicación”, en María Belén Albornoz y Mauro Cerbino, comp., Comunicación, cultura y política, Ecuador, FLACSO, 2008, p. 93

Para mediados del siglo XX, en América Latina se suscitaron cambios económicos: “Procesos de globalización y discursos de tendencia de economía hegemónica”⁷ y sociales: algunos grupos de personas unieron esfuerzos para restituir y rescatar los ideales de los movimientos societarios, con lo cual, se buscó la integración y el rescate del factor humano; es por ello, que “los actores sociales dejaron de percibirse como sujetos contradictorios, opuestos”⁸ o secundarios, tal como se los concebía en el sistema de comunicación vigente en la época.

“El modelo tradicional de la información (emisor- mensaje- receptor) nace de una estructura militar en la década de los cincuenta, como una reapropiación por parte de los científicos sociales del modelo elaborado por los aliados para derrotar al eje fascista una década antes”⁹. Con el paso del tiempo, el prototipo fue adoptado por los medios de comunicación masiva.

Tanto como para las élites, como para los medios que manipulaban la información, el surgimiento de espacios donde se daba una comunicación horizontal, que permitía la transmisión de la cultura del grupo subordinado, significaba un peligro que atentaba contra el régimen de dominación. De acuerdo a Scott: “Muchos de los circuitos de la cultura popular fueron destruidos deliberadamente a fines del siglo XIX con siniestras consecuencias en el proyecto de disciplinar y domesticar culturalmente al proletariado”¹⁰.

La idea de dominio aplicada en la información generó la existencia de solamente un sujeto en el proceso de comunicación: el emisor; pues, quien recibía el mensaje pasaba a ser un objeto, porque no tenía participación. Este problema fue denominado como “metáfora del tubo” por Maturana y Varela, quienes consideran que el mensaje se “genera en un punto, se lleva por un conducto (o tubo) y se entrega al otro extremo al receptor”¹¹. Estos investigadores cuestionaron el simple hecho de transmitir información

⁷ Rosa María Alfaro, Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones, En línea: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n18/18ralfaro.html>, formato: html. Acceso: 20 de marzo de 2010.

⁸ *Ibíd.*

⁹ José Cortés y Pamela Rodríguez, Comunicación y Desarrollo en Latinoamérica. El Caso de la Radio Indigenista en México: Radio XEVFS. En línea: www.razonypalabra.org.mx/antiores/n34/jcortesprodriguez.html, formato html. Acceso: 20 marzo de 2010.

¹⁰ James Scott, Los dominados y el arte de la resistencia. Discursos ocultos, México, Ed. Sera, 2000, p. 156

¹¹ Maturana y Varela, citado por Raúl Zibechi, Los movimientos sociales como sujetos de la comunicación, en María Belén Albornoz y Mauro Cerbino, comp., Comunicación, cultura y política, FLACSO, Ecuador, 2008, p. 97

al que se limitaban los medios tradicionales. “El fenómeno de comunicación no depende de lo que se entrega, sino de lo que pasa con el que recibe”¹²; es decir, el mensaje puede ser el mismo, pero no será percibido de igual forma por cada persona y, lamentablemente, en un modelo vertical, los receptores se tenían que conformar con el argumento del emisor.

“En 1960, Wilbur Schramm y David Berlo, estudiosos del modelo tradicional, lo transformaron (Fuente-Mensaje-Canal-Receptor-Efecto)”¹³; para romper el esquema, considerado por varios comunicólogos, como autoritario, aumentaron el recurso del “efecto”, que serían como la reacción y respuesta del receptor. Este fue el primer cambio que se propició en búsqueda de un modelo diferente de comunicación, que se visualice “en función de su realidad económica, social, política y cultural”¹⁴.

A más de nuevos planteamientos, para que las luchas de los movimientos sociales tuvieran éxito, era necesario, como lo explica Scott, contar con “una coordinación y comunicación tácita o explícita dentro del grupo subordinado”¹⁵, que no se podía llevar a cabo dentro del sistema de comunicación dominante, para ello, se debían crear medios alternativos o “espacios sociales que el control y la vigilancia de sus superiores no puedan penetrar”¹⁶.

Los receptores, tal como los denomina el modelo tradicional, durante mucho tiempo fueron sujetos pasivos de la información; sin embargo, durante las décadas de los 70 y 80, “aquellas personas que vivían en sectores marginados y que eran invisibilizados por el Estado y las sociedades, se convirtieron en protagonistas: sus voces eran escuchadas”¹⁷, gracias al auge de la Comunicación Comunitaria, “comprometida con los movimientos sociales y la crítica frente a la sociedad imperante”¹⁸. De acuerdo a Martha Dubravcic, esto se debió a dos aspectos fundamentales: “A los cambios en el paradigma conceptual de la comunicación y sobre lo popular. Y a las transformaciones y/o

¹² *Ibíd.*

¹³ Luis Ramiro Beltrán, La Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo, Buenos Aires, 2005, pp. 19 y 20.

¹⁴ *Ibíd.*, p. 20

¹⁵ James Scott, Los dominados y el arte de la resistencia. Discursos ocultos, México, Ed. Sera, 2000, p. 147

¹⁶ *Ibíd.*

¹⁷ Mariana García, Medios ciudadanos y comunitarios en América Latina, Colombia, 2006. En línea: www.c3fes.net, formato html. Acceso: 21 de marzo de 2010.

¹⁸ Rosa María Alfaro, Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones, En línea: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n18/18ralfaro.html>, formato: html. Acceso: 20 de marzo de 2010.

surgimiento de actores sociales, afectados por concentraciones urbanas, globalización de la cultura, nuevas tecnologías, entre otros”¹⁹. Esta nueva forma de comunicación es una respuesta ante el esquema lineal y unilateral; parte de una propuesta de espacios abiertos y democráticos, donde no exista intervención únicamente de las minorías, sino de “una pluralidad de sujetos siempre activos o, mejor, interactivos”²⁰.

Según Daniel Prieto, la comunicación intermedia (como la denomina) utiliza un modelo horizontal, que coloca a emisor y receptor en un mismo nivel, tanto para producir y recibir el mensaje. “Mientras que el modelo de la información colectiva es lineal y dirigido, el modelo de la comunicación intermedia es horizontal y participativo [...], en éste todos deciden y se enriquecen mutuamente [...] la decisión es de todos”²¹. También, el autor destaca “la existencia de un retorno (*feedback*) que permita la participación consciente y crítica de los integrantes del grupo”²²; sin embargo, aclara que “no es solamente la posibilidad del retorno lo que funda la comunicabilidad, es también la calidad [...], la manera en que el receptor al volverse emisor se hace presente en quien le envió el mensaje [...], la forma en que se comparte una experiencia [...] y la participación activa en un compromiso común”²³.

1.1.1. Primeros medios comunitarios en América Latina

Los medios comunitarios se crearon como una herramienta social que, de acuerdo con Steve Buckley y Victor van Oeyen, proporcionan una alternativa de libre participación, benefician a la ciudadanía por sobre intereses económicos, proponen un modelo de comunicación horizontal y consideran a las personas como generadores de información y no simples consumidores. Estos medios “están comprometidos con los enfoques de derechos humanos, justicia social y sostenibilidad para el desarrollo y son pertenecientes y controlados por las mismas comunidades”²⁴.

¹⁹ Martha Dubravcic, Comunicación popular: del paradigma de la dominación al de las mediaciones sociales y culturales, Quito, Ed. UASB/ Abya-yala/ Corporación Editora Nacional, 2007, p. 11

²⁰ Maturana y Varela, citado por Raúl Zibechi, Los movimientos sociales como sujetos de la comunicación, en María Belén Albornoz y Mauro Cerbino, comp., Comunicación, cultura y política, FLACSO, Ecuador, 2008, p. 97

²¹ Daniel Prieto, Discurso autoritario y comunicación alternativa, México, Ed. Edicol, 1980, p. 60

²² *Ibíd.*, p. 59

²³ *Ibíd.*, p. 35

²⁴ Steve Buckley y Van Oeyen, Medios de comunicación comunitarios, parte de la Campaña CRIS. En línea: www.uasb.edu.ec/padh/revista4/cris/buckley.html, formato html. Acceso: 16 de agosto de 2009

La palabra comunidad, al igual que comunicación, proviene del “latín *communis* que significa común”²⁵. En muchos casos, se relaciona lo comunitario con grupos pequeños de personas o espacios reducidos de territorio; sin embargo, este término puede superar fronteras porque hace referencia al interés colectivo. Por ejemplo, los asaltos en un barrio no incumben sólo a un sector; es un problema de inseguridad que afecta a la ciudad que contiene al barrio, como puede ser a otras urbes alrededor de todo el mundo. Entonces, comunidad vendría a ser “la agrupación de personas vinculadas entre sí por intereses comunes y recíprocos.”²⁶

A partir de esta conceptualización, se puede decir que el medio comunitario es el conjunto de herramientas y métodos de comunicación destinados a cumplir objetivos comunes, mediante la participación activa de los miembros de una colectividad. En términos de constitución, José Ignacio López Vigil, lo define como “una empresa social sin fines de lucro. Al decir empresa social tomamos distancia tanto del Estado como del Mercado. Y la finalidad no lucrativa significa que los excedentes (obtenidos por cualquier medio lícito, desde la venta de servicios hasta la publicidad comercial, desde las donaciones hasta la cooperación internacional) se reinvierten en el mismo medio y en sus proyectos de desarrollo social”²⁷. Es por ello, que en este tipo de medios, el arte de comunicar es, en primer lugar, un compromiso con la ciudadanía, por sobre otro tipo de intereses.

“Los medios comunitarios están presentes en América Latina más de 60 años, con representación actual en cada uno de los países. Las primeras experiencias de medios comunitarios sucedieron a finales de los cuarenta en Colombia y Bolivia, donde se iniciaron proyectos de radiodifusión con fines educativos (Radio Sutatenza) y sindicales (radios mineras)”²⁸, respectivamente.

1.1.1.1. Radio Sutatenza, la primera radioescuela latinoamericana

A finales de la década de los 40, en la población colombiana que dio nombre a este medio comunitario, el párroco Joaquín Salcedo tuvo la idea de utilizar la radio para

²⁵ Joan Corominas, *Breve diccionario etimológico de la lengua española*, Madrid, Ed. Gredos, 1987, p. 163

²⁶ *Ibíd.*, p. 163

²⁷ José Ignacio López Vigil, *Públicos, privados y comunitarios*, En línea: <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/analisis/68-publicos-privados-y-comunitarios.html>, formato html. Acceso: 26 agosto de 2009.

²⁸ José Ignacio López Vigil, *Públicos, privados y comunitarios*, En línea: <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/analisis/68-publicos-privados-y-comunitarios.html>, formato html. Acceso: 26 agosto de 2009.

educar a los campesinos y contribuir al desarrollo rural. El proceso de comunicación consistía en utilizar las diferentes experiencias de los moradores en temas de agricultura, salud o educación, para socializarlos mediante productos radiales, que eran realizados por los propios pobladores, con el fin de aplicar lo aprendido en la correcta toma de decisiones comunitarias. Así se marcaron cuatro fases fundamentales: recepción, reflexión, decisión y acción colectiva, que, en un inicio, fueron asesoradas por profesionales.

Con el paso del tiempo surgió la agrupación católica Acción Cultural Popular (ACPO) “que, al cabo de poco más de una década, abarcó a todo el país e, inclusive, cobró resonancia internacional. El proyecto recibió el apoyo del gobierno colombiano y de algunos organismos internacionales, con lo cual se pudo crear una red nacional de emisoras, el primer periódico campesino del país, institutos de campo para la formación de líderes y un centro de materiales de enseñanza”²⁹.

1.1.1.2. Las radios mineras de Bolivia, primeras radios de pueblo

En 1944, con el fin de mejorar la comunicación entre ellos y para transmitir sus ideas en su idioma original (quechua) a más del español, un grupo de mineros bolivianos invirtieron parte de su poco salario para constituir una radio propia. Los trabajadores no tenían experiencia radiofónica y sus transmisiones eran de corto alcance; sin embargo, con la estrategia de micrófono abierto, los mineros y los habitantes de los alrededores de las minas pudieron cumplir su propósito de libre expresión. Su labor no se quedó únicamente en sus lugares de trabajo ni en los sindicatos, avanzó a las escuelas, iglesias, incluso a los hogares; por lo cual, en poco tiempo se las denominó: radios de pueblo. “A finales de la década de los 50, se conformó una red de radios populares conformada por 33 emisoras”³⁰.

Poco a poco, la libre expresión de grupos subordinados se convirtió en un problema para el gobierno y las élites bolivianas quienes buscaron las formas de silenciarlos. Sin embargo, los movimientos defendieron sus derechos y fue gracias a sus propios medios de comunicación, que pudieron organizarse para sus actos de resistencia. “Las comunidades aymaras rurales y urbanas se apropiaron de las radios y las usaron como

²⁹ Luis Ramiro Beltrán, *La Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo*, Buenos Aires, 2005, p. 6

³⁰ Luis Ramiro Beltrán, *La Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo*, Buenos Aires, 2005, pp. 6-7

medio para intercambiar mensajes entre los comuneros que vivían en El Alto, ciudad del departamento de La Paz, y quienes permanecieron en las áreas rurales. Más que mensajes, transmitían estados de ánimo, emociones, vivencias que de ese modo se reproducían en sitios muy alejados”³¹. Este medio de comunicación permitió coordinar conductas y acciones que desencadenaron en una de las más grandes rebeliones en la historia aymara; de igual forma, durante el proceso de insurrección, por medio de la radio se convocó a los pobladores para que atendieran a los heridos y se unieran al frente de resistencia en contra de los militares. Las radios jugaron un papel destacado en la organización del movimiento social.

Pese a la represión que sufrieron los medios comunitarios, Bolivia ha mostrado un significativo surgimiento en cuanto a Comunicación Alternativa; ahora no sólo se trabaja en radio, sino también en televisión. En los nuevos medios se involucran comunidades enteras, a través de reporteros populares y mediante la participación directa de los pobladores. “Los medios comunitarios han fortalecido la cultura, la visión del mundo y las formas de vida de la población boliviana”³².

1.1.1.3. Otras experiencias de medios comunitarios en América Latina

A finales de los 70 y durante la década de los 80, las iniciativas de comunicación alternativa crecían inevitablemente en el continente. Sin embargo, no fue suficiente el ideal, sino las manifestaciones concretas para conseguir los objetivos comunicativos. Los medios, principalmente las radios comunitarias, necesitaron de apoyo institucional para el desarrollo de sistemas y modelos de producción comunicativa; por ello, el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) junto con Radio Netherland ejecutaron programas de formación para la creación y manejo de las radios comunitarias en América Latina. “Hay técnicas, modelos y destrezas de la radio tradicional que se deben conocer y aplicar [...] Es ahí donde nosotros (CIESPAL) desempeñamos un papel importante porque hemos desarrollado un sistema de capacitación para la producción”³³. Así mismo, esta institución centró sus esfuerzos en “investigaciones comunicativas, en la producción de

³¹ Raúl Zibechi, Los movimientos sociales como sujetos de la comunicación, en María Belén Albornoz y Mauro Cerbino, comp., Comunicación, cultura y política, FLACSO, Ecuador, 2008, p. 105

³² *Ibid.*, p. 106

³³ Francisco Ordoñez, Ciespal y las radios comunitarias, Revista Chasqui, (Quito), (1993): 22.

material didáctico para socializar el conocimiento y el trabajo de campo sobre esta nueva forma de hacer comunicación”³⁴.

En casos de países específicos, el crecimiento de medios alternativos en Brasil fue significativo por problemas que se suscitaron entre los medios de las clases dominantes o los partidos políticos en contra de los movimientos sociales; por ejemplo, tras situaciones de represión e inconformidad, el movimiento campesino de los “Sin Tierra” optó por crear sus propios medios. En la actualidad, “en las periferias urbanas de muchas ciudades proliferan también medios de los sectores populares, sobre todo radios comunitarias y periódicos barriales, pero también se han ido estableciendo, en el imaginario popular, espacios de encuentro como plazas o centros sociales”³⁵.

Pero los logros de la Comunicación Comunitaria en América Latina no son visibles en todos los países. En Venezuela se han gestado más medios comunitarios, de acuerdo a la Comisión Nacional de Telecomunicaciones “(Conatel)”³⁶; “sin contar los periódicos e innumerables sitios de Internet, [...] en apenas cuatro años (mayo 2002 - abril 2006) se habilitaron 193 medios radioeléctricos: 126 emisoras y 27 canales de televisión”³⁷. Sin embargo, estos espacios que se crearon con un fundamento de búsqueda de visibilidad y respeto a las minorías, pasaron a uno de exclusión e intolerancia política. La guerra mediática, que se inició con el “apagón informativo” en abril de 2002, provocó, por un lado, que el Gobierno ingeniara formas para acaparar los medios; y por otro, que los medios comunitarios cedieran a satisfacer los requerimientos políticos para mantenerse vigentes, pues dependen de la habilitación del Conatel para las frecuencias y, en ciertos casos de los recursos que les provee el Estado. Son escasos los medios que, con dificultad, logran defender su autonomía porque puede autofinanciarse.

De todas formas, en el continente los medios comunitarios se han concebido como una herramienta de desarrollo. Pese al financiamiento del gobierno y la inevitable

³⁴ Entrevista realizada a César Herrera, Coordinador del Centro Audiovisual y Multimedia de CIESPAL, Quito, 12 de mayo de 2011.

³⁵ Raúl Zibechi, Los movimientos sociales como sujetos de la comunicación, en María Belén Albornoz y Mauro Cerbino, comp., Comunicación, cultura y política, FLACSO, Ecuador, 2008, p. 106

³⁶ Institución pública venezolana dedicada a la prestación de servicios y elaboración de planes y políticas nacionales de telecomunicaciones. De acuerdo a sus lineamientos, su labor debe asegurar el acceso universal a la información y la consolidación de una sociedad del conocimiento.

³⁷ Raisa Urribarrí, Medios comunitarios: el reto de formar(se) para la inclusión, Revista Comunicación, (Venezuela), (2007): 49.

competencia con los medios privados, “los conflictos económicos e ideológicos de cada país no han impedido que muchos se mantengan y defiendan su concepción original”³⁸.

1.1.2. Los primeros medios comunitarios en Ecuador

Los primeros medios comunitarios del Ecuador fueron las radios, que surgieron por influencia de “la experiencia educomunicativa que planteó Radio Sutatenza en toda América Latina”³⁹; las radios populares de Riobamba recogieron los nuevos principios y métodos para aplicarlos en su programación y enfocarlos en la alfabetización. De igual manera, la Iglesia Católica desempeñó un papel fundamental en la creación y apoyo de los medios comunitarios, puesto que encontraron, en este medio y en el nuevo modelo, una forma más fácil para acercarse al pueblo. Gracias al trabajo y apoyo de “Monseñor Leonidas Proaño”⁴⁰, se fundó en 1962 las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE), red que estaba conformada por algunas radios comunitarias enfocadas en “la alfabetización, educación y evangelización de los pueblos indígenas.”⁴¹

“Estas experiencias de comunicación alternativa vinculadas con la Iglesia Católica y aquéllas de carácter progresista con el tiempo formaron la Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador (CORAPE)”⁴². Éste es un organismo independiente que se creó en 1989 y agrupa a medios alternativos, educativos y/o populares para su fortalecimiento en el trabajo por el desarrollo social en conjunto. “Es una red nacional que participa con liderazgo en redes latinoamericanas y mundiales [...], con alta capacidad tecnológica, con acceso al satélite y otras plataformas tecnológicas, que provee capacidad comunicacional al conjunto de la red y todos sus afiliados”⁴³.

Los medios de comunicación pertenecientes a CORAPE llegaron a conocerse como los primeros alternativos; sin embargo, por no existir una ley específica para este tipo de

³⁸ Mariana García, Medios ciudadanos y comunitarios en América Latina, Colombia, 2006. En línea: www.c3fes.net, formato html. Acceso: 21 de marzo de 2010.

³⁹ Cfr. *Infra.*, p. 11

⁴⁰ Nació en 1910. Sacerdote Católico. En 1954 fue nombrado Obispo de la diócesis de Bolívar (provincia del Chimborazo y Bolívar). Trabajó por la reivindicación de los indígenas, principalmente, por su derecho a la libre expresión. Fundó el periódico La Verdad, en Ibarra, y las Escuelas Radiofónicas Populares de Ecuador (ERPE). Por petición del movimiento indígena ecuatoriano es designado como Obispo de los Indios, por el Papa Juan Pablo II.

⁴¹ Autobiografía de Monseñor Leonidas Proaño. En línea: www.radioevangelizacion.org/spip.php?article951. Acceso: 13 de diciembre de 2010.

⁴² Entrevista realizada a José Ignacio López Vigil, Director Radialistas Apasionadas y Apasionados, Quito, 01 de diciembre de 2010.

⁴³ Folleto Corape 20 años, Quiénes somos, Quito, 2010

medios se crearon como públicos o comerciales de servicio comunitario, pero no todos mantuvieron su objetivo por problemas económicos y tampoco su total independencia, por influencia de la Iglesia o de otro tipo de intereses.

Por otro lado, las experiencias latinoamericanas de radios comunitarias de movimientos sociales, como “las mineras de Bolivia o las juveniles de Venezuela, no tuvieron acogida en Ecuador”⁴⁴. Si bien la sociedad latinoamericana cobró protagonismo en el ámbito comunicativo popular, aquí su fuerza se evidenció primero en los grupos indígenas. CIESPAL aportó para el surgimiento y fortalecimiento de los primeros medios comunitarios en el país y, en conjunto con miembros de Radio Latacunga y con financiamiento de la Organización de Estados Americanos (OEA), planteó en 1983 “el proyecto de formación de comunicadores populares, que luego se llamó de Cabinas Radiofónicas de Cotopaxi”⁴⁵. Frente a problemas de desinformación y analfabetismo de la población, la propuesta tuvo como objetivos “canalizar y aumentar la participación, generar un proceso educativo, difundir información y compartir experiencias”⁴⁶; es decir, mediante la instalación de cabinas estratégicas para las grabaciones y producción radial, se logró una manera efectiva de involucrar directamente a campesinos e indígenas, para que sus ideas y pensamientos sean transmitidos por la radio comunitaria de su localidad. Esta labor fue el primer acercamiento comunicativo con este segmento poblacional, que además de propiciar una interrelación, permitió dar a conocer su realidad y, posteriormente, trabajar en proyectos para cambiarla.

Por influencia de este tipo de experiencias, los indios decidieron crear sus propios medios de comunicación comunitarios. Inti Pacha en Cangahua, cantón Cayambe, fue la primera radio indígena, que “propició el surgimiento de otras en Imbabura, Chimborazo y Bolívar que, poco a poco, consolidaron un concepto de radios indígenas comunitarias”⁴⁷. Al igual que las radios pertenecientes a CORAPE, algunas tuvieron que constituirse también como comerciales por las limitaciones de la época.

1.1.2.1. Ámbito Legal

⁴⁴ Entrevista realizada a José Ignacio López Vigil, Director Radialistas Apasionadas y Apasionados, Quito, 01 de diciembre de 2010.

⁴⁵ Daniel Prieto, *La experiencias del CIESPAL en los años 90*, Revista Chasqui, (Quito), (1999): 76.

⁴⁶ Lucelly Villa y Hnas. Paulinas, *Radio Latacunga. Red de Reporteros Populares*, Latacunga, 1996, p. 56

⁴⁷ Entrevista realizada a José Ignacio López Vigil, Director Radialistas Apasionadas y Apasionados, Quito, 01 de diciembre de 2010.

Antes de 1995 no existía ningún marco jurídico que tratara acerca de los medios comunitarios en Ecuador, ni ningún movimiento social masivo que solicitara leyes o reglamentos que respalden su creación y funcionamiento.

El Decreto 3398 del Reglamento General a la Ley de Radiodifusión y Televisión, expedido en la presidencia del arquitecto Sixto Durán Ballén, mencionaba ya el término comunitario, pero como un servicio que podían prestar algunos medios de comunicación públicos; sin embargo, no planteaba lineamientos que favorecieran totalmente una labor comunitaria, ni garantías para su trascendencia.

En 1996, CORAPE presentó ante el Tribunal de Garantías Constitucionales una demanda de inconstitucionalidad de fondo al artículo 6, con el argumento de que éste no reconocía la concesión de frecuencias para radios comunitarias de propiedad de diversos actores sociales, y que sólo permitía la concesión para estaciones de radiodifusión de “servicio comunal” otorgadas a Comunas legalmente constituidas (de acuerdo con la Ley de Organización y Régimen de Comunas) previo informe favorable del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas, el mismo que debía verificar que el funcionamiento de la estación no alentara contra la seguridad nacional interna o externa del país⁴⁸.

De igual manera, el Reglamento aplicaba los principios de manejo económico de los medios públicos para los comunitarios; es decir, que no debían perseguir fines de lucro y no tenían la posibilidad de negociar publicidad comercial de ninguna naturaleza, lo que imposibilitaba obtener recursos para la reinversión en los propios medios y los condenaba a su desaparición.

Finalmente, otra falencia que se encontró fue la limitación y desigualdad en la concesión de frecuencias para los medios comunitarios: “Se otorgarán únicamente para estaciones de onda media y frecuencia modulada en lugares donde no existan concesiones para estaciones nacionales, regionales o locales de onda media o concesiones de frecuencia modulada; y, en cualquier caso siempre que no interfieran con las frecuencias asignadas a otras estaciones”⁴⁹. Pese a las observaciones hechas por CORAPE, la demanda fue declarada improcedente porque se evidenció las irregularidades del Reglamento y no las de la Ley.

En 2002, “CORAPE volvió a plantear la necesidad de reformar la Ley de Radiodifusión y Televisión, apoyado por la fundación Friedrich Ebert Stiftung (Fes), la Confederación

⁴⁸ CORAPE, De la concentración a la democratización del espectro radioeléctrico, Quito, Ed. Abya-yala, 2008, p. 9

⁴⁹ CORAPE, De la concentración a la democratización del espectro radioeléctrico, Quito, Ed. Abya-yala, 2008, p. 10

de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (Conaie), la Confederación de Pueblos de Nacionalidad Kichwa del Ecuador (Ecuadorunari) y, finalmente, por la doctora Nina Pacari, Diputada del partido político Pachakutik.”⁵⁰ En esta ocasión se volvió a reiterar el problema que ocasionaba el no contar con publicidad para el financiamiento; por lo cual, los medios comunitarios se constituyeron bajo la denominación de comercial y esto, de acuerdo a CORAPE, además de afectar al trabajo y formas de sustento, atentaban contra los derechos humanos fundamentales: “A la libertad de pensar y de expresarse, de difundir sus ideas a través de cualquier medio de comunicación social y de ser llamadas por su nombre propio.”⁵¹

Esta propuesta fue sometida a dos debates públicos en el pleno del Congreso Nacional, a cargo de la Comisión de lo Económico. El informe fue favorable y a finales de octubre de ese mismo año se produjo “la ratificación del texto y se derogaron los incisos tercero, cuarto y quinto del art. 35 de la Ley Reformatoria a la Ley de Radiodifusión y Televisión de 2002”⁵². Y en su lugar se agregaron tres incisos, en los cuales se definían los entes participantes y las funciones de los medios comunitarios, se especificaba que tenían los mismos derechos y obligaciones que los medios comerciales, y se aclaró que las utilidades percibidas deberían ser usadas en el medio y la comunidad a la que están dirigidos.

En la actualidad, la Constitución del Ecuador afirma en el art. 16, inciso 1 que “todas las personas, en forma individual y colectiva, tienen derecho a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos”⁵³; en el inciso 2 se garantiza el acceso a las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC’s). De igual manera, en el art. 17 se establece que “el Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación”⁵⁴; el inciso 1 garantiza “la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de oportunidades, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, precautelando que en su utilización prevalezca

⁵⁰ *Ibíd.*

⁵¹ *Ibíd.*

⁵² *Ibíd.*, p. 11

⁵³ Constitución del Ecuador, 2008. En línea:

www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf, formato: pdf. Acceso: 14 de diciembre de 2010

⁵⁴ *Ibíd.*

el interés colectivo, por lo que no se permitirá el oligopolio o monopolio...”⁵⁵; así como, el inciso 2 respalda la creación y fortalecimiento de los medios comunitarios.

1.1.2.2. Los medios comunitarios y la población rural ecuatoriana

Desde mediados del siglo XX, el panorama que envolvía a la población campesina e indígena ecuatoriana demostraba altos índices de pobreza, lo que traía como consecuencia el analfabetismo, la desnutrición, el desempleo y la migración a las zonas urbanas. Es por eso que este segmento de la población fue centro de estudios e investigaciones; “la Federación Nacional de Organizaciones Campesinas (FENOC), la Federación Ecuatoriana de Indios (FEI) y el movimiento Ecuarrunari se constituyeron en espacios de reflexión, generadores de un nuevo pensamiento”⁵⁶. También, este sector fue el grupo objetivo de aplicación de varias políticas estatales, sobre todo, la población indígena que muchos años permaneció sin participación social. A inicios del siglo XX, tras las continuas luchas por un trato equitativo para los indios, “en los momentos de auge de gobiernos sensibles a la condición indígena, se establecieron medidas de protección (Ley de Comunas, formación de maestros indígenas, etc.)”⁵⁷; de igual forma, la participación en ámbitos políticos fortaleció su identidad colectiva.

Por una parte, la población indígena recobró protagonismo y reivindicó su papel en la sociedad; para eso, fue necesario contar con espacios de comunicación para transmitir sus ideologías y en su propio idioma. Con el apoyo de la comunidad internacional, varios movimientos indígenas empezaron a participar en medios de comunicación y “crearon los suyos”⁵⁸. “Claro que esto se dio siempre que las políticas gubernamentales lo permitieron, porque hubo muchos casos en los que el proceso no pudo iniciarse hasta que esas políticas gubernamentales, y los comportamientos de ciertos sectores sociales, cesaron en su ímpetu de represión y opresión de los indígenas.”⁵⁹

Pero por otra parte, el fenómeno de la concentración urbana produjo que el área rural disminuyera drásticamente su población y que, como es evidente, las ciudades fueran creciendo. Los medios de comunicación empezaron a enfocarse en grandes grupos

⁵⁵ *Ibíd.*

⁵⁶ Martha Dubravcic, Comunicación popular: del paradigma de la dominación al de las mediaciones sociales y culturales, Quito, Ed. UASB/ Abya-yala/ Corporación Editora Nacional, 2007, pp. 61 y 62.

⁵⁷ Jorge León Trujillo, Las organizaciones indígenas y el gobierno de Rafael Correa, Quito, 2010, p. 14

⁵⁸ Cfr. *Infra.*, pp. 15, 16

⁵⁹ José Cortés y Pamela Rodríguez, Comunicación y Desarrollo en Latinoamérica. El Caso de la Radio Indigenista en México: Radio XEVFS. En línea: www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n34/jcortesprodriguez.html, formato html. Acceso: 20 marzo de 2010.

humanos, con lo cual se crea el fenómeno de los medios de comunicación para las masas y las culturas urbanas que “son una mezcla dinámica, un espacio barrido por los vientos de los mass media;”⁶⁰ por ejemplo, las manifestaciones culturales del Ecuador se entrelazan con expresiones extranjeras, “parecen presentarse a la vez huellas de múltiples manifestaciones de diversidad y rasgos de las más profundas tendencias a la homogeneización”⁶¹. Es por ello, que fueron muy pocos los medios que centraron su trabajo en poblaciones pequeñas o grupos sociales específicos.

1.1.2.2.1 Desarrollo sostenible de las zonas rurales a partir de los medios comunitarios

Es verdad que “los medios comunitarios nacieron por la necesidad que tuvieron grupos sociales por dar a conocer su voz”⁶²; pero más allá de participar en un proceso de comunicación, las personas buscaban satisfacer sus requerimientos sociales. Es por ello, que “la comunicación se consideró como un elemento importante para la atención de varios sectores sociales”⁶³; la cual debía reestructurar sus actores, contenidos y audiencias.

En cuanto a los nuevos actores, como lo manifiesta Alain Tourine, existen dos formas de construir la experiencia social: “Una en que los sujetos tienen capacidad de subsumir a otros, donde los sujetos son agentes ciegos reproductores de roles y dominados por la voluntad ajena; y una de exterioridad, donde se expresa la voluntad propia, [...] lo que conduce a la acción y se recupera la posibilidad de constituirse como sujetos libres y de emancipación.”⁶⁴ En el caso de Ecuador, los grupos sociales se encontraban dentro de la primera experiencia, bajo una forma de dominación y discriminación que evidenciaba su posible debilitamiento; pero, contrario de lo que se pensaba, se consolidaron con mayor fuerza y se empezó a cambiar la visión hacia los mismos. “Aparecen nuevas categorías como la identidad, la raza, el enfoque de género, etc. que ha llevado a

⁶⁰ Beatriz Sarlo, citada por Martha Dubravcic, Comunicación popular: del paradigma de la dominación al de las mediaciones sociales y culturales, Quito, Ed. UASB/ Abya-yala/ Corporación Editora Nacional, 2007, p. 64

⁶¹ Martha Dubravcic, Comunicación popular: del paradigma de la dominación al de las mediaciones sociales y culturales, Quito, Ed. UASB/ Abya-yala/ Corporación Editora Nacional, 2007, p. 66

⁶² Cfr. *Infra.*, pp. 5 a 7

⁶³ Cfr. *Supra.*, pp. 25 a 28

⁶⁴ Alain Tourine, citado por Martha Dubravcic, Comunicación popular: del paradigma de la dominación al de las mediaciones sociales y culturales, Quito, Ed. UASB/ Abya-yala/ Corporación Editora Nacional, 2007, p. 85

reflexionar a los partidos políticos que empezaron a salirse de su dimensión netamente política y a incluir además lo social y cultural.”⁶⁵

Las radios comunitarias se convirtieron en espacios más accesibles para transmitir problemas y buscar soluciones de los grupos sociales, pero no desde una perspectiva negativa. Las demandas y comportamientos tomaron como eje central lo cultural. Las expectativas ciudadanas buscaban “espacios para gozar, compartir con otras personas de diferentes lugares pero con intereses o afinidades, [...] no sólo tenía que ver con reivindicaciones políticas o económicas, sino también culturales, reconocimiento de espacios de acción y participación”⁶⁶.

Además de los medios comunitarios, las redes o agrupaciones de medios alternativos no solo apoyaban las iniciativas de comunicación, sino que también propusieron proyectos de desarrollo a partir de la Comunicación para mejorar la realidad de los sectores más necesitados. Como se explicó anteriormente, “las zonas rurales de Ecuador sufrieron cambios”⁶⁷, por eso instituciones como el Centro de Educación Popular (CEDEP) empezaron a abandonar sus trabajos en estos lugares; sin embargo, lo que necesitaban los organismos dedicados a la Comunicación para el Desarrollo era “superar la idea de que lo popular incumbe única y exclusivamente al ámbito rural”⁶⁸ para configurar un trabajo que abarcara una amplia cultura popular, dedicada a cooperar en los procesos de transformación de grupos sociales con intereses comunes.

“La mayoría de los programas de desarrollo rural, promovidos por el Estado y por ONG’s, en su mayoría no han respondido a las necesidades reales de las comunidades porque el tema de la participación en la elaboración, ejecución y evaluación no ha sido considerado como elemento fundamental”⁶⁹. Sin embargo, algunas instituciones que se dedican al trabajo de la Comunicación Comunitaria y para el Desarrollo, mediante sus procesos comunicativos, conocen la realidad y plantean propuestas de cambio con los mismos actores sociales. Por ejemplo, Radio Ideal del Tena cumple un servicio comunitario, enfocado en “la protección de la ecología y ambiente, la unidad y

⁶⁵ Martha Dubravcic, Comunicación popular: del paradigma de la dominación al de las mediaciones sociales y culturales, Quito, Ed. UASB/ Abya-yala/ Corporación Editora Nacional, 2007, p. 85

⁶⁶ *Ibíd.*, p. 92

⁶⁷ Cfr. *Infra.*, pp. 18, 19

⁶⁸ Martha Dubravcic, Comunicación popular: del paradigma de la dominación al de las mediaciones sociales y culturales, Quito, Ed. UASB/ Abya-yala/ Corporación Editora Nacional, 2007, p. 64

⁶⁹ Marc Becker y Silvia Tutillo, Historia agraria y social de Cayambe, Quito, FLACSO/Abya Yala, 2009, p. 237

desarrollo de comunidades y el rescate de valores morales y culturales”⁷⁰, Radio Latacunga trabaja en procesos de “Educomunicación”⁷¹, principalmente con los niños indígenas; y así otras radios que trabajan independientemente, por el desarrollo. En cambio, otras organizaciones, para llevar a cabo sus proyectos se han asociado con medios de comunicación como el caso de la Casa Campesina de Cayambe que “apoya con recursos humanos, técnicos y financieros a las comunidades indígenas de Cayambe y Pedro Moncayo en sus aspiraciones de desarrollo”⁷² y utiliza la radio comunitaria para incentivar la participación de los pobladores; o por otro lado, han surgido grandes organismos que agrupan medios comunitarios, educativos, populares para trabajar en conjunto, en el desarrollo de los lugares a los que representan, como el caso de “CORAPE”⁷³, ERPE, la Asociación Latinoamericana de Estudios de Radiodifusión (ALER)”, etc.

1.1.2.3 Crecimiento de los medios comunitarios en el Ecuador

Desde su surgimiento y, pese a los problemas políticos, económicos y sociales, los medios comunitarios han seguido creciendo en el Ecuador; en muchos casos su existencia ha pasado desapercibida por los grandes grupos humanos, pero para las poblaciones donde funcionan, estos medios han brindado un aporte significativo y han marcado un antes y un después en sus formas de comunicación.

Actualmente, algunos medios ecuatorianos han transformado su labor comunicacional; “han pasado la barrera de meros informadores para ejercer un poder muy importante sobre los ciudadanos: crean opinión, marcan estilos de vida, movilizan personas”⁷⁴. De igual forma, la ciudadanía ha cambiado su mentalidad sobre su papel en el proceso de comunicación; su participación en redes sociales, la generación de propuestas corresponsables, su interés por la creación de espacios alternativos, entre otros

⁷⁰ Depósito de Documentos de la FAO; Radio Stereo Ideal (Ecuador). En línea: www.fao.org/docrep/x5600s/x5600s09.htm, formato: html Acceso: 14 de diciembre de 2010

⁷¹ Cfr. Supra., pp. 29 a 33

⁷² Bairon Campoverde, Constitución de la Casa Campesina Cayambe. En línea: www.casacampesinac.org, formato: html, Acceso: 14 de diciembre de 2010

⁷³ Cfr. Infra., p. 15

⁷⁴ Hugo Carrión, Estudio Radios comunitarias Ecuador 2007. En línea: www.legislaciones.item.org.uy/index?q=node/309, formato pdf, pp. 11-12. Acceso: 28 de agosto de 2009.

demuestran un verdadero avance en la participación activa. “Es importante profundizar en esta realidad para intentar entender esa función social y el papel educador que tiene la radio”⁷⁵, principalmente las radios comunitarias.

“A mediados del siglo XX, surgieron los prototipos de radios comunitarias”⁷⁶, pero es en 1983 cuando se consolidan formalmente como un medio alternativo, por la asociación de 600 radialistas de diversos países que crearon la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), que actualmente “tiene presencia en 102 naciones de los cinco continentes”⁷⁷. La radio comunitaria, al igual que la tradicional tiene el mismo funcionamiento tecnológico, la diferencia radica en que es “un proyecto social sostenido por grupos de ciudadanos con intereses comunes que tienen propuestas hacia su entorno inmediato”⁷⁸.

En Ecuador, “la radio comunitaria tiene más de tres décadas”⁷⁹. En un estudio realizado por Red Infodesarrollo en el 2007, se determinó la situación de las radios comunitarias asociadas a CORAPE.

El estudio determinó que hasta esa fecha existían 26 radios comunitarias: 9 estaciones de AM, 9 en FM y 8 en AM y FM. La cobertura de las radios abarcaba 54 zonas, principalmente en la Sierra Centro Sur, seguida de la Sierra Centro Norte y del Oriente. También se pudo establecer que cuatro medios (Radio Latacunga, San Francisco, La Voz de Ingapirca y Católica de Manabí) llegaban a cubrir, cada uno, un segmento poblacional de un millón a casi tres millones de habitantes. (Ver Anexo 1)

Las irregularidades en el espectro radioeléctrico han impedido el surgimiento continuo de radios y televisiones comunitarias. Para el 2008, “nueve de cada diez estaciones de radiodifusión en el país (90%) eran comerciales privadas y una de esa misma proporción, pública”⁸⁰ (en donde apenas el 3% era de servicio comunitario) (Ver Anexo 2). En ese mismo año la concesión de frecuencias de radiodifusión y televisión evidenció un crecimiento respecto a los dos años anteriores; sin embargo, de 104

⁷⁵ *Ibíd.*

⁷⁶ Cfr. *Infra.*, pp. 9 a 12

⁷⁷ Hugo Carrión, Estudio Radios comunitarias Ecuador 2007. En línea: www.legislaciones.item.org.uy/index?q=node/309, formato pdf, pp. 11-12. Acceso: 28 de agosto de 2009.

⁷⁸ *Ibíd.*

⁷⁹ Hugo Carrión, Estudio Radios comunitarias Ecuador 2007. En línea: www.legislaciones.item.org.uy/index?q=node/309, formato pdf, pp. 11-12. Acceso: 28 de agosto de 2009.

⁸⁰ CORAPE, De la concentración a la democratización del espectro radioeléctrico. Quito, Ed. Abya-yala, 2008, p. 27

concesiones para televisión, sólo una fue comunitaria: Televisión del Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi (TVMICC) (Ver Anexo 3).

Actualmente, las necesidades de libre expresión y los ideales de desarrollo de los grupos sociales siguen latentes; por lo cual, se ha empezado a trabajar en iniciativas de radios parlantes en espacios abiertos, periódicos comunitarios e incluso medios comunitarios digitales, gracias al uso de NTIC's.

1.2. Comunicación para el desarrollo de países de América Latina

1.2.1 Historia

Tras la devastación que produjo la Segunda Guerra Mundial, fueron muchos los gobiernos que hablaron de reconstrucción, cambios, progreso, en sí, de una evolución. Sin embargo, Estados Unidos y algunos países europeos como la Unión Soviética no se vieron tan afectados; por el contrario, alcanzaron mayor poder político, económico y militar.

La situación empeoró cuando comenzó la época de la Guerra Fría; “para ello era necesario la intervención estatal para lograr levantar la economía e incentivar el avance tecnológico”⁸¹. La inestabilidad social y política perjudicó directamente a los países subdesarrollados, por lo cual, los Estados Unidos, “protectores del *statu quo* global, que la identificaban con el comunismo soviético o, por lo menos, la consideraban como un recurso permanente y potencial para su contendiente en la lucha global por la supremacía”⁸², trató de frenar este riesgo. La potencia mundial ofreció ayuda económica, difundió propagandas políticas y, en el peor de los casos, utilizó la subversión militar oficial o extraoficial y declaró la guerra abierta a algunos países.

Sin embargo, el único método que contribuiría al proceso de reconstrucción y rehabilitación era el apoyo financiero, que en primer término benefició al progreso de Alemania, Italia y Japón. A finales de la década de los 40, los países subdesarrollados

⁸¹ Luis Ramiro Beltrán, La Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo, Buenos Aires, 2005, p. 4

⁸² Eric J. Hobsbawm, Historia del siglo XX: 1914-1991, Editorial Crítica, 2001, p. 433. En línea: www.google.com/books, formato pdf. Acceso: 07 de noviembre de 2010.

aún se encontraban en situación de desventaja; por lo cual, en 1949, el presidente estadounidense Harry Truman “planteó la creación de un programa internacional de asistencia, técnica y financiera, para el desarrollo nacional que llegaría a conocerse como el del Punto Cuarto. Para su ejecución, se estableció el organismo que ahora se conoce como Agencia de los Estados Unidos de América para el Desarrollo Internacional (USAID)”⁸³.

Este programa consistía en “brindar asistencia para que los gobiernos inviertan en obras públicas: ampliación y mejoramiento de infraestructura de caminos, vivienda, electricidad, agua potable y alcantarillado. También se establecieron acuerdos de cooperación en temas de agricultura, salud y educación, que se consolidarían a partir de la década de los 50”⁸⁴.

En la misma época, en América Latina se vivían diversos procesos revolucionarios (transiciones de dictaduras a gobiernos democráticos) que de igual manera buscaban un cambio. Sin embargo, Estados Unidos tomó la iniciativa para implementar su nuevo programa, que pretendía eliminar las barreras entre países ricos y pobres. “En ese paradigma la Comunicación trató de promover cambios a través de innovaciones. Según Rogers, el modelo usa dos pasos: de los medios a los líderes de opinión y de los líderes a la comunidad e individuos”⁸⁵; es decir, los medios debían ser los encargados de transmitir los nuevos valores de la modernidad y educar sobre el uso de la nueva tecnología.

Sin embargo, el Punto Cuarto no consideró particularidades que debían aplicarse de acuerdo a la situación de cada país; es por ello que, a finales de los 60, un movimiento regional de economistas y científicos sociales criticaron el modelo, con lo cual propusieron la Teoría de la Dependencia que revelaba el ambiente de injusticia y desigualdad en donde se desenvolvían las relaciones internacionales; “venderle (a Estados Unidos) barato materias primas y comprarle caro productos manufacturados producía un déficit crónico y creciente para los latinoamericanos”⁸⁶ y sostenían que logrando la independencia se conseguiría un desarrollo efectivo y democrático. Por otro

⁸³ Luis Ramiro Beltrán, La Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo, Buenos Aires, 2005, p. 5

⁸⁴ *Ibíd.*

⁸⁵ Elianor Franco Romero, La experiencia de la sociedad civil ecuatoriana y la aplicación de objetivos de la Comunicación para el Desarrollo en medios de comunicación, Quito, 2011, p. 11

⁸⁶ Luis Ramiro Beltrán, La Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo, Buenos Aires, 2005, p. 14

lado, los partidarios del programa tampoco previnieron la ineficacia que tendría el usar medios de comunicación masiva para difundir los planes de desarrollo; puesto que ignoraban “la dinámica local, es decir, a los participantes de un determinado contexto social, cultural y político”⁸⁷ y como conclusión los investigadores plantearon que la comunicación personal tenía mayor efecto en el comportamiento social.

Tiempo después de la aplicación, los problemas de subdesarrollo se mantuvieron y, en algunos casos se incrementaron. La crisis petrolera internacional de 1970 afectó la economía latinoamericana, “la región vio ya a mediados de la década bajar rápidamente sus tasas de crecimiento y le resultaría inevitable hacer recortes en los gastos públicos, afectando como siempre a los más desamparados”⁸⁸. En la siguiente década, la situación para América Latina no mejoró: “Existió aumento del desempleo, salarios más bajos y precios más altos y aguda inflación. El 40% de las familias cayó a niveles de pobreza crítica mientras las élites conservadoras se enriquecían más. Y el autoritarismo seguía sojuzgando al pueblo”⁸⁹.

Era evidente que no existía un modelo de desarrollo universal; por ello, personas e instituciones trabajaron por conseguir el cambio, mediante el impulso de modelos de desarrollo cimentado en bases comunitarias, autogestionarias y participativas, que pudiesen variar según el contexto donde se apliquen.

Para llevar a cabo todos estos procesos de desarrollo social fue necesaria la persuasión educativa, para provocar cambios de conducta pensados, tanto en quienes los gestarían como en quienes serían beneficiados. “En cada uno de esos servicios sociales se incluyó una unidad dedicada a la información de apuntalamiento a los fines del respectivo sector. Y esta medida llegaría a constituir una de las raíces mayores de la actividad que sólo varios años después iría a conocerse como comunicación para el desarrollo”⁹⁰.

1.2.2. Primeras teorías

⁸⁷ Elianor Franco Romero, La experiencia de la sociedad civil ecuatoriana y la aplicación de objetivos de la Comunicación para el Desarrollo en medios de comunicación, Quito, 2011, p. 11

⁸⁸ Luis Ramiro Beltrán, La Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo, Buenos Aires, 2005, p. 15

⁸⁹ *Ibíd.*, p. 16

⁹⁰ *Ibíd.*, p. 5

A finales de los 50, varios investigadores estadounidenses empezaron a trabajar en estudios acerca de los nuevos enfoques y fines de la comunicación. Daniel Lerner, sociólogo del Instituto Tecnológico de Massachussets, realizó un estudio en el que determinó la correlación entre el desarrollo nacional y la comunicación social:

Delimitó las etapas de este proceso: urbanización (aparejada con industrialización); participación de la gente en la comunicación masiva; alfabetismo; y participación en política; y propuso nuevas funciones: crear nuevas aspiraciones, apuntalar el crecimiento del nuevo liderazgo para el cambio social, fomentar una mayor participación de los ciudadanos en las actividades de la sociedad y crear lazos de empatía. Y sostuvo, en resumen, que la comunicación era a la vez inductora e indicadora de cambio social.⁹¹

Otro sociólogo, Everett Rogers, catedrático de la Universidad del Estado de Michigan, “divulgó su teoría de la difusión de innovaciones como motor de la modernización de la sociedad”⁹². Su investigación consistía en probar que el desarrollo provenía de la socialización de conocimientos y experiencias. “Afirmó que para que la innovación fuera lograda, la conducta tenía que pasar por estas etapas: percepción; interés; evaluación; prueba y adopción”⁹³. Le dio mayor importancia a este último paso, puesto que el éxito radicaba en el compromiso de los adoptantes por utilizar y mantener el proceso de innovación.

En esa misma época, en la Universidad de Stanford, el comunicólogo Schramm publicó un relevante estudio acerca de la comunicación y el cambio en los países en desarrollo. Su estudio analizó las características de la comunicación masiva para atender las necesidades de desarrollo social y determinó que la parte receptora debe “estar informada de los planes, acciones, logros y limitaciones del esfuerzo pro desarrollo; hacerse partícipe del proceso de toma de decisiones sobre asuntos de interés colectivo; y aprender las destrezas que el desarrollo les demanda dominar”⁹⁴. El cambio en la función de los medios que este investigador planteó, fue apoyado por la UNESCO para su divulgación y pronta consolidación de una nueva forma de hacer comunicación, principalmente en América Latina, “donde empezaron a surgir varios medios

⁹¹ *Ibíd.*, p. 9

⁹² Luis Ramiro Beltrán, *La Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo*, Buenos Aires, 2005, p. 19

⁹³ *Ibíd.*

⁹⁴ *Ibíd.*, p. 10

comunitarios, que tenían fines educativos y de progreso”⁹⁵, y donde varias instituciones se interesaron por ejecutar proyectos específicos para el desarrollo económico y social.

El crecimiento de las iniciativas de Comunicación para el Desarrollo se intensificaron en 1960, gracias al apoyo de:

Organismos bilaterales como los del Gobierno de Estados Unidos de América y el de los gobiernos de países europeos como Alemania y Holanda. Además, organismos multinacionales de escala mundial como las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), la UNESCO, la Organización Panamericana de la Salud (OPS), el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia (UNICEF) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y, en el acápito regional, la OEA, especialmente por medio del Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (IICA), hicieron también importantes aportes, así como los hicieron fundaciones privadas como la Rockefeller, la Kellogg y la Ford⁹⁶.

El compromiso del gobierno con los sectores sociales se hace cada vez más evidente, a fines de la década de los 80. Se crea una relación del sujeto con la acción social y política para resolver problemas en corto y largo plazo, pero principalmente, de manera sostenible. Los primeros proyectos de comunicación se centraron en mejorar las condiciones de sanidad y de producción agrícola de la población campesina y rural; en un inicio, no se consideraban las condiciones y requerimientos de los destinatarios, por desconocimiento del nuevo esquema de Comunicación Comunitaria; sin embargo, muchas instituciones y organizaciones resaltaron la relación del emisor con la comunidad para garantizar el éxito de sus trabajos.

Por otro lado, se consideraba al desarrollo únicamente como crecimiento económico. En América Latina se realizan altas inversiones, pero existe desigualdad en la distribución de riquezas, lo cual genera inconformidad y exclusión social. Es por ello, que para hablar de desarrollo se suma la búsqueda de mejores condiciones de vida que implican: “Mejor educación, mejores condiciones de salud, de empleo, para el desarrollo personal y profesional, mayores oportunidades para invertir o realizar negocios, buena calidad ambiental, instituciones que conocen su razón de ser y son útiles al ciudadano, etc.”⁹⁷

No se pueden generar cambios estructurales con sólo un elemento que los impulse; un desarrollo sostenibles es aquel que se compone de cuatro factores claves: “Lo económico (es necesario tener inversiones y un flujo de capitales adecuados), lo social

⁹⁵ Cfra. *Infra.*, pp. 9 a 12

⁹⁶ Luis Ramiro Beltrán, La Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo, Buenos Aires, 2005, p. 11

⁹⁷ David Solano, Estrategias de comunicación y educación para el desarrollo sostenible, UNESCO, 2007, p. 9

(es necesario que las condiciones de vida sean adecuadas para la población y además que las personas se sientan parte de este progreso), lo ambiental (es necesario que los recursos naturales se usen sosteniblemente y se mantenga una adecuada calidad ambiental) y lo institucional (debe existir instituciones fuertes y que den sustento y continuidad al progreso logrado)⁹⁸.

De acuerdo a esto, se puede definir a la Comunicación para el Desarrollo como:

El diseño sistemático y el uso de actividades de participación, enfoques de comunicación, métodos y medios para compartir información y conocimiento entre todos los miembros en un proceso de desarrollo, para asegurar el entendimiento mutuo y el consenso que lleva a la acción. Tiene como fin facilitar la participación de la población en todos los niveles del proceso de desarrollo, para identificar e implementar políticas apropiadas, programas y tecnologías para prevenir y reducir la pobreza con el fin de mejorar las estrategias de vida de la población, de una manera sostenible⁹⁹.

La Comunicación facilita los procesos de desarrollo, mediante el aprovechamiento de varios recursos: “El uso de los medios audiovisuales como herramienta para realizar diagnósticos de necesidades en las comunidades, el uso del video para promover la reflexión sobre los mismos problemas locales y generar propuestas de trabajo, el uso de las radios para crear redes de comunicación entre los protagonistas de los proyectos de desarrollo”¹⁰⁰.

Un proceso eficaz de comunicación alcanza sus objetivos cuando involucra a las personas en lo que sucede y los ayuda a entender su realidad (saber), los hace sentir parte de la sociedad y a aportar en ella (saber ser) y los motiva a participar en los procesos de desarrollo (saber hacer); con lo cual, a largo plazo, se consolida un proceso de metacognición, en el cual, los beneficiarios están capacitados a resolver por sí mismos sus problemas gracias a su capacidad de aprender a aprender. También es necesario considerar estos elementos claves al momento de plantear procesos de comunicación para el desarrollo:

- Trabajar en la sostenibilidad (operativa y financiera). Esto debe buscar su institucionalidad y ser parte importante de las instituciones que la promueven y aquellas que la acogen; es decir, deben estar comprometidas con estos procesos.

⁹⁸ *Ibíd.*, p. 10

⁹⁹ Chike Anyaegbunam y otros, Manual de diagnóstico participativo de comunicación rural, Roma, Ed. FAO, 2008, p. 9

¹⁰⁰ Centro de Comunicación para el Desarrollo, Guatemala, formato pdf

- Mostrar con mayor claridad la relación entre los elementos del desarrollo “sostenible” (económico, social, ambiental e institucional) y como los desafíos no funcionan sin uno de ellos.
 - Tener objetivos claros de los procesos y cuál es la relación entre estos y el desarrollo.
 - Contar con metodologías y materiales de apoyo fáciles de masificar o de adaptar, para favorecer la replicabilidad.
 - Multiplicar actores, no centrándolos en los clásicos (Estado y ONG) los cuales llegan directamente al público objetivo final, sino incorporando actores intermedios como universidades, centros de investigación, entre otros. Esto significa pensar en los procesos para el público final y estos grupos intermedios.
- Pero, sobre todo, mostrar que los procesos desarrollados han comprometido a las personas en la búsqueda del desarrollo. El nuevo verbo para el desarrollo no debe ser “sensibilizar” sino “comprometer” a las personas.¹⁰¹

1.2.3. Educomunicación

Célestin Freinet fue el educador que en 1926, por problemas de salud, económicos y sociales, buscó una forma autogestionada de enseñar a sus alumnos. Al querer incentivar la participación de los educandos, Freinet adquirió una imprenta para que, mediante sus propios esfuerzos, pudieran plasmar sus conocimientos y compartirlos con sus demás compañeros y el pueblo donde vivían. La actividad no correspondía a cumplir un deber para obtener una nota; por el contrario, era una forma entretenida de exponer sus ideas. “La colección del periódico escolar se fue haciendo memoria colectiva del grupo, registro de su proceso de descubrimiento y de sus avances en la producción de conocimiento. De adquisición individual, el saber pasó a transformarse en construcción colectiva, en PRODUCTO SOCIAL”¹⁰².

A partir de esta iniciativa, de los estudios acerca de la Educación y de los avances de la Comunicación Comunitaria y para el Desarrollo, Mario Kaplún plantea la Educomunicación, como una forma de utilizar recursos comunicativos para que, “los destinatarios tomen conciencia de su realidad, para suscitar una reflexión, para generar una discusión”¹⁰³.

Paulo Freire es el punto de partida de un nuevo enfoque de la Educación; a partir de sus estudios del modelo de enseñanza tradicional europeo, llega a la conclusión de que es bancario, que se enfoca únicamente en los contenidos porque el maestro simplemente

¹⁰¹ David Solano, Estrategias de comunicación y educación para el desarrollo sostenible, UNESCO, 2007, p. 11

¹⁰² Célestin Freinet, citado por Mario Kaplún, Una pedagogía de la comunicación, Madrid, Ed. De la torre, 1998, p. 205

¹⁰³ Mario Kaplún, Una pedagogía de la comunicación, Madrid, Ed. De la torre, 1998, p. 17

deposita conocimientos en sus alumnos; es decir, utiliza un sistema vertical paternalista, al cual lo denomina como Pedagogía del Oprimido:

- Los programas de estudio son amplios y basados en los conceptos que la fuente emisora (el profesor) considera importantes.
- Se da muy poca importancia al diálogo y a la participación.
- Se valora mucho el dato y muy poco el concepto.
- Se premia la buena retención de los contenidos (esto es, su memorización) y se castiga la reproducción poco fiel. La elaboración personal del educando es asimismo reprimida como error.
- Hay una sola verdad: la del profesor. La experiencia de vida de los educandos es desvalorizada¹⁰⁴.

En cuanto a aprendizaje, solo se da la memorización y repetición de lo aprendido; la participación e invención están ausentes, por lo cual no se consigue una asimilación ni incorporación de los conocimientos. Como resultado, el alumno es un ser pasivo que solamente acata órdenes, no razona sobre lo aprendido y no tiene un criterio. Por otra parte, se marca una gran separación entre quienes imparten conocimiento y quienes lo reciben, existe dominio de las minorías y en las mayorías se acrecienta el sentimiento de subordinación. Este esquema de educación estaba basado en el “modelo de tradicional de comunicación”¹⁰⁵.

Sin embargo, para quienes estaban interesados en coordinar a las masas, no era suficiente memorizar los conocimientos sino también aplicarlos constantemente. Si antes se habló de un modelo bancario, a este nuevo se lo podría definir como manipulador, enfocado en los efectos, porque se empleó todo tipo de recursos para “inducir y persuadir a la población a adoptar determinadas formas de pensar, sentir y actuar, que le permitan aumentar su producción y su productividad y elevar sus niveles y hábitos de vida”¹⁰⁶. Este mecanismo se lo conoció como Ingeniería del Comportamiento y se originó a partir de teorías de la Psicología Conductista o Behaviorista, en la cual se plantea que un estímulo genera determinado comportamiento que debe ser incentivado mediante una recompensa. En el caso de la Comunicación, el modelo aplicado era el de Harold Laswell (quién dice, qué, a quién, por qué canal y con

¹⁰⁴ *Ibíd*, p. 23

¹⁰⁵ *Cfra. infra.*, p. 7

¹⁰⁶ Jorge Ramsya, citado por Mario Kaplún, *Una pedagogía de la comunicación*, Madrid, Ed. De la torre, 1998, p. 32

qué efecto), es decir, “se otorgó a los medios de comunicación, plena potestad para dirigir las conductas de los seres humanos e incluso manipularlas”¹⁰⁷.

Como consecuencia de esto, los beneficiarios se acostumbran a ser guiados, se motiva el individualismo y la competitividad; al imponer formas de vida se atenta contra el valor cultural; no se favorece al razonamiento, la libre participación, la interrelación, ni la toma de decisiones; y produce que los grupos dominantes amolden la conducta de la población acorde a sus intereses. El problema de este tipo de educación es que se basa en una comunicación irreflexiva, que no se da en la libre elección y que, como en el caso de la anterior, quien la emite es quien tiene el control. Al modelo tradicional se le agrega el factor de retorno o retroalimentación (feedback), lo cual podría considerarse como participación del receptor; sin embargo, al momento de la elaboración del mensaje no se lo toma en cuenta porque ya existe una determinación; es simplemente “un mecanismo para comprobar la obtención de la respuesta buscada y querida por el comunicador.”¹⁰⁸

A estos dos modelos, Mario Kaplún los denominó exógenos “porque están planteados desde fuera del destinatario, como externos a él: el educando es visto como objeto”¹⁰⁹. En cambio, el tercer modelo de educación llamado liberador o transformador por Paulo Freire, se enfoca en los procesos. El ser humano es el eje central porque es quien propone, reflexiona y actúa; es por ello que este modelo se lo conoce como endógeno, “se pone énfasis en la transformación de la persona y las comunidades, en la interacción dialéctica entre las personas y su realidad, en el desarrollo de sus capacidades intelectuales y de su conciencia social”¹¹⁰. Los educandos son educadores también, existe un proceso mutuo de reflexión y análisis. “Esta dinámica, en el transcurso de la cual los hombres se van educando entre sí, es precisamente «el proceso» educativo”¹¹¹.

A diferencia de los otros modelos, éste asume el error como parte del proceso de búsqueda; no evade el conflicto, lo ve como una oportunidad de crecimiento; sus objetivos no se centran en el aprender ni en el hacer, sino en el pensar, para posteriormente transformar una realidad. Su fundamentación es efectiva para el

¹⁰⁷ Martha Dubravcic, Comunicación popular: del paradigma de la dominación al de las mediaciones sociales y culturales, Quito, Ed. UASB/ Abya-yala/ Corporación Editora Nacional, 2007, p. 15

¹⁰⁸ Mario Kaplún, Una pedagogía de la comunicación, Madrid, Ed. De la torre, 1998, p. 42

¹⁰⁹ *Ibíd.*, p. 18

¹¹⁰ *Ibíd.*, p. 19

¹¹¹ *Ibíd.*, p. 49.

aprendizaje, puesto que con participación, investigación, cuestionamientos e involucrándose en la problemática se puede llegar al conocimiento. “Se aprende de verdad lo que se vive, lo que se recrea, lo que se reinventa y no lo que simplemente se lee y se escucha. Sólo hay un verdadero aprendizaje [...] cuando hay autogestión de los educandos”¹¹².

Sin embargo, en este caso no se debe subvalorar el papel del educador, que es un apoyo y guía en el proceso de aprendizaje. Es quien provee información que debe ser analizada y discutida con los estudiantes; pero no cualquier tipo, sino datos que sean de interés. “Si esa inquietud no nace en el grupo y el educador juzga que esa información es imprescindible para que los educandos puedan avanzar en su proceso, su primera tarea será despertar esa inquietud, hacer que esas preguntas surjan; vale decir, problematizar”¹¹³. También el educador cumple un papel de mediador entre sus propios conocimientos y los que van generando los estudiantes, mediante esto se aclaran dudas y se amplía el conocimiento de ambas partes.

Como afirma Daniel Prieto, “si se reconoce la necesidad de comunicación educativa en América Latina es porque, de hecho, existen millones de seres que no tienen acceso a la educación y a otras posibilidades de ampliar sus márgenes de conciencia”¹¹⁴ y ante esto cuestiona “¿iremos a ellos con métodos y técnicas de los discursos dominantes?”¹¹⁵ La respuesta es no, por ello, este último tipo de educación se relaciona con “el modelo de comunicación intermedia de Daniel Prieto”¹¹⁶, en el cual la participación consciente y crítica del grupo es el punto central. A partir de este esquema, Mario Kaplún crea el concepto de emirec (fusión de emisor-receptor); “todo ser humano está dotado y facultado para ambas funciones, y tiene derecho a participar en el proceso de la comunicación actuando alternativamente como emisor y receptor”¹¹⁷. La nueva propuesta de comunicación da apertura para la intervención de dos o más emirecs, que intercambian información en forma bidireccional y permanente.

Las investigaciones y propuestas comunicativas relacionadas con otras áreas del conocimiento, como en este caso la Educación, son el punto de partida para fortalecer

¹¹² *Ibíd.*, p. 51

¹¹³ Mario Kaplún, *Una pedagogía de la comunicación*, Madrid, Ed. De la torre, 1998, p. 55

¹¹⁴ Daniel Prieto, *Discurso autoritario y comunicación alternativa*, México, Ed. Edicol, 1980, p. 85

¹¹⁵ *Ibíd.*

¹¹⁶ *Cfr. Infra.*, p. 9

¹¹⁷ Mario Kaplún, *Una pedagogía de la comunicación*, Madrid, Ed. De la torre, 1998, p. 65

propuestas de cambio; es por ello, que en 1999, la Fundación Rockefeller sugirió renombrar a la Comunicación para el Desarrollo como Comunicación para el Cambio Social, que es un proceso interdisciplinario que se centra en el “diálogo privado y público, a través del cual las personas definen quiénes son, cuáles son sus aspiraciones, qué es lo que necesitan y cómo pueden actuar colectivamente para alcanzar su metas y mejorar sus vidas”¹¹⁸. En este caso, mediante la Comunicación se trata de propiciar un cambio que mejore las condiciones sociales, económicas, culturales, etc. de una determinada comunidad, acorde a las propuestas y participación activa de la misma población.

1.2.4. Centros de Comunicación para el Desarrollo en América Latina

Con el surgimiento de nuevas formas y enfoques de la Comunicación, no fue suficiente potenciar el trabajo individual de los medios y empresas. Para conseguir un crecimiento de las regiones de América Latina es necesaria la suma de esfuerzos; es por eso, que la experiencia de cooperación interinstitucional entre organizaciones de Comunicación y otras propulsoras del desarrollo ha sido muy amplia en el continente.

En muchos países, los medios comunitarios no se pueden mantener por sí mismos, no sólo en lo referente al aspecto económico sino también en cuanto a su independencia y fines de constitución. “El financiamiento ha sido un limitante para la existencia de medios comunitarios realmente autónomos. En ocasiones, cuando el Estado proporciona el apoyo, también condiciona los contenidos y ejerce una censura abierta o velada”¹¹⁹; o en ciertos casos, los encargados de los medios pierden su horizonte y tergiversan el fin comunitario que debería mantenerse. Muchas radios comunitarias sin apoyo, han sido sometidas al poder, “como el caso de Venezuela”¹²⁰, o simplemente han desaparecido.

Sin embargo, otros medios comunitarios se unieron para fortalecerse e, incluso, buscaron apoyo de otras instituciones para no limitarse simplemente a informar, más bien a contribuir a la sociedad. En México, los indígenas querían radios comunitarias para compartir información de su cultura en su propio idioma. Si la iniciativa se

¹¹⁸ Alfonso Gumucio, *El Sistema de Naciones Unidas en Ecuador y sus prácticas de Comunicación para el desarrollo*, Bolivia, 2011, p. 7

¹¹⁹ Alfonso Gumucio, citado por Raisa Urribarrí, *Medios comunitarios: el reto de formar(se) para la inclusión*, Revista Comunicación, (Venezuela), (2007): 50

¹²⁰ Cfr. *Infra.*, pp. 13, 14

quedaba sólo en una comunidad y no buscaba expansión, seguramente se hubiera extinguido; pero los indígenas, con apoyo de profesionales de varias ramas, sacaron adelante el proyecto. En 1979, El Instituto Nacional Indigenista (INI), organismo autónomo e independiente del gobierno federal mexicano, crea “el Sistema de Radiodifusoras para llevar a cabo proyectos de comunicación, información, promoción y difusión de las culturas y tradiciones indígenas”¹²¹. Esta idea permitió mantener y consolidar la comunicación comunitaria indígena con la participación de todos los miembros, y además fomentó el progreso de las diferentes etnias, en cuanto, a educación, salud y trabajo. “Actualmente, el sistema cubre alrededor de novecientos cincuenta y cuatro municipios, con emisiones en treinta y una lenguas indígenas y en castellano”¹²².

Otra forma de cooperación y de trabajo interdisciplinario es los Centros de Comunicación (CC) “buscan la unidad de personas, medios de comunicación, organizaciones e instituciones para consolidar el aprendizaje y la acción conjunta, que generen un proceso de desarrollo”¹²³. Tal es el caso de México, Centro América y el Caribe donde “se ha potenciado la Comunicación Alternativa, con lo cual, se han formado redes de apoyo interregional”¹²⁴. El Centro de Comunicación para el Desarrollo de América Central y el Caribe es “una organización no lucrativa integrada por un grupo de profesionales de diferentes disciplinas que buscan una manera diferente de hacer comunicación y que está enfocada a mejorar la calidad de vida de las personas, mediante la coordinación de esfuerzos a nivel regional”¹²⁵. En un inicio se lo planteó como CC, pero actualmente se ha cambiado su denominación a plataforma de CPD (Comunicación para el Desarrollo) por no ser un espacio físico, pero que mantiene sus fundamentos.

La plataforma nació en el 2006 y está conformada por medios de comunicación, organizaciones de Comunicación para el Desarrollo y otras de bienestar social de

¹²¹ José Cortés y Pamela Rodríguez, Comunicación y Desarrollo en Latinoamérica. El Caso de la Radio Indigenista en México: Radio XEVFS. En línea: www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n34/jcortesprodriguez.html, formato html. Acceso: 20 marzo de 2010.

¹²² José Cortés y Pamela Rodríguez, Comunicación y Desarrollo en Latinoamérica. El Caso de la Radio Indigenista en México: Radio XEVFS. En línea: www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n34/jcortesprodriguez.html, formato html. Acceso: 20 marzo de 2010.

¹²³ Comunicación para el desarrollo. En: www.comunicacionparaeldesarrollo.org, formato html. Acceso: 03 de febrero de 2010.

¹²⁴ *Ibíd.*

¹²⁵ *Ibíd.*

México, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá; así como cuenta con el apoyo de organismos internacionales como la ONU, UNESCO, FAO Roma, etc. para aplicar procesos de comunicación que “contribuyan al desarrollo social, en armonía con el ambiente”¹²⁶.

El trabajo de la plataforma consiste en propiciar la reflexión sobre la realidad de los países miembros y mejorarla a partir del intercambio de materiales, conocimientos y experiencias de comunicación, que permitan, en forma conjunta, planificar y ejecutar proyectos de desarrollo.

1.2.5. La Comunicación para el Desarrollo y su aplicación en el Ecuador

Pese a que “las propuestas de las potencias mundiales”¹²⁷ empezaron a aplicarse en muchos países, estaba distanciado de la realidad del Ecuador y no evidenció resultados de cambio. Según la Ecuarunari, se aplicaron “medidas económicas antipopulares según dictámenes del FMI, se devaluó la moneda, la deuda privada se sucretizó a favor de la burguesía bancaria e industrial y, se promulgó el Código Agrario basado en la ley de Desarrollo y Fomento Agropecuario que garantizaba la inversión de la empresa privada agro industrial, en desmedro de los campesinos e indígenas”¹²⁸.

Desde el retorno a la democracia se aplicaron modelos de desarrollo orientados al crecimiento económico y la modernización de la sociedad; “se consolidó una economía financiera especulativa que promovía las exportaciones de productos primarios, una actividad extractiva que deterioraba los ecosistemas y la obtención de utilidades en base a una sobre-explotación de la fuerza de trabajo”¹²⁹. Sin embargo, según Alberto Acosta, analista económico y ex Presidente de la Asamblea Constituyente 2008, “el crecimiento basado en inagotables recursos naturales y en un mercado capaz de absorber todo lo producido no han conducido al desarrollo”¹³⁰; por el contrario, sólo fueron resultados de

¹²⁶ *Ibíd.*

¹²⁷ *Cfr. Infra.*, pp. 23 a 25

¹²⁸ Ecuarunari, citado por Elianor Franco Romero, La experiencia de la sociedad civil ecuatoriana y la aplicación de objetivos de la Comunicación para el Desarrollo en medios de comunicación, Quito, 2011, p.

11

¹²⁹ Rubén Bravo, La Comunicación para el Desarrollo en las políticas públicas ecuatorianas: retrospectiva y situación actual, Quito, 2011, p. 10

¹³⁰ Elianor Franco Romero, La experiencia de la sociedad civil ecuatoriana y la aplicación de objetivos de la Comunicación para el Desarrollo en medios de comunicación, Quito, 2011, p. 9

políticas públicas erróneamente aplicadas, que desvincularon al mercado, al Estado y la sociedad.

Es recién en 2007, cuando en la Constitución de Montecristi se trata el tema de desarrollo nacional en el Art. 3 del Buen Vivir o *Sumak kawsay*: “Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza...”¹³¹; por lo mismo, la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades) en su Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010 define al “desarrollo como la consecución del buen vivir de todos y todas”¹³²; es decir el crecimiento del país será el proceso que conducirá a una mejor forma de vida.

De acuerdo con Rubén Bravo, el buen vivir “presupone que las libertades, oportunidades, capacidades y potencialidades reales de los individuos se amplíen de modo que permitan lograr simultáneamente aquello que la sociedad, los territorios, las diversas identidades colectivas y cada uno valora como objetivo de vida deseable”¹³³; por otro lado, el *Sumak kawsay* es una cosmovisión andina “de un proceso civilizatorio que nada tiene que ver con la modernidad y por lo tanto es una manera de vivir lejos de todo crecimiento económico”¹³⁴. Por lo tanto, ambos términos buscan un ejercicio pleno de las capacidades humanas que generen un desarrollo en cualquier área, con el fin de producir bienestar.

Actualmente, las instituciones del sector público ya incluyen a la comunicación en sus planes o proyectos, como parte del Plan del Buen Vivir; algunas del sector privado también la consideran al momento de tomar decisiones, aunque “algunos dirigentes institucionales se hacen auto crítica respecto al empleo limitado de los recursos comunicativos”¹³⁵. De todas maneras, ahora ya se tiene un mayor conocimiento y apreciación de la Comunicación, como un elemento democrático al momento de buscar un cambio social, porque permite “que los pueblos y comunidades se encaminen hacia la equidad, la justicia, la libertad, el respeto al otro, la interculturalidad, la ética, [...] el

¹³¹ Constitución del Ecuador, 2008. En línea: www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf, formato: pdf. Acceso: 14 de diciembre de 2010

¹³² Rubén Bravo, La Comunicación para el Desarrollo en las política públicas ecuatorianas: retrospectiva y situación actual, Quito, 2011, p. 10

¹³³ *Ibíd.*

¹³⁴ *Ibíd.*, p. 11

¹³⁵ Elianor Franco Romero, La experiencia de la sociedad civil ecuatoriana y la aplicación de objetivos de la Comunicación para el Desarrollo en medios de comunicación, Quito, 2011, p. 5

incremento de las redes de relaciones para generar diálogos y debates en donde se construya nuevos sentidos liberadores”¹³⁶.

Como hemos visto, los movimientos sociales dieron origen a los primeros medios comunitarios en América Latina; entre los cuales, Radio Sutatenza fue un modelo para la creación de radios comunitarias en el Ecuador y, posteriormente, de diversas manifestaciones de comunicación alternativa, que han beneficiado principalmente a zonas rurales y grupos sociales. Por otro lado, la Comunicación para el Desarrollo cobró importancia tras la Segunda Guerra Mundial, con las propuestas de cambio social que buscaban una participación consciente y crítica de la gente, mediante un proceso de Educomunicación que aplica el modelo de comunicación intermedia propuesto por Daniel Prieto. En el Ecuador la aplicación de Comunicación para el Desarrollo es reciente, gracias a las políticas públicas que destacan el desarrollo nacional como un proceso para conseguir el buen vivir o *Sumak kawsay*. Los medios alternativos ecuatorianos utilizan la comunicación como una herramienta para el desarrollo de su comunidad; sin embargo, aún no existe una sólida acción conjunta, ni cooperación interinstitucional como lo proponen los Centros de Comunicación. En el siguiente capítulo se detallará la situación general socio-económica, medio ambiental y comunicacional de la comunidad Convalecencia, ubicada en el cantón Cayambe, donde se llevará a cabo el proyecto del Centro de Comunicación Comunitaria (CCC) para el desarrollo de zonas rurales.

¹³⁶ Rubén Bravo, La Comunicación para el Desarrollo en las política públicas ecuatorianas: retrospectiva y situación actual, Quito, 2011, p. 11

Capítulo 2: Diagnóstico participativo de comunicación en la comunidad Convalecencia, parroquia Juan Montalvo, cantón Cayambe, provincia de Pichincha

En este capítulo se detallará la situación general socio-económica y medio ambiental de la comunidad Convalecencia y la de su entorno inmediato: el Cantón Cayambe y la parroquia Juan Montalvo. También se establecerán las características de los medios comunitarios de la región: Radio Mensaje y Radio Inti Paccha y de las manifestaciones comunitarias impulsadas por el Gobierno Provincial de Pichincha (periódico comunitario “Nuestra Voz” y los noticieros comunitarios a través de “radios parlantes”), su función comunicativa y su aporte al desarrollo; lo cual permitirá determinar los problemas y necesidades comunicativas de la comunidad investigada.

2.1. Antecedentes y entorno del sistema de comunicación en el cantón Cayambe

2.1.1. Realidad del cantón Cayambe

Cayambe está ubicado al nororiente de la provincia de Pichincha; fue declarado oficialmente cantón “el 23 de Julio de 1883¹³⁷”. “Tiene una extensión de 1.187 km². Limita al Norte con la provincia de Imbabura, al Sur con el Distrito Metropolitano de Quito, al

¹³⁷ Archivo Legislativo Carpeta Nacional 3621, citado por Efendy Maldonado, El cantón Cayambe, Ed. Abya-Yala, Cayambe, 1987, p. 111

Este con la provincia del Napo y al Oeste con el cantón Pedro Moncayo”¹³⁸. Está conformado por 8 parroquias, tres urbanas: Cayambe (cabecera cantonal) Ayora y Juan Montalvo, y cinco rurales: Ascázubi, Santa Rosa de Cusubamba, Otón, Cangahua y Olmedo.

En la época de los Shyris, cuatro jefes de tribus (Cayambe, Yango, Tugunango y Guayamburo) decidieron explorar nuevas tierras. El primero conformó la comarca de los Cayambis en los valles que actualmente pertenecen al cantón. Estos territorios también fueron habitados por otras tribus de: “Cochasquíes, otavalos, caranquies, quinches, oyacachis y los de Baeza, Archidona y Napo”¹³⁹.

La llegada de los españoles y el proceso de colonización produjeron cambios significativos en la historia del Ecuador. Durante algunos siglos, las culturas originarias perdieron protagonismo social; sin embargo, “la cultura Cayambi sustentada en el elemento humano y el medio geográfico, no pudo ser totalmente destruida [...] la administración colonial tuvo que adecuarse a las anteriores configuraciones y permitir el hecho de supervivencia de muchos elementos culturales, ya sean en los grupos indígenas existentes o amalgamados en los grupos mestizos”¹⁴⁰; es por ello, que este pueblo ancestral se mantiene en la actualidad en las tierras del Cantón Cayambe y sus alrededores.

2.1.1.1. Características políticas y sociales

De acuerdo a las proyecciones del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en Cayambe hasta el 2010 la población sería de “84.388 habitantes”¹⁴¹, de los cuales “47.469 (56,28%) habitaría en las zonas rurales y 36.919 (43,72%) en las áreas urbanas”¹⁴². Quienes tienen de 15 a 60 años comprenden el “63,37% del total que conforma la población económicamente activa”¹⁴³; es decir, unas “53.476 personas”¹⁴⁴.

¹³⁸ Gobierno de la Provincia de Pichincha, Cantón Cayambe. En línea: www.aporrea.org/actualidad/a11082.html, formato: html. Acceso: 20 de enero de 2011

¹³⁹ Efendy Maldonado, El cantón Cayambe, Ed. Abya-Yala, Cayambe, 1987, p. 21

¹⁴⁰ *Ibíd.*, p. 86

¹⁴¹ INEC, citado por Mauricio Santos, Diseño de un Plan Estratégico de Marketing para la empresa Hightelecom Cia. Ltda., Quito, 2009, p. 27. En línea: <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/1252/1/CD-2055.pdf>, formato: pdf. Acceso: 06 de enero de 2011.

¹⁴² *Ibíd.*

¹⁴³ Gobierno Municipal de Cayambe, Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del Cantón Cayambe 2009-2013, p. 27

¹⁴⁴ *Ibíd.*

En cuanto a la política social, Cayambe ha marcado un punto de partida al involucrar y dar importancia a varios actores. “En la actualidad su sistema de organización y participación ciudadana encabezada por las organizaciones indígenas y sociales de Cayambe le dan una dinámica adecuada para su desarrollo”¹⁴⁵.

En el cantón existen varios espacios de participación política social “la Asamblea Cantonal de Cayambe, Consejo de Coordinación del Pueblo Kayambi, el Parlamento Parroquial del pueblo de Ayora, la Asamblea Cantonal de Educación, el Consejo Cantonal de Salud, el Consorcio de Juntas Parroquiales de Cayambe”¹⁴⁶.

Los actores locales del cantón están conformados por comunidades u organizaciones barriales que se identifican por una base territorial determinada y también por instituciones u organizaciones sociales; ambas “expresan el interés de un determinado sector de la sociedad a la que representan”¹⁴⁷. Se puede determinar dos clases de actores: urbanos y rurales; los primeros se han conformado acorde a intereses comunes para lograr solidez y reconocimiento de su agrupación: “Organizaciones de transportistas, comerciantes, trabajadores, profesionales, mujeres, etc.”¹⁴⁸; por otro lado, los otros son organizaciones indígenas de segundo grado “que representan a los habitantes de la comunidades (actores socio-territoriales)”¹⁴⁹.

2.1.1.2. Características económicas

Cayambe es un cantón dedicado principalmente a la agricultura y ganadería. En cuanto a la primera, lo principales productos que se cultivan son: trigo, maíz, cebada, papas y cebolla; y la segunda, “se ha desarrollado ampliamente logrando diversificar los productos provenientes de la leche en derivados como yogurth, queso y otros, procesados en importantes fábricas asentadas tanto en el centro de Cayambe como en algunas parroquias aledañas”¹⁵⁰. En el cantón se encuentra “una ganadería extensiva de mediana productividad”¹⁵¹, en segundo lugar después del cantón Mejía.

¹⁴⁵ *Ibíd.*, p. 22

¹⁴⁶ Gobierno Municipal de Cayambe, Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del Cantón Cayambe 2009-2013, p. 22

¹⁴⁷ *Ibíd.*

¹⁴⁸ *Ibíd.*, p. 23

¹⁴⁹ *Ibíd.*

¹⁵⁰ Dirección de turismo de Cayambe, *Cayambe*, 2010, p. 14

¹⁵¹ Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, Sede Cayambe, *Corredor productivo del turismo en la provincia de Pichincha*, formato: doc, proporcionado 8 de febrero de 2011

Sin embargo, la floricultura es una de las actividades que ha alcanzado auge en los últimos años. “Desde los años 80, fue incrementándose la inversión en las plantaciones de flores destinadas a Estados Unidos y Europa”¹⁵². Este nuevo sistema de agricultura intensiva, que aprovechó las mesetas cayambeñas, requiere de una alta inversión de recursos humanos y económicos. En un inicio, “los campesinos utilizaron estos nuevos ingresos para ampliar los cultivos de cebolla (sobre todo en las comunidades de Cangahua y Olmedo)”; sin embargo, la producción de flores se convirtió en una actividad sólida y fundamental para el desarrollo económico del cantón; la cual también produjo cambios sociales: “Generación de empleo masculino y femenino, desarrollo urbanístico y procesos de inmigración”¹⁵³.

En los valles se puede apreciar grandes extensiones de tierra ocupadas por invernaderos, que principalmente se destinan para el cultivo de rosas. En la última década, “la superficie florícola plantada bajo invernadero ha crecido en un 39,89%, pasando de 1.572 a 2.199 hectáreas”¹⁵⁴; y actualmente, el cultivo de flores “es el generador de la tercera divisa de ingresos a nivel del país”¹⁵⁵, lo cual ha permitido posesionar a Ecuador como “líder en la producción y exportación florícola”¹⁵⁶.

Gracias al incremento de estas ramas de producción, ha crecido la comercialización y se ha desarrollado el sector secundario, con el surgimiento de la pequeña y mediana industria: elaboración de “adoquines y ladrillos, así como talleres de orfebrería, metalmecánica, muebles de madera y otros”¹⁵⁷. En la economía familiar destaca “la crianza de ovejas y la producción porcina”¹⁵⁸.

Por otro lado, la economía del cantón se ha fortalecido por el crecimiento de “los servicios turísticos vinculados a la floricultura; también han iniciado algunas experiencias de turismo comunitario, que aprovecha la riqueza cultural de las comunidades y la cercanía a la avenida de los volcanes”¹⁵⁹.

2.1.1.3. Características culturales

¹⁵² Gobierno Municipal de Cayambe, Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del Cantón Cayambe 2009-2013, p. 26

¹⁵³ Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, Sede Cayambe, Corredor productivo del turismo en la provincia de Pichincha, formato: doc. Acceso: 8 de febrero de 2011

¹⁵⁴ *Ibíd.*

¹⁵⁵ Dirección de turismo de Cayambe, Cayambe, 2010, p. 14

¹⁵⁶ *Ibíd.*

¹⁵⁷ Gobierno Municipal de Cayambe, Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del Cantón Cayambe 2009-2013, p. 26

¹⁵⁸ *Ibíd.*

¹⁵⁹ Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca Sede Cayambe, Corredor productivo del turismo en la provincia de Pichincha, formato: doc. Acceso: 8 de febrero de 2011

Este cantón tiene una vasta riqueza cultural que se manifiesta en sus artesanías, gastronomía y fiestas populares. Las festividades de junio para conmemorar al patrono San Pedro y las celebraciones del Intiraymi son una muestra de convivencia de la cultura indígena con la mestiza. Las tradiciones indias están latentes; aún se conservan complejos arqueológicos que actualmente son lugares turísticos; también, la influencia española es evidente, sobre todo, en la arquitectura de iglesias y haciendas de la región.

La cultura es el resultado de las manifestaciones sociales y de la educación que, además de fortalecer la identidad de un pueblo, buscan también su desarrollo. “El saber popular es potenciado, enriquecido con nociones operacionales que nacen de la práctica social y se orientan a la transformación de la realidad”¹⁶⁰. De acuerdo al Censo de Población y Vivienda de 2001, el “14.7% (6,553 personas) de la población cayambeña de 15 años en adelante”¹⁶¹ era analfabeta y el “28.4% (12,605)”¹⁶² conformaba los índices de analfabetismo funcional. Es decir, el 43,1%, casi la mitad de los habitantes, no había recibido instrucción escolar o, a lo mucho, sabía leer y escribir.

Las políticas de gobierno actuales han brindado todas las facilidades para el acceso a la educación primaria y secundaria; también el Ministerio de Educación junto con Gobierno Provincial de Pichincha han emprendido programas de alfabetización y post alfabetización para adultos; sin embargo, son pocos los interesados. En el 2011, “se estima 137 participantes en 4 parroquias del cantón”¹⁶³.

La educación en Cayambe ha sufrido bastantes transformaciones y una constante lucha, sobre todo, por la población indígena, que estaba imposibilitada a acceder a la instrucción y, si lo hacía, no era una enseñanza acorde a sus raíces. En el periódico *Ñucanchic Allpa*, Órgano de los Sindicatos, Comunidades e Indígenas en General, que se publicó entre 1936 y 1968, los indios destacaban la importancia de la educación: “Crear las nuevas escuelas y extender este trabajo en otras áreas como la educación de adultos”¹⁶⁴.

¹⁶⁰ Lucelly Villa y Hnas. Paulinas, Radio Latacunga. Red de Reporteros Populares, Latacunga, 1996, p. 25

¹⁶¹ Sistema Integrado de Indicadores Sociales (SIISE), Datos de analfabetismo por cantón, 2010

¹⁶² *Ibíd.*

¹⁶³ Dirección de Alfabetización Gobierno Provincial de Pichincha, Registro de Post alfabetización Provincia de Pichincha 2010, proporcionado el 8 de febrero de 2011.

¹⁶⁴ César Pilataxi, Las primeras escuelas indígenas de Cayambe y su propuesta educativa, Nina comunicaciones, Quito, 2008, p. 27

En 1943, se decretó la incapacidad legal de los indios y, en ese mismo año, surgió la idea de la creación de escuelas indígenas. “Dolores Cacuango”¹⁶⁵, una de las principales figuras indígenas de Cayambe, impulsó la iniciativa, “para superar el abandono estatal y el maltrato en aulas mestizas”¹⁶⁶. Con esta propuesta, la educación se visualizó como una herramienta de superación y de identidad; “las escuelas de Cayambe fueron hechas desde un proyecto propio, por ello, la condición de los maestros era distinta, no usaban en los niños la violencia [...] no generaban más complejo de inferioridad, transmitían el orgullo”¹⁶⁷. El objetivo de estas escuelas era formar a los estudiantes para que se puedan desenvolver en la sociedad, sin dejar de lado sus raíces, es decir, “seguir siendo indígenas, pero ciudadanos con plenas capacidades”¹⁶⁸.

2.1.2. Medios de comunicación comunitarios

Cuando el periodismo llegó a Cayambe a mediados de la década de los 50, aún no existía el concepto de lo comunitario en la Comunicación. El periódico semanal “Nuestra Tierra”, a cargo del Dr. Julio Torres, fue la primera publicación periodística del cantón; sin embargo, “fueron pocos los números publicados y su vida fugaz y corta”¹⁶⁹. De igual manera, aparecieron otros medios escritos de poca duración: “San Pedro 1956, Cultura 1958, Orientación 1979 y 1985 Avance”¹⁷⁰.

Por otro lado, el primer medio radial se instaló “en el año de 1950, de propiedad del señor Leonardo Bolívar Rentería Cabezas”¹⁷¹ que fue clausurado al poco tiempo por contener propaganda política. En 1960, se creó la Radio Cayambe que “tuvo buena acogida, se dio paso para que a través de las ondas se difundiera la música interpretada por aficionados y artistas cayambeños”¹⁷², pero el Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones la clausuró por no cumplir ciertos requisitos.

¹⁶⁵ Nació en 1881. Fue la primera líder indígena de Cayambe. Sus luchas se centraron en la defensa de los derechos humanos y la reivindicación indígena: libertad, tenencia de tierras, educación intercultural. En 1944 fundó la primera organización indígena del Ecuador y en 1946 creó la primera escuela bilingüe (quichua-español) en Yanahuaico. Murió en 1971.

¹⁶⁶ César Pilataxi, *Las primeras escuelas indígenas de Cayambe y su propuesta educativa*, Nina comunicaciones, Quito, 2008, p. 29

¹⁶⁷ *Ibíd.*, p. 23

¹⁶⁸ *Ibíd.*, p. 35

¹⁶⁹ Augusto Villalba, *Documento de la Biblioteca Municipal Eugenio Espejo*, Cayambe, 1962

¹⁷⁰ Efendy Maldonado, *El cantón Cayambe*, Ed. Abya-Yala, Cayambe, 1987, p. 185

¹⁷¹ *Ibíd.*, p. 186

¹⁷² *Ibíd.*

En la actualidad, funciona Radio Ecos de Cayambe, “que empezó a laborar por el año de 1966, y en su comienzo de igual forma apoyó e incentivó a los artistas cayambeños [...]; desgraciadamente con el devenir de los tiempos, la radio es netamente comercial”¹⁷³. También en el cantón existe una oficina de la radio otavaleña Bahai, que pertenece a una secta religiosa. Únicamente son dos los medios radiales que se catalogan como populares: Radio Mensaje, medio privado de servicio comunitario y Radio Inti Pacha, medio comunitario.

2.1.2.1. Radio Mensaje

El 23 de noviembre de 1967 se creó Radio Mensaje, en la parroquia de Tabacundo, cantón Pedro Moncayo, en Pichincha. Monseñor Isaías Barriga tuvo la idea de establecer un medio de comunicación para “potenciar el desarrollo de los sectores indígenas y campesinos de las comunidades de la zona norte de la provincia”¹⁷⁴, con lo cual se impulsó la evangelización, alfabetización y la formación de organizaciones comunitarias.

En las primeras emisiones, el trabajo matutino se lo realizaba en instalaciones de Tabacundo y por la tarde - noche en Cayambe, pero la escasez de recursos, obligó a que la estación funcionara en esta última parroquia, donde “se logró transmitir 16 horas ininterrumpidas de programación”¹⁷⁵.

A finales de la década de los 90, Radio Mensaje era una de las principales radios del cantón, puesto que fue la primera de carácter comunitario, sin embargo, entró en un proceso de crisis porque no contaba con los recursos necesarios para su funcionamiento, además que algunos de sus equipos estaban deteriorados. La asociación con la Casa Campesina de Cayambe (organización salesiana dedicada a proyectos de desarrollo), permitió que la labor de la radio continuara y se potenciara su servicio social, el cual persiste hasta la actualidad.

2.1.2.1.1. Distribución geográfica y cobertura

El público objetivo de la radio es la población rural y campesina, que supera los 25 años. La señal llega aproximadamente a 120 comunidades indígenas de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo, a ciertas poblaciones de la parte sur de la Provincia de Imbabura y a la

¹⁷³ *Ibíd.*

¹⁷⁴ Casa Campesina Cayambe, Historia Radio Mensaje. En línea: www.salesianos.org.ec/Casas/cayambe.html, formato: html. Acceso: 14 de noviembre de 2010

¹⁷⁵ Entrevista realizada a Carlos Julio Cisneros, Director de Radio Mensaje, Cayambe, 08 de noviembre de 2010.

parroquia Oyacachi de la provincia del Napo, “con un aproximado de 170 mil habitantes”¹⁷⁶.

2.1.2.1.2. Gestión y manejo

La gestión de Radio Mensaje está a cargo de la Comunidad Salesiana de Cayambe desde 1990. La Casa Campesina prestó sus instalaciones para su funcionamiento; por lo cual, se acordó que Radio Mensaje fuera promotor de los proyectos y un medio para integrar a la población en ellos.

La radio se autofinancia con el dinero obtenido en publicidad y lo entregado por la Comunidad Salesiana. Actualmente, laboran tres personas, quienes se encargan de la producción y conducción de programas, que están abiertos para la participación de la comunidad.

2.1.2.1.3. Programación

El eje comunicativo se centra en el Carisma Salesiano, “que contagia la figura y pensamiento de Don Bosco; con programas radiales de alegría, motivación, información, educación y entretenimiento”¹⁷⁷; no existe una limitación o restricción política o religiosa, siempre que se mantenga el respeto hacia los oyentes.

La emisión de la radio es desde las 5h00 hasta las 21h00, en su programación se destaca los tres noticieros matutinos: Ecuador en contacto (informativo nacional transmitido por las emisoras de CORAPE), Contacto Sur (noticias latinoamericanas de transmisión satelital en convenio con ALER, y el noticiero local Todas las voces que tiene tres emisiones. El convenio que tiene con CORAPE y ALER, ha permitido que los acontecimientos locales sean transmitidos a nivel nacional e internacional; de igual forma, este sistema global ha facilitado el intercambio de experiencias, sobre todo, en lo que se refiere a Comunicación Comunitaria y Educomunicación.

De lunes a viernes en la noche se transmite el segmento La hora de las comunidades, que es una radio revista para tratar temas de interés de los poblados de Cayambe y Pedro Moncayo. También hay programas educativos para la salud y bienestar social que se transmiten una vez por semana. Cayambe es una zona culturalmente rica, por lo cual sus

¹⁷⁶ Casa Campesina Cayambe, Historia Radio Mensaje, En línea: www.salesianos.org.ec/Casas/cayambe.html, formato: html. Acceso: 14 de noviembre de 2010.

¹⁷⁷ Casa Campesina Cayambe, Historia Radio Mensaje, En línea: www.salesianos.org.ec/Casas/cayambe.html, formato: html. Acceso: 14 de noviembre de 2010.

manifestaciones, tradiciones y música han sido destacadas en programas como La Yapa o Ecuador y su música, existe un segmento de anuncios y clasificados Pasa la voz y, para aprovechar otros géneros, al medio día se transmiten radio novelas. Los fines de semana existe el espacio contratado por el municipio de Pedro Moncayo, para la rendición de cuentas. La programación es variada, aunque no exista programación para niños y jóvenes.

Los dirigentes y encargados de la programación están conscientes del desarrollo de los medios de comunicación con la Internet; por lo cual, recientemente, han incursionado en las redes sociales como: Facebook y Twitter; además, se está analizando la posibilidad de aprovechar más recursos de la red para relacionarlos con la producción radial.

2.1.2.2. Radio Inti Pacha

Este medio de comunicación comunitario funciona legalmente desde enero de 2001. Sin embargo, su idea de concepción fue en 1990, cuando algunos pobladores de la parroquia de Cangahua tuvieron problemas con los medios de comunicación locales, porque existía omisión o tergiversación de la información, “se guardaba la opinión que daban los dirigentes o lo que realmente pasaba”¹⁷⁸.

Los indígenas y campesinos pertenecientes a la Corporación de Organizaciones Indígenas y Campesinas de Cangahua (COINCCA), con representación de sus dirigentes y con apoyo de Pichincha Riccharimui (PIRR), la Ecuarunari y un equipo pastoral que ayudaba en la parroquia, trabajaron por un espacio propio de comunicación. En un inicio, se pensó pedir media hora de espacio en las radios locales, “en Radio Mensaje, tuvimos inconvenientes, a causa de que la radio era manejada por un cura”¹⁷⁹. Para 1994, se consiguió el apoyo de la Iglesia Católica de Alemania y se planeó instalar una cabina de grabación, “producir con la propia gente, su realidad”, pero dependiendo aún del tiempo que destinara la radio para las emisiones.

El 26 de septiembre de 1995 se adquirieron los equipos para montar una estación de radio, se realizó un estudio técnico y se envió la solicitud al Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión (CONARTEL). Las organizaciones que idearon el proyecto junto con el CIESPAL, CORAPE y AMARC lograron capacitar a unas 22 personas, “avanzaron en la

¹⁷⁸ Radio Inti Pacha, creación Radio Inti Pacha, proporcionado 3 de febrero de 2011.

¹⁷⁹ *Ibíd.*

locución, producción e identificación, sociodramas, cuñas, noticias, entrevistas y cuentos, pero el equipo de personas que iniciaron no completaron la capacitación”¹⁸⁰.

Organizaciones como la Ecuarunari y CONAIE apoyaron para la gestión de la concesión; sin embargo, el trámite no se agilizó. Sin permisos estatales, el 20 de diciembre de 1995 salió al aire la primera emisión de prueba de Radio Inti Pacha; las posteriores sirvieron para transmitir propagandas de las instituciones participantes en el proyecto y para apoyar a los candidatos indígenas Luis Macas y Nina Pacari, que participaron como diputados nacionales. Sin embargo, el CONARTEL catalogó las transmisiones como piratas y las suspendió varias veces. Los políticos indígenas, cuando llegaron al antiguo Congreso, “ayudaron a demostrar nuestro apoyo positivo a la comunidad, por medio de la radio como un medio de comunicación” y después de una lucha constante, a mediados del año 2000, se consiguió formalmente la frecuencia 107.7 de baja frecuencia, que al poco tiempo se cambió por la 88.9.

2.1.2.2.1. Distribución geográfica y cobertura

La programación de radio Inti Pacha está dirigida, en su mayoría, para un público rural y campesino, que supera los 20 años de edad. La señal cubre los cantones de Cayambe y Pedro Moncayo, además de la parte alta de Imbabura y ciertas parroquias del norte de Quito. La preferencia que tiene la población por la señal FM, le ha brindado ventajas de aceptación y sintonía sobre la radio comunitaria que funciona en AM.

2.1.2.2.2. Gestión y manejo

El manejo de radio Inti Pacha está a cargo de COINCCA, idearios y fundadores del medio comunitario. Existen delegados de cinco comunidades, que pertenecen a dicha corporación, quienes se encargan de recolectar información de los lugares a los que pertenecen. Sin embargo, esto no significa que se deje de lado a las otras comunidades que quieran participar, puesto que se trata de motivar la participación de la población, pero, “muchas veces la desorganización comunitaria es un problema”¹⁸¹ para propuestas y capacitaciones que posteriormente permitan un acceso pleno al medio comunicación.

El dinero que se invierte en la radio proviene de la publicidad y de los fondos de las comunidades de COINCCA. También existe una autofinanciación por parte de quienes laboran en el medio, para sus programas e incentivos.

¹⁸⁰ *Ibíd.*

¹⁸¹ Entrevista realizada a Bayardo Lanchimba, Gerente General Radio Inti Pacha, Quito, 9 de marzo de 2011.

2.1.2.2.3. Programación

La programación ha sido elaborada acorde a las propuestas de los representantes comunitarios y a los objetivos de información y entretenimiento que se ha planteado el medio. La radio tiene un noticiero que cubre los acontecimientos internacionales, nacionales y locales, que se emite en la mañana y noche: Informativo contacto ciudadano, también tiene un espacio de información deportiva: Intideportes.

En las tardes, las comunidades de Pedro Moncayo tienen su espacio de expresión en español y quichua, para dar a conocer sus progresos y necesidades. Por otra parte, dentro de la programación educativa existe un programa de medicina natural, “Hola Familia”, que se emite de lunes a viernes. En el programa “Servicio a la comunidad” se anuncian los clasificados.

Los sábados se transmite “Otra América es posible”, un espacio dedicado a la discusión de temas de interés social y político”; los domingos hay un programa juvenil. La mayoría de la programación se concentra en espacios de animación musical; al igual, que el otro medio comunitario, no tiene programación infantil y, en este caso, el énfasis en lo educativo y cultural es mínimo.

2.1.2.3. Otras formas de Comunicación Comunitaria

En el cantón existen otras formas de comunicación alternativa como el periódico comunitario “Nuestra Voz” y también otra manifestación comunicativa que usa medios diferentes a los convencionales: los noticieros comunitarios a través de radios parlantes. Ambas iniciativas han sido impulsadas por el Gobierno Provincial de Pichincha.

Para la participación en estos medios comunitarios, el Gobierno ha capacitado a la población interesada. Se conformó la Asociación de Reporteros Comunitarios de Pichincha (ARCOPI); en la actualidad existen sesenta reporteros, de los cuales cuatro pertenecen a Cayambe.

“El periódico tiene un tiraje de 5000 ejemplares y se publica mensualmente. En un inicio, la información era por cada cantón; ahora se la ha unificado”¹⁸². Por otro lado, las radios parlantes se las realiza en plazas, parques o espacios abiertos de las parroquias de cada uno

¹⁸² Entrevista realizada a Lilian Alián, Directora medios comunitarios Gobierno Provincial de Pichincha, Quito, 10 de febrero de 2011.

de los cantones de Pichincha y ya existen siete noticieros comunitarios fijos dentro de la Provincia. Se proyecta establecer uno en la parroquia de Cangahua, Cayambe.

El medio comunitario impreso circula desde hace cuatro años y el radial tiene tres, incluso, ahora los reporteros ha incursionado en la televisión con cooperación de RTS, que publica las notas de las parroquias en su segmento de la comunidad; sin embargo, son pocos los pobladores de Cayambe que conocen estas propuestas, por ello, no hay gran número de reporteros comunitarios en el cantón y “no se ha podido llevar a cabo un proyecto constante en el lugar”¹⁸³.

2.2. Funcionamiento del sistema de Comunicación Comunitaria en la comunidad Convalecencia, parroquia Juan Montalvo, cantón Cayambe

2.2.1. Situación general socio-económica y medio ambiental

2.2.1.1 Geografía

Juan Montalvo es una de las tres parroquias urbanas del cantón Cayambe, “se ubica a 80 Km al norte-este de la ciudad de Quito y a 12 Km de la cabecera cantonal. Está entre los 2.830 msnm y los 3.500 msnm”¹⁸⁴. Actualmente, “la zona vive un proceso de modernización de las haciendas tradicionales iniciado desde 1960”¹⁸⁵; por lo cual, las tierras se han empleado en la floricultura; “junto a estas grandes empresas, conviven una gran cantidad de comunidades campesinas e indígenas dedicadas a la agricultura tradicional y a la pequeña ganadería”¹⁸⁶.

De acuerdo al Censo de Población y Vivienda de 2001, Juan Montalvo “ tenía 5.689 habitantes (1.057 familias)”¹⁸⁷. La mayoría de la población habita dentro del perímetro

¹⁸³ Entrevista realizada a Lilian Alián, Directora medios comunitarios Gobierno Provincial de Pichincha, Quito, 10 de febrero de 2011.

¹⁸⁴ Oswaldo Sánchez, Proyecto Integración Escuela Rurales, En línea: www.buenastareas.com/ensayos/Proyecto-Para-Elaborar-Una-Gu%C3%ADa-De/547610.html, formato html. Acceso: 28 de febrero de 2011

¹⁸⁵ *Ibíd.*

¹⁸⁶ *Ibíd.*

¹⁸⁷ *Ibíd.*

urbano; sin embargo, hay bastantes comunidades campesinas e indígenas que habitan en el campo, entre ellas la comunidad campesina de Convalecencia.

Convalecencia es una comunidad que se encuentra ubicada en el sureste de la parroquia. Al norte limita con la comunidad Anchola, al este con Totoroco y Monjas Bajo, al sur con El Hato y al Oeste con Santa Isabel.

2.2.1.2. Historia

La comunidad tiene aproximadamente unos 80 años de existencia. Según lo manifiestan los antiguos moradores “las viviendas eran de paja, después de unos años aparecieron las primeras casas de tapial”¹⁸⁸ Durante su tiempo de existencia, la comunidad ha atravesado momentos trascendentales, como en el año de 1981 cuando se creó el único centro de educación primaria del sector: Escuela Cayambe, “tras varios problemas intercomunales y con el trabajo de los pobladores se pudo tener una escuela propia para que los niños se puedan formar”¹⁸⁹. Una década después se consiguió establecer el Seguro Social Campesino para la comunidad; en un inicio no tenía un lugar propio para su funcionamiento, por lo cual la familia Conlago (de los primeros habitantes de la zona) tuvieron que adecuar su casa para no postergar el proyecto “mientras la comunidad o las autoridades se organizaban para la creación de un espacio”¹⁹⁰ En 1989, se construyó la Casa Comunal; en 1992, el municipio dotó del servicio de energía eléctrica y de agua potable para la comunidad; en el 2010, contó con alcantarillado y hasta el 2011 continuaron los trabajos de empedrado del camino principal; para conseguir estos servicios básicos, siempre la comunidad ha tenido que intervenir con mingas internas y trabajo intercomunal. Por otro lado, también han existido aspectos negativos que han afectado a la comunidad, como: disputas entre comunidades y autoridades, la destrucción de algunas casas por un sismo a causa de la erupción del volcán Reventador, épocas de hambruna por sequía en la zona y pérdida de los cultivos por temporadas lluviosas. (Ver Anexo 4)

2.2.1.3. Composición social de la comunidad

¹⁸⁸ Entrevista realizada a Zoyla Guzmán, Ex dirigente de la comunidad Convalecencia, Cayambe, 26 de febrero de 2011.

¹⁸⁹ *Ibíd.*

¹⁹⁰ Entrevista realizada a Carlos Conlago, Ex dirigente de la comunidad Convalecencia, Cayambe, 26 de febrero de 2011.

La comunidad está dirigida y representada por una directiva conformada por: “Un presidente, vicepresidenta, secretaria, tesorero, síndico y 6 vocales”¹⁹¹. La directiva es la representante legal de la comunidad para trámites externos; de igual forma, se encarga de la toma de decisiones, siempre y cuando, antes sean aprobadas por los pobladores en una Asamblea General que se realiza los primeros domingos de cada mes. En éstas, las mujeres y los jóvenes participan activamente con sus opiniones, quejas o sugerencias hacia las propuestas. El trabajo de la directiva se centra básicamente en la “búsqueda de soluciones para los problemas y necesidades de la comunidad, la coordinación de esfuerzos para tomar acciones y en el logro de la unidad comunal para lograrlas”¹⁹².

La directiva calcula que en la comunidad existen unas 50 familias. De acuerdo a la última actualización hasta el 2001, el INEC indica que hay “189 habitantes, el 43,92% (89) comprende la población masculina y el 56,08% (106) la femenina”¹⁹³. Tanto varones como mujeres son parte de la población activa de la comunidad, “ahora son muy pocas las señoras que se dedican únicamente a las tareas del hogar”¹⁹⁴.

Al trabajo de la directiva de la comunidad se suma el apoyo de la Junta Parroquial y de Agua de Juan Montalvo, además instituciones autónomas como la Casa Campesina de Cayambe, que colaboran para la ejecución de proyectos.

2.2.1.4. Economía

Los ingresos de la mayoría de la población de la comunidad son gracias “al trabajo que desempeñan en las floricultoras y en las industrias”¹⁹⁵ de la misma parroquia o de las aledañas. Existe una mínima labor en la agricultura tradicional para consumo interno; “hay algunas parcelas de trigo, cebada, habas, maíz, papas, chochos, fréjol, quinua”¹⁹⁶; sin embargo, muchos pobladores pierden las cosechas “por no saber cómo combatir las plagas o porque los animales se alimentan de ellas”¹⁹⁷. También es mínima la ocupación en la

¹⁹¹ Entrevista realizada a Sebastián Andrango, Presidente de la comunidad Convalecencia, Cayambe, 26 de febrero de 2011.

¹⁹² Entrevista realizada a Sebastián Andrango, Presidente de la comunidad Convalecencia, Cayambe, 26 de febrero de 2011.

¹⁹³ INEC, datos comunidad Convalecencia, proporcionado 23 de marzo de 2011.

¹⁹⁴ Entrevista realizada a Zoyla Guzmán, Ex dirigente de la comunidad Convalecencia, Cayambe, 26 de febrero de 2011.

¹⁹⁵ Entrevista realizada a Sebastián Andrango, Presidente de la comunidad Convalecencia, Cayambe, 26 de febrero de 2011.

¹⁹⁶ Entrevista realizada a Zoyla Guzmán, Ex dirigente de la comunidad Convalecencia, Cayambe, 26 de febrero de 2011.

¹⁹⁷ Entrevista realizada a Sebastián Andrango, Presidente de la comunidad Convalecencia, Cayambe, 26 de febrero de 2011.

pequeña ganadería; en los campos se observan unas pocas vacas, pertenecientes a las personas con más recursos, otros se dedican a la cría de ganado porcino y ovino.

2.2.1.5. *Cultura*

No existen celebraciones específicas de la comunidad. Los pobladores se suman a las fiestas cantonales del Intiraymi que “comienzan el 21 de junio cuando se da el solsticio norte”¹⁹⁸ para agradecer al sol por las cosechas; también conmemoran las fiestas en honor a San Pedro, que después de la conquista española se estableció en las mismas fechas que los festejos indígenas para vincularlos con la religión católica. La fiesta más importante de la comunidad son las que celebran en la parroquia y lleva como nombre las Octavas, “una fiesta indígena milenaria de la cultura Cayambi-Caranqui, la misma que se realiza ocho días después de la gran fiesta andina del Inti Raymi Cayambi, o sea en épocas de las oyanzas (festejo cosechas recibidas) donde se entregaba las mejores cosechas al gran Cacique Mayor [...] y dura cuatro domingos en medio de grandes bailes, caminatas, peregrinaciones, cantos agrícolas, ritos ceremoniales, tradiciones del antiguo pueblo originario”¹⁹⁹.

En la comunidad, las personas se reúnen para celebrar. “Unos se encargan de la organización del baile y comparsas, otros de las vestimentas (zamarros y disfraces de personajes populares como el aricucho, diablouma y para las mujeres: chinucas), otros de comprar las bebidas y otros de preparar la comida”²⁰⁰, que consiste en habas, mote, choclos cocinados y chicha de jora. Las reuniones de festejos comunales también ocurren en Fin de Año, cuando realizan bailes populares.

Una de las creencias populares, que se suma con la fe católica, es la procesión que realiza esta comunidad con la imagen de San Pedro “para pedirle que envíe la lluvia cuando hay sequía o que pare las aguas, cuando llueve mucho”²⁰¹. “La población en su mayoría es católica”²⁰², pero conserva la relación con la naturaleza que tenían sus ancestros.

¹⁹⁸ Gobierno Municipal de Cayambe, Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del Cantón Cayambe 2009-2013, p. 19

¹⁹⁹ Parroquia Juan Montalvo. En línea: <http://es.scribd.com/doc/17150427/HISTORIA-DE-LAS-OCTAVAS-Pablo-Guana>. Acceso: 8 de marzo de 2011

²⁰⁰ Entrevista realizada a Sebastián Andrango, Presidente de la comunidad Convalecencia, Cayambe, 26 de febrero de 2011.

²⁰¹ Entrevista realizada a Zoyla Guzmán, Ex dirigente de la comunidad Convalecencia, Cayambe, 26 de febrero de 2011.

²⁰² Entrevista realizada a Sebastián Andrango, Presidente de la comunidad Convalecencia, Cayambe, 26 de febrero de 2011.

2.2.1.6. Experiencias en el pasado con proyectos y programas de desarrollo

El Gobierno Provincial, como el Municipal, ha emprendido varias iniciativas de desarrollo agropecuario en Juan Montalvo. Sin embargo, son pocas las propuestas que se han llevado a cabo en la comunidad, porque los encargados se desaniman ante la poca importancia que dan los pobladores, sobre todo, a proyectos nuevos que aún no se han implementado en comunidades cercanas. Lo que tiene mayor relevancia para la población “son los bonos y muestras de desarrollo inmediato; en cuestiones de capacitaciones, formación y que sean de largo tiempo no participan mucho”²⁰³. De igual forma, cuando se trata de cooperar con otras comunidades, ponen adelante sus propios intereses, caso contrario, “solo colaboran para no ser multados; pero cuando hay motivación y exigencia, todos ayudan para mejorar la forma de vida de la comunidad”²⁰⁴.

2.2.2. Situación general comunicativa

2.2.2.1 Niveles de educación

La mayoría de los primeros habitantes de la comunidad no recibieron instrucción formal; es decir, eran analfabetos. Quienes querían estudiar, asistían a la única escuela del sector ubicada en la comunidad El Hato; sin embargo, surgieron muchos problemas porque no existía suficiente espacio para abarcar a todos los estudiantes. Los pobladores de Convalecencia “juntaron esfuerzos económicos y físicos para levantar la Escuela Cayambe”²⁰⁵ en sus territorios.

Actualmente, la tasa de analfabetismo de la población mayor a 10 años es de “30,7% (58 habitantes, aproximadamente)”²⁰⁶. Sin embargo, se estima que la mayoría de infantes asisten a la escuela de la comunidad. En el período lectivo 2010-2011 hay “112 alumnos, una cantidad mayor a otros años; ya que se recibió a niños de otras comunidades, por la falta de cupos en los demás establecimientos”²⁰⁷.

²⁰³ Entrevista realizada a Sebastián Andrango, Presidente de la comunidad Convalecencia, Cayambe, 26 de febrero de 2011.

²⁰⁴ *Ibíd.*

²⁰⁵ Cfra. *Infra.* p. 51

²⁰⁶ INEC, datos comunidad Convalecencia, proporcionado 23 de marzo de 2011

²⁰⁷ Entrevista realizada a Ángela Arroyo, Profesora de la Escuela Cayambe comunidad Convalecencia, Cayambe, 25 de febrero de 2011.

La escuela se encuentra dentro de los planes de educación intercultural de la Dirección de Educación Bilingüe de Pichincha; sin embargo, no se imparte educación en idioma quichua porque la población habla español, al igual que los profesores. En la actualidad, hay 5 maestros que se alternan para dar clases a los siete niveles de educación básica; dentro de las herramientas de educación audiovisual cuentan con un televisor y cuatro computadoras para la educación informática. Algunas escuelas de la región prestan sus instalaciones para poder llevar a cabo el “programa de alfabetización para adultos del Gobierno Provincial y el Ministerio de Educación”²⁰⁸; sin embargo, en la Escuela Cayambe no se dictan estas clases. En cuanto, a la intervención estatal, la escuela se encuentra dentro del Programa de Alimentación Escolar (PAE) impulsado por el Gobierno Nacional.

2.2.2.2 Distribución interna de medios de comunicación tradicionales y comunitarios

Los habitantes de la comunidad prefieren, en este orden: “Ver televisión, escuchar radio, reunirse a conversar en espacios abiertos y muy pocos leen el periódico”²⁰⁹. Dentro de las radios locales comunitarias, “la que tiene mayor aceptación es Radio Inti Paccha por su dial en FM”²¹⁰. En la comunidad no existen redes telefónicas, por lo cual, no existe servicio de Internet por banda ancha y tampoco existen locales de café nets de Internet inalámbrico; por lo cual, los habitantes no tienen una relación permanente con la comunicación digital y NTIC’s.

2.2.2.3. Contextos comunicativos y actores sociales que influyen en los procesos de comunicación

La Casa Comunal es el punto de encuentro para discutir los temas de interés de la comunidad. Es obligación de cada uno de los habitantes acudir a las reuniones mensuales, caso contrario, se les cobra una multa. Además, para que, pese a la inasistencia, todos estén enterados, “los vocales de la directiva son los encargados de transmitir los mensajes atrasados de manera oral”²¹¹; aunque, muchas veces no se puede localizar a todos los pobladores, lo cual genera desinformación. Actualmente, “se ha perdido contacto con el

²⁰⁸ Cfra. Infra. p. 43

²⁰⁹ Entrevista realizada a Sebastián Andrango, Presidente de la comunidad Convalecencia, Cayambe, 26 de febrero de 2011.

²¹⁰ *Ibíd.*

²¹¹ *Ibíd.*

gobierno municipal, pero los comunicados que emiten la Junta Parroquial se dan a conocer por medio de la directiva”²¹².

Otros puntos de encuentro fuera de la comunidad son las plazas y mercados de la parroquia, al cual las personas acuden con mayor frecuencia los viernes y fines de semana. De igual manera, se reúnen a compartir cuando hay celebraciones de las fiestas tradicionales. Este tipo de encuentros propician una conversación espontánea, pero por su periodicidad generan una comunicación inconstante.

2.2.3. Esquema de Comunicación Comunitaria

De acuerdo al esquema de comunicación intermedia que plantea Daniel Prieto considera siete elementos para determinar lo que potencialmente puede obtenerse de un grupo en un proceso de Comunicación Comunitaria:

2.2.3.1. Emisores

Prieto manifiesta que en la información colectiva existen emisores-voceros que se encargan de relacionar al medio con la población. En un proceso de comunicación intermedia, estos voceros se denominan promotores comunitarios de comunicación, quienes son el primer acercamiento de los medios comunitarios con la gente. Ellos, junto con todos los miembros del grupo al que representan serían los emisores “que no sólo reciben sino que producen mensajes”²¹³, como lo explicó “Kaplún, quien recibe el mensaje también puede emitirlo, por eso es un emirec”²¹⁴, quien tiene la capacidad de “poner en crisis el mensaje recibido, puede rechazarlo, corregirlo o enriquecerlo”.²¹⁵

Los medios comunitarios de Cayambe (Radio Mensaje e Inti Pacha) no cuentan con promotores comunitarios de comunicación, pero manifiestan que existe una relación directa con la población, por parte de quienes realizan informativos o programas acerca de las comunidades. Sin embargo, la coyuntura y la falta de recursos humanos y técnicos impiden que se establezca una relación participativa con todos los segmentos poblacionales; tal es el caso de la comunidad Convalecencia, donde sus dirigentes no han tenido contacto directo con los encargados de las radios. Tiempo atrás, el presidente de la

²¹² *Ibíd.*

²¹³ Daniel Prieto, *Discurso autoritario y comunicación alternativa*, México, Ed. Edicol, 1980, p. 61

²¹⁴ *Cfra. Infra.*, p. 33

²¹⁵ Daniel Prieto, *Discurso autoritario y comunicación alternativa*, México, Ed. Edicol, 1980, p. 61

comunidad recibió una invitación por parte de la directiva de la comunidad El Hato para participar en un programa en Radio Inti Pacha, pero la ausencia de un representante del medio no motivó a los pobladores. Por otra parte, las manifestaciones de comunicación alternativa del Gobierno Provincial cuentan con “promotores”²¹⁶ en el cantón, pero ninguno ha tenido un acercamiento con Convalecencia. Es verdad que la Comunicación Comunitaria rompe las divisiones entre informador e informado; pero esto no significa que se deban desvincular, por el contrario, exige un mayor acercamiento para un proceso de aprendizaje mutuo.

2.2.3.2. Código

En la Comunicación Comunitaria el código es “el conjunto de reglas de comunicación que el mismo grupo elabora y acepta, siempre como algo provisorio, que puede ser descartado cuando el propio grupo lo juzgue conveniente”²¹⁷. Los medios y manifestaciones de Comunicación Comunitaria de la zona tienen programación en español y quichua (en menor grado) emplean un lenguaje cotidiano, que se mantiene hasta en los informativos, para facilitar a la población el proceso de decodificación; además evitan usar discursos retóricos y persuasivos. La idea de creación comunitaria de códigos y la decodificación crítica permiten que los emirecs hagan “un análisis compartido que debe incidir en su forma de percibir y evaluar la realidad”²¹⁸. Los habitantes de la comunidad Convalecencia se sienten identificados con la mayoría de programaciones porque están en su propio idioma y porque quienes los conducen tienen un acento familiar y usan un lenguaje sencillo.

2.2.3.3 Mensaje

Mensaje es el elemento objetivo del proceso de comunicación, “que es desmonopolizado y se caracteriza por la libertad y espontaneidad de la expresión”²¹⁹. Los encargados de cada programa de los medios y las manifestaciones de Comunicación Comunitaria de Cayambe elaboran el mensaje de acuerdo a los requerimientos y peticiones de la población. En ambos medios se recalca la libertad al momento de comunicarse; sin embargo, Radio Inti Pacha tiene restricciones en cuanto a mensajes que atentan contra la vida, la salud, el medio ambiente y la integridad de las personas.

²¹⁶ Cfra. Infra., p. 49

²¹⁷ Daniel Prieto, *Discurso autoritario y comunicación alternativa*, México, Ed. Edicol, 1980, p. 62

²¹⁸ *Ibíd.*

²¹⁹ *Ibíd.*, p. 63

De igual manera, existe una apertura para todos los que quieran compartir sus mensajes en los programas específicos, pero muy pocos son los que lo hacen. Prieto señala que “el primer escollo a salvar es el de las dificultades de expresión [...], la capacidad de expresarse en público” y no se equivoca, puesto que uno de los motivos por los cuales, dirigentes como pobladores de la comunidad Convalecencia no participan en los medios comunitarios, es porque no saben cómo expresar sus ideas a través de un micrófono. De acuerdo con los encargados de los medios, se han compartido conocimientos sobre técnicas de expresión, manejo de equipos y comunicación en general; por ejemplo, Radio Mensaje permite que estudiantes realicen prácticas o que cualquier persona aprenda sobre el mundo de la radio; en cambio, Radio Inti Pacha brindaba capacitaciones, pero la poca asistencia y la inconstancia del público provocó que se suspendieran.

2.2.3.4. Referente y marco de referencia

El referente “es la realidad que aparece dicha en el mensaje. En la comunicación intermedia las posibilidades de confrontación con el referente son inmediatas, los perceptores pueden ejercer su posibilidad de retorno”.²²⁰ La realidad que consideran los medios y manifestaciones de Comunicación Comunitaria de la zona, son todos los aspectos relacionados con las comunidades indígenas y campesinas; especialmente, sobre problemas o acontecimientos negativos que las afectan. Sin embargo, la realidad de la comunidad Convalecencia no es conocida por los medios; sus problemas lo resuelven internamente o con ayuda de la Junta Parroquial. De acuerdo con Sebastián Andrango, presidente de la comunidad, a la población le gustaría que existan programas acerca de agricultura, puesto que tienen dificultad en conservar los cultivos; de economía agropecuaria para aprovechar los recursos; en general, de aspectos que les permita un desarrollo económico y social.

Por otro lado, el marco de referencia es “la comprensión general e inmediata de la realidad, que en una comunicación alternativa se basan en la experiencia común, mediante la participación crítica grupal”.²²¹ Para ello, los medios comunitarios han emprendido campañas educativas sobre aspectos que afectan a las comunidades, para concienciarlas y, con ello, generar un cambio de actitud. Los dirigentes de la comunidad Convalecencia están conscientes de su realidad, por la relación que mantienen con otras autoridades y

²²⁰ Daniel Prieto, *Discurso autoritario y comunicación alternativa*, México, Ed. Edicol, 1980, p. 64

²²¹ *Ibíd.*, p. 65

porque conocen su entorno; sin embargo, no creen que suceda lo mismo con la totalidad de la población y, mucho menos, debido a un aporte de los medios de comunicación. La concienciación “surge de la tarea en común, y no desde gente ajena al grupo”; los promotores comunicacionales deben iniciar el proceso de reflexión en sus comunidades; en el caso de Convalecencia, no existen promotores ni personas que, en primer lugar, propicien una comunicación comunitaria interna.

2.2.3.5. Medios y recursos

El medio es el vehículo por el cual se propaga el mensaje y los recursos son los materiales que se usan para complementar al medio, ya sean humanos, económicos, etc. En un proceso de comunicación intermedia “son los mismos grupos quienes van creando sus alternativas para la difusión de mensajes.”²²² Las radios comunitarias de Cayambe usan otros medios, aparte de los equipos radiofónicos para transmitir sus mensajes. Por ejemplo, Radio Mensaje, al trabajar en conjunto con la Casa Campesina de Cayambe, emplea medios impresos como: afiches, boletines calendarios, para tratar temas culturales que llaman la atención visual. En el caso de Radio Inti Pacha, a más de material impreso han usado recursos audiovisuales, han realizado foros o talleres para reforzar temáticas educativas e informativas. En la comunidad Convalecencia tiene mayor presencia el medio radial y algunos recursos visuales, pero en ellos no existió participación por parte de la población.

2.2.3.6. Perceptores

Perceptor es quien, mediante el retorno, emite una respuesta; “no responde comprando o creyendo, lo hace expresándose [...] para manifestarse ante los otros y mantener así un real dinamismo que enriquece al grupo”²²³. Para Radio Mensaje, el perceptor se manifiesta mostrando confianza al seguir determinado programa, es un ente activo porque participa con sus criterios mediante llamadas telefónicas, mensajes de textos y ahora con “las nuevas tecnologías”²²⁴, también para Radio Inti Pacha, el perceptor cumple una función participativa al mantener contacto mediante la línea telefónica y celular. Los directivos de ambos medios aseguran que existe un proceso de educomunicación mutuo. En el caso de las manifestaciones de Comunicación Comunitaria, el perceptor es el eje central del proceso comunicativo, quien se encarga de emitir los mensajes de acuerdo a su realidad.

²²² Daniel Prieto, *Discurso autoritario y comunicación alternativa*, México, Ed. Edicol, 1980, p. 66

²²³ *Ibíd.*, pp. 66, 67

²²⁴ Cfra, *Infra.*, p. 47

En Convalecencia, quienes escuchan las radios han llamado algunas veces para mandar saludos o pedir canciones, pero no creen que esa sea una forma de participación activa para expresarse y tampoco han tenido la oportunidad de participar en las radios parlantes o el periódico del Gobierno Provincial. La única vez que existió una mayor participación y organización de la comunidad fue cuando Radio Inti Pacha realizó un concurso de grupos musicales locales, en el cual, participaron los pobladores y tuvieron espacios radiales para presentar su música.

2.2.3.7. Formación social

La formación social comprende “los modos de producción específicos y las relaciones sociales de producción”²²⁵. En la comunicación colectiva, la formación social sigue un modelo homogéneo en el cual se utiliza los mismos mecanismos de elaboración y de difusión de mensajes para distintos segmentos; en cambio, en la intermedia, la formación social implica especificidad y “un profundo análisis de las causas que conlleve a la crítica de la actual situación”²²⁶. Los medios comunitarios de Cayambe elaboran y difunden mensajes para un segmento poblacional rural y campesino. Los directivos de Radio Mensaje señalan que esto no significa que se haya dejado a la población urbana, puesto que muchos han migrado a las ciudades y se trata de brindar una programación de raíces cayambeñas y no una exclusiva para determinado público. En cuanto a las iniciativas del Gobierno Provincial, los mensajes sí son específicos porque provienen de la realidad que vive cada receptor. En ambos casos, se brindan la información necesaria y se la discute, para que sea el receptor quien saque su propio punto de vista sobre su entorno.

2.2.4 Necesidades y problemas de Comunicación Comunitaria

Un problema estructural que presentan los medios comunitarios de Cayambe es la pérdida parcial de su identidad comunitaria, que ha generado que la programación se centre en espacios musicales y que esté a cargo de minorías, lo cual produce que no se dé prioridad a programación cultural y educativa. El manejo de los medios en manos de pocos también genera un distanciamiento con los “emirecs”²²⁷.

²²⁵ Daniel Prieto, *Discurso autoritario y comunicación alternativa*, México, Ed. Edicol, 1980, p. 29

²²⁶ *Ibíd.*, p. 67

²²⁷ *Cfra. Infra.*, p. 33

Otro problema estructural por el cual atraviesan los medios es la escasez de recursos económicos que produce poca difusión de la programación y del trabajo de los medios comunitarios, además que impide contar con mayor personas (promotores comunitarios de comunicación) y principalmente con equipos y materiales para lograr un acercamiento directo con la población; por lo que, la población desconoce los formas de comunicación o la programación de los medios comunitarios locales y se desapropia de ellas.

Con respecto a la comunicación comunitaria interna, el problema de fondo es la estructura de la organización social de la comunidad, puesto que se ha establecido una directiva con funciones generales, que maneja la comunicación y no permite considerarla como un aspecto independiente y de vital importancia para la organización comunal. De igual forma, la organización social ha establecido, en el imaginario colectivo, espacios públicos con funciones específicas y rígidas; por ejemplo, la escuela es el lugar destinado sólo para el estudio, la Casa Comunal sólo para reuniones de carácter laboral; lo cual genera que haya pocos espacios de socialización en la comunidad.

El desconocimiento de los medios y de manifestaciones de Comunicación Comunitaria locales, la comunicación dependiente únicamente de la directiva y los reducidos espacios de socialización permiten determinar el problema central que es la desorganización comunitaria en procesos comunicativos.

Este problema, en cuanto a la comunicación comunitaria interna de la comunidad, produce que exista poca participación de la población en procesos de comunicación y que disminuya la interacción comunitaria, lo que a la larga genera desinformación. Por otro lado, en la relación de la comunidad con la comunicación comunitaria externa, el problema implica que exista poca participación en los medios y formas de comunicación alternativa local, lo que da como resultado que los grupos sociales de la comunidad pierdan identidad cultural y representación a nivel parroquial y cantonal en los medios. Los efectos internos como externos crean un aislamiento de la comunidad que le resta oportunidades para ser partícipe de procesos de desarrollo. (Ver Anexo 5)

De acuerdo a esta problemática, la necesidad principal de comunicación es la existencia de un organismo que se encargue de la organización de los procesos comunicativos, mediante la promoción de la libre participación de la población, el apoyo y la ejecución de iniciativas de comunicación enfocadas en la educación, rescate cultural, desarrollo sostenible y fortalecimiento de la identidad; con lo cual, garantice y facilite el acceso de la

gente a los medios y manifestaciones comunitarias del cantón y que permita la unión de los mismos para mejorar y consolidar la Comunicación Comunitaria en la comunidad.

Como hemos visto, el crecimiento económico de la comunidad Convalecencia se debe principalmente al trabajo en la floricultura y en las industrias, aunque se ha descuidado la agricultura tradicional y la pequeña ganadería. En cuanto a la comunicación, se estableció que está a cargo de la directiva como un aspecto general de dirección; se pudo constatar que los medios comunitarios tienen claro la importancia del emisor; sin embargo, no existe gran cantidad de programación que permitan una participación activa; por lo cual, la comunidad investigada tiene poca relación con la Comunicación Comunitaria. Estos causales revelaron el problema central: desorganización en procesos comunicativos, que origina desinformación y pérdida de representación social de la comunidad, lo cual disminuye sus oportunidades de desarrollo. En el siguiente capítulo se detallarán las estrategias eficaces de comunicación que permitan satisfacer las necesidades comunicativas, mediante la creación de un Centro de Comunicación Comunitaria (CCC) para el desarrollo de zonas rurales.

Capítulo 3: Planificación del Centro de Comunicación Comunitaria (CCC) para el desarrollo rural de la comunidad Convalecencia

En este capítulo se formularán estrategias eficaces de comunicación, a partir del análisis de la metodología de Marco Lógico, que permitan satisfacer las necesidades comunicativas de la comunidad Convalecencia, las cuales serán una guía e instrumento para la planificación de la creación del Centro de Comunicación Comunitaria (CCC) para el desarrollo de zonas rurales.

Para lograr el aumento de oportunidades que beneficien a la comunidad Convalecencia en procesos de desarrollo es necesaria una mayor participación social, que se conseguirá con un nivel de información más alto y con un crecimiento de la representación de los grupos sociales de la comunidad, a nivel local. Por un lado, la población estará más informada cuando intervenga e interactúe en los procesos de comunicación dentro de su comunidad. Y por otro, se ganarán espacios de representación mediante la participación activa de la comunidad en los medios y manifestaciones de Comunicación Comunitaria, que le permita recuperar su identidad cultural. La suma de estos efectos se visibilizará cuando en la comunidad se autogestione una verdadera organización en procesos comunicativos. (Ver anexo 6)

3.1. Objetivo General

El objetivo general del proyecto es:

Mejorar la organización de la comunidad Convalecencia en procesos comunicativos comunitarios.

3.2 Objetivos específicos

Los objetivos específicos del proyecto son:

- Promover la participación activa de la comunidad en procesos comunicativos.
- Apoyar iniciativas de comunicación enfocadas en la educación, cultura, desarrollo sostenible y fortalecimiento de la identidad de la comunidad.

- Generar espacios de convergencia comunitaria en donde se discutan temas de interés para ser abordados en los medios comunitarios.
- Brindar herramientas y recursos adecuados al entorno comunitario para facilitar el acceso de la población a las manifestaciones de Comunicación Comunitaria.
- Rescatar la identidad cultural de las zonas rurales y potenciar el desarrollo comunal a través de sus propios medios de comunicación.
- Consolidar la Comunicación Comunitaria en la comunidad.

En este caso, se considera que el mejor camino para conseguir los objetivos propuestos es la creación de un Centro de Comunicación Comunitaria que, mediante la comunicación, promueva el desarrollo rural de la comunidad Convalecencia.

3.3. Fundamentación

La idea de mejorar la organización de la comunidad en procesos comunicativos surge debido a la falta de iniciativa y libre participación de la población, tanto en diálogos internos como externos, que le restan oportunidades de discusión y toma de decisiones. Además, esta problemática distancia a la comunidad de la realidad de su parroquia y cantón; al igual que disminuye su peso social para involucrarse en ámbitos de desarrollo social.

Existe un interés de los dirigentes y de la población por tener un espacio de comunicación permanente (que no sólo sea usado para reuniones mensuales) donde se pueda discutir, se produzca información de interés y se busquen los mejores medios para transmitirla. Es por ello, que se determina la necesidad de contar con una entidad, gestionada por lo propia población, que proporcione herramientas y recursos para garantizar el acceso a las formas de Comunicación Comunitaria locales y procure el progreso comunal.

3.4. Focalización

La creación del CCC tiene como beneficiarios directos a la comunidad Convalecencia, que al estar asentada en el campo, cumple con el enfoque que tiene el centro para promover el desarrollo de zonas rurales. En la ejecución de actividades del centro se beneficiará a todos

los segmentos poblacionales de la comunidad: hombres, mujeres, ancianos, adultos, jóvenes y niños, mediante el apoyo de profesionales en Comunicación y los primeros promotores de Comunicación Comunitaria. Estos se encargarán de buscar los mejores medios y recursos para aplicar procesos de comunicación para cada segmento de la población. De igual manera, los perceptores de las manifestaciones de Comunicación Comunitaria del cantón se beneficiarán con la socialización de experiencias, proyectos y productos comunicativos que provengan del centro.

Por otro lado, los beneficiarios indirectos serán los encargados de los medios comunitarios, porque contarán con la intervención del CCC para contactarse constantemente con la comunidad Convalecencia, recibirán asesoría de los profesionales y contarán con productos comunicativos realizados por la población. También serán beneficiarios indirectos, otras comunidades que el centro puede ayudar comunicativamente.

Los grupos directamente involucrados antes, durante y después del proyecto son los habitantes, dirigentes de la comunidad y los encargados de los medios comunitarios. Los recursos y mandatos que proveerán los dos últimos consisten en: apoyo social, económico y/o cultural por parte del Gobierno Municipal de Cayambe y la Junta Parroquial de Juan Montalvo; al igual que capacitaciones en Comunicación y espacios de programación en las emisoras comunitarias. (Ver Anexo 7)

3.5. Estrategias y Acciones

Para cumplir el objetivo del proyecto se han considerado los problemas centrales que serán transformados o mejorados, de acuerdo a la aplicación que se les dará en el ámbito comunicacional. En este caso, se pretende lograr una nueva visión de la organización social de la comunidad y recuperar la identidad y los fines de una verdadera Comunicación Comunitaria.

Se ha considerado que es muy difícil cambiar la concepción que se tiene de la estructura social y jerárquica de una población, sobre todo, cuando la dirección está a cargo de pocas personas y los fines que se persiguen, muchas veces, se basan solamente en el crecimiento económico. Sin embargo, para poder mejorar en algo este problema, se debe partir de una reestructuración de la directiva; es decir, asignar a cada uno de sus miembros funciones específicas para que se dé un tratamiento propio a todo lo concerniente a la comunicación

dentro de la comunidad. Mediante un representante de la directiva que esté a cargo de promover los procesos comunicativos, se puede concienciar a las personas acerca de la importancia de mantenerse informados, de proponer temas de su interés y discutirlos para encontrar las mejores soluciones a sus problemas e iniciativas para el desarrollo. Para esto es fundamental conseguir una comunicación independiente y gestionada por la propia comunidad, en la cual se considere su importancia para la organización comunal y el desarrollo.

La organización social también ha establecido lugares determinados para la interacción, los cuales además son limitados. Con la flexibilidad del uso y acceso de espacios públicos se puede adecuar sitios donde las personas puedan asistir a conversar, aprender, compartir sus experiencias sociales y culturales y participar de todos los aspectos que las involucren como miembros de su comunidad.

Por otro lado, la recuperación de la identidad de la Comunicación Comunitaria, cuando no ha sido afectada por intereses políticos o económicos, puede ser reivindicada si se prioriza el papel que cumple el “emirec”²²⁸ en el proceso comunicativo. Sin embargo, para los medios de comunicación de Cayambe, el trabajo conjunto y constante con la población es imposibilitado por la escasez de recursos. El financiamiento de estos medios depende de la publicidad y de las donaciones de instituciones estratégicas, por lo cual no cuentan con el dinero suficiente para ampliar las formas de difusión de sus programas. Al ser el CCC un organismo sin fines de lucro, no puede proveer dinero a los medios, pero compartirá productos comunicativos que generarán ingresos para los medios y, principalmente, contribuirá con recursos humanos (promotores comunitarios de comunicación) para promover el contacto directo con los emirecs.

Si la población propone sus temas de interés social y participa en propuestas de Comunicación Comunitaria producirá un trabajo en conjunto que comprometerá a los medios a brindar mayores espacios para una programación cultural y educativa. Esta participación activa de la población, junto con el acercamiento de los medios, permitirá que la comunidad conozca plenamente la labor de la Comunicación Comunitaria en su localidad. Pero no basta el conocimiento, la reivindicación de la identidad de los medios comunitarios implica también un cambio de visión hacia los perceptores. La población ya

²²⁸ Cfra, *Infra.*, p. 33

no es un espectador, sino un ente activo, que se apropia de las formas de Comunicación Comunitaria para su beneficio.

Por lo tanto, para la creación del CCC para el desarrollo de zonas rurales de la comunidad Convalecencia se diseñarán tres estrategias eficaces de comunicación:

1. Comunicación independiente y de mayor importancia para la organización comunal y el desarrollo.
2. Más espacios de socialización en la comunidad.
3. Apropiación de las formas de Comunicación Comunitaria locales. (Ver Anexo 6)

3.5.1. Análisis de estrategias

Los costos para la primera estrategia: Comunicación independiente y de mayor importancia para la organización comunal y el desarrollo, son bajos porque comprenderían campañas de concienciación, las cuales no requerirán materiales ni recursos costosos. La segunda estrategia: Más espacios de socialización en la comunidad, implicaría un gasto alto por la adecuación de espacios para el funcionamiento del CCC, de los equipos y materiales que se usarán. Y la tercera: Apropiación de las formas de Comunicación Comunitaria locales, es un gasto medio porque se centraría en capacitaciones, que en su mayoría estarían a cargo de profesionales y de instituciones voluntarias; los desembolsos sólo cubrirían pequeños incentivos. Por lo tanto, los costos del proyecto comprenden en total un gasto alto. (Ver Anexo 10)

Las probabilidades de éxito en general son altas porque existe apertura de los dirigentes de los medios y de las autoridades locales para propuestas nuevas. Sin embargo, se prevé que la primera estrategia tenga una probabilidad media, porque comprende modificaciones de ciertas funciones de la directiva comunitaria. Además puede existir resistencia, al intentar cambiar la visión de la población sobre la Comunicación y su relación con los medios comunitarios.

La relación costo beneficio es alta, pese a que se mantiene conflictos con la primera estrategia por las razones mencionadas anteriormente. Hay que considerar que todos los gastos del proyecto serán una inversión para la comunidad: El acondicionamiento del CCC tiene una proyección a largo plazo y las adecuaciones temporales de manifestaciones

populares de Comunicación Comunitaria como teatro, música baile, etc. se cubrirán con fondos de la publicidad de los programas que produzca la comunidad, con asesorías comunicacionales o con colectas comunitarias, siempre y cuando, exista un crecimiento económico propiciado por un aporte del CCC al desarrollo. De igual manera, los primeros capacitados podrán compartir sus conocimientos con el resto de la población en un sistema de auto aprendizaje, sin dejar de lado la ayuda constante de los capacitadores voluntarios externos.

El horizonte de tiempo que se estima culminar el proyecto es de cuatro meses y dos semanas, aproximadamente. Se estima tener los primeros resultados de la aplicación de algunas estrategias en seis meses a partir de la ejecución, por lo que se considera un tiempo medio.

Finalmente, el riesgo social al que se enfrenta el proyecto es grande. Pese a que la población quiere contar con un espacio permanente para su socialización, la creación del CCC implica un cambio de mentalidad sobre aspectos sociales de vital importancia, en este caso la Comunicación, que antes no era considerada, sobre todo, en poblaciones rurales. También implica cambios de roles, que en otros lugares han sido satisfactorios; por ejemplo, el papel comunicativo en el fortalecimiento de la educación infantil, la reivindicación de los derechos de las mujeres, etc. De acuerdo a estudios realizados por “Abraham Maslow existe una jerarquía de necesidades que generan resistencia al cambio: (fisiológico, seguridad, social, reconocimiento y autorealización)”²²⁹. En el caso de la población de Convalecencia está latente el problema en el nivel de seguridad, puesto que durante mucho tiempo ha llevado un modo de vida estable y sin cambios drásticos, sobre todo en el ámbito social y cultural. Esto también ha afectado al nivel tres y los dos consecutivos, porque ha existido poca motivación personal para el cambio, que propicie un trabajo en conjunto y extensivo en beneficio de la comunidad.

Para vencer este tipo de resistencias al cambio es necesario:

- Crear un ambiente de confianza para exponer la necesidad del cambio o mejora.
- Escoger emisores apropiados para que transmitan la información de manera clara y fidedigna.

²²⁹ Carlos López, La jerarquía de necesidades de Abraham Maslow, en línea: www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/18/jerarquia.htm, formato: html. Acceso: 13 de julio de 2011.

- Argumentar la información para demostrar que el cambio genera beneficios
- Propiciar la participación de la población para aclarar inquietudes o complementar la idea.

Para ello, se deberá desarrollar una correcta estrategia de comunicación que explique los cambios propuestos y reduzca los temores de la población, para que las necesidades de seguridad queden cubiertas. A la par, la estrategia ayudará a generar espacios de diálogo y discusión entre gestores del proyecto y beneficiarios, con lo cual se trabajará en la mejora de las necesidades sociales y de reconocimiento de la gente; que a la larga cubrirá el deseo de autorealización de la comunidad. Para esto, las campañas de concienciación serán de gran utilidad, “su proceso de aplicación se detallará más adelante”²³⁰.

Aunque el análisis determina un riesgo grande, se debe considerar que este proyecto es innovador y no ha sido planteado de esta forma en ningún lugar del Ecuador anteriormente. Las oportunidades y beneficios que presentan son válidos para correr el riesgo, con la seguridad de que las estrategias planteadas respaldarán el éxito. (Ver Anexo 8)

3.5.2. Matriz Marco Lógico

El fin comunicativo del proyecto es conseguir una mejora significativa de los procesos comunicativos comunitarios en el Canton Cayambe; pero esta iniciativa no se encuentra prevista dentro de las políticas de comunicación municipales. La Jefatura de Comunicación, dentro de su Plan Operativo Anual (POA) ha proyectado la realización de campañas publicitarias para difundir la gestión del alcalde, la producción de informativos de radio y televisión como una estrategia de comunicación interna y la realización de una revista semestral sobre las funciones y actividades de cada área del Municipio; es decir, su labor comunicativa está enfocada únicamente en el fortalecimiento institucional. Sin embargo, en el POA de la Dirección de Planificación se contemplan acciones enfocadas en la población, como la recolección de información sobre indicadores socio-económicos y la acción de actores político-sociales. Esta actividad es de gran importancia para el planteamiento y ejecución de proyectos que beneficien a las comunidades; es por ello, que la propuesta de creación del CCC para el desarrollo de la Comunidad Convalecencia surge como una herramienta de apoyo, para facilitar el acercamiento y vinculación de los

²³⁰ Cfra. Supra., p. 74

gestores con los beneficiarios y para garantizar un trabajo certero, incluyente, multidisciplinario y orientado al logro de resultados, no sólo comunicacionales, sino de todo tipo de desarrollo sostenible.

El propósito del proyecto es mejorar la organización de los procesos comunicativos en la Comunidad Convalecencia. Los resultados que se esperan lograr son una comunicación independiente y de mayor importancia para la organización y desarrollo comunal, más espacios de socialización y la apropiación de las formas de Comunicación Comunitaria locales.

Las actividades que se llevarán a cabo para conseguir esos resultados son las siguientes:

- Conversaciones con las autoridades municipales e instituciones estratégicas (CORAPE, CIESPAL, UNESCO, FAO) para conseguir apoyo económico para la adecuación del CCC y para el uso de espacios de encuentro en la parroquia.
- Realización de campañas de concienciación sobre la importancia de la Comunicación para la organización y el desarrollo comunitario y de la participación activa de la población en cada uno de los procesos comunicativos
- Adecuación de un espacio de la Casa Comunal para instalar los equipos y mobiliarios que conformarán el CCC, desde donde se determinarán más lugares para encuentros comunales.
- Acuerdos con profesionales, expertos e instituciones (medios comunitarios del cantón, ARCOPI, CORAPE, CIESPAL) para conseguir apoyo académico para la formación de la población en el ámbito de la Comunicación Comunitaria.
- Capacitación en conceptos básicos de Comunicación, diálogo, escritura, locución, manejo de equipos radiales, para formar promotores de Comunicación Comunitaria e interesados para participar en los medios comunitarios. (Ver Anexo 9)

3.5.2.1. Indicadores

El fin del proyecto es que la organización en procesos comunicativos de la comunidad Convalecencia mejore en 2012, porque el propósito se enfocará en que la mayoría de la comunidad esté informada y sea partícipe de las manifestaciones de Comunicación Comunitaria, hasta diciembre de 2012.

Como resultados se obtendrá, por lo menos, 5 promotores de Comunicación Comunitaria capacitados para gestionar las formas de organización y participación mediante la comunicación, 2 espacios fijos de socialización dedicados a actividades populares de comunicación hasta diciembre de 2011 y, finalmente una mayoría poblacional vinculada activamente en las diversas formas de Comunicación Comunitaria del cantón hasta diciembre de 2012. (Ver Anexo 9)

En cuanto a las actividades se estima gastar un total de 11.819,10 dólares para la implementación del proyecto. (Ver Anexo 10)

3.5.2.2. Fuentes de verificación

Para asegurar la medición objetiva de los indicadores se establecerán medios de verificación que garanticen el cumplimiento de los objetivos desde la ejecución del proyecto. Para el propósito, los puntos de control serán los grupos de discusión que se realicen a la comunidad para obtener los datos cualitativos y para los cuantitativos se aplicarán encuestas.

Para conocer el cumplimiento de los resultados, el CCC llevará un registro de las personas capacitadas, se realizarán visitas de los espacios de socialización para verificar su funcionamiento.

Finalmente, para controlar el desarrollo de las actividades se desarrollará un cronograma de cumplimiento y verificación de actividades con el responsable y el tiempo de duración de cada una. (Ver Anexo 13) De igual forma, se llevará un control contable del manejo del presupuesto del proyecto y, posteriormente, del CCC. (Ver Anexo 10)

3.5.2.3. Supuestos

Se ha considerado que las situaciones o las condiciones fuera del control del proyecto, en cuanto a resultados, podrían ser la ausencia de la población capacitada, el uso de los espacios de socialización en otros requerimientos urgentes. Estos problemas se pueden solucionar con capacitaciones a más personas y con planificaciones alternativas de las actividades en espacios de socialización.

Sin embargo, un problema que podría ser difícil de manejar y que puede afectar negativamente los fines del proyecto es la intervención política en las manifestaciones comunitarias que reduzcan el protagonismo de la comunidad. Las autoridades

gubernamentales son parte del soporte, así como otras instituciones, que en el caso de negar o disminuir su aporte económico pueden retardar los propósitos. (Ver Anexo 9)

3.6. Sostenibilidad

Se usará la metodología propuesta por David Solano, para comprobar que las acciones tomadas promoverán un proceso sostenible y, en caso contrario, aplicar los correctivos necesarios para reducir las condiciones de insostenibilidad. El análisis de sostenibilidad es una manera de asegurar que los efectos y beneficios del proyecto se mantengan en el tiempo, de acuerdo a “los cuatro factores a considerar en el desarrollo sostenible: económico, social, ambiental e institucional-tecnológico”²³¹.

3.6.1. Aspectos económicos-financieros

Para montar el CCC y realizar las primeras actividades se requiere un fondo inicial de diecinueve mil dólares, el cual provendrá de los aportes que haga el Municipio de Cayambe, como parte del impulso de proyectos de desarrollo comunal; de igual manera, se contará con el dinero de las donaciones de instituciones dedicadas a la Comunicación y el desarrollo (CORAPE, CIESPAL, UNESCO, FAO). También se considerarán los aportes que los beneficiarios pueden realizar, como se mencionó antes, cuando el dinero provenga de aporte del CCC al desarrollo de la comunidad. Además, un ahorro económico será el trabajo y el apoyo que brinde la población para la implementación del centro.

La mayor inversión será en la compra de los equipos y materiales de comunicación como computadoras, grabadoras, cabinas de locución y producción, etc., que sólo requerirán cambios acorde a la invención tecnológica; por otro lado, las actividades de capacitación no tendrán costo, porque serán de ayuda voluntaria por parte de los expertos, aunque se considerarán pequeños incentivos.

La capacidad de maniobra para cubrir los requerimientos económicos futuros será mediante el trabajo que desarrolle el CCC: actividades continuas relacionadas con la comunicación y proyectos. (Ver Anexo 10)

²³¹ Cfra. Infra., p. 28

3.6.2. Aspecto social

El informar y discutir sobre lo que se pretende aplicar es fundamental para acercarse a los beneficiarios; es por eso que, al momento de plantear el proyecto a la comunidad, se explicó la importancia y el beneficio para su desarrollo; por lo cual, la población se interesó y comprometió con la idea. De igual manera se entablaron diálogos para determinar su contribución en las actividades que encaminarán al proyecto.

Pese a que existe, desorganización en procesos comunicacionales, la población se identifica y está comprometida con su directiva para trabajar en actividades comunales. Es fundamental incorporar el apoyo de la directiva comunal para que los beneficiarios tengan una actitud de apertura frente al proyecto; al igual, que el considerar la importancia de las primeras campañas de concienciación, que brindarán las bases para que la gente adquiera conocimiento necesario del problema y de su aporte como parte de una solución.

Pero, principalmente, la participación de la población en todo el proceso del proyecto permitirá que lo consideren ya como parte de su realidad. Los gestores de la iniciativa del proyecto trabajarán conjuntamente con la población, para canalizar sus opiniones y que puedan acceder a los niveles de toma de decisiones.

No se han identificado disidentes de la propuesta, pero se prevé que si algún momento lleguen a existir, se conocerán sus motivaciones para poder considerarlas y llegar a acuerdos.

Los indicadores y las fuentes de verificación permitirán medir objetiva y constantemente si existe un proceso de transformación que ayude a mejorar la calidad de vida de la población.

3.6.3. Aspecto ambiental

El CCC se adecuará en un espacio dentro de la Casa Comunal, por lo cual no invadirá terrenos ni propiedades privadas. La construcción actual tiene aproximadamente 160 m². Cuenta con el espacio de reuniones, el cual se usará para los conversatorios y espacios de discusión del CCC con la comunidad; además con un cuarto pequeño que se usa como bodega que, después de una ampliación (construcción de un cuarto de 30 m²) y el respectivo acondicionamiento, será el lugar donde funcionará una pequeña oficina y las

cabinas de locución y edición. (Ver Anexo 11) Cabe recalcar, que para el uso de espacios públicos siempre se tomará en cuenta la opinión de la población.

Las políticas y prácticas del centro no incentivarán prácticas que afecten al medio ambiente, ni a servicios básicos; tampoco crearán entornos de desigualdad comunal, ni rivalidades. Por el contrario, se buscará promover acciones de cuidado ambiental, convivencia y armonía.

3.6.4. Aspecto institucional-tecnológico

El proyecto es de iniciativa profesional personal que se combina con “apoyo institucional público y privado”²³². Sin embargo, pueden existir desacuerdos o cambios durante el proceso, para lo cual se tomará en cuenta otros aliados estratégicos como el Gobierno Provincial de Pichincha, la Casa Campesina de Cayambe, UNESCO, ALER. De igual manera, se cuenta con personal suficiente, en cantidad y calidad, para cubrir las tareas; esto comprende profesionales y pobladores, que colaborarán permanentemente.

Al realizar el CCC una actividad libre de intereses sociales y políticos permitirá que, pese al cambio de autoridades provinciales y municipales, se mantenga el apoyo en varios periodos de gobierno.

El equipamiento del CCC será paulatino, conforme a la disposición de los recursos económicos, pero se trabajará hasta contar con todo el material necesario. El Municipio será pilar fundamental del desarrollo tecnológico, pues está trabajando en proyectos que beneficien al cantón.

3.7. Campaña de concienciación

Para diseñar la campaña de concienciación acerca del uso de la Comunicación, como parte fundamental de los procesos de organización y desarrollo comunal, se considerarán tres aspectos del público objetivo: lo cognitivo, procedimental y actitudinal. El primero servirá para generar conocimiento sobre el problema y los efectos que produce en la realidad de la comunidad, el segundo determinará las herramientas o recursos más apropiados para

²³² Cfra. Infra., p. 72; Cfra. Supra., p. 79

propagar el conocimiento y buscar soluciones al problema asimilado, y el último generará una práctica, asimilación o aplicación de la solución.

El problema comunicativo es la desorganización de la comunidad en procesos comunicacionales, para la cual, se desea mejorar la participación de la población en ámbitos de comunicación comunitaria interna y externa. El nivel de “Conocimientos, Actitudes y Prácticas (CAP)”²³³ que los pobladores tienen acerca del problema es bajo, porque anteriormente no se lo ha considerado como una prioridad dentro del diario vivir.

El énfasis de la campaña no se centra en la sensibilización sino más bien en el compromiso que debe adquirir la población. Es decir, la difusión de conocimiento acerca de la importancia de la comunicación y la aplicación de lo aprendido permitirá que las personas valoren su participación en el proyecto comunicativo que se propone.

El objetivo de la campaña es proporcionar conocimiento a la población sobre la problemática, propiciar la discusión para que sea ella quien determine los beneficios de la propuesta y motivarla para que adquiera un compromiso de cambio, que le permita mejorar su organización en procesos comunicativos.

El mensaje que se difundirá en las campañas es: <<La Comunicación te integra, la Comunicación te fortalece, la Comunicación cambia tu vida>>. Los productos comunicacionales que se usarán en la campaña son: cuñas radiales que se realizarán con la misma comunidad en los estudios de grabación de las radios comunitarias y serán transmitidas mediante dichos medios y perifoneo en la comunidad. Se diseñarán 100 afiches, sobre todo, cargados de imágenes para incluir también a la población analfabeta y se colocarán en la Casa Comunal, escuela, Seguro social Campesino y tiendas. Además se usarán recursos como el teatro popular (danza y dramatizados), que no sólo transmitirán el mensaje, sino que permitirán que la población también participe en la campaña y , a la vez, propiciará un ambiente de comunicación entre gestores del proyecto y comunidad. Por ejemplo, se puede confeccionar los disfraces o títeres con los niños y mujeres de la comunidad, quienes a su vez también podrán ser actores.

²³³ David Solano, Estrategias de comunicación y educación para el desarrollo sostenible, UNESCO, 2007, p. 49

Para la realización de la campaña se tomará en cuenta “la curva del ciclo de vida de la Comunicación y Educación para el Desarrollo Sostenible”²³⁴ para determinar el momento de conocimiento e interiorización que la comunidad tenga sobre el problema:

1. Reconocimiento: en esta etapa se brindarán las herramientas y recursos necesarios para que la población conozca los aspectos principales del tema.
2. Ganando control: Después de conocer el tema es necesario generar discusión para que surjan puntos de vista. En esta etapa, se desarrolla un debate con intensidad sobre el problema y la solución propuesta.
3. Solucionando: para este momento de la campaña, se ha interiorizado sobre el problema; el debate se detiene, porque la población ya tiene conciencia de los aspectos positivos y negativos. Ahora se busca motivar una actitud participativa en el proyecto, en este caso se utilizará el teatro por ser una actividad espontánea e inclusiva.
4. Manteniendo control: la población asume un papel en el desarrollo del proyecto y se debe buscar que, hasta concluirlo y después de hacerlo, no abandone los esfuerzos que está realizando; por lo cual, la campaña tendrá una etapa de mantenimiento constante, para recordar el mensaje central, que será innovado de acuerdo a las necesidades que se determinen.

3.8. Constitución del CCC

El CCC es una organización sin fines de lucro que busca promover una manera diferente de hacer Comunicación Comunitaria. Sus ejes centrales son la gestión conjunta de la Comunicación Comunitaria y para el Desarrollo, que permitan la creación y ejecución de propuestas sólidas para mejorar la calidad de vida de las zonas rurales de la Sierra Norte del Ecuador, en este caso, de la comunidad Convalecencia.

²³⁴ David Solano, Estrategias de comunicación y educación para el desarrollo sostenible, UNESCO, 2007, pp. 54, 55

3.8.1. Misión

La misión del CCC para el desarrollo de la comunidad Convalecencia es trabajar por el desarrollo de las zonas rurales de la comunidad Convalecencia mediante el manejo eficaz de la Comunicación Comunitaria.

3.8.2. Visión

La visión del CCC para el desarrollo de la comunidad Convalecencia es consolidarse como el primer organismo en trabajar por la Comunicación Comunitaria y Comunicación para el desarrollo en la Comunidad Convalecencia y ser el referente de creación de centros comunitarios de Comunicación para el desarrollo en otras zonas rurales hasta el 2015.

3.8.3. Objetivos

4. Apoyar las iniciativas de comunicación relacionadas con la educación, rescate cultural, desarrollo sostenible y fortalecimiento de la identidad.
5. Promover la discusión constructiva en temas relacionados con el desarrollo y la Comunicación Comunitaria.
6. Facilitar el acceso y la participación activa de los miembros de comunidades rurales en las manifestaciones de Comunicación Comunitaria.
7. Consolidar y expandir la Comunicación Comunitaria en las zonas rurales cercanas.

3.8.4. Valores

- Priorización de las necesidades sociales.
- Veracidad en la labor comunicativa.
- Respeto por la identidad social y cultural de la comunidad.
- Acción en doble vía para lograr objetivos comunes.
- Responsabilidad social con la comunidad.
- Cooperación interdisciplinaria que fomente el desarrollo social.

- Respeto por el entorno y el medio ambiente.

3.8.5. Áreas de trabajo y servicios

El CCC estará conformado por una área central: Administrativa y dos subordinadas: Financiera y Comunicativa y de desarrollo social. (Ver Anexo 12)

- El área administrativa será la encargada de planificar, organizar, coordinar y controlar las acciones que permitan un funcionamiento integral del centro y sus departamentos. El directorio estará conformado por representante de cada una de las otras áreas.
- El área financiera se encargará de la consecución y gestión de los recursos económicos y físicos para el funcionamiento del centro.
- El área comunicativa y de desarrollo social estará a cargo de impulsar iniciativas y gestionar los procesos comunicativos comunitarios que impulsen el desarrollo comunal, sobre todo, relacionado con educación, salud, agricultura, ganadería, medio ambiente y cultura. En esta área también se impulsarán y apoyarán investigaciones relacionadas con la Comunicación Comunitaria y para el desarrollo, las cuales contribuirán a la generación de propuestas y conocimiento. Los profesionales y la población trabajarán conjuntamente para llevar a cabo estas actividades. (Ver Anexo 13)

Los servicios que el CCC ofrece están vinculados con la Comunicación Comunitaria, organización social y desarrollo sostenible. Entre los principales se encuentran:

- Mediación en procesos de discusión comunitaria.
- Investigación para la generación de propuestas de Comunicación y desarrollo.
- Soporte para la ejecución de iniciativas relacionadas con la Comunicación Comunitaria.
- Capacitaciones académicas y técnicas para que los interesados se involucren en el mundo de la Comunicación.
- Elaboración de producciones radiales comunitarias.
- Asesoría a organizaciones que trabajan por el desarrollo.

- Vinculación social con medios de comunicación comunitarios y/o autoridades locales.
- Difusión de conocimiento para mejorar las prácticas de Comunicación Comunitaria y para el Desarrollo.

3.8.6. Formas de financiamiento

El CCC tendrá cuatro formas de financiamiento: Auspicios, colaboraciones, producciones de recursos comunicativos y realización de proyectos de desarrollo; las dos primeras para su constitución y mantenimiento y las segundas, que le permitirán subsistir independientemente.

Se espera contar con el auspicio, como un aporte de recursos de instituciones como: CORAPE, CIESPAL, UNESCO y FAO, las cuales pueden brindar dinero o bienes que, en primera instancia, permitirán adecuar y equipar el centro y, posteriormente, serán un apoyo para la realización de las primeras actividades.

De igual forma, la colaboración que presten instituciones como: CORAPE y CIESPAL, nuevamente, además de “ARCOPI”²³⁵ (para las campañas de concienciación y capacitación continua) serán de gran ayuda para ahorrar recursos económicos y facilitar el normal funcionamiento del centro.

A mediano plazo, el CCC se encargará de la producción de recursos comunicativos como programas radiales, cuñas, propagandas, etc. que pueden ser canjeadas con las empresas o instituciones que pautan con los medios comunitarios del cantón. También, el centro brindará apoyo en proyectos de desarrollo para su comunidad y otras, además asesorará a instituciones vinculadas con proyectos y Comunicación para el Desarrollo, lo cual generará beneficios económicos.

3.8.7. Presupuesto

Dentro del presupuesto se ha previsto un aproximado de los ingresos y egresos, que se necesitan para la consolidación del proyecto.

²³⁵ Cfra. Infra., p. 49

Los ingresos iniciales provendrán de las donaciones institucionales (auspicios), que cubrirán un monto de 11819,10 USD, que corresponden a los gastos iniciales que se explican a continuación:

Un monto de 919,10 USD se empleará en la adecuación del CCC y en el pago de servicios básicos por los meses de implementación. Para el Área Administrativa se ha considerado únicamente 50 USD que corresponden a los gastos de materiales de oficina, puesto que no se requerirá de una oficina permanente. En el Área Administrativa se gastará 1184 USD para el equipamiento de la oficina con bienes inmuebles, equipos y materiales. El Área Comunicativa y de Desarrollo Social es la que generará mayor gastos, 9666 dólares, que comprenden el equipamiento de la oficina y los valores más altos se centran en la adecuación de la cabina de grabación, la compra de los equipos y el pago de incentivos para los encargados y capacitadores.

Se ha realizado una proyección presupuestaria para un año, en el cual se espera contar dentro de los ingresos, con la venta de productos comunicativos que, de acuerdo con los valores considerados por los medios comunitarios en la realización de venta de cuñas y a la comparación de una proforma de productos comunicativos de Radialistas Apasionadas y Apasionados, los valores están alrededor de unos 500 USD; por lo cual para el CCC se ha considerado 400 USD como el mínimo mensual de ventas que en un año generaría 4800 USD. De igual manera se ha estimado el valor de las consultorías, cuyo valor dependerán de la complejidad de las mismas y a los precios que se aplican en el cantón, que van desde 500 a 2000 USD; por ello se ha estimado el mínimo mensual de 500 USD que en un año serían 6000 USD.

Lo que se espera gastar en un año está relacionado con los materiales de oficina, la papelería que se empleará en los proyectos, los materiales que se usarán en las actividades comunitarias y en los incentivos que se darán a los dirigentes del área y los participantes lo cual da un valor de 8510 USD.

Con esta proyección se espera generar un superávit de 2290 USD, que se reinvertirán en el CCC: mantenimiento de equipos, organización de propuestas e iniciativas de Comunicación Comunitaria, capacitaciones, campañas e incentivos a los participantes. (Ver Anexo 10)

3.9. Capacitaciones para la comunidad y la formación de promotores comunitarios de comunicación

Para la capacitación de la comunidad y de los promotores comunitarios de comunicación se aplicará el esquema de “educación transformadora propuesto por Paulo Freire”²³⁶. La población de la comunidad necesita una capacitación que aproveche el razonamiento teórico para lograr una mejor aplicación de los conocimientos en la práctica. Primero se trabajará en la formación sobre conceptos básicos de Comunicación Comunitaria, Periodismo y Comunicación para el Desarrollo, que se complementarán con la instrucción técnica en el funcionamiento y uso de la radio comunitaria: escritura de guiones, manejo de consolas y grabadoras de voz, edición de audios y locución; además, en la elaboración de material comunicativo como afiches, videos, manifestaciones populares y todo aquello que se pueda usar en procesos de desarrollo. Para esto se necesitarán de tres o cuatro profesionales o expertos de los medios comunitarios del cantón, ARCOPI y de instituciones como CORAPE y CIESPAL.

Se analizarán las fortalezas y destrezas de los capacitadores en las áreas de interés y se considerará su forma de relacionar sus conocimientos con los de otros profesionales; es decir, que también se tome en cuenta una formación interdisciplinaria. Después de conformar el grupo de profesionales, se dará una capacitación general a la población y se empezará a trabajar en temas específicos con los primeros interesados. Todos los procesos de capacitación serán impartidos de una manera sencilla y comprensible para el público.

Finalmente, los capacitadores brindarán el conocimiento necesario y todas las herramientas para que los primeros capacitados apliquen el efecto multiplicador de aprendizaje con las demás pobladores y se conforme una red continua de aprendizaje.

3.10. Formulación y Diseño

3.10.1. Cronograma

El plan de trabajo integral del proyecto de creación del CCC para el desarrollo de las zonas rurales de la comunidad Convalecencia está dividido en dos fases:

²³⁶ Cfra. Infra., p. 32, 33

En la primera etapa se concretarán acuerdos para la consecución de apoyo económico o material. Es importante aclarar que para la ejecución total o parcial de proyectos, “el Municipio de Cayambe recibe una solicitud por parte de la comunidad, en la cual se especifica el problema a resolver, la justificación, los objetivos, el diagnóstico y el anteproyecto. Posterior a ello, se remite al área correspondiente”²³⁷, en este caso a la Dirección de Planificación, departamento de Desarrollo Comunitario. “De acuerdo a la relevancia o urgencia del proyecto y de los recursos económicos disponibles se determina el tiempo de ejecución, que puede ser en el mismo semestre o año, o contemplarse dentro del presupuesto del año siguiente”²³⁸. Para este proyecto se han considerado 5 meses para, conjuntamente con la comunidad, preparar el documento y entregarlo a la municipalidad en el segundo semestre de 2011; además, se ha previsto este tiempo por los procesos que sigue la tramitación de proyectos en CORAPE, CIESPAL, UNESCO y FAO. Es por ello que la ejecución del proyecto se ha planificado para el 2012.

A partir de la aprobación municipal y de la consecución del total del fondo económico se iniciará la segunda etapa, que comprende la ejecución de las estrategias comunicativas, la cual se ha previsto para cinco meses.

Durante las primeras 4 semanas se organizarán las campañas de concienciación y se preparará el material a usarse en las mismas; simultáneamente se mantendrán reuniones con profesionales y expertos de ARCOPI, CORAPE y CIESPAL para coordinar los procesos de capacitación de la comunidad. A partir de la quinta semana se ejecutarán las campañas de concienciación que tendrán una duración continua de un mes; las actividades de teatro popular y de espacios de discusión se llevarán a cabo los fines de semana para procurar que participe la mayoría de la población.

De la semana 9 a la 12 se trabajará en la adecuación de espacios de socialización en la escuela y tiendas, además que se realizarán los arreglos de la Casa Comunal para ubicar el CCC e instalar la infraestructura interna y los equipos. También, desde la semana nueve y con dos meses de duración se capacitará a la población; el primer mes comprenderá la preparación teórica y el segundo, después de la inauguración del CCC, empezará la formación práctica.

²³⁷ Entrevista realizada a Santiago Vásquez, Promotor comunitario del Municipio de Cayambe, 16 de julio de 2011.

²³⁸ *Ibíd.*

La semana 13 se organizará una manifestación popular de Comunicación Comunitaria con toda la población, para inaugurar el CCC y los otros espacios de socialización. Desde esta semana hasta la 16, aprovechando las jornadas de capacitación, se trabajará con grupos de discusión para la elaboración de propuestas de Comunicación Comunitaria para los medios y para procesos de desarrollo comunal. A partir de la semana 17 hasta la 20 se ejecutarán las primeras actividades de comunicación comunitaria propuestas por la población. (Ver Anexo 13)

Toda la etapa de ejecución de estrategias del proyecto será monitoreada de acuerdo a “las fuentes de verificación”²³⁹ establecidas anteriormente.

3.10.2. Equipo Responsable

Los dirigentes de la comunidad, de los medios y del proyecto trabajarán conjuntamente con la población en cada una de las actividades propuestas. Las capacitaciones estarán a cargo de expertos y profesionales, que serán los responsables del óptimo desarrollo de esta actividad. A partir de la creación del CCC, éste será responsable (con las personas que deseen participar) de las actividades que se lleven a cabo desde el primer momento de su funcionamiento. (Ver Anexo 13)

3.10.3. Medios y costos

El presupuesto que se necesitará para la ejecución del proyecto está comprendido en el presupuesto estimado general del CCC, el cual es de 11819,10 USD. El valor estimado para la campaña es de 125 USD que corresponden a papelería e imprenta de los afiches y pequeños accesorios para el teatro popular. Para la capacitación se ha estimado un valor de 100 USD para cada capacitador, en dos meses para los 4 profesionales se han destinado 800 USD. El resto del dinero se usará totalmente en la adecuación del CCC y sus respectivas áreas.

El control de ingresos y egresos será mediante un flujo de caja mensual que permitirá una mejor administración de los fondos. (Ver Anexo 10)

²³⁹ Cfr. Infra., p. 71

Como hemos visto, para cumplir el objetivo general del proyecto: Mejorar la organización de la comunidad Convalecencia en procesos comunicativos comunitarios, se formularon tres estrategias eficaces: Comunicación independiente y de mayor importancia para la organización comunal y el desarrollo, más espacios de socialización en la comunidad y apropiación de las formas de comunicación comunitaria locales. El análisis de estrategias determinó, en su mayoría, aspectos positivos para la ejecución del proyecto por la innovación y sus beneficios. En el marco lógico se establecieron los parámetros para el desarrollo y control de cada una de las actividades que se detallaron de forma clara y concreta para la ejecución de campañas de concienciación, constitución del CCC y capacitaciones comunicacionales para la población. Mediante, el análisis de los cuatro elementos a considerar en un proyecto (económico, social, ambiental e institucional-tecnológico) se determinó que es altamente sostenible y puede tener una proyección a largo plazo. Para finalizar, en la formulación y diseño del proyecto se estableció un periodo de diez meses para tener lista la totalidad de las actividades, se destacó la participación de la comunidad como responsables directos y se fijó el presupuesto aproximado para llevar a cabo el proyecto de creación del CCC para el desarrollo de zonas rurales de la comunidad Convalecencia.

Conclusiones

La historia de la Comunicación Comunitaria y de la Comunicación para el Desarrollo en América Latina se relaciona con las luchas constantes de grupos sociales y con sus ideales por conseguir un futuro mejor. Durante mucho tiempo se aplicaron formas dominantes de comunicación, las cuales motivaron la creación de medios de expresión alternativos, con formas de difusión accesibles y con temáticas de interés social. En algunos países latinoamericanos, estas iniciativas tuvieron acogida y se fortalecieron con el paso del tiempo, pese a la oposición política o de intereses individuales.

En el caso de Ecuador, el crecimiento de la Comunicación Comunitaria ha sido pausado, en un inicio, por la falta de respaldo legislativo y el poco trabajo en esta rama. La perseverancia y la autogestión han permitido que sectores como el indígena y campesino tengan sus propios espacios de comunicación para ayudar a su entorno y que, además, las instituciones los hagan partícipes de los proyectos de desarrollo. Sin embargo, aún existen muchos grupos sociales que carecen de apoyo para crear o sacar adelante sus medios de comunicación.

En el diagnóstico de la situación comunicativa de la comunidad Convalecencia se pudo evidenciar un crecimiento de la Comunicación Comunitaria en el cantón Cayambe, pero no existe una verdadera aplicación de sus principios y fundamentos. Los medios de comunicación comunitaria buscan un acercamiento con los perceptores; sin embargo, su programación demuestra que existen pocos espacios de participación social. Así mismo, la investigación específica en la comunidad da como resultado una desorganización en procesos de comunicación. La Comunicación no es considerada una herramienta importante a la hora de tomar decisiones y aplicar acciones de trabajo comunitario, por lo cual, muchas veces las iniciativas, aparentemente efectivas, llegan a fracasar porque la gente no se identifica con ellas; de igual manera, no le dan importancia a su participación en las manifestaciones locales de comunicación, con lo cual disminuyen su representación social en los medios.

Las estrategias (campañas de concienciación, creación del CCC y capacitaciones), seleccionadas mediante un análisis comunicativo, son una manera eficaz de generar competencias en el público objetivo para su intervención efectiva en los procesos de

gestión del desarrollo. Toda estrategia comunicativa, para que tenga éxito, debe involucrar activamente a la comunidad, utilizar medios y recursos comunicativos accesibles e interesantes para la población y tener una ejecución pedagógica, que propicie un proceso de metacognición. Con esto se puede asegurar que la ejecución del proyecto beneficiará los procesos comunicativos en la comunidad y será una manera de gestionar acciones conjuntas que procuren el bienestar de la población.

Este trabajo académico es un mecanismo para impulsar el desarrollo social a partir de la Comunicación Comunitaria mediante el compromiso de comunicadores, instituciones públicas y privadas, y la ciudadanía. De igual manera, es un instrumento de análisis, principalmente de la realidad de los medios comunitarios ecuatorianos.

En conclusión, la Comunicación Comunitaria y la Comunicación para el Desarrollo han atravesado un largo proceso científico, social y cultural para ser consideradas como herramientas de equidad y cambio. En América Latina y el Ecuador, su presencia está cobrando fuerza como una manifestación viable para acceder al diálogo, la discusión, la tomas de decisiones y la intervención en el desarrollo. Sin embargo, es innegable que estos cambios en los modelos tradicionales de Comunicación apenas empiezan y requieren de la suma de esfuerzos; es por ello que iniciativas, como el proyecto expuesto, son un ejemplo a seguir para consolidar y expandir formas de comunicación incluyentes y participativas en el país y en el resto del mundo.

Recomendaciones

Actualmente, en la Ley de Radiodifusión y Televisión del Ecuador 2002 se establecen los derechos y obligaciones de los medios comunitarios; de igual manera, en la Constitución de la República 2008 se incluye el término comunitario y se garantiza a toda la población los derechos de accesibilidad y participación en la comunicación. Sin embargo, la polémica continúa, puesto que, durante muchos años ha existido una distribución desigual del espectro radioeléctrico y son muy pocas las frecuencias de medios comunitarios que se han concesionado. El gobierno del economista Rafael Correa ha gestionado la concesión de frecuencias a las nacionalidades indígenas; sin embargo, se recomienda a la Función Ejecutiva e instituciones públicas relacionadas incluir en su propuesta las necesidades comunicativas de otros sectores sociales y apoyar la creación y desarrollo de más medios y manifestaciones comunitarias en el país.

Por otro lado, en la Asamblea Nacional se discute la creación de una Ley de Comunicación, que contempla un Consejo de Comunicación para la regulación de los medios. En este ámbito, se recomienda a la función judicial especificar los derechos, obligaciones y garantías de los medios comunitarios, en igualdad de condiciones que los otros medios.

En cuanto al trabajo en el área de comunicación que realizan los gobiernos seccionales, es recomendable que se enfoque en planes de desarrollo comunitario; en los cuales, a más de satisfacer un requerimiento comunicacional, se pueda contribuir al progreso de las zonas, en este caso de las rurales.

Las manifestaciones de comunicación comunitaria que lleva a cabo el Gobierno Provincial de Pichincha deberían abarcar más poblaciones del cantón y tener más difusión entre la gente para incentivar su participación. De igual manera, los medios comunitarios del cantón deberían analizar su programación para determinar si satisface los requerimientos comunitarios y si brinda apertura para la participación. Y en caso de encontrar falencias, mejorarlas para retomar su labor de una verdadera comunicación comunitaria.

También es vital que los periodistas, comunicadores, expertos en estas ramas y encargados de los medios de comunicación transformen la linealidad del modelo tradicional para dar

apertura a formas de comunicación horizontal, con recursos comunicativos sencillos y de fácil acceso para todos los sujetos en el proceso comunicativo.

Es recomendable que los profesionales y expertos que trabajen con medios y manifestaciones de Comunicación Comunitaria la involucren con la Comunicación para el Desarrollo y otras ramas afines para que, conjuntamente, puedan brindar información, generar conocimientos y propiciar el diálogo para motivar el accionar social en busca de un cambio. Además es importante considerar en trabajos y proyectos de comunicación y desarrollo, el aporte de la Educomunicación, la cual favorece los proceso de reflexión, análisis y aprendizaje mutuo, para adquirir un conocimiento pleno de la realidad social que se pretende mejorar.

Con esta investigación se ha brindado varios fundamentos teóricos sobre la Comunicación Comunitaria y la Comunicación para el Desarrollo, se ha descrito las experiencias de iniciativas comunitarias en América Latina y Ecuador; por ello, se recomienda a los docentes y estudiantes de Periodismo y Comunicación aprovechar estos conocimientos para fomentar el estudio en estas ramas y considerarlos en investigaciones futuras, que también puedan servir para la ejecución de proyectos similares.

Finalmente, es importante que la sociedad en general tenga en cuenta que la labor comunicativa que se lleva a cabo mediante la gestión paralela de la Comunicación Comunitaria y para el Desarrollo es una manera efectiva de promover el diálogo participativo, motivar a una liberación educativa y, posteriormente, conseguir una transformación social de beneficio colectivo. Por esto, se recomienda que todos los beneficiarios de procesos de comunicación sean entes partícipes de los procesos y se sientan comprometidos con ellos, porque esto posibilita la ejecución de las estrategias acorde a las necesidades, un seguimiento de las actividades acordadas y el posicionamiento del proyecto como una prioridad de las instituciones involucradas; es decir, se potencian las posibilidades para la sostenibilidad.