

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y
LITERATURA**

ESCUELA DE COMUNICACIÓN

**DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN
PERIODISMO PARA PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN**

**RADIO PARLANTE DEL CANTÓN PUERTO QUITO “LA VOZ
DEL TIGRILLO” COMO UNA ALTERNATIVA PARA
COMUNICARSE CON LA COMUNIDAD MEDIANTE LA TOMA
DE LOS ESPACIOS PÚBLICOS**

ANA GABRIELA JARAMILLO ENCALADA

DIRECTORA: MSC. JIMENA LEIVA

QUITO, 2014

RESUMEN

Esta tesis tiene como objetivo examinar la alternativa propuesta por los radios parlantes, su situación dentro de un contexto social y su vinculación a la vida diaria de los habitantes del cantón Puerto Quito, además de su relevancia tanto como medio de comunicación como parte esencial en la interacción de sus habitantes.

Esta tesis será de gran valor para los interesados en el ámbito de los radios parlantes, dentro del contexto de lo que significa la libre expresión. Además servirá para comprender las inquietudes, gustos y preferencias de los habitantes de Puerto Quito, y la importancia de “La Voz del Tigrillo” como un punto de partida para la emulación de este proyecto en otros sectores del país.

Palabras clave: radio parlante, Puerto Quito, sociedad, la libertad de comunicación, libertad de expresión.

ABSTRACT

This thesis aims to examine the alternative proposed by the speakers radios, their status within a social context and its relationship to daily life of the inhabitants of Puerto Quito Canton, besides its importance both as a means of communication as an essential part in the interaction of its inhabitants.

This thesis will be valuable for those interested in the field of radio speakers, within the context of what free speech means. Also serve to understand the concerns, tastes and preferences of the inhabitants of Puerto Quito, and the importance of "La Voz del Tigrillo" as a starting point for this project emulating in other sectors.

Keywords: Radio speaker, Puerto Quito, society, freedom of communication.

DEDICATORIA

A ese ser que se fue pero dejó una huella imborrable en mí.

A él, que todos los días está en mi mente y en mi corazón.

Al ser que me inspira para cada día ser mejor.

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la vida y ser el pilar fundamental en ella.

A mis padres, por ser mi ejemplo de sacrificio y esfuerzo para conseguir las metas que se proponen.

A mi hermano, por inspirarme para ser cada día mejor.

A Gustavo, por ser mi apoyo incondicional y mis fuerzas cuando las mías flaquean.

A mi Directora, Jimena, por ayudarme y guiarme para poder culminar esta disertación.

Al Gobierno Provincial de Pichincha por su ayuda para realizar esta disertación.

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	II
ABSTRACT	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	IX
ÍNDICE DE TABLAS	X
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
1. MARCO TEÓRICO.....	2
Introducción.....	2
1.1 Radios como medios de expresión	2
1.2 Radio comunitaria.....	3
1.3 Radio parlante.....	6
1.3.1 Los espacios públicos	7
1.3.2 Toma de espacios públicos.....	9
1.4 Los derechos de la comunicación en la Constitución.....	10
1.5 Libertad de expresión.....	12
1.5.1 Principios de la libertad de expresión (CIDH).....	14
1.5.1.1 La Relatoría Especial para la Libertad de Expresión.....	14
1.6 La Ley Orgánica de comunicación.....	14
1.6.1 La “ley mordaza”	15
1.6.2 Hacia una ley de comunicación democrática.....	16
1.6.3 El derecho a la comunicación más allá de la libertad de expresión	17
1.6.3.1 La comunicación como un derecho.....	18
1.7 La comunicación y la radio.....	20
CAPÍTULO II	24
2. LA RADIO COMUNITARIA Y PARLANTE.....	24
2.1 Historia de las radios comunitarias	24
2.1.1. Radios comunitarias en el mundo.....	24
2.1.2. Radios comunitarias en América Latina	25
2.1.3. Radios comunitarias en Ecuador	29

2.2	Funcionamiento de las radios comunitarias.....	33
2.2.1.	Radios comunitarias y desarrollo local	34
2.3	Radios parlantes.....	35
2.3.2	Radio parlante como propuesta de participación comunitaria.....	37
CAPÍTULO III		39
3.	ESTUDIO DE CASO.....	39
3.1	Descripción del cantón Puerto Quito	39
3.2	Historia	39
3.3	Geografía.....	40
3.4	Demografía.....	41
3.5	Contexto social y cultural.....	41
3.6	Contexto económico.....	43
3.7	Contexto comunicacional	43
3.8	Mapeo de actores.....	45
3.8.1	Objetivo	45
3.8.2	Líneas de trabajo	46
3.8.3	Estrategia de comunicación	46
3.8.4	Actividades y proyectos	46
3.9	Descripción de radio parlante “La Voz del Tigrillo” (Puerto Quito).....	50
3.9.1	Historia	51
3.9.2	Objetivos	51
3.9.3	Funcionamiento.....	52
3.10	Diseño de la investigación.....	52
3.11	Método de la investigación.....	52
3.12	Técnicas.....	53
3.13	Muestra	53
3.14	Resultados de las encuestas	54
3.15	Análisis de las encuestas	61
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		65
4.1	Conclusiones.....	65
4.2	Recomendaciones	67
Referencias		68

Anexos.....71

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Género de los encuestados	54
Ilustración 2: Nivel de instrucción de los encuestados.....	544
Ilustración 3: Lugar de origen de los encuestados.....	555
Ilustración 4: Medio de comunicación más utilizado	555
Ilustración 5: Preferencia de temas en medios de comunicación.....	566
Ilustración 6: Utilización de medios nacionales o locales	56
Ilustración 7: Participación en medios de comunicación	577
Ilustración 8: Conocimiento acerca de la radio parlante “La Voz del Tigrillo”	577
Ilustración 9: Conocimiento de temas en “La Voz del Tigrillo”	588
Ilustración 10: Conocimiento de participantes en “La Voz del Tigrillo”	588
Ilustración 11: Interés en “La Voz del Tigrillo”	599
Ilustración 12: Interés en participar en “La Voz del Tigrillo”	599
Ilustración 13: Forma de participar en “La Voz del Tigrillo”	600
Ilustración 14: Frecuencia de transmisión de “La Voz del Tigrillo”	600
Ilustración 15: Libertad de expresión en “La Voz del Tigrillo”	611

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Población del cantón Puerto Quito, 2012.....	411
Tabla 2: Población urbana y rural del cantón Puerto Quito	411
Tabla 3: Matriz de base	477
Tabla 4: Matriz de identificación de actores claves.....	488
Tabla 5: Matriz de actor clave por incidencia	499

INTRODUCCIÓN

El proyecto de investigación "Radio parlante de la parroquia Puerto Quito "La Voz del Tigrillo" como una alternativa para comunicarse con la comunidad mediante la toma de los espacios públicos" da a conocer la trascendencia que tienen las radios parlantes en las zonas donde no hay mayor acceso a los medios masivos de comunicación. Además analiza el impacto que tienen las radios parlantes para que los habitantes puedan ejercer su derecho a la comunicación y por ende a la libertad de expresión

Las radios parlantes, como práctica comunicacional, ayudan a percibir la cultura, identidad y diversidad. Además son instrumentos de educación, conocimiento y entretenimiento que se han convertido en la compañera insustituible de las comunidades donde se instalan. Este tipo de radio es interpretada por los habitantes como un medio dinámico, que no detiene su evolución, con un lenguaje propio y peculiar.

La presente disertación está dividida en tres capítulos. El primero detalla el marco teórico de la investigación y las categorías usadas en ella tales como tradición, costumbres, cultura, cultura comunicacional y hechos culturales. En el segundo capítulo se estudian las características de la radio parlante, particularidades, limitaciones y posibilidades. Además, se señalan los desafíos que tiene la radio parlante para mejorar su desarrollo, destacando su importancia como medio de comunicación social en parroquias y cantones como Puerto Quito, donde no tienen mayor acceso a la tecnología.

El tercer capítulo contiene el estudio específico de la radio parlante "La Voz del Tigrillo" en el cantón Puerto Quito, su crecimiento, e importancia para la población del sector. También aborda temas referentes a la gestión de las radios parlantes como medios de comunicación social y las experiencias culturales y sociales que generan dentro de los habitantes, así como la incidencia de la radio parlante en su vida diaria.

El principal aporte de esta investigación es describir la importancia de la radio parlante como medio de interrelación entre emisor y receptor en el cantón Puerto Quito, y cómo el mensaje generado por este medio comunicación es de gran importancia para la convivencia de los habitantes del sector.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

El proyecto de tesis presentado a continuación tiene como finalidad mostrar la verdadera dimensión y trascendencia de las radios parlantes y en especial de “La Voz del Tigrillo”, para lo cual se toma como base principios y teorías de la comunicación, así como postulados sobre la libertad de expresión, los mismos que permitirán determinar el propósito y necesidad de las radios parlantes

Introducción

La comunicación es un proceso de interacción social a través de símbolos y sistemas de mensajes que se producen como parte de la actividad humana. Esta función inherente a los seres humanos implica la interacción y la puesta en común de mensajes, a través de diversos canales y medios. Su objetivo es influir, de alguna manera, en el comportamiento de los demás y en la organización y desarrollo de los sistemas sociales. Se considera a la comunicación como un proceso de interacción de lenguajes que se encuentra más allá del traspaso de la información. Es más un hecho sociocultural antes que un proceso mecánico.

La comunicación es una de las más activas encrucijadas en el estudio del comportamiento humano, ya que es un proceso social fundamental. Sin la comunicación no existiría la organización social como la conocemos. . Difícilmente se puede teorizar o proyectar una investigación en un campo cualquiera del comportamiento humano, sin hacer un acercamiento a la comunicación humana.

1.1 Radios como medios de expresión

Para Vivanco (2010, p. 106), la radio desde sus inicios ha demostrado ser uno de los medios de comunicación con más influencia en la sociedad. Hay que recordar que antes de la televisión solo existían los medios de comunicación escritos, y la idea de escuchar una noticia o novela resultaba muy atractiva para los nuevos usuarios de la radio. Esta jugó un papel muy importante en el

desarrollo de la imaginación. Tal fue el caso de la adaptación que realizó Orson Wells a la obra *La Guerra de los Mundos* en 1938, y que fue transmitida por la cadena CBS. Los elementos usados hicieron que la obra pareciera tan real que conmocionó al público de Nueva Jersey, que creyeron que en realidad eran víctimas de una invasión extraterrestre, generando auténtico pánico. Esta situación determinó un antecedente que hasta aquel momento no se había dado. De este modo, la radio cobró más fuerza e importancia entre los habitantes a nivel mundial, aunque con el tiempo aparecería un nuevo medio (televisión) que pondría en entredicho el futuro de la radio.

Con el apareamiento de la televisión surgieron otras formas de comunicar, esta vez de un modo audiovisual. Entonces, la radio buscó nuevas formas de adaptarse para competir con este nuevo medio y encontró en la modernización de los elementos de sonido y de publicidad un nuevo espectro para atraer al público que por un tiempo la había dejado a un lado.

Raúl Samper Bonilla (2010, p. 39) en su libro *El Periodista Radiofónico* expone las nuevas técnicas de hacer radio de calidad. En el caso de redactar para la radio, explica lo claro y conciso que debe ser el documento para que no aburra al público. Actualmente, a pesar de que hay una gran variedad de medios de comunicación, la radio se adapta a ellos. Un ejemplo son las radios en Internet, que cada vez han ganado más adeptos, lo que le asegura un futuro creciente dentro del recambio en los medio de comunicación (Yépez, 2011, p. 178)

1.2 Radio comunitaria

Si bien las estaciones de radio, las redes y los grupos de producción que constituyen la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMRC) se refieren a sí mismos por una variedad de nombres, sus prácticas y perfiles son aún más variados. Algunas son musicales, otras militantes y otras musicales. Se localizan tanto en áreas rurales aisladas como en el corazón de las ciudades más grandes del mundo. Sus señales pueden ser sintonizadas en un radio de un kilómetro y en otros lugares del mundo vía onda corta (Vargas, 2010, p. 72)

Algunas estaciones pertenecen a organizaciones sin ánimo de lucro o a cooperativas cuyos miembros constituyen su propia audiencia. Otras pertenecen a estudiantes, universidades, municipalidades, iglesias o sindicatos. Hay estaciones de radio financiadas por donaciones provenientes de su audiencia,

por organismos de desarrollo internacional, por medio de la publicidad y por parte de los gobiernos (Jibaja, 2011, p. 208).

Para Zamorano (2010, p. 156), dentro de la clasificación de los servicios de radiodifusión según su finalidad, las radios comunitarias son

(...) aquellas cuyas estaciones están ubicadas en comunidades campesinas, nativas o indígenas, áreas rurales o de preferente interés social. Su programación está destinada principalmente a fomentar la identidad y costumbres de la comunidad en la que se presta el servicio, fortaleciendo la integración nacional.

Para Mujica (2012, p. 207), la radio comunitaria tiene una definición que se basa en tres elementos:

Representa las voces de la diversidad de la sociedad; es decir, es una radio fruto de la necesidad social de expresarse, es un emprendimiento comunicacional sin fines de lucro, y al ser de emprendimiento social es participativa. Una radio comunitaria está constituida por una programación diversa que representa a la sociedad, que tiene noticias, música, hablan los niños, ancianos, discapacitados, etc.

La radio con enfoque social ha estado muy ligada a las iglesias y organizaciones no gubernamentales (ONG), congregaciones religiosas, entre otras. No nació necesariamente de las organizaciones sociales.

La definición de radio comunitaria no es tan amplia como es la diversidad de las comunidades, dado que sus bases conceptuales son muy limitadas. La Organización Internacional de Radio y Televisión (OIRT, 2012, p. 255), dice que “una radio comunitaria es una radio que representa las comunidades campesinas, nativas, de preferente interés social”. Es evidente que la OIRT ha limitado a la radio comunitaria a lo rural, cuando en la práctica pueden expandirse hacia áreas urbanas.

Para Vera (2012, p. 137), una radio comunitaria es una estación de transmisión que ha sido creada con intenciones de favorecer a una comunidad o núcleo poblacional, cuyos interés es el desarrollo de su comunidad. Dichas estaciones no tienen ánimo de lucro, aunque algunas se valen de patrocinios de pequeños comercios para su mantenimiento. Varias estaciones de radio comunitarias, además de hacer transmisión radial vía antena, también lo hacen

vía Internet. Junto al resto de medios comunitarios, forman parte del llamado tercer sector de la comunicación (siendo el primer sector los medios públicos, y el segundo los medios privados comerciales).

Prado (2009, p. 207) en su obra *“Rompiendo cadenas comunicacionales”* dice:

“Los medios de comunicación juegan un papel central en esta construcción social. Nos muestran lo que unos pocos quieren mostrar. Son reducidas ventanas que nos permiten ver un escenario que dista mucho de ser la realidad del mundo.

Por eso, nuestros medios son una herramienta fundamental para construir un mundo con justicia. Al decir “mundo”, decimos nuestro mundo individual, familiar, barrial, regional, nacional, continental, global. Nuestros medios son ventanales amplios para mirar hacia afuera, pero también espejos donde mirarnos y reconocernos.

Entre esos, “nuestros medios”, está la radio. Sigue siendo un medio privilegiado en América Latina por sus posibilidades de llegada masiva pero también de expresión sin demasiadas mediaciones técnicas o exigencias económicas. Proliferan en el continente “nuevas” radios especialmente en Frecuencia Modulada. Es fácil hablar “en la radio”, visitando una emisora, hablando por teléfono o mediante un móvil.

Se ha discutido mucho sobre las características de las radios comunitarias y su proyección. En Latinoamérica, éstas nacieron en la década de los 50 como herramienta para la educación y se convirtieron más adelante en instrumentos de concienciación, organización y movilización. Hoy acompañan la vida cotidiana de las comunidades (Barnet, 2010, p. 136).

Para Franz (2012, p. 306), las radios comunitarias están insertas en los procesos culturales, sociales y políticos de la región. Son, a la vez, artífices y consecuencia de estos procesos, de la misma manera que los actores comprometidos en las radios participaron y participan de ellos.

Franz (2012, p. 59), en su obra *Comunicación, rayando a los medios tradicionales* menciona:

Si los problemas de los partidos políticos se han acentuado, gracias a su propia ausencia de representatividad y, sobre todo, a su

disminuida capacidad de interpretación real de los problemas de los sectores sociales que participaban de ellos, no es menos cierto que también han ido surgiendo en el continente movimientos sociales y grupos de presión, con otras tendencias en el entendimiento y la práctica de la política. Movimientos que no se proponen el objetivo explícito de la toma del poder en que se había formado una buena parte de los militantes en décadas anteriores, sino más bien grupos que se concentran alrededor de micro luchas y de relaciones mucho más horizontales y menos rígidas, campañas que buscan movilizaciones sociales donde quepan más personas y se pongan en movimientos otras solidaridades.

Las radios comunitarias adquieren un perfil más claro, más definido, como resultado de su propia trayectoria y desarrollo, pero también a partir de una nueva ubicación de los medios como referentes en la sociedad. No porque los medios tengan poder propio, sino porque se convierten en el espacio de articulación de lo social, político y cultural.

Para Franco (2012, p. 166), en la gestación del fenómeno de las radios comunitarias inciden una serie de factores que podrían resumirse en cuatro puntos:

- a) El abaratamiento de los costos tecnológicos y el acceso a nuevas formas de transmisión.
- b) La crisis de los sectores de delegación y representación política clásica, como pueden ser los partidos y los sindicatos.
- c) Una nueva conciencia sobre los medios como espacios de articulación de lo público.
- d) La creciente necesidad de expresión de las mayorías y minorías sin acceso a medios de comunicación. Reivindicación del derecho a la comunicación, de libre expresión de ideas, de difusión de información.

1.3 Radio parlante

La radio parlante es una opción frente a los medios privados, impresos y electrónicos. En otras palabras, es un proyecto que se opone al predominio sin contrapeso de la modalidad de comunicación transnacional. Sin embargo, esta

característica de oposición a los medios tradicionales no la define totalmente. Aún hay una tarea pendiente en ese sentido.

Lo que se está planteando cuando se habla de la radio parlante es un gran debate sobre la democratización de las comunicaciones y el papel de las mismas en la democratización de las sociedades. Cuando se hace referencia a la radio parlante se habla de una plataforma global que implica numerosos y variados cambios en la transmisión y la producción de mensajes.

La expresión de las minorías en la radio parlante no debería interesar solamente a los individuos implicados en ese tipo de prácticas, sino a todos aquellos que, individual o colectivamente, contemplan de manera diferente la naturaleza y la defensa de los derechos democráticos, como el de producir información para la difusión.

El uso del término "medio de comunicación alternativo" impone límites al reducir su alcance al de una reflexión acerca de las posibilidades de transformación de los medios de comunicación a partir de un cuestionamiento sobre el cambio social. La radio parlante se define en la práctica y en la coyuntura, por lo que debe examinarse el momento y el modo en que una comunicación se dirige a afectar o distorsionar.

Para Salazar (2011, p. 58), la radio parlante se toma la calle y le entrega el micrófono a la gente, en un verdadero ejercicio de libertad de expresión y comunicación popular para hacer escuchar la voz de la comunidad. Algunas radios parlantes cuentan con la participación de músicos, teatreros y más artistas, quienes se unen a este gran proyecto de democratización de la comunicación y radicalización del proceso de transformación del país.

1.3.1 Los espacios públicos

En una revisión histórica del concepto de espacio público se reconoce a Aristóteles como el responsable de iniciar el reconocimiento de este como espacio vital donde la sociedad se reunía para compartir sus opiniones, evaluar propuestas y elegir la mejor decisión. Se vislumbró así un espacio público político (Padua, 2009, p. 53). El concepto ha evolucionado. Para Joseph, (1988, p. 121), son aquellos espacios donde se desarrolla una faceta de lo social que hace posible observarnos a nosotros mismos como sociedad y cultura.

En la actualidad, el espacio público tiene un carácter polifacético que incluye desde los andenes, donde la socialización es aparentemente simple, hasta los escenarios que concuerdan con lo que Marc Augé (1994, p. 196), define como "lugares".

(...) lugar de la identidad (en el sentido de que cierto número de individuos pueden reconocerse en él y definirse en virtud de él), de relación (en el sentido de que cierto número de individuos, siempre los mismos, pueden entender en él la relación que los une a los otros) y de historia (en el sentido de que los ocupantes del lugar pueden encontrar en él los diversos trazos de antiguos edificios y establecimientos, el signo de una filiación).

La etnología y la geografía han mostrado ya muchas veces la estrecha relación existente entre la organización social de los grupos humanos y la manera cómo estos conciben y construyen su hábitat.

La organización del espacio habitado, no es solo una comodidad técnica, sino que como el lenguaje, es la expresión simbólica de un comportamiento globalmente humano. (Gourhan, 2009, p. 205).

Los diferentes paisajes, inclusive los urbanos, son el resultado de la práctica ancestral de usos específicos ejercidos sobre un territorio determinado. Corresponden a una organización espacial relacionada con un conjunto de costumbres sociales, mentales y técnicas, que con el devenir del tiempo han producido formas características en las cuales se puede reconocer la huella o envolvente cultural del grupo.

El paisaje es el producto de la cultura del grupo que lo moldea y lo habita. Puede entenderse también como la percepción plurisensorial del entorno, con relación a referentes simbólicos y estéticos, culturales e individuales y, por lo tanto, subjetivos, que requieren para su existencia de un sujeto que los perciba. (Rodríguez, 2010, p. 234).

El paisaje urbano se origina como consecuencia de la relación de la persona con su cultura en un ambiente natural dado y es percibido como la manifestación de valores comunes a un grupo humano dentro de una concepción temporal y espacial que involucra forma y función. Dado que el paisaje es la parte visible de un sistema territorial funcional, vivo y en evolución permanente, se le puede considerar cultural por ser el producto del genio

humano o, como ya se dijo, de la cultura de un grupo. Todo individuo es afectado por el espacio que lo envuelve, lo que permite deducir que el paisaje tiene en sí un valor subjetivo que influye en la calidad de vida y que, adicionalmente, presenta un creciente valor objetivo de tipo económico-productivo.

El paisaje urbano alude al paisaje de las ciudades y dentro de estas a los espacios abiertos y los elementos que los conforman. Los espacios abiertos corresponden a los lugares donde la gente se congrega a caminar, pasear, comprar, montar en bicicleta o conducir. Son los espacios de encuentro y participación de la vida. Por supuesto, son también áreas donde la naturaleza impone su dominio dentro de la ciudad: ríos, montañas, fuertes laderas, entre otros.

El espacio urbano, en la planificación concebida con los principios funcionalistas, se manifiesta como la expresión de la polaridad de los espacios internos y externos que obedecen a leyes semejantes, no solo en su función sino también en su estructura. En este modelo de planificación, la vivienda, la industria, las zonas comerciales, los espacios verdes se separan físicamente y se conectan mediante una extensa red de calles.

El término espacio público se ha convertido hoy en una expresión común. Técnicos, legisladores, gobernantes, comerciantes, comunicadores y el ciudadano identifican así el espacio al cual se puede acceder sin restricción alguna y donde es posible la expresión de sus derechos y de sus obligaciones en el escenario de sus diarias vivencias. El planificador, en muchos casos, se limita a considerarlo como el espacio definido en una serie de leyes, decretos, resoluciones y acuerdos.

Lejos de enriquecer el tema parecen minimizarlo de una forma tal que olvidan no solo el valor cultural del concepto, sino las funciones que hacen de él un elemento integrador del ser humano como ser vivo y ser social.

1.3.2 Toma de espacios públicos

Los espacios públicos como calles, plazas, jardines, equipamientos cívicos, centros culturales y deportivos son lugares de paso y encuentro entre personas conocidas y desconocidas, de relación entre vecinos y vecinas de todas las edades y condición social. Son, por lo tanto, espacios de convivencia (Mora,

2012).El mantenimiento de estos espacios corresponde al ayuntamiento, pero es responsabilidad de todos los ciudadanos y ciudadanas conservarlos.

Para Monge (2011), la toma de los espacios públicos es un accionar alternativo de los medios de comunicación de la comunidad que no posee un entorno físico donde realizar sus actividades. Pero más allá de la toma de los espacios públicos por la carencia de un entorno físico se debe a que dentro de ellos la comunicación e integración con las personas del sector es más dinámica y directa, generando una relación entre la radio parlante y las personas con mayor representatividad.

1.4 Los derechos de la comunicación en la Constitución

Con la Ley de Comunicación se alcanzó una distribución equitativa de las frecuencias de modo que un tercio de ellas sea para los medios comunitarios, otro para los medios públicos y otro para los medios privados.

Los derechos de la comunicación establecidos principalmente en los artículos 16 al 20 de la Constitución de 2008, y desarrollados ahora en la Ley Orgánica de Comunicación, son el resultado de un largo proceso social globalizado que se inició a finales de los años sesenta por parte del Movimiento de los Países No Alineados, los cuales plantearon que tanto el ordenamiento económico internacional cuanto el ordenamiento mundial de la comunicación y la información operantes eran inaceptables y debían cambiar para fomentar la equidad y el respeto a los derechos humanos de todos y todas (Hill, 2011).

Desde esa perspectiva, la Constitución establece derechos de igualdad en relación a la comunicación en sus artículos 16 y 17, y los formula no solo como la mera igualación formal de los ciudadanos ante la ley, sino como el deber del Estado de generar las condiciones materiales, sociales y políticas que garanticen a todos los ciudadanos un mínimo común de oportunidades para aprovechar individual y colectivamente los beneficios de la comunicación, sus recursos y tecnologías.

En esa dirección se establece el derecho a la comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos (art. 16.1 y 16.4), partiendo del reconocimiento de que la sociedad ecuatoriana es diversa, pluricultural y multiétnica. Sin embargo, los

flujos de comunicación mediáticos e institucionales no reflejan esta estructura sociocultural.

Otro de los derechos establecidos para todas las personas es el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación (art. 16.2), lo cual parte del reconocimiento generalizado que existe respecto a que estas tecnologías son, en el marco de la denominada sociedad de la información, condición indispensable para el ejercicio de derechos fundamentales así como para acceder y ampliar las oportunidades de los individuos y las colectividades en términos de desarrollo humano y prosperidad material.

El derecho al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias (art. 16.3) y el deber del Estado de fomentar la pluralidad y diversidad en la comunicación y sus medios (art. 17.1 y 17.2) así como la prohibición de concentración monopólica u oligopólica de la propiedad de medios de comunicación (17.3), configuran una de las cuestiones más relevantes en la redefinición de la estructura de propiedad y acceso a los medios para la democratización de la comunicación.

En efecto, los sectores sociales ven en estas normas constitucionales un claro mandato de desconcentrar, diversificar y pluralizar tanto las frecuencias de radio y televisión como los medios de comunicación que operan con tales frecuencias. En ese sentido y siguiendo los ejemplos de lo sucedido en Argentina, Bolivia y Uruguay se alcanza con la Ley de Comunicación una distribución equitativa de las frecuencias.

La Constitución de 2008 reconoce y protege los derechos de libertad tradicionalmente relacionados con la comunicación, por ejemplo, las libertades de pensamiento, expresión y opinión (art. 66.6), la prohibición de censura previa y el deber de asumir la responsabilidad ulterior por la difusión de información que pueda lesionar los derechos de otra persona o afectar el orden constitucional (art. 18.1) y acceder libremente a información pública (art. 18.2).

Sin embargo, las innovaciones que generan los derechos de igualdad han brindado un nuevo significado y desarrollo de los derechos de libertad relativos a la comunicación. Este desarrollo normativo ha sido canalizado a través de la Ley Orgánica de Comunicación, con una filosofía sencilla y potente: al Estado le corresponde generar las condiciones materiales para que la libertad

de la comunicación sea ejercida por todos y todas de forma responsable y con respeto a la ley, a los ciudadanos les corresponde ejercer y exigir tales derechos.

1.5 Libertad de expresión

La historia de la libertad de expresión en el Ecuador tiene sus orígenes en los oscuros días de la Colonia y en la historia del periodismo. En esa época, Eugenio Espejo sabía que la escritura y la difusión del pensamiento por medio de hojas de papel constituían una herramienta para perseguir, alcanzar y consolidar las libertades fundamentales de los ciudadanos.

Ya en la época republicana fue Juan Montalvo, otro de los grandes pensadores ecuatorianos, quien asumió la tarea de utilizar la difusión de su pensamiento como mecanismo de vigilancia, en un primer momento, y luego de confrontación al poder. Entonces, no es nueva la tensión entre los poderes constituidos y el ejercicio de la libertad de expresión por medio del periodismo (Cáceres, 2011, p. 172)

Desde el retorno a la democracia, en 1979, casi todos los presidentes han protagonizado polémicas, algunas infantiles, otras ciertamente autoritarias, con la finalidad de coartar el derecho a la libertad de expresión en el Ecuador. León Febres Cordero, furioso por la línea editorial de Diario Hoy, llegó incluso a acusar a sus directivos de pertenecer a la agrupación subversiva Alfaro Vive Carajo.

Además emprendió todo tipo de ataques en contra de Radio Democracia. Su contrincante político e ideológico, Dr. Rodrigo Borja Cevallos, tampoco está exento de cuestionamientos, pues durante su gobierno fue cerrada Radio Sucre y el presidente Borja llegó proclamar la necesidad de sobresaltar el respeto al honor del presidente de la República. (Cáceres, 2011, p. 45).

Cabe, sin embargo, profundizar en el tema de la libertad de expresión como algo que va más allá de la referencia histórica. Lo que convoca en la actualidad, a todas luces, es el derecho a la libertad de expresión, sus alcances y los peligros que corre (Culqui, 2011, p. 134). La Constitución de la República, aprobada en Montecristi, reconoce y garantiza, en su artículo 66, numeral 6, “el derecho a opinar y expresar su pensamiento libremente y en todas sus formas y manifestaciones...”

Del mismo modo, el artículo 384, sobre la comunicación social, asegura que:

El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos.

Esto conlleva a un tema muy interesante dentro de esta discusión que es el artículo 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos. Su cumplimiento constituye obligación internacional para el Estado, a pesar de que precisamente el tema de la libertad de expresión ha resultado en profundos cuestionamientos al Sistema Interamericano de Derechos Humanos por parte de gobiernos latinoamericanos, cuya conducta ha sido abusiva con respecto al derecho de la libertad de expresión.

Según el artículo 13 de la Convención, los elementos que configuran el derecho a la libertad de expresión son:

La libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

No solo la carta política garantiza jurídicamente el derecho a la libertad de expresión y pensamiento, sino instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador. Se ha citado ejemplos de libertad de pensamiento en la historia, así como ejemplos de gobiernos a los que la libertad de expresión incomoda, pero vale la pena analizar la situación actual de la libertad de expresión en el país con el fin de corroborar o negar la posible e inédita existencia de una política de Estado que pretenda sistemáticamente limitar el ejercicio de la libertad de expresión en el Ecuador.

En el marco de la última Asamblea General de la Organización de Estados Americanos en Bolivia, a la cual asistió el presidente Rafael Correa con el único fin de proponer la reforma del Sistema Interamericano de Derechos Humanos, el primer mandatario en una de sus intervenciones afirmó que cuando los países del continente en los cuales existe la pena de muerte la deroguen, los estados que mantienen los delitos de injurias en su legislación penal podrían eliminarlos. Sin embargo, al parecer el discurso oficial no responde, de ningún modo, a la falta de conocimiento del principio de proporcionalidad en materia penal, sino de una política de debilitamiento a los medios de comunicación.

1.5.1 Principios de la libertad de expresión (CIDH)

1.5.1.1 La Relatoría Especial para la Libertad de Expresión

Bajo la premisa que la libertad de expresión es un derecho fundamental e inalienable de los seres humanos, la CIDH creó La Relatoría Especial para la Libertad de Expresión en octubre de 1997. Este organismo fue desarrollado con el único fin de promover la conciencia por el total respeto a la libertad de expresión y opinión en el continente americano. La Relatoría está conceptualizada como una oficina de carácter permanente, con estructura operativa propia y también opera bajo el marco jurídico de la CIDH. (OAS, 2011)

Desde su creación, la Relatoría ha enfrentado numerosos problemas y varios desafíos generados por los continuos desacuerdos con los gobiernos de distintas tendencias políticas, los cuales han coincidido en desconocer el derecho a la libertad de pensamiento y de expresión.

Entre sus principales funciones se encuentra el litigio estratégico dentro del sistema interamericano, ya que está encargada de asesorar a la CIDH en la evaluación de casos individuales y además prepara los informes respectivos. Emite recomendaciones para la implantación de medidas cautelares beneficio de garantizar la libertad de expresión de posibles sujetos de persecución; también se encarga de realizar visitas de campo a los países de la región y participa en sus audiencias públicas; por otro lado, promociona los estándares internacionales y elabora informe sobre el estado de la libertad de expresión en el continente.

Desde el 2008 hasta la actualidad, la colombiana Catalina Botero, es la Relatora Especial para la Libertad de Expresión.

1.6 La Ley Orgánica de comunicación

La nueva Ley de Comunicación establece varios artículos con influencia directa sobre los medios de comunicación comunitarios:

Art. 85.- Definición.- Los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u

organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades.

Los medios de comunicación comunitarios no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social.

Art. 86.- Acción afirmativa.- El Estado implementará las políticas públicas que sean necesarias para la creación y el fortalecimiento de los medios de comunicación comunitarios como un mecanismo para promover la pluralidad, diversidad, interculturalidad y plurinacionalidad; tales como: crédito preferente para la conformación de medios comunitarios y la compra de equipos; exenciones de gestión comunicativa, administrativa y técnica de los medios comunitarios.

La formulación de estas medidas de acción afirmativa en políticas públicas son responsabilidad del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación y su implementación estará a cargo de las entidades públicas que tengan competencias específicas en cada caso concreto.

El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación elaborará un informe anual acerca de las medidas de política pública adoptadas por el Estado, destinadas a la conformación o consolidación de los medios comunitarios; informe que será obligatoriamente publicado en su página web.

Art. 87.- Financiamiento.- Los fondos para el funcionamiento de los medios comunitarios provendrán de la venta de servicios y productos comunicacionales, venta de publicidad, donaciones, fondos de cooperación nacional e internacional, patrocinios y cualquier otra forma lícita de obtener ingresos.

Las utilidades que obtengan los medios de comunicación comunitarios en su gestión se reinvertirán con prioridad en el mejoramiento del propio medio, y posteriormente en los proyectos sociales de las comunidades y organizaciones a las que pertenecen.

1.6.1 La “ley mordaza”

Los diversos medios de comunicación privados han calificado a la Ley de Comunicación como la “ley mordaza”. En opinión de este sector, la voluntad del gobierno es controlar los medios de comunicación y evitar cualquier tipo de

fiscalización. La consideran un atentado contra la libertad de expresión y la democracia. Esta posición de los medios privados ha sido considerada por algunos expertos como un disfraz para esconder sus verdaderos intereses: el de mantener el orden actual y continuar con el manejo monopólico de las frecuencias.

Para defender sus intereses envuelven su postura con el barniz del discurso democratizador de defensa de la libertad de expresión, cuando en realidad defienden la libertad de empresa. Carlos Boller (2010, p. 126), investigador de la comunicación, en el texto *Los grandes medios como oposición encubierta* hace referencia a este comportamiento con la siguiente expresión:

Nada mejor para disponer de un poder, que disimularlo. Los dueños de los medios, sus gerentes y periodistas mayoritariamente dispuestos, fingen desentendimiento sobre el peso que tiene en las tomas de partido de la población. Su auto victimización como buscadores de la verdad, apóstoles de la información héroes de la objetividad para bien de la sociedad. Se dicen perseguido por los gobiernos y ocultan sistemáticamente su rol de actores políticos y productores de significación, planteando una supuesta transparencia informacional que es teóricamente insostenible, pero de parte de la sociedad, mayoritariamente admitida.

1.6.2 Hacia una ley de comunicación democrática.

Para Guerrón (2013, p. 34), el establecimiento de una Ley de Comunicación permite promover nuevas reglas de juego que regulen el accionar de los medios de comunicación en beneficio de todos y todas. Se trata de establecer políticas públicas que no deben ser entendidas como intervencionismo o censura, sino como ese conjunto de reglas, simples o complejas, que organizan la vida pública, a partir de mecanismos que relacionan a los individuos y las instituciones. Se trata tan solo, como dice el constitucionalista colombiano Jean Portero (2013, p. 197), de establecer un adecuado equilibrio normativo para evitar que se cometan excesos. En consecuencia, es necesario regular porque los medios de comunicación son instituciones que responden a intereses económicos y políticos. No son neutrales.

Para Jácome (2010, p. 23), la comunicación no puede ser un acto privativo y de manejo de unos pocos. Se debe aprender a hacer comunicación

desde un enfoque de derechos humanos y no como un negocio sujeto al libre mercado. Esto significa garantizar la diversidad de voces, la pluralidad informativa, el acceso a la información y a los medios para producir información, la permanencia de proyectos comunicacionales vinculados a la sociedad civil, las políticas públicas de apoyo a los medios, además de una legislación adecuada que impida la conformación de monopolios mediáticos que obstruyan la democracia comunicacional.

Estas garantías deben ser preocupación de cada país, como el Ecuador, en la búsqueda del cumplimiento de un derecho fundamental e inalienable: el derecho a la comunicación.

1.6.3 El derecho a la comunicación más allá de la libertad de expresión

En el marco del Encuentro Continental de los Pueblos del Abya Yala por el Agua y la Pachamama (2011, p. 16) se desarrolló la mesa de comunicación, medios y cultura, donde el debate se centró en lo que implica la democratización de la comunicación y cómo las leyes en este contexto impulsarían estos procesos. Entre las principales conclusiones, recomendaciones y propuestas que se presentaron en el encuentro se puede mencionar (2011, p. 24):

- Considerar a la comunicación como un derecho de los pueblos a comunicarse e informarse y que busca superar las taras coloniales tanto del Estado como de la sociedad, así como buscar traspasar el sentido de la comunicación como mercancía. La Constitución del Estado Plurinacional del Ecuador garantiza la participación de las nacionalidades y pueblos con sus propias estructuras organizativas e institucionales para ejercer este derecho humano a la comunicación, desde una visión plurinacional.
- Es necesario generar procesos que construyan sentidos de comunicación comunitaria, que genere y aporte herramientas en las diversas comunidades. Es decir, generar procesos de formación política en comunicación para la verdadera consecución de este derecho.
- La construcción de comunicación alternativa no solo implica la lucha por la democratización de la comunicación, la redistribución de frecuencias, sino tener claro qué y para qué se quiere comunicar.

- Demandar de las organizaciones el reconocimiento a la comunicación como un eje transversal en el fortalecimiento de las organizaciones y el posicionamiento de las luchas que se vienen dando por defensa de la vida.
- Llamar a las organizaciones sociales a que se incorporen en el debate y propuesta de comunicación, no desde una visión de la comunicación desde la comercialización, sino como instrumento de incidencia política en la sociedad.
- Hacer el llamado a los colectivos y organizaciones sociales a involucrarse en el tema de comunicación y defender la vida desde las propias voces.

1.6.3.1 La comunicación como un derecho

“Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”. (Declaración Derechos Humanos, Art. 19)

La comunicación es un proceso social fundamental y es la base para cualquier interacción social. La comunicación es un derecho clave para el desarrollo de todo ser humano, muchas veces olvidado pero que se encuentra presente en cada una de nuestras actividades diarias.

El Estado está en la obligación de garantizar este derecho mediante leyes y normas que permitan el correcto desempeño del ejercicio comunicativo; además de proveer los espacios necesarios para este fin.

Si bien es cierto que muchas veces no se presentan los espacios tradicionales (medios de comunicación tradicionales) con la total apertura para que los ciudadanos ejerzan este derecho, hoy en día existen otros medios para alcanzar el objetivo de la comunicación efectiva. En lugares más apartados se pueden presentar alternativas como por ejemplo las radios parlantes, las mismas que sirven como un medio para ejercer con total libertad el derecho a la comunicación e información.

Cabe recalcar que todo derecho conlleva una gran responsabilidad y es por eso que cualquier persona que emita un criterio u opinión deberá fundamentar la misma y sobre todo tener plena conciencia que lo que está

informando no tiene o no tendrá repercusiones negativas sobre una persona o grupo en específico.

Libertad de expresión: Que se garantice el derecho de toda persona a la libertad de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir, producir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras y por cualquier forma y medio, sin censura previa y con responsabilidad ulterior.

Información verificada y plural: Que se garantice el derecho de toda persona a recibir, a través de los medios de comunicación, una información verificada y plural. Las veedurías ciudadanas y los controles administrativos y judiciales sustentados en el debido proceso contribuirán el ejercicio de este derecho.

Derecho a la rectificación: Que se garantice a todas las personas en forma individual o colectiva que hayan sido afectadas por informaciones inexactas o agraviantes a través de medios de comunicación, el derecho a efectuar por el mismo medio su rectificación. Para la efectiva protección de la honra y reputación de las personas, todo medio de comunicación tendrá una persona responsable y no protegida por inmunidades ni disponga de fuero especial.

Desconcentración de frecuencias: Que se impida la concentración de frecuencias, autorizando no más de una frecuencia matriz de radio en AM, una en FM, una en OC y una de televisión abierta o por suscripción por concesionario, sea persona natural o jurídica. Las concesiones para repetidoras se realizarán una vez atendidas las solicitudes locales para la concesión de frecuencias matrices.

Los grupos financieros no podrán ser concesionarios: Los extranjeros residentes en el Ecuador podrán tener hasta el 25% del capital accionario de un solo medio de comunicación. Ninguna persona residente o domiciliada en el exterior puede tener acciones en un medio de comunicación. Las frecuencias son intransferibles y su uso no puede ser alquilado.

Producción plurinacional y local: Que se promueva la diversidad cultural y de identidades en los contenidos de los medios de comunicación, garantizando, al menos, un 50% de producción propia en radio y televisión

abierta, que incluya informativos. Deben preverse espacios para la producción nacional independiente, tomando en cuenta los diferentes idiomas del Ecuador.

Acceso universal a las Tecnologías de Información y Comunicación

(TIC): Que se garantice el acceso universal y de bajo costo a las tecnologías de información y comunicación, con conectividad de banda ancha, entre otras formas mediante la instalación de puntos de acceso público.

Las empresas concesionarias asumirán los costos de instalación en proporción al número total de sus abonados. Las tarifas de este servicio serán establecidas por el Estado con criterio de servicio

Defensoría del público: El control jurídico, técnico y administrativo del sector de comunicaciones lo ejercerá una entidad estatal colegiada con alta participación ciudadana. La protección de los derechos de las personas relacionados con la comunicación la realizará la Defensoría del Público, la cual tendrá a su cargo además una clasificación y calificación de los contenidos de los medios.

Distribución equitativa de la publicidad estatal: Que la producción estatal de contenidos publicitarios y el pautaaje de los mismos se transparente en el Sistema Nacional de Contratación y Compras Públicas y se reparta equitativamente entre los medios públicos, privados y comunitarios en todo el territorio nacional. (Constitución, art. 204).

Toda publicidad deberá diferenciarse del contenido de la programación. Se prohíbe la publicidad dirigida a niñas, niños y adolescentes.

Reversión de frecuencias: Toda frecuencia que haya sido declarada por un juez como ilegalmente obtenida será devuelta inmediatamente a la administración del Estado para su reasignación, previo el pago de las debidas indemnizaciones, salvo el caso de que la devolución sea voluntaria y no ordenada judicialmente. (CIESPAL, 2012)

1.7 La comunicación y la radio

Para Mata (2010, p. 3), la comunicación es la visión predominante, sin duda alguna, y desde hace mucho tiempo el aspecto más influyente. Desde los primeros estudios norteamericanos de las décadas del 30 y 40, pasando por los estudios sociológicos europeos y por buena cantidad de los realizados en

América Latina, la comunicación es pensada como un canal de naturaleza masiva para la transmisión (difusión) de contenidos en los que se persiguen ciertos objetivos y que pueden o no conseguirse. Esta propuesta se corresponde con una concepción de sesgo informacional cuyas fuentes teóricas son bien conocidas por todos.

A continuación algunos modelos de comunicación propuestos:

a) El modelo canónico del proceso comunicacional inspirado en el propuesto por Shannon y Weaver (década del 40) desde la teoría matemática de la información:

Emisor - - - Mensaje - - - Receptor

(Canal)

Respuesta

(Feedback)

b) Los modelos psicológicos y sociológicos de la acción de corte conductista.

Estímulo - - - Respuesta (efectos)

c) Los modelos lingüísticos y semióticos positivistas (Jakobson fundamentalmente) que postulan la capacidad comunicativa de la lengua y los códigos en general a partir de su condición de instrumentos a través de los cuales los sujetos realizan operaciones de codificación y decodificación sin más restricciones que las que se derivan del correcto o adecuado manejo de tales herramientas.

Concebida a partir de esos tratados teóricos, la comunicación se vincula con la radio de la siguiente forma:

- Un canal tecnológico que requiere y admite el uso de unos determinados códigos y no admite otros.
- Un conjunto de mensajes (contenidos organizados según géneros y formatos específicos) elaborados por unos ciertos emisores con la intención de producir determinados efectos en los oyentes.

- Una institución social (económica/cultural) sujeta a leyes, regulaciones, normas y a cambios históricos dados básicamente por transformaciones en sus aspectos sociológicos, jurídicos (quienes la manejan o controlan) y en sus mensajes.

La misma concepción aparece en propuestas radiofónicas comerciales, difusionistas y educativas. Sea que se persiga el éxito económico o el cambio de actitudes, la radio es canal a través del cual unos estímulos (mensajes que buscan provocar un determinado efecto) impactarán o no en la audiencia; es decir que lograrán o no su cometido.

Idéntica concepción anima ciertas visiones críticas a unas prácticas o modos de hacer radio, y a unos modos de estudiarla. Lo que en América Latina se llamó teoría crítica de la comunicación, encontró en los medios (y por ende en la radio) poderosos instrumentos de dominación. En este caso, los medios son canales que se utilizan para difundir e imponer ideas, para modelar conciencias, para garantizar desde el plano ideológico la reproducción de un orden económico-social injusto (Mata 2010, p. 6).

En ambos casos lo que se mantiene es la idea de un contenido que se trasmite. En estas percepciones lo que cuenta son los productos radiofónicos (programas/programaciones) y los productores (en el primer caso su eficaz funcionamiento; en el segundo, su identificación con el poder). Los receptores cuentan en términos de gustos y efectos; gustos porque hay que considerarlos para ganar audiencia; efectos, porque es lo que se desea lograr o lo que debe develarse.

Sin embargo, hay que señalar que como objeto de estudio la radio no recibió la misma atención desde el campo comercial, difusionista y desde el campo crítico. En los dos primeros casos, la radio fue un medio privilegiado desde su creación y hasta la década del 60, cuando ocurrió el auge de la televisión. En cuanto a las estrategias difusionistas, la radio fue el centro de las preocupaciones de investigadores y planificadores.

Hay razones coyunturales para explicar esta falta de atención y la más importante es sin duda la aparición y auge de la TV. La radio se convirtió en el medio menos notable para develar los modos de operación del poder. Por un lado, por ser el medio tecnológicamente menos costoso, el estudio de los capitales invertidos en su gestión y de las relaciones de las empresas de radio

con las agencias publicitarias o las grandes empresas transnacionales electrónicas, no era sustancial. Por otro, si lo que importaba era develar en los mensajes mecanismos más sofisticados de enajenación y desinformación de las masas, la radio no podía competir con la televisión y la prensa

En este punto del análisis se debe aclarar que si bien las teorías funcionalistas tuvieron su importancia y apogeo, hoy en día no tiene cabida una comunicación unidireccional como se propone en estas teorías. A la par de los desarrollos tecnológicos en los medios de comunicación también se han abierto nuevas posibilidades de comunicación lo que conlleva a una mayor interacción entre el emisor y el receptor.

Al observar estas realidades, la teoría crítica, presentada por Mata, cobra mayor importancia y por tanto es más aplicable a nuestra realidad y al caso de estudio de esta tesis en específico; en el mundo actual tanto el emisor como el receptor han cobrado protagonismo, sus ideas poseen la misma relevancia para el desarrollo y discusión de un tema, lo que deriva en una retroalimentación en el proceso comunicativo, generando así una comunicación completa y bidireccional.

Por lo que actualmente los medios de comunicación y la radio en específico, han cobrado un nuevo sentido que puede verse reflejado en los siguientes puntos:

- Una comunicación más eficaz en donde emisor y receptor comparten inquietudes y respuestas lo que genera un mayor enriquecimiento cultural
- Para los sectores populares y culturalmente fragmentados, se genera la posibilidad de cobrar protagonismo lo que los ayuda a constituirse en actores sociales y políticos.
- Se logra mantener en vigencia el proyecto de radios populares como un espacio para la interacción y el intercambio de ideas, además de la participación activa de la comunidad.

CAPÍTULO II

2. LA RADIO COMUNITARIA Y PARLANTE

La radio es un medio de comunicación masivo que permite la relación entre los encargados de la transmisión (emisor) y la sociedad (receptor), de manera que se puede lograr una interacción en el discurso, los contenidos y, sobre todo, el reconocimiento del otro, creando una dinámica informativa entre los radioescuchas y los comunicadores. La radio desde sus inicios ha sido el medio de comunicación de mayor cobertura. Se puede decir que es el medio con mayor audiencia, según la definición de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC).

La radio comunitaria es un instrumento de comunicación bidireccional concebido para servir al pueblo, favorecer su expresión participación y valorar su cultura (Ferreti, 2012, p. 56).

Es decir que la radio es un proyecto social sostenido por grupos de ciudadanos con intereses comunes que tienen una propuesta hacia su entorno inmediato, cuentan con una frecuencia y tienen personería jurídica.

2.1 Historia de las radios comunitarias

Los medios comunitarios surgen alrededor de los años 60, a mediados del siglo XX; no obstante, la primera radio comunitaria fue Radio Sutatenza que nació en Colombia en 1940, con el fin de ayudar a combatir el analfabetismo mediante la educación popular. En la misma década, aparecieron en Bolivia las radios sindicales mineras que tenían fines políticos. “A partir del aparecimiento de movimientos político sociales en América Latina, como la Revolución Cubana, se ha planteado en el subcontinente la reformulación teórica del problema de la comunicación, a la vez que la necesidad de poner en práctica modelos que propugnan su uso a favor de los desposeídos de la sociedad” (Radio Apasionados, 2012, p. 14)

2.1.1. Radios comunitarias en el mundo

Los primeros ejemplos de radios comunitarias están en España: Onda Lliure (Barcelona), Osina Irratia, Radio Paraíso y Satorra Irratia (País Vasco) y Radio Maduixa (Granollers). Estas en los años 80 tomaron fuerza y jugaron un papel trascendental en la ruptura de los monopolios públicos, devolviendo

inicialmente la voz a la sociedad, rescatando el material audiovisual para propiciar la aparición de canales democráticos de expresión. Así, en 1983 las radios comunitarias se articularon formalmente a nivel mundial, cuando 600 radialistas de diversos países crearon la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC).

Es una organización no gubernamental internacional al servicio del movimiento de la radio comunitaria, que agrupa cerca de 4.000 miembros y asociados en más de 110 países (Arizábal, 2010, p. 34).

Este tipo de medios están presentes en más de 100 países, muchos de los cuales están agrupados en redes mundiales (Asociación Mundial de Radios Comunitarias), estatales (Red de Medios Comunitarios) o regionales (Unión de Radios Libres y Comunitarias de Madrid). Los medios comunitarios tienen el apoyo de las resoluciones, dictámenes e informes de instituciones como el Parlamento Europeo, el Consejo de Europa, los relatores de la libertad de expresión de la ONU y otros organismos como Maputo o la Asociación Mundial de Radios Comunitarias.

Cabe destacar que aunque estos medios cuentan con el apoyo de diferentes organizaciones a nivel mundial, las legislaciones sobre este tipo de medios son variables. Algunos países, como Francia o Argentina, reservan un tercio de las frecuencias totales a estas emisoras. En España únicamente se han otorgado dos licencias de emisión y solo una es conservada por Radio Klara.

2.1.2. Radios comunitarias en América Latina

No se sabe cuándo exactamente “el receptor empezó a tener la misma importancia que el emisor, dentro del proceso de comunicación” (Prieto, 2008, p. 176), pero gracias a esa naciente condición empezaron poco a poco a crearse los medios comunitarios, que se encargaron de ofrecer un espacio de opinión y participación a la comunidad, generando una comunicación de doble vía.

Estos medios muchas veces fueron vistos como un reducido grupo de personas pertenecientes a un territorio no muy extenso, con temas únicamente de su interés. Sin embargo, el término “comunitario” puede abarcar un beneficio colectivo o una necesidad en común, por ejemplo, el tema del calentamiento global, que afecta a toda la comunidad mundial. Con este ejemplo se puede determinar que lo comunitario no atañe únicamente a un pequeño grupo, sino a

la población en general. En ese sentido, cabría la definición de comunidad como la agrupación de personas vinculadas entre sí por intereses comunes y recíprocos.

Una fecha importante para la comunicación comunitaria y para la historia de la radio en Colombia, fue el 28 de septiembre de 1947. Ese día Radio Sutatenza vio la luz por primera vez en un pueblo en las montañas del Valle de Tenza. En esta época, Colombia pasaba por un cambio político muy importante. En el año de 1947, Jorge Eliécer Gaitán fue elegido como el nuevo líder del liberalismo y con un amplio margen de apoyo se convirtió en el candidato más opcionado para ocupar la presidencia.

Gaitán gozaba de una gran aceptación entre la gente ávida por un cambio estructural en la sociedad colombiana. La mañana del 9 de abril de 1948, el líder del liberalismo fue asesinado por un ex simpatizante, lo cual desencadenó en una revuelta social sin precedentes conocida como el “Bogotazo”.

El Bogotazo es considerado como el suceso que marcó un cambio social en Colombia. Muchos historiadores afirman que el 9 de abril de 1948 fue la fecha en la cual nació la real violencia en este país. También marcan esta fecha como el inicio de la insurgencia guerrillera. En este punto se pasa de una lucha bipartidista de derecha a ser una guerra del Estado contra los movimientos de izquierda.

El surgimiento de una lucha entre derecha e izquierda motivó a los movimientos sociales a encontrar medios por los cuales difundir de una manera libre su pensamiento e ideas. Es en ese momento, Radio Sutatenza cobró protagonismo entre los campesinos colombianos. La idea impulsada por el padre Joaquín Salcedo fue utilizada como un instrumento para educar a los campesinos y ayudar al desarrollo del lugar.

En este nuevo proyecto se tomaban en cuenta las experiencias vividas por las personas del lugar en distintos temas como salud, educación, agricultura y otros temas locales que podían ser de su interés.

Los habitantes de Sutatenza, sin ninguna formación profesional, eran los encargados de desarrollar los productos radiales, lo que contribuía a lograr una mayor socialización de los temas de común interés entre la comunidad. Este

trabajo comunicacional desencadenó en un proceso que se puede ver en cuatro fases: recepción del mensaje, reflexión del mensaje, decisión y acción colectiva.

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” (Beltrán, 2009). Gracias a los esfuerzos de Salcedo y Acción Cultural Popular (ACP), el proyecto de Radio Sutatenza abarcó todas las regiones de Colombia y se convirtió en un ejemplo que se replicó en otras regiones de América, convirtiéndose en el icono de la comunicación comunitaria.

Motivados por éxito de Radio Sutatenza en Colombia, en 1944 un grupo de mineros bolivianos se unieron para crear las Radios Mineras Bolivianas con el propósito de mejorar su comunicación y compartir su cosmovisión en su lengua materna (quechua) y en castellano. Al inicio, los trabajadores bolivianos se encontraron con una serie de dificultades para conseguir su objetivo.

Los principales fueron que no tenían experiencia radiofónica y su radio era de corto alcance. Con la estrategia de micrófono abierto, los mineros y los habitantes de los alrededores de las minas pudieron cumplir su propósito: ejercer la 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. En poco tiempo fueron denominadas como las radios de pueblo.

“A finales de la década de los 50, se conformó una red de radios populares conformada por 33 emisoras” (Beltrán, 2009), que era el gran medio de la *vox populi* indígena. Estas radios eran financiadas con los ingresos de las comunidades, lo que les facultaba a administrar la radio de forma independiente. Cabe destacar que la Iglesia cumplió un papel fundamental en el proceso de avance de los estos medios de comunicación, ya que fueron el nexo para llegar a la comunidad.

Gracias a los medios comunitarios, las organizaciones sociales lograron potenciar la resistencia a los intentos de silenciarlos. Las comunidades Aymaras rurales y urbanas se apropiaron de las radios y las usaron como 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 (Zivechi, 2008, p. 91).

Las Radios Mineras Comunitarias de Bolivia lograron coordinar conductas y acciones que desencadenaron una de las más grandes rebeliones en la historia Aymara. Durante el proceso de rebelión, estas radios convocaron a los pobladores para que atendieran a los heridos y se unieran a la resistencia contra los militares, jugando así un papel protagónico dentro de la organización de los movimientos sociales “Los medios comunitarios han fortalecido la cultura, la visión del mundo y las formas de vida de la población boliviana” (Zivechi, 2008, p. 106).

Se podría decir que América Latina fue la pionera en tener experiencias con radios comunitarias, hace aproximadamente medio siglo. Este ambicioso proyecto tuvo sus inicios en Colombia y en Bolivia y luego fue diseminándose a través de toda la región; por ejemplo, en Perú con el Colectivo Radial Feminista del Perú y en Argentina con la creación del FARCO (Foro Argentino de Radios Comunitarias). A raíz de esto se dio paso a nuevas alternativas que se autodenominaron como “educativas”. Un ejemplo de ello es Radio Soleil en Haití o Radio Asé Plére An Nou Lité en Martinica.

En la actualidad, los pueblos indígenas han conseguido un número mayor de frecuencias en toda la región. Cabe resaltar que los indígenas tienen la posibilidad de transmitir en sus propios idiomas; además, tienen un espacio importante en el cual pueden compartir su cultura, pensamientos, modos de vida e ideologías.

Las estaciones clandestinas de la guerrilla, en algunos casos, han contribuido con los movimientos de liberación nacional, por ejemplo, Radio Venceremos en El Salvador. Otras radios que entran dentro de esta clasificación son las estaciones que pertenecen a los sindicatos en Bolivia, las estaciones dirigidas por organizaciones campesinas en Ecuador, la emisora de mujeres en Chile y más de 300 emisoras populares dirigidas por la iglesia católica. (Rodríguez, 2010, p. 42)

2.1.3. Radios comunitarias en Ecuador

En Ecuador, los primeros medios comunitarios fueron las radios, que surgieron por influencia de la experiencia educomunicativa que planteó Radio Sutatenza en toda América Latina. Las radios populares de Riobamba recogieron los nuevos principios y métodos para aplicarlos en su programación y enfocarlos hacia la alfabetización.

Al igual que en el resto de América Latina, la iglesia católica desempeñó un papel fundamental en la creación y apoyo de los medios comunitarios en Ecuador. Hace 40 años, el papa Juan XXIII inauguró el Concilio Vaticano II para reflexionar sobre “una teología que partiera de la palabra viva de la realidad de nuestros pueblos”. Entonces, América Latina empezó a hablar de la Teología de la Liberación con una Iglesia que tuviera “opción preferencial por los pobres”. Así emergió la iglesia de los pobres y en Ecuador sucedió algo singular: el país comenzó ese trabajo seis años antes, identificando al indígena como el más pobre de los pobres. El que animó el proceso de liberación fue monseñor Leonidas Proaño Villalba. (Vargas, 2012, p. 206)

Gracias al trabajo y apoyo de monseñor Leonidas Proaño se fundaron en 1962 las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE). Era una red conformada por algunas radios comunitarias enfocadas en la alfabetización, educación y evangelización de los pueblos indígenas.

Estas experiencias de comunicación alternativa vinculadas con la Iglesia Católica y aquellas de carácter progresista, con el tiempo formaron la Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador (CORAPE) (Serrano, 2012, p. 159).

Los medios de comunicación pertenecientes a CORAPE llegaron a conocerse como los primeros medios alternativos; sin embargo, al no existir una ley específica para este tipo de medios, se crearon como públicos o comerciales de servicio comunitario. No todos mantuvieron su objetivo por problemas económicos y tampoco su total independencia, motivados por la influencia de la Iglesia u otro tipo de intereses.

Las experiencias latinoamericanas de radios comunitarias pertenecientes a movimientos sociales, como las Radios Mineras de Bolivia o las juveniles de Venezuela, no tuvieron acogida en Ecuador. Si bien la sociedad latinoamericana

cobró protagonismo en el ámbito comunicativo popular, en el país su fuerza se evidenció primero en los grupos indígenas.

El Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) aportó para el surgimiento y fortalecimiento de los primeros medios comunitarios en el país. Con miembros de Radio Latacunga y con financiamiento de la Organización de Estados Americanos (OEA) (Serrano, 2012, p. 76), planteó en 1983 el proyecto de formación de comunicadores populares, que luego se llamó Cabinas Radiofónicas de Cotopaxi, las mismas que se enlazaban a la radio de Latacunga.

Frente a la desinformación y al analfabetismo de la población, la propuesta presentada por CIESPAL tuvo como objetivos: “canalizar y aumentar la participación, generar un proceso educativo, difundir información y compartir experiencias” (Serrano, 2012, p. 83). CIESPAL se encargó de instalar cabinas estratégicas para las grabaciones y producción radial. Además logró de una manera efectiva involucrar directamente a campesinos e indígenas para que sus ideas y pensamientos fueran compartidos 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 de mejoramiento de la calidad de vida.

Gracias a este tipo de experiencias, los indígenas decidieron crear sus propios medios de comunicación comunitarios. Inti Pacha en Cangahua, cantón Cayambe, fue la primera radio indígena. Esta propició el surgimiento de otras en Imbabura, Chimborazo y Bolívar que, poco a poco, consolidaron un concepto de radios indígenas comunitarias; sin embargo, al igual que las radios pertenecientes a CORAPE, algunas tuvieron que constituirse también como comerciales por las limitaciones de presupuesto y la falta de espacios para su comercialización.

En 1990 se creó formalmente en Ecuador la Coordinadora de Radios Populares y Educativas del Ecuador (CORAPE) que trabaja por el fortalecimiento de las radios educativas, populares y comunitarias del Ecuador. CORAPE es la única organización que agrupa a emisoras y centros de producción directamente vinculados a procesos de desarrollo social a nivel nacional. Son 35 emisoras

afiliadas y distribuidas en cuatro redes regionales: Amazónica, Quichua, Binacional y del Sur.

CORAPE está dirigida principalmente a grupos específicos de la población como mujeres, niños, niñas, adolescentes, jóvenes, indígenas, campesinos, artesanos, barrios, cooperativas, asociaciones, por lo que los programas que se emiten se refieren a género, equidad, cultura, identidad, salud, ecología, derechos humanos, es decir, aspectos que cubren las expectativas de las comunidades. Cuenta con una red informativa diaria vía telefónica y a través del satélite, lo que posibilita que las radios afiliadas tengan acceso directo a todo el acontecer noticioso del país y de América Latina, en cuatro emisiones diarias de informativos (tres en español y uno en kichwa).

La cobertura de CORAPE llega a un 30% de la población urbana y al 60% de la población rural. El organismo forma parte de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC).

Al ser el Estado, a través del gobierno, el encargado de concesionar las frecuencias de radio, muchas veces estas no llegan al poder de las comunidades y debido a presiones e intereses son monopolizadas por los medios tradicionales pertenecientes a grandes grupos de poder. Estas radios forman parte del espacio radioeléctrico y sin este no podrían funcionar. Veinte años después de creada la Ley de Radio y Televisión, en 1975 durante la dictadura del Gral. Guillermo Rodríguez Lara, el gobierno constitucional del Arq. Sixto Durán Ballén aprobó una ley reformativa. Aquí empieza la historia de discrimenes en contra de las radios comunitarias:

- El primero de ellos fue su cambio de denominación; de radios comunitarias pasaron a llamarse radios comunales y se convirtieron en un apéndice de las radios públicas.
- Prohibición de la publicidad comercial y, por supuesto, ningún subsidio para sobrevivir.
- Limitación de su potencia. El techo en AM era de 300 vatios y de 150 en FM, con lo cual fueron condenadas a muerte.
- Limitación en la programación. Solo podían emitir programas culturales y educativos. Nada de información ni entretenimiento.

La idea era hacer a estas radios lo más pesadas posible, para que nadie las escuchara.

- Sometimiento a la Ley de Seguridad Nacional, por los riesgos que implicaba una radio de esta naturaleza.

En estas condiciones nadie solicitaba una frecuencia para las radios comunitarias pues “era meterse en una emboscada” (López, 2012, p. 132).

La Coordinadora de Radios Populares del Ecuador (CORAPE) inició una batalla para cambiar la estructura de esta ley desde el mismo año de su reforma, es decir, 1995. Pero no fueron escuchados. Recién en el 2002, tras una lucha conjunta entre la CORAPE, la Ecuarrunari y la CONAIE, se logró eliminar dichas discriminaciones de la Ley. Dos logros adicionales se obtuvieron: volver a su denominación de radios comunitarias y la incorporación de un artículo en el que se aceptaba la igualdad ante la ley para las radios comunitarias en relación con las privadas y públicas. (Vigil, 2012, p. 105)

Actualmente, según la nueva Ley de Comunicación se establece que el reparto de frecuencias tiene que ser igualitario; es decir, se dividirá en 33% para el sector público, 33% para el sector privado y 34% para el sector comunitario (Vigil, 2012, p.134). Con esto se garantizará una mayor participación de la comunidad en los medios de comunicación.

La nueva ley define a estos medios de comunicación comunitarios como aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades (artículo 85). Además, reafirma que los medios de comunicación comunitarios no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social. Las utilidades se reinvertirán con prioridad en el mejoramiento del propio medio y, posteriormente, en los proyectos sociales de las comunidades y organizaciones a las que pertenecen.

Los medios comunitarios no solo son radiales, sino también impresos y televisivos. De hecho, en la redistribución de frecuencias son los medios comunitarios los que mayor participación tienen con un 34% por encima de los privados y públicos, cada uno con 33%.

2.2 Funcionamiento de las radios comunitarias

Las radios comunitarias funcionan como una alternativa de entretenimiento e información, y a la vez actúan como un medio por el cual las comunidades pueden expresarse y hacer efectivo su derecho a la comunicación e información, además de difundir productos culturales que en los medios comerciales les sería difícil dar a conocer. Es decir que las radios comunitarias permiten a la población, en general, el acceso a los medios de comunicación.

Esto otorga a las personas la libertad para debatir y criticar sin restricciones a las políticas e instituciones. La apertura de estos medios de comunicación no solo promueve las libertades civiles y políticas, sino que ayuda a generar conciencia pública y ejercer presión para que se adopten medidas que mejoren la calidad de vida de los sectores más vulnerables de la población.

Las radios comunitarias son las que en muchos casos ocupan los espacios que dejan los medios de comunicación tradicionales. Las mismas se instituyen como medios que canalizan el mensaje donde los integrantes de la comunidad tienen mayores oportunidades de acceso y participación.

Estas radios se caracterizan por la activa participación de la comunidad en los procesos de creación de noticias, información, entretenimiento y material culturalmente relevante, con énfasis en temas y preocupaciones locales, generando así un mayor interés en la radio debido a que se llegan a identificar con la misma. Otra de las características que tiene la radio comunitaria es que no pertenece a una empresa que tiene fines lucrativos.

El carácter de este tipo de radios lo constituye su independencia y responsabilidad de servicio a la comunidad. La estación es de propiedad de la comunidad, se mantiene cierta responsabilidad en el manejo de la emisora y la publicidad que se genera no puede ir en contra de la misión y objetivos de la radio (una radio comunitaria naturalista y pro vida no puede aceptar anuncios de empresas que no tengan procesos ecológicos o que tengan un fuerte impacto en el medio ambiente).

Además, la programación de la radio comunitaria es diseñada por la comunidad con el afán de mejorar sus condiciones sociales y la calidad de vida. La misma comunidad decide cuáles son sus prioridades y necesidades en términos de la provisión de información, teniendo en cuenta que la palabra

comunidad no se refiere a un sitio geográficamente delimitado sino al conjunto de personas con intereses en común.

Las radios comunitarias funcionan con y para la comunidad sin mayores interferencias del exterior a pesar de tener que estar supeditadas al Estado, debido a que poseen una frecuencia dentro del espectro radioeléctrico, lo que les obliga a cumplir ciertos requisitos.(RDC, 2011, p. 203)

2.2.1. Radios comunitarias y desarrollo local

El impacto de la comunicación, de acuerdo con los usos sociales, depende de las lecturas, comportamientos y patrones culturales que tenga la población. (Ulloa, 2009, p. 57)

Las radios comunitarias al ser parte representativa de la comunidad conocen más de cerca los problemáticas sociales, el contexto inmediato de sus pobladores y el lenguaje que deben utilizar. Por estas razones, el mensaje es más claro y directo a diferencia de los medios tradicionales que no tienen una idea clara de la diversidad de oyentes hacia los que llegan con sus medios.

Al conocer de forma directa las características propias de los oyentes, las radios comunitarias permiten una mejor comunicación entre ambas partes, lo que mejora la convivencia social y les permite un desarrollo sostenible.

Cuando hablamos de desarrollo, hablamos de la forma en que una sociedad entiende el bienestar social y la mejor manera de organizar los diferentes sistemas sociales, económicos y culturales que la componen (Razeta, 2005, p. 38).

Para lograr este tipo de desarrollo son muy importantes los medios de comunicación debido a que ellos son los llamados a compartir los mensajes y las estrategias para mejorar.

El desarrollo local, en primera instancia, como el que da prioridad al respeto y utilización adecuada de los recursos locales (humanos, naturales, técnicos, financieros, etc.) y persigue un desarrollo humano sostenible antes que un crecimiento económico a cualquier precio (OIT, 2011, p. 175).

Estas radios son las que pueden ayudar a mejorar el desarrollo local debido a que conocen de mejor manera las necesidades de sus propias comunidades y los temas de interés para las mismas.

2.3 Radios parlantes

Las radios parlantes tienen los mismos objetivos que las radios comunitarias: informar, entretener, educar, orientar y mediar. No obstante, manejan una diferencia básica en función de la estructura y características. Tienen la posibilidad de otorgar un espacio a la comunidad para expresar sus inquietudes y opiniones de una manera más libre. Además, en los medios comunitarios se puede dar mayor énfasis al tratamiento de temas de interés propio y no al de sus auspiciantes, como sucede en medios de comunicación masivos privados.

Las radios parlantes, a diferencia de las radios comunitarias, no necesitan tener una personería jurídica ni tampoco una frecuencia concesionada por el Estado. Esto es un factor considerado importante para lograr una independencia en los contenidos que deseen manejar, lo cual contribuye para que los actores de estas radios participen de manera más activa, por ejemplo, en la recuperación de las costumbres y tradiciones.

Una de las condiciones que hace especial a una radio parlante es que no cuenta con un espacio físico determinado. Esto obliga a que los trabajadores y representantes de la radio parlante generen alternativas de instauración, lo cual conlleva el uso de los espacios públicos, que se convierten en un entorno dinámico para compartir con la sociedad.

Por lo general, el equipo de radios parlantes consta de consolas, micrófonos y equipo de amplificación. Una vez en el lugar indicado, estos elementos se ubican en el parque principal de la localidad y por medio de parlantes ubicados en sectores estratégicos se lleva a cabo un programa tipo radio revista donde los principales actores son las personas de la comunidad que interactúan en función de los temas de interés y necesidades a tratar.

El programa de la radio parlante se diferencia esencialmente de la radio comunitaria en que la programación no es diaria y no se estructura en una frecuencia, sino que son programas semanales dados de acuerdo a los temas relevantes en dicho periodo.

2.3.1. Dimensión teórica de la comunicación que permite la interacción a través de los radios parlantes.

La dimensión teórica de la comunicación se vuelve cada día más vasta y difícil de sintetizar no sólo por la extensa bibliografía producida sobre el tema, sino por la disparidad de su naturaleza. (Trujillo, 2012, p. 172). Si bien existe una crítica a los problemas de la producción de sistematizaciones conceptuales en el entorno teórico comunicacional y sus respectivas revisiones epistemológicas o propuestas teóricas concretas, en la actualidad los análisis se han centrado en lo que sucede dentro del espacio institucional de su estudio.

Además, durante los últimos años han aparecido propuestas basadas en el reconocimiento del nivel propiamente epistemológico a través de reconstrucciones histórico-conceptuales del contexto teórico y científico, no solo de dónde emerge la comunicación como palabra, concepto o campo de estudio, sino desde dónde podrían formularse las bases para una propuesta de cambio social e integracionista de los pueblos.

Es así como se generaron los antecedentes de las radios comunitarias y su visión de utilizar a este medio como un instrumento de desarrollo cultural, que se involucra con la evolución de los conceptos sociales, denotando todas las manifestaciones de la vida social tales como costumbres, modales, hábitos de asociación, vestimenta, alimentación y arte.

En otro sentido, tampoco puede ser únicamente entendida como el proceso que describe el movimiento de información entre emisores y receptores, dado que se ha convertido en un elemento de organización de lo biológico – social. Es decir que ha pasado a ser un ente de derecho comunicacional, formador de identidades, un derecho representativo, igualitario, interactivo no discriminatorio e impulsador de los nuevos intereses sociales, como elemento inherente de inclusión y participación en el proceso de comunicación.

Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales (AMARC, 2012, p. 62).

Según el artículo 23 de la Constitución del Ecuador, las personas tienen el derecho de apropiarse del espacio público para realizar un intercambio de opiniones, experiencias, intereses, etc. Considerando este artículo, la radio parlante se instala dentro del espacio público de la comunidad para hacer conocer sus mensajes, informar de temas de interés para la comunidad e intercambiar experiencias entre vecinos del mismo lugar.

Esta radio denominada parlante es el medio más adecuado para llegar de una manera directa a la comunidad y que esta participe. Permite apreciar de mejor manera la intermediación que se da en la comunicación debido a que no solo el emisor es parte del mensaje sino que el preceptor también participa en este intercambio de ideas dando así una comunicación más eficiente

2.3.2 Radio parlante como propuesta de participación comunitaria

La participación comunitaria es esencial para estas radios ya que sin ella estas no podrían funcionar. La participación comunitaria es el proceso en virtud del cual los individuos y las familias asumen responsabilidades en cuanto a su salud y bienestar propios y los de la colectividad y mejoran la capacidad de contribuir a su propio desarrollo y al de la comunidad. (Peláez, 2011, p. 86)

Para Gutiérrez (2010, p. 244), la importancia de las radios comunitarias para el fortalecimiento de procesos democráticos se encuentra en el reconocimiento e interés creciente de distintas instancias nacionales y agencias de cooperación internacional en las emisoras.

Estas radios están dirigidas por personas de la comunidad que han sido previamente capacitadas por el Gobierno Provincial de Pichincha en los principios básicos de comunicación y manejo de equipos técnicos. A estas personas se las puede considerar como actores sociales ya que son sujetos de un colectivo estructurado a partir de una conciencia de identidad propia, portadores de valores, poseedores de un cierto número de recursos que les permiten actuar en el seno de una sociedad con vistas a defender los intereses de los miembros que lo componen y de los individuos que representan, para dar respuesta a las necesidades identificadas como prioritarias.

Las radios parlantes ayudan a la integración de la comunidad debido a que al no tener un espacio físico permanente tienen la necesidad de buscar distintos puntos de encuentro para poder llevar su mensaje, por ejemplo, los

mercados, la salida de la iglesia en los domingos, la calle principal de la comunidad, etc. De esta manera logran que la comunidad se reúna y participe activamente de la radio.

Las personas que participan como emisores de estas radios son las que ponen las pautas en cuanto a los temas a tratar en los distintos programas, sin que estos sean rígidos ya que cualquier actor de la comunidad puede oponer algún tema fuera de los ya planteados al momento de la transmisión.

Estas radios parlantes al tener los objetivos de las radios comunitarias son ya de por sí una propuesta de participación ciudadana, pero al no tener limitaciones de tipo legal (radio frecuencia, figura legal) tienen mayores libertades para dejar que la comunidad sea la que participe sin interferencias y así fomentar la cultura de la localidad.

La comunicación refleja uno de los rasgos primordiales de la cultura de los pueblos. A través de ella, se hace posible la socialización de lo que pensamos, sentimos, apoyamos, negamos, adoptamos y adaptamos. De ahí que la comunicación no sea un vehículo como cuando se habla de la comunicación como plataforma para el desarrollo, sino que es, más bien, un hecho, una práctica, una razón de ser y una forma de estar (Suarez, 2012, p. 108).

La cultura son las representaciones simbólicas, que nacen de las interpretaciones del mundo (Pérez, 2011, p. 263).

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE CASO

3.1 Descripción del cantón Puerto Quito

Creado el 1 de abril de 1996 y ubicado a 143 kilómetros del noroccidente de Quito, es uno de los destinos turísticos en la denominada Ruta de los Quitucaras, donde los visitantes nacionales y extranjeros pueden disfrutar del ecoturismo comunitario, de aventura o de descanso (Lomas, 2011, p. 34). El cantón Puerto Quito es conocido como el “Paraíso de la Biodiversidad” debido a su magnífica variedad de plantas y animales. En este sector se pueden apreciar alrededor de 300 especies de aves y mamíferos en su entorno natural, por lo que es considerado parte del extremo tropical de la provincia de Pichincha. Puerto Quito posee una gran cantidad de ríos, cascadas, flora y fauna exuberante (www.puertoquito.gob.ec).

3.2 Historia

Su nombre se deriva del original “Puerto de Quito”, denominado así por el científico riobambeño Pedro V. Maldonado, que buscando un camino corto entre Quito y el océano Pacífico, llegó hasta la confluencia del río Caoní y río Silanche. Ante los amplios y profundos caudales que debieron tener entonces esos ríos, determinó que desde allí se podía viajar por vía fluvial hasta el mar. (Saavedra, 2011, p. 279)

Actualmente, el centro poblado se asienta a 6 kilómetros aguas arriba por el río Caoní, donde se encontró el sitio adecuado para la construcción del puente, que integra el carretero a la vía principal hacia Esmeraldas.

Se puede decir que el Noroccidente de Pichincha fue poblado por individuos que provenían tanto de la Costa, Altiplano Andino y Alta Amazonía. Los primeros y últimos llegaron en búsqueda de nuevas tierras o por la necesidad de alejarse de áreas muy pobladas, mientras que los de la Sierra arribaron en la búsqueda de productos nuevos y, sobre todo, obligados por los cataclismos volcánicos que se sucedieron en Quito. (Saavedra, 2011, p. 285)

En el año 1965 llegaron los primeros colonos a Puerto Quito, que en la década de los 60 se constituyó como uno de los recintos que conformaban el

amplio territorio del cantón Quito. Entonces, la Junta Social Pro Mejoras presentó al Ilustre Municipio de Quito la solicitud de creación de la parroquia rural de Puerto Quito, en la Jurisdicción Cantonal de Quito, Provincia de Pichincha, siendo alcalde de la ciudad de San Francisco de Quito Rodrigo Paz Delgado. La petición fue aprobada mediante Ordenanza Municipal N° 2688, con Acuerdo Ministerial N° 1468 y publicada en el Registro Oficial (R.O.) 228, del 7 de julio de 1989.

La creación del cantón Puerto Quito ocurrió el 01 de abril de 1996, mediante Ley N° 114 del año IV, publicada en el Registro Oficial N° 916, en la administración de Sixto Durán Ballén, presidente de la República y siendo presidente del Congreso Nacional Fabián Alarcón Rivera.

3.3 Geografía

Los límites de Puerto Quito generales conforme a R.O. N° 916 son:

- **NORTE:** Desde Bancada 7, río Guayllabamba aguas arriba hasta confluencia con el río Pizará.; limita con las provincias de Esmeraldas e Imbabura.
- **SUR:** Río Salazar, río Bravo, río Blanco, limita con Santo Domingo de los Tsáchila y parte de Los Bancos.
- **ESTE:** Río Pizarà, Pedro Vicente Maldonado, río Guadalupe, río Salazar.
- **OESTE:** Río Blanco, aguas abajo hasta la confluencia con río Sábalo y Bancada 7. Limita con la provincia de Esmeraldas.

En el sitio web del cantón Puerto Quito (www.puertoquito.gob.ec, 2013) se menciona que la superficie aproximada es de 640,70 kilómetros cuadrados; una población total de 20.445 habitantes; densidad poblacional de 32 habitantes por kilómetro cuadrado; una altitud entre los 120 y 160 metros sobre el nivel del mar; clima tropical húmedo con una temperatura promedio anual de 25 grados centígrados y precipitaciones anuales de 1.000 a 2.000 mm. Puerto Quito tiene una vegetación de bosque tropical húmedo y sus ríos importantes son: Salazar, Bravo, Blanco, Sábalo, Sabalito, Pizarà, Silanche, Caoní, Achioté, Inga, Peligro, Cubera, Macallares, Abundancia, Piedritas, Cabuyal.

Existen dos vías para llegar a Puerto Quito: por la carretera Calacalí-La Independencia y por la vía Santo Domingo de los Tsáchila - La Concordia.

La cabecera cantonal constituye un paso obligado desde y hacia el noroccidente. Su desarrollo urbanístico gira en torno a la vía alterna por el *by pass* y a la vía principal de acceso, donde se han establecido los principales comercios y servicios. Desde Quito hasta Puerto Quito hay una distancia de 142 kilómetros.

3.4 Demografía

Tabla 1: Población del cantón Puerto Quito, 2012

<u>Población del Cantón Puerto Quito</u> por: Grandes grupos de edad	Hombre	Mujer	Total
<u>Población del cantón Puerto Quito</u> de 0 a 14 años	3906	3645	7551
<u>Población del cantón Puerto Quito</u> de 15 a 64 años	6238	5577	11815
<u>Población del cantón Puerto Quito</u> de 65 años y más	630	449	1079
<u>Población del total del cantón Puerto Quito</u>	10774	9671	20445

Fuente: www.puertoquito.com

De acuerdo a los datos demográficos de Puerto Quito, el segmento con mayor representatividad está comprendido de los 15 y 64 años, denotando una población propia de la PEA (Población Económicamente Activa), la cual representa al 63% de la población total.

Tabla 2: Población urbana y rural del cantón Puerto Quito

CANTON	PARROQUIA	URBANO	RURAL	Total
PUERTO QUITO	PUERTO QUITO	3,080	17,365	20,445
PUERTO QUITO	Total	3,080	17,365	20,445

Elaborado por: Gabriela Jaramillo

3.5 Contexto social y cultural

En Puerto Quito se puede observar diferentes rasgos étnicos, culturales y sociológicos, debido a las distintas migraciones que se han dado desde diferentes provincias del país. Esta es la razón por lo que esta población es heterogénea, y en su mayoría dedicada a la agricultura y ganadería. En los

centros poblados se sitúa el porcentaje más alto de población flotante, de igual manera en las fincas donde realizan actividad de jornaleros o son propietarios.

La migración a este sector se dio en un inicio por la explotación maderera y agrícola, por lo que la mayoría de las viviendas se ubican a los lados de la vía. Posteriormente, hubo asentamientos en grandes haciendas que se han conservado como áreas seminaturales. Actualmente, la migración se da por el auge del turismo.

Los fines de semana y feriados, los pobladores del lugar y recintos aledaños se dan cita en la cabecera cantonal para realizar el intercambio, comercialización y adquisición de productos como alimentos de primera necesidad, medicamentos, ropa, artículos de bazar, electrodomésticos, materiales de construcción y bodega.

Los habitantes del cantón tienen tres celebraciones importantes: en julio las fiestas patronales de la Virgen del Carmen; en octubre, la fundación del cantón; y el Carnaval. Las celebraciones del cantón se efectúan el 12 de Octubre, que es el Día de las Etnias. En esa fecha se organizan eventos deportivos, culturales y bailes públicos presididos por la reina y las autoridades del cantón.

En Carnaval se realizan regatas coordinadas por el Municipio y la liga deportiva cantonal. En estas actividades participan los pobladores de Puerto Quito, Los Bancos y Pedro Vicente Maldonado (Roja, 2010, p. 119).

La zona de Puerto Quito fue un importante asentamiento del grupo Yumbo-Nigua, quienes habitaron los bosques subtropicales durante la época precolombina (2000 A.C.), y las zonas de la selva occidental Andina ubicándose en la ladera occidental del volcán Pichincha. El pueblo Yumbo estuvo localizado en una estratégica posición geográfica, en forma de cuello de botella, lo que les permitió el intercambio comercial (Roja, 2010, p. 117).

Puerto Quito es una comunidad en la cual se puede ver la mezcla de culturas debido a la migración que ha recibido. Es posible encontrar afroecuatorianos, costeños, serranos, montubios, entre otros. Además de un conjunto de atractivos naturales que hace del lugar un entorno único.

Los símbolos principales del cantón son su bandera, escudo e himno. Estos fueron instaurados por la Comisión de Educación y Cultura del Gobierno Cantonal, mediante la convocatoria a un concurso público en el año 1999.

El régimen de estudios de Puerto Quito funciona similar al aplicado en la zona de la Costa. El cantón cuenta con múltiples unidades educativas, pero la carencia de atención estatal no permite un correcto mantenimiento de varias de estas infraestructuras, razón por la cual su estado no es el correcto.

Según cifras obtenidas en el III Censo nacional Agropecuario elaborado por la Cámara de Agricultura de la Primera Zona, realizado en el año 2010, el 54.8% de la población perteneciente a este cantón posee una instrucción primaria, mientras que un 22% estudió la secundaria, otro 18.7% alcanzó la educación superior y un 6.1% de la población total no ha recibido ningún tipo de instrucción educativa. Existen 32 escuelas registradas en el Ministerio de Educación, dos colegios a distancia y cinco presenciales

3.6 Contexto económico

Entre las principales actividades que se desarrollan en el cantón están las vinculadas con el sector turístico y gastronómico, ya que son los principales elementos generadores de divisas y recursos a nivel de la ciudad. La mayoría de estas actividades son realizadas por las familias que tienen negocios unifamiliares de gran importancia económica.

Además, otra de las actividades generadoras de capital es el agroturismo, el cual consiste en aprovechar de manera eficiente las diversas opciones de distracción con las que cuenta el cantón, por ejemplo la naturaleza, y principalmente los paisajes cultivados. Esta actividad es desempeñada por agricultores quienes empeñados en captar la mayor parte de turistas nacionales y extranjeros, ofrecen alternativas de alojamiento y alimentación; además se encargan de brindar explicaciones sobre sus procesos productivos durante visitas guiadas, las cuales suelen culminar con la degustación y posterior comercialización de sus productos.

3.7 Contexto comunicacional

El componente comunicacional es un referente, ya que determina la importancia de transmitir las diferentes ideas y acciones dentro de un grupo

social. Es el conjunto de circunstancias en las cuales se emite un mensaje: lugar, tiempo, cultura del emisor y receptor.

Durante la visita al cantón Puerto Quito, a propósito de esta investigación, se pudo evidenciar que el proyecto de radio comunitaria “La Voz del Tigrillo” es un elemento muy importante y un factor determinante en la comunicación que practica este sector. Para los habitantes cobra mucho valor el hecho de poder generar sus propios contenidos comunicacionales, con temas y actores que son representativos y más cercanos a su realidad.

Como se mencionaba anteriormente, en Puerto Quito el mensaje comunicacional es más valioso cuando procede de fuentes internas, es decir, la opinión de las personas, al punto que se considera más confiable la información que surge dentro del sector que la emitida por los medios de comunicación masivos. Existen sitios y personas específicas que, para los habitantes de Puerto Quito, son fuentes fidedignas de información.

Por ejemplo, la Iglesia y su misa dominical es el espacio de preferencia para emitir información de relevancia para los habitantes; el párroco juega un papel importante con los anuncios que se manifiestan después del servicio religioso. La gente toma mayor importancia a los eventos locales que se puedan desarrollar debido a su poco acercamiento a los medios tradicionales de comunicación.

De acuerdo al consumo de medios locales y nacionales, la mayoría de pobladores utiliza los medios nacionales y un porcentaje bajo, los locales. Además los espacios que los medios de comunicación han dado a los pobladores de este cantón son nulos; el 100% dijo nunca haber participado en algún programa de un medio de comunicación, lo cual es un signo claro del desapego que los habitantes muestran hacia los medios de comunicación tradicionales, la información que transmiten no la sienten como parte de su realidad, esto da como resultado el bajo consumo de los mismos.

Un dato importante a destacar es que un 78% de las personas encuestadas prefiere a la televisión sobre los otros medios de comunicación, sin embargo no lo hacen con fines informativos, sino más bien de entretenimiento; el 68% de encuestados consumen programas de farándula, comedia entre otros y sólo el 25% observan noticieros u otros programas investigativos.

Otro de los medios de comunicación usados con mucha frecuencia, pero que no es tradicional, es la Internet, el cual es requerido por un 19% de los encuestados. De acuerdo con datos del INEC, un sistema de comunicación masiva como la Internet es usado en un 92% para el entretenimiento y apenas un 8% para la obtención de información (INEC, 2012).

El siguiente medio masivo de comunicación al cual acuden los habitantes de Puerto Quito es la radio, con un 3%. Si bien es cierto que estamos hablando de radios locales y nacionales, cabe destacar que un método de comunicación no tradicional como es la radio parlante, goza de bastante popularidad entre los habitantes, gracias a que es considerado como un medio más cercano a los pobladores del cantón, ya que envía un mensaje de forma directa a los habitantes quienes lo reciben de primera mano.

La información transmitida en estas radios parlantes garantiza su efectiva llegada a los habitantes ya que la misma está fundamentada en hechos totalmente locales y de interés propios del sector donde los habitantes realizan sus actividades sociales, culturales y económicas.

Los habitantes de Puerto Quito mantienen una comunicación directa entre sí, es decir se transmite la información de boca a boca, incluso con las autoridades y figuras que consideran fiables. La construcción del espacio de radios parlantes está fundamentada en la relación comunicativa diaria que mantienen sus actores.

3.8 Mapeo de actores

El mapeo de actores es una metodología que no solo identifica quiénes son los actores claves de una población o muestra, sino que identifica y analiza sus intereses, importancia e influencia sobre los resultados de una intervención (Chacón, 2011, p. 279). Asimismo da los fundamentos y estrategias para fomentar la participación de los actores en el diseño e implementación del proyecto.

3.8.1 Objetivo

Ser una radio parlante líder en Puerto Quito, provincia de Pichincha, con alto nivel de incidencia política, social, cultural y económica, conocida por su aporte en procesos de desarrollo y democratización, que ha desarrollado un

modelo de comunicación radiofónica comunitaria referente para otras iniciativas radiofónicas con propósitos similares.

3.8.2 Líneas de trabajo

Las actividades de radio “La voz del Tigrillo” tienen como ejes principales la comunicación desde:

- La diversidad por la inclusión social.
- La creatividad como propuesta agradable y alternativa.
- El pensamiento progresista para mostrar y decir lo que los medios comerciales callan.
- La juventud para contagiar las ganas de mejorar este mundo con frescura y alegría.
- La sencilla cotidianidad para acompañar a la comunidad día a día haciendo historia con las pequeñas historias.
- La apertura y la solidaridad para sumar más voces y contribuir a la construcción de una sociedad más democrática.

3.8.3 Estrategia de comunicación

Producción radial y participación en mesas temáticas con el objetivo de brindar asistencia profesional, consultoría y orientación a las juntas de acción comunal, agricultores, comerciantes, entre otros.

3.8.4 Actividades y proyectos

El espacio de la radio está articulado con instituciones de carácter social de la zona, con las que se organizan actividades socioculturales como las ferias y fiestas propias del medio, encuentros ecologistas, festivales musicales, mesas de discusión, talleres de educación popular y otros espacios comunitarios.

Además se organizan talleres que tienen que ver con la capacitación para el ejercicio del periodismo democrático. También, en el futuro, se llevará a cabo el programa "Historias de mi tierra", programa que dará a conocer sobre los hechos históricos relevantes del lugar. La programación se complementará con un semanario que hará énfasis en los actuales problemas del sector agrario.

Tabla 3: Matriz generado de base

MAPEO DE ACTORES		
Matriz generado de base		
Actores	Participación	Interés
Sra. Narciza Parraga de Monar	Alcaldesa de Puerto Quito	Trabajar con efectividad, atendiendo oportunamente las necesidades de las comunidades, admitiendo la participación ciudadana, instituciones y organismos, procurando el desarrollo integral de la población.
Ing. Diego Torres	Concejales y concejales del cantón Puerto Quito	Que Puerto Quito sea un cantón con un pueblo solidario y comprometido; con un alto índice de desarrollo social, cultural educativo y económico, donde la democracia y la participación ciudadana sea la clave de todo trabajo en beneficio de todos los sectores y grupos vulnerables, dentro de un territorio bien organizado, productivo y administrado para ofertar las mejores condiciones de vida.
Sra. Mayra Erazo		
Sra. Maricely Mendoza		
Sr. Pablo Ferrín		
Sr Aurelio Macías		
Sr Juan Mina		
Sr. Edwin Bustamante		
Municipio de Puerto Quito (unidad de comunicación)	Gestiona proyectos de propuestas de comunicación para la comunidad	Mejorar las practicas comunicacionales de Puerto Quito
Sr. César Guevara	Propietario Gran Hotel Puerto Quito (hotel más representativo)	Generar un servicio de primera para todos los visitantes de Puerto Quito
Padre Gonzalo Cevallos Cuji	Representante sacerdotal de Puerto Quito	Apoyar en los entornos dogmáticos y espirituales de las personas.
Sr. César Sanguche	Representante de los guías nativos	Dar a conocer las características del sector hacia los turistas.
Sr. Manuel Pincay	Comunicador Radio Macarena	Comunicar e informar de los por menores y acontecimientos que se dan en Puerto Quito
Sr. Sigifredo Armijos	Comunicador Radio Laser	
Vecinos	Participación de los proyectos comunicacionales	Tener una vida plena y saludable. Además de participar en los sistemas comunicacionales del cantón Puerto Quito.
Industrias	Ferias de integración	Beneficios económicos y comunicacionales estratégicos para el sector
Comercios	Participación de las diferentes actividades de la sociedad	
Líderes comunales	Organización, promueven los diferentes proyectos comunicacionales	Ambiente sano, comunicación, reforestación, reciclaje.
Dra. Carla Salazar	Director del Centro de Salud No 1, Puerto Quito	Prestar ayuda ante los diferentes problemas de salud.

Fuente: Datos de investigación

Elaborado por: Gabriela Jaramillo

Tabla 4: Matriz de identificación de actores claves

MAPEO DE ACTORES			
Matriz de identificación de actor clave			
Actores	Actor Clave	Calificación	Porcentajes
Sra. Narciza Parraga de Monar	SI	0,25	25%
Ing. Diego Torres	SI	0,12	12%
Sra. Mayra Erazo			
Sra. Maricely Mendoza			
Sr. Pablo Ferrín			
Sr Aurelio Macías			
Sr Juan Mina			
Sr. Edwin Bustamante			
Municipio de Puerto Quito (unidad de comunicación)	SI	0,10	10%
Sr. César Guevara	NO	0,02	2%
Padre Gonzalo Cevallos Cuji	NO	0,04	4%
Sr. César Sanguche	NO	0,02	2%
Sr. Manuel Pincay	SI	0,10	10%
Sr. Sigifredo Armijos	SI		
Vecinos	SI	0,14	14%
Industrias	NO	0,04	4%
Comercios	NO		
Líderes comunales	SI	0,15	15%
Dra. Carla Salazar	NO	0,02	2%
	TOTAL	1,00	100%

Fuente: Datos de investigación

Elaborado por: Gabriela Jaramillo

Tabla 5: Matriz de actor clave por incidencia

MAPEO DE ACTORES			
Matriz de actor clave por incidencia			
Actores	Actor Clave	Calificación	Porcentajes
Sra. Narciza Parraga de Monar	SI	0,25	25%
Ing. Diego Torres	SI	0,12	12%
Sra. Mayra Erazo			
Sra. Maricely Mendoza			
Sr. Pablo Ferrín			
Sr Aurelio Macías			
Sr Juan Mina			
Sr. Edwin Bustamante			
Municipio de Puerto Quito (unidad de comunicación)	SI	0,10	10%
Sr. Manuel Pincay	SI	0,10	10%
Sr. Sigifredo Armijos	SI		
Vecinos	SI	0,14	14%
Líderes comunales	SI	0,15	15%
	TOTAL	0,86	86%

Fuente: Datos de investigación

Elaborado por: Gabriela Jaramillo

El sujeto con mayor incidencia dentro de Puerto Quito y su relación con las radios parlantes es la alcaldesa del cantón. A ella se suman los concejales y concejalas, que en conjunto tienen una influencia del 37%. Según los datos arrojados en el mapeo de actores que se realizó. Cabe recalcar que en las elecciones seccionales de febrero 2014, la señora Narciza Párraga de Monar fue elegida para un nuevo periodo frente a la alcaldía de Puerto Quito, por lo que el cuadro previo tiene completa vigencia.

La Unidad de Comunicación del Municipio de Puerto Quito tiene una incidencia del 10% en el cantón. Este porcentaje sumado al de las autoridades antes mencionadas, indica que el sector público representa un 47% de influencia en los aspectos comunicacionales de Puerto Quito.

Los comunicadores de las emisoras Macarena y Laser, representadas por Manuel Pincay y. Sigfredo Armijo respectivamente, influyen un 10%. Al analizar la incidencia tanto de los actores del sector público como del privado, es

evidente que lo público tiene mayor peso (47%). Es decir que el impacto que tienen los medios públicos del cantón es tres veces mayor con relación a los medios privados.

Cabe indicar que los vecinos de Puerto Quito y los líderes comunales tienen una influencia del 29%. Ellos son parte de la radio parlante del cantón. Considerando este porcentaje, se puede decir que este grupo de actores ocupa el segundo lugar de incidencia en los aspectos comunicacionales del lugar.

3.9 Descripción de radio parlante “La Voz del Tigrillo” (Puerto Quito)

El Gobierno de la Provincia de Pichincha tiene entre sus ejes de acción el brindar a la comunidad una comunicación efectiva, abierta y participativa, la que tiene como objetivo elevar el nivel de conciencia sobre los temas propios de las poblaciones, tales como: cultura, tradiciones, vivencias entre otros elementos que con el paso de años se han ido perdiendo.

En este afán de democratizar la comunicación, La Dirección de Gestión de Comunicación, ha puesto en marcha varios proyectos comunicativos, entre ellos, los "Noticieros Comunitarios" y otros como el Periódico Comunitario Provincial "Nuestra Voz", el cual dio la oportunidad a los distintos cantones y parroquias de la Provincia de contar con sus reporteros comunitarios y enviar la información desde cada comunidad.

Al ver el rotundo éxito que generó el periódico “*La Voz*” entre las poblaciones, el GADP de Pichincha decidió poner en práctica un nuevo proyecto, de comunicación denominado radios parlantes, que contaba con el apoyo de los mismos reporteros de “*Nuestra Voz*”, para lo cual impulsó la capacitación a los reporteros de esos lugares en manejo de consola, técnicas de locución, guiones, etc.

Este proyecto fue bien recibido por la gente que se identificó con las personas que transmitían ya que eran sus vecinos, y les dio la oportunidad de tener una forma de expresar sus inquietudes y mejorar sus prácticas agrícolas de comercio, etc.

La radio parlante “La Voz del Tigrillo” es una radio que cumple con los objetivos de las radios comunitarias, pero no necesita tener una personería jurídica ni tampoco una frecuencia concesionada por el Estado. Ocupa los espacios públicos del cantón Puerto Quito y junto con la comunidad tiene la misión de educar, informar, entretener y mediar.

Cuenta con ocho reporteros comunitarios que trabajan en los siguientes segmentos junto con la comunidad: noticias locales y regionales, entrevistas a líderes comunitarios o personajes, espacio de anuncios para vender y comprar y un espacio para la música local (Jumbo, 2012).

3.9.1 Historia

Esta radio parlante surgió como un proceso de construcción de las relaciones personales entre el grupo de pobladores del cantón Puerto Quito que forma la Asociación Nueva Esperanza y el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pichincha (GAD), en el año 2000.

Nueva Esperanza se dedica, principalmente, a desarrollar la agricultura orgánica en el sector e implementar el turismo comunitario e interactivo, pues los propietarios de tierras llevan a los visitantes a conocer sus fincas y plantaciones, mientras que el GAD de Pichincha tiene una frecuencia de radio en Los Bancos llamada “RTU Los Bancos”.

Sus integrantes invitaron a los miembros de la Asociación Nueva Esperanza a ser parte de su programa de entrevistas. El objetivo del encuentro fue formar al personal en las diferentes actividades y capacitar a varios miembros de la fundación para que puedan crear una radio parlante. Tras varias conversaciones se conformó el proyecto “Radios Parlantes”, que mediante talleres se capacitó a ocho reporteros comunitarios tanto para el periódico “Nuestra Voz” y para “La Voz del Tigrillo” (Jumbo, 2012).

3.9.2 Objetivos

Uno de los principales objetivos de esta radio es tener un espacio en vivo para ejercer el derecho a la comunicación y libertad de expresión mediante la toma de espacios públicos. Además se busca un medio para comunicarse con toda la población de Puerto Quito, intercambiar noticias, compartir música, novedades, leer clasificados, etc.

La emisión se realiza una vez al mes, los días domingos de 10 a 11 de la mañana. Otra de las metas trazadas es lograr una participación local durante el programa para que haya una retroalimentación entre emisor y receptor, convirtiéndolo en un espacio agradable de contacto.

Además es muy importante recalcar que los habitantes del sector están ejerciendo su derecho a la libertad de expresión y a la vez están democratizando la comunicación mediante la toma de espacios públicos. El fortalecimiento de lugares para expresarse es el principal objetivo de este proyecto; sin tomar en cuenta la limitante de un espacio físico fijo, los habitantes de Puerto Quito están garantizando un espacio para generar opinión y compartir información.

3.9.3 Funcionamiento

Esta radio funciona mediante parlantes conectados a una consola de sonido, ubicada en un lugar estratégico de la población de Puerto Quito. Emite su programación los domingos (una vez al mes), que es cuando la población rural acude a la cabecera cantonal para realizar sus compras, hacer visitas o intercambios de productos.

No necesita de una frecuencia debido a que su transmisión se realiza en un espacio físico determinado y en vivo. Su forma de comunicación no es unidireccional, sino que hay una interacción entre el público y los realizadores de la radio parlante, ya que los ciudadanos participan y exponen sus dudas y comentarios.

3.10 Diseño de la investigación

Para desarrollar el presente trabajo se ha desarrollado un Plan General de Investigación Descriptivo enfocado en la obtención de respuestas a las interrogantes planteadas a través de una encuesta, que da a conocer las situaciones, causas y consecuencias alrededor del problema central. De esta manera se llega al planteamiento de conclusiones y soluciones, mediante el uso de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

3.11 Método de la investigación

Los métodos utilizados fueron los siguientes:

- **Método analítico:** Este método se inicia mediante el análisis de las determinantes para la inclusión de la radio “La Voz del Tigrillo”.

- **Método deductivo:** Se utilizará el método deductivo para buscar la mejor alternativa de instauración de la radio “La Voz del Tigrillo”.
- **Método inductivo:** Se inicia con la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a un mapeo de los actores.

3.12 Técnicas

- **Encuestas**

Se realizó una encuesta estructurada a los habitantes del cantón Puerto Quito con el fin de recopilar información de manera personal a través de un cuestionario. En un inicio, esta técnica fue usada para conocer las condiciones en las cuales se debe desarrollar de forma normal el proceso de inclusión de la radio “La Voz del Tigrillo”. Esta información fue recogida en fichas de observación que fueron ordenadas de forma sistemática y cronológica. (Ver anexos).

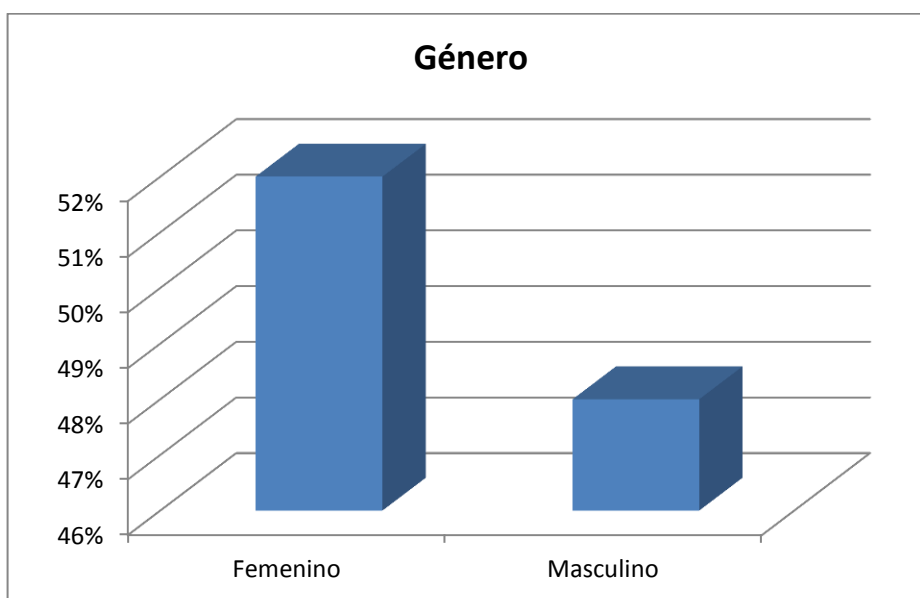
Las técnicas utilizadas están en directa relación con las fuentes. Todos los instrumentos se aplicaron mediante trabajo de campo, lo que permitió una relación directa entre los investigados y la investigadora. Las encuestas están constituidas en su mayoría por preguntas de opción múltiple y tres preguntas abiertas para responder de acuerdo a criterio personal de los encuestados.

3.13 Muestra

Se realizó un muestreo probabilístico de acuerdo a una población de 20.445 personas propias del sector, que están consideradas entre los futuros oyentes de la radio parlante “La Voz del Tigrillo”. Considerando las características de movilidad interna del cantón, se procedió a fijar una muestra de 100 personas, que pueden mantenerse como entes fijos dentro del sector, generando datos exactos en la encuesta. Para mostrar los resultados se desarrollaron gráficos, los cuales indican los porcentajes de las respuestas en cada una de las preguntas.

3.14 Resultados de las encuestas

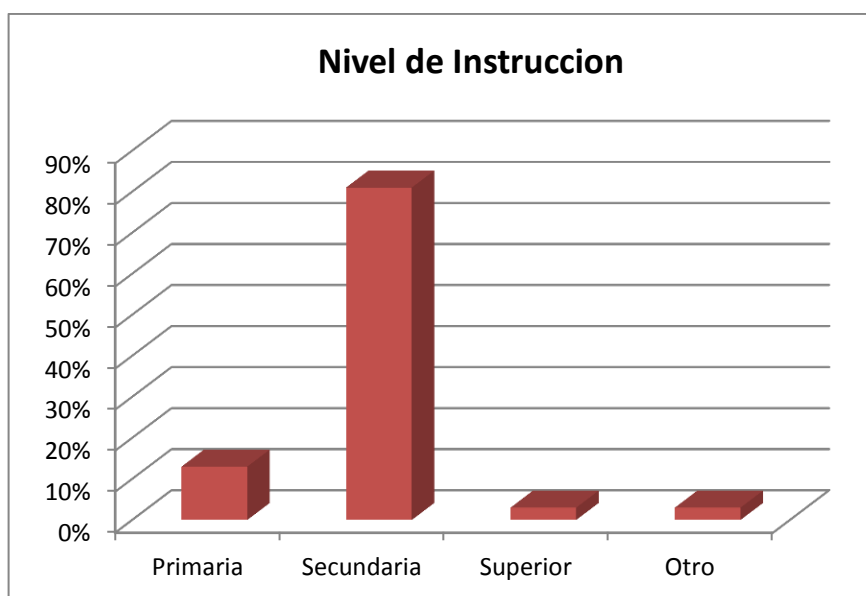
Ilustración 1: Género de los encuestados



Elaborado por: Gabriela Jaramillo

De la muestra encuestada el 52% fueron mujeres y el 48% hombres.

Ilustración 2: Nivel de instrucción de los encuestados

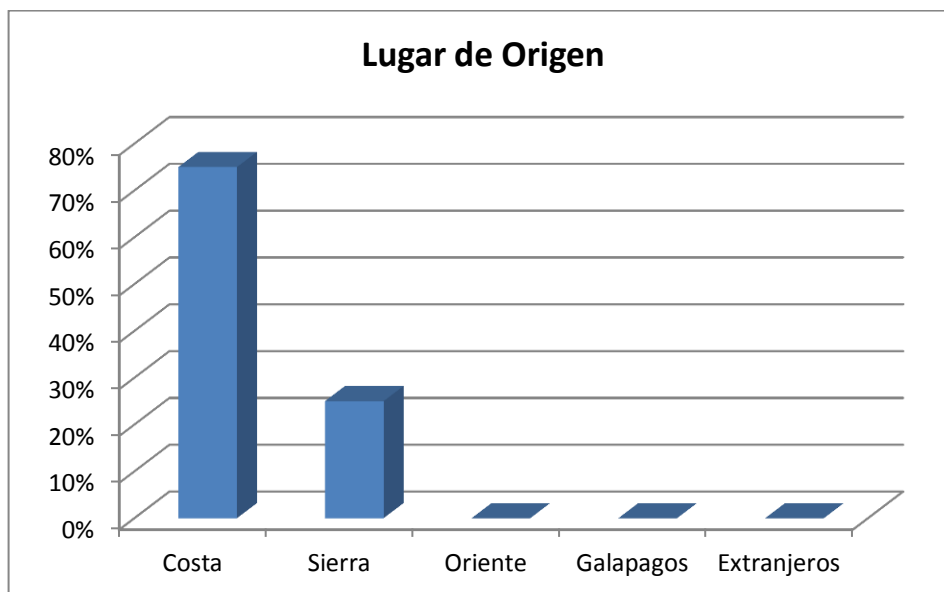


Elaborado por: Gabriela Jaramillo

El 82% de la muestra tiene un nivel de instrucción secundaria, el 13% tiene un nivel de instrucción primaria, el 3% nivel superior y el 3% son

analfabetos. Cabe mencionar que una gran parte de la población se negó a contestar la encuesta debido a su analfabetismo.

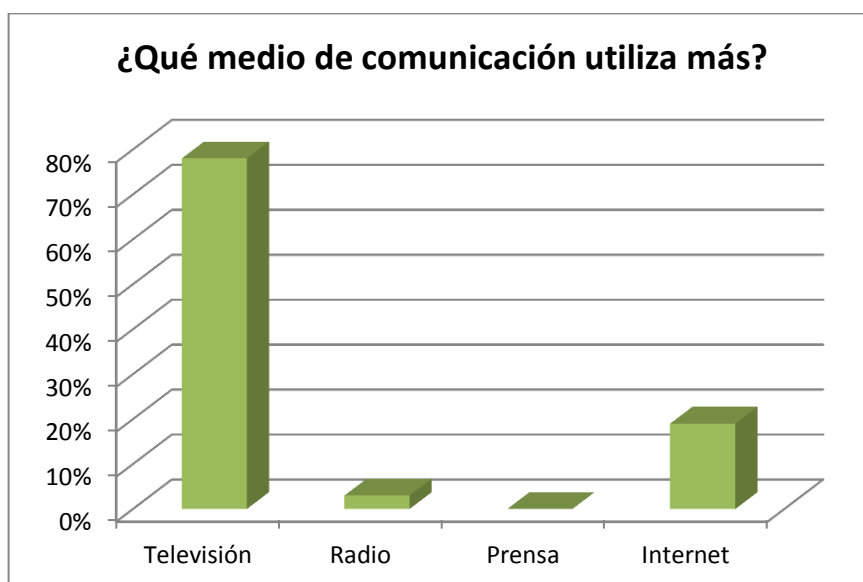
Ilustración 3: Lugar de origen de los encuestados



Elaborado por: Gabriela Jaramillo

El 75% de los encuestados dijeron pertenecer a la región Costa, el 25% son de la Sierra, el 0% del Oriente, Galápagos o extranjero.

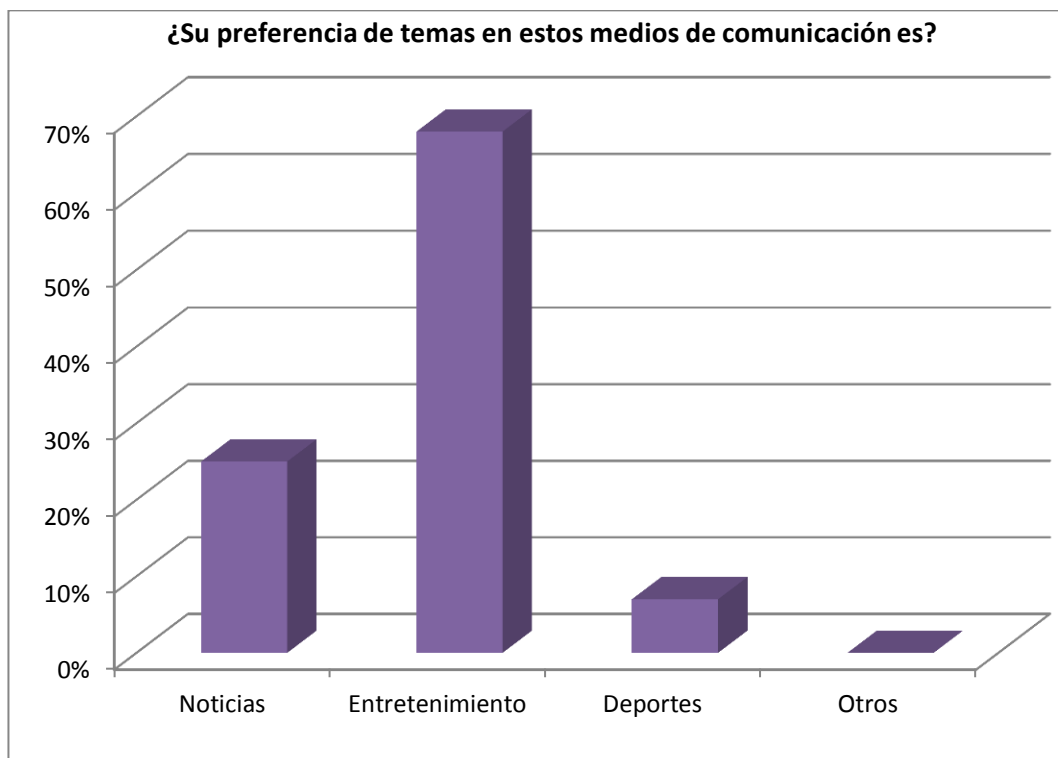
Ilustración 4: Medio de comunicación más utilizado



Elaborado por: Gabriela Jaramillo

De la muestra, el 78% dijo utilizar la televisión como medio de comunicación más común, el 19%, la Internet, el 3%, la radio y el 0% la prensa.

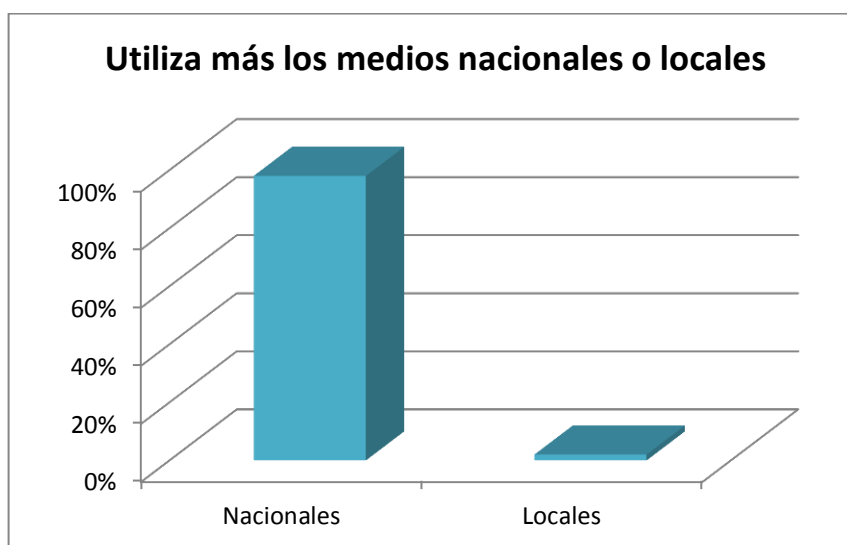
Ilustración 5: Preferencia de temas en medios de comunicación



Elaborado por: Gabriela Jaramillo

El 68% de los encuestados tienen como preferencia en los medios de comunicación el entretenimiento; el 25%, noticias; y el 7%, deportes

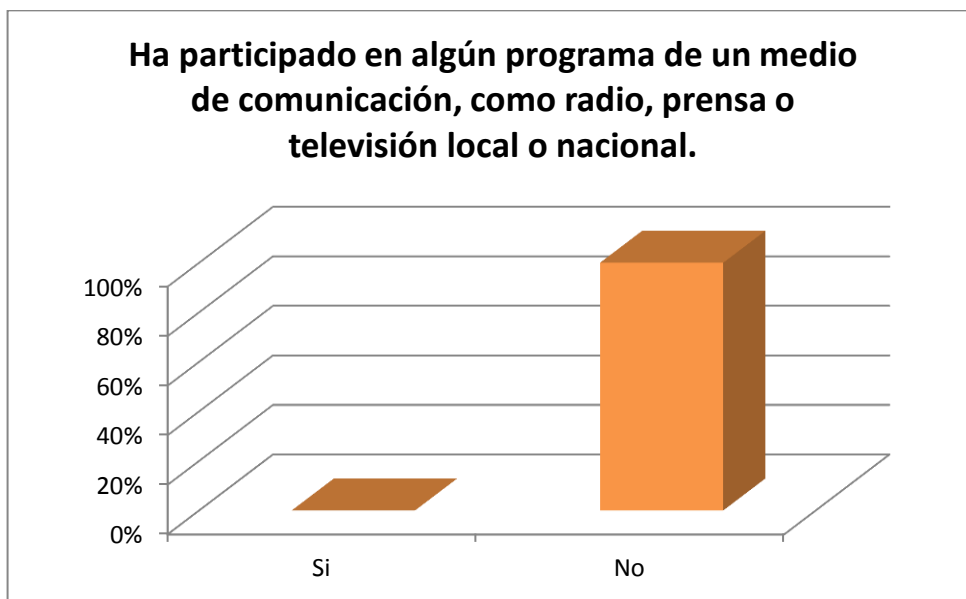
Ilustración 6: Utilización medios nacionales o locales



Elaborado por: Gabriela Jaramillo

El 98% de los encuestados dijo utilizar los medios nacionales principalmente y el 2% los medios locales.

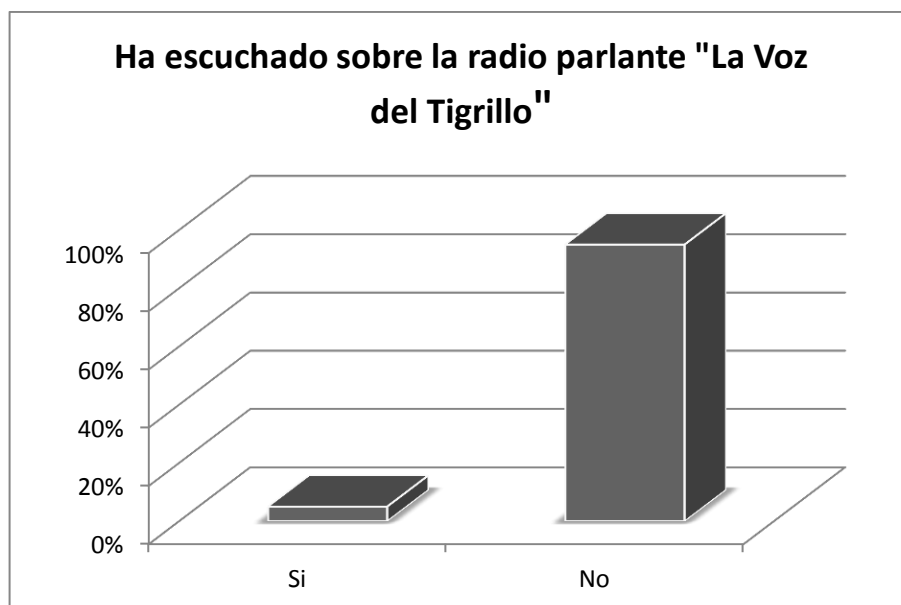
Ilustración 7: Participación en medios de comunicación



Elaborado por: Gabriela Jaramillo

El 100% de los encuestados dijeron que no han participado en algún programa de un medio de comunicación.

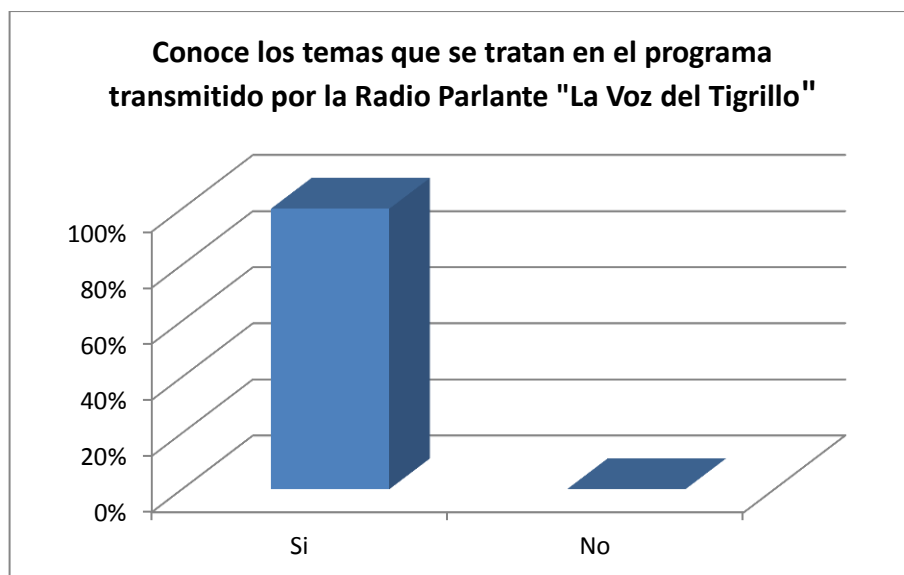
Ilustración 8: Conocimiento acerca de la radio parlante "La Voz del Tigrillo"



Elaborado por: Gabriela Jaramillo

El 95% de los encuestados no habían escuchado acerca de la radio parlante “La Voz del Tigrillo”, el 5% lo había hecho.

Ilustración 9: Conocimiento de temas en “La Voz del Tigrillo”



Elaborado por: Gabriela Jaramillo

El 100% de los encuestados dijo no conocer en profundidad los temas que se tratan en “La Voz del Tigrillo”.

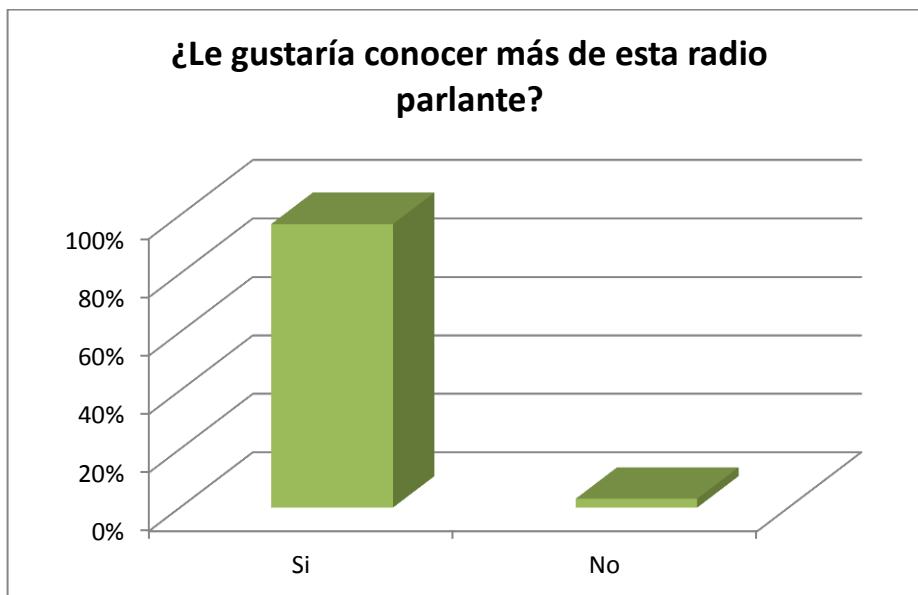
Ilustración 10: Conocimiento de participantes en “La Voz del Tigrillo”



Elaborado por: Gabriela Jaramillo

El 100% de los encuestados que contestaron haber oído sobre “La Voz del Tigrillo” saben que los agricultores participan en la radio parlante; el 67% saben que participan empresarios de turismo, gente del cantón, artistas, jóvenes y niños; el 33% sabe que participan deportistas.

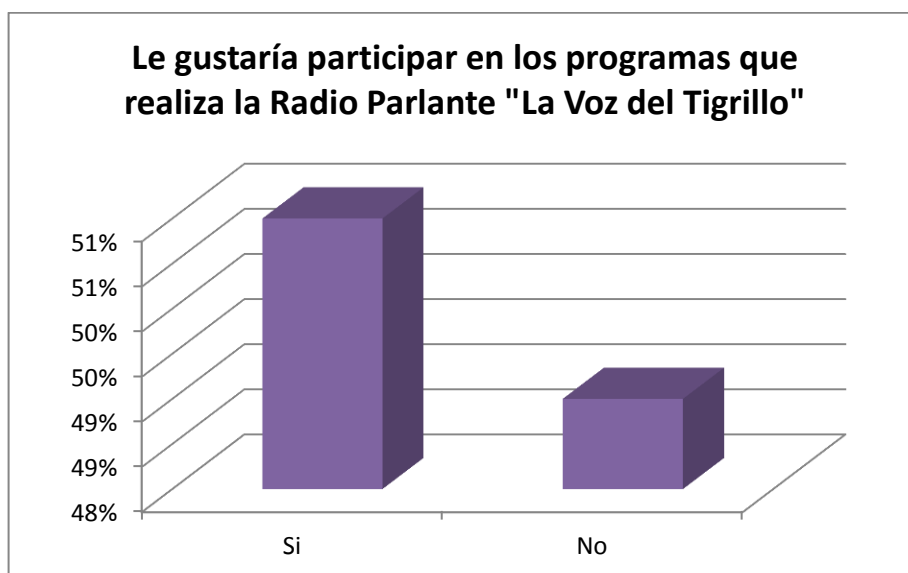
Ilustración 11: Interés en “La Voz del Tigrillo”



Elaborado por: Gabriela Jaramillo

Al 97% de los encuestados les gustaría conocer más sobre la radio parlante “La Voz del Tigrillo”; el 3% no quiere conocer sobre el tema.

Ilustración 12: Interés en participar en “La Voz del Tigrillo”



Elaborado por: Gabriela Jaramillo

Al 51% de los encuestados les gustaría participar en “La Voz del Tigrillo”, mientras que al 49% no.

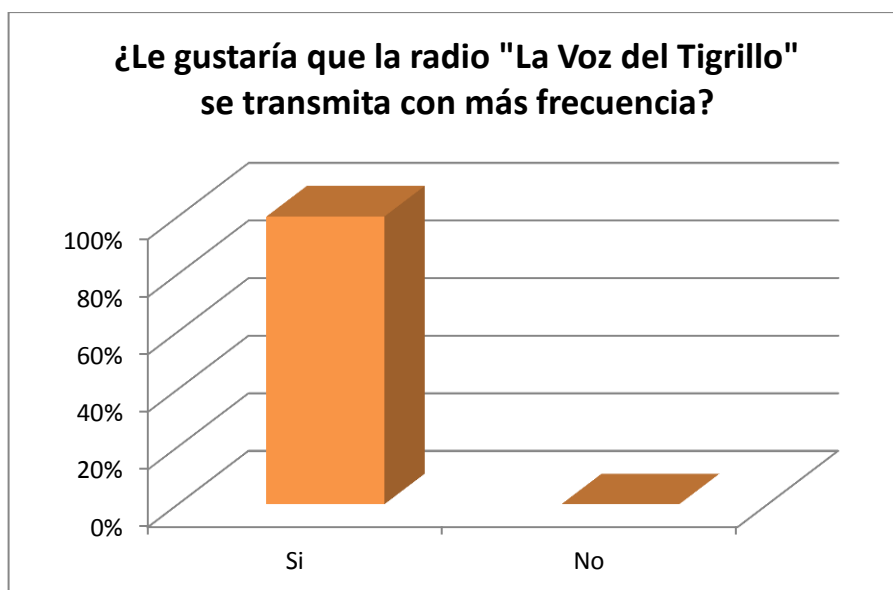
Ilustración 13: Forma de participar en “La Voz del Tigrillo”



Elaborado por: Gabriela Jaramillo

El 46% de los encuestados dijo que les gustaría colaborar presentando música; al 25% le gustaría entregar información a la comunidad; el 19% participaría generando entretenimiento y el 9% haciendo arte.

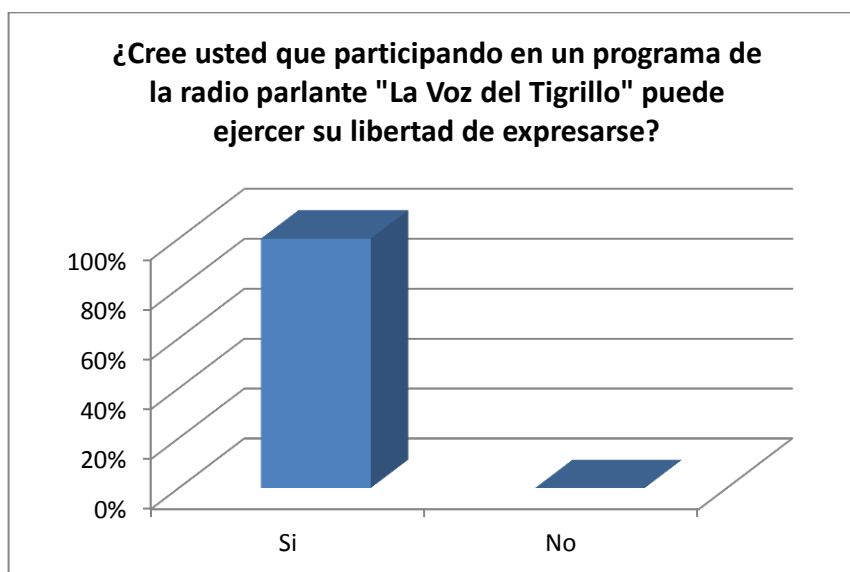
Ilustración 14: Frecuencia de transmisión “La Voz del Tigrillo”



Elaborado por: Gabriela Jaramillo

Al 100% de los encuestados les gustaría que esta radio parlante se transmita con más frecuencia.

Ilustración 15: Libertad de expresión en “La Voz del Tigrillo”



Elaborado por: Gabriela Jaramillo

El 100% de los encuestados cree que ejercen su libertad de expresión en esta radio.

3.15 Análisis de las encuestas

Como ya se indicó, la muestra es homogénea en cuanto a edades y sexo de los encuestados. Sobre el nivel de instrucción, las encuestas muestran que la mayor parte de las personas tienen una instrucción secundaria, pero al momento de realizar las preguntas un porcentaje significativo de habitantes del cantón mencionaron que eran analfabetos y se negaron a resolver las encuestas o solicitaron que se les lea las preguntas para poder resolver el cuestionario.

De acuerdo a los datos recogidos sobre el lugar de origen de las personas, la mayor parte dijo provenir de la región Costa, pese a que Puerto Quito es parte de la provincia de Pichincha, región Sierra.

Las preguntas generales acerca de medios de comunicación mostraron que el medio que más usan los pobladores es la televisión. Al respecto, Sartori (1996) señala que la televisión y el video modifican radicalmente y empobrecen el aparato cognoscitivo del “homo sapiens”, a tal punto que anula su pensamiento y lo hace incapaz de articular ideas claras y diferentes, hasta llegar

a fabricar lo que él denomina un “proletariado intelectual”, sin ninguna consistencia. Esto puede relacionarse con el nivel de instrucción de los pobladores del cantón.

El segundo medio de comunicación utilizado es la Internet y, por último, la prensa escrita, que debido a lo que refleja el nivel de instrucción tiene un 0% de aceptación. En relación con cuestiones conectadas a las clasificaciones sociales de lo "alto" y lo "bajo" en la cultura de los medios, se ha indicado que los géneros no sólo hacen sistema en los distintos campos de desempeño semiótico (géneros de la información, del entretenimiento, etc.) sino también en los medios en los que se asientan: las jerarquías entre géneros elevados y populares, y sus niveles intermedios, se reproducen en cada soporte y sus lenguajes” (Steimberg, 2009).

De acuerdo al consumo de medios locales y nacionales, la mayoría utiliza los medios nacionales y un porcentaje bajo, los locales. Además los espacios que los medios de comunicación han dado a los pobladores de este cantón es nulo. El 100% dijo nunca haber participado en algún programa de un medio de comunicación.

Las preguntas con respecto al conocimiento que tienen los pobladores de Puerto Quito sobre la radio parlante “La Voz del Tigrillo” mostraron que la población en su mayoría no ha oído o no conoce esta radio. Sin embargo, al momento de preguntar si les gustaría conocer sobre la misma el 97% de los encuestados respondió que sí, lo que demuestra que existe una acogida por parte de las personas hacia la radio parlante, denotando que hay un mercado y que la implementación de publicidad en forma masiva podría convertirse en la mejor herramienta de difusión.

El 5% de los encuestados respondió que sí había escuchado sobre “La Voz del Tigrillo”, pero el 100% de ellos no sabe los temas que aborda esta radio. Todos saben que uno de los invitados es el gremio de los agricultores y la mayor parte reconoce que los participantes son cantantes, niños, jóvenes, gente del cantón, entre otros.

Analizando los datos presentados, se considera que las primeras emisiones deben tener una agenda temática semanal para que los futuros oyentes se familiaricen con el programa.

Según los encuestados, los temas que preferirían escuchar están relacionados con cocina, drogas, sexo, entre otros. Esto demuestra que los oyentes desean conocer sobre la problemática social, lo cual los llevará a un involucramiento de orden primario en la sociedad.

En cuanto a la pregunta acerca de su participación en “La Voz del Tigrillo”, el 51% dijo que le gustaría colaborar en el programa. La mayor parte de los encuestados desea ayudar haciendo música, y un porcentaje bajo haciendo arte.

Para generar una participación activa de los oyentes con la radio parlante se deben generar talleres de formación en diferentes ámbitos para poder colocar a personal voluntario dentro de “La voz del Tigrillo”. En un momento como el actual, de redescubrimiento del receptor y de revalorización de lo que la gente aprende de los medios, es preciso repensar y recuperar lo que la radio ha aportado y aporta a la población.

Se ha insistido mucho en la capacidad de la palabra oral, de la música y de los efectos de sonido, de pintar situaciones, de ofrecer recursos para que la imaginación del oyente complete lo que no llega a través de la mirada (Prieto, 2006).

El 100% de los encuestados dijo que le gustaría que “La Voz del Tigrillo” se transmita con mayor frecuencia y que las autoridades deben ayudar brindándole un espacio definido para sus transmisiones y dándole mayor presupuesto para que se promocioe y la gente lo conozca.

Estas respuestas demuestran un gran interés y la importancia de parte del receptor al convertirse por este medio en un ente más activo de vinculación social.

Con respecto a la última pregunta, el 100% cree que a través de la participación en “La Voz del Tigrillo” se puede ejercer la libertad de expresión, reforzando de este modo la idea de que esta radio les da la apertura que los medios tradicionales no brindan, respaldando la importancia de incentivar el incremento de estos proyectos en pro de la renovación comunicacional del ser humano y de la integración sistemática dentro de las estructuras sociales.

“La Voz del Tigrillo” aparece como alternativa frente a otras formas tradicionales de comunicación. Aquí lo alternativo es el medio radial que le da cobertura a los códigos de comunicación popular por su proximidad con su futura audiencia. Son medios que están diseñados para dar respuesta a las diversas inquietudes de un barrio, de un distrito que nace, crece y se desarrolla.

La radio parlante “La Voz del Tigrillo” surgió como una necesidad de comunicarse y, posteriormente, se convirtió en un medio de comunicación local interesante. Su lógica de trabajo está muy bien fundamentada de acuerdo al análisis estadístico, en el que se evidencia que este proyecto debe constituirse con la presencia de los representantes de la comunicación popular.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- El proyecto de radios parlantes del Gobierno Autónomo Descentralizado de Pichincha funciona en lugares donde los medios de comunicación masivos no reflejan la realidad local o no presentan información considerada como de alto interés por los habitantes.
- Las radios parlantes son una alternativa de comunicación para los pueblos pequeños debido a que estas radios sí proyectan la realidad propia de la comunidad.
- La información es consensuada con la población lo que genera interés y atención en los temas tratados. Además, la transmisión a través de la radio parlante es de total interés para los habitantes de los pueblos, dado que los contenidos manejados son de gran utilidad y cercanía vivencial.
- Los habitantes, a través de estas radios parlantes, ejercen de manera plena su libertad de expresión ya que tienen la oportunidad de dar a conocer sus opiniones, inquietudes y necesidades, lo que muy difícilmente podrían lograr con los medios de comunicación tradicionales. Además es una alternativa clave para la toma de espacios públicos con el fin de ejercer la libertad de expresión.
- La falta de cumplimiento de los derechos comunicacionales de los habitantes de Puerto Quito se debe en gran medida por el desconocimiento de bases legales básicas como la Constitución y la Ley de Comunicación. Las radios parlantes, a través de la toma de los espacios públicos, permiten que la gente conozca e interactúe de forma directa con los actores de la información, lo que contribuye a un mejor proceso comunicativo mediante la canalización de las necesidades informativas.
- La población del cantón Puerto Quito no muestra mucho interés en participar en el desarrollo de la radio parlante, debido a la falta de promoción de la misma y de la utilidad que podría tener en la vida diaria de los habitantes del cantón.
- A pesar de tener un potencial muy grande como medio de comunicación local, el proyecto de radios parlantes “La Voz del Tigrillo”, no está obteniendo la importancia y empuje que necesita de parte de las autoridades. Se está dejando de lado una oportunidad muy grande para

que los habitantes de este y otros cantones empiecen a generar conciencia sobre su verdadero derecho a la libertad de expresión

- La falta de conocimiento de los derechos en función de la comunicación no es un fenómeno propio de Puerto Quito, sino un mal de todos los ecuatorianos quienes desconocen la verdadera dimensión e importancia de la comunicación y de la información a la que acceden, la cual se convierte en un dinamizador social que impacta directamente en la cultura de los habitantes.
- Desde la perspectiva de Trujillo (2011, p. 71), en el contexto de emergencia de la sociedad civil y del protagonismo creciente de las instituciones que se mueven en ese espacio (organizaciones vecinales, acciones reivindicativas locales y nacionales, organismos no gubernamentales de carácter transformador) la comunicación comunitaria y las radios comunitarias, en particular, han ganado protagonismo y reconocimiento. La radiodifusión comunitaria ha encontrado estrategias que le permiten no sólo sobrevivir, sino consolidar su presencia, generar nuevas audiencias y ser un vehículo de participación. La tarea permanente de poner en el aire otras voces y otras noticias, la preocupación por generar otro tipo de consensos, por recuperar el sentido de la fiesta y por facilitar el desarrollo de diferentes culturas, consolida los logros y establece nuevos objetivos para las radios comunitarias (Venegas, 2012, p. 166).

4.2 Recomendaciones

- Al ser medios de comunicación con un gran potencial para el desarrollo social y económico de la región, las autoridades pertinentes deben buscar mecanismos para fomentar la frecuencia en las transmisiones de la radio parlante “La Voz del Tigrillo”. Se debe repotenciar este proyecto mediante la implementación de equipos propios para la comunidad, así como asesoría en desarrollo de productos comunicativos, locución, periodismo, entre otros.
- Se debe implementar una mayor promoción con un nivel más amplio de impacto comunicacional acerca de las radios parlantes y los temas a tratarse dentro de las mismas para que poco a poco los ciudadanos se vayan involucrando en la realización de los programas y se apoderen de la información que se emite por estos medios.
- Las radios parlantes, más allá de informar y entretener a la comunidad, deben ser medios que sirvan para reestructurar el ámbito educativo y potenciar la cultura de los pueblos. Se recomienda iniciar un programa de alfabetización accesible a los habitantes de Puerto Quito, ya que el índice de analfabetismo es muy alto.
- Los contenidos a desarrollarse en las radios parlantes deben ser totalmente actuales y entretenidos, aún los de carácter educativo, ya que solo de esa manera se podrá llamar la atención de los pobladores y acercarlos más para que se involucren y participen activamente.
- En función de una visión de largo plazo y en medida de las necesidades comunicacionales de los habitantes de Puerto Quito, la radio parlante “La Voz del Tigrillo”, debe buscar la conformación de una frecuencia radial con base y cumplimiento en la norma legal que garantice un espacio comunicación generado por el pueblo y para el pueblo.

Referencias

ACEVEDO H. (2010). “Educación y Comunicación Popular en el Ecuador”. Experiencias de Desarrollo. Nº 1. DESCO, IPAL.

AJIBAJA. A. (2011) “Manual de diagnóstico participativo”, 3ª Edición, Editora Andina, Quito.

ALARCÓN H. (2012), “Situación actual de las radios comunitarias en Ecuador”, RED INFODESARROLLO.

ALFARO, R. (2010) “Una Comunicación para otro Desarrollo”. CALANDRIA. Mayo.

BALLON, E. (2011) “Radio y Comunicación Popular” Centro Ecuatoriano de Estudios Sociales CEPES. Marzo

BOLER C. (2010): Radio: “The art of sonorous space”. Mikropolyphonie –The Online Contemporary Music Journal, Volume 7, California.

BONILLA R. (2010) “La interlocución radiofónica: Una red compleja de interrelaciones”, OCCLAC, Curso a distancia de comunicación radiofónica, Quito, Septiembre

BORRERO A. (2011) “Imágenes e imaginarios de la comunicación desarrollo”, Ediciones CIESPAL, Quito.

BRUNETTI, V. (2010) “Emergencia de las Radios Comunitarias en Paraguay” Edit. Litocolor. Paraguay.

CACERES A. (2011), “Radio-televisión. Información y programas. Las incógnitas de los medios electrónicos”. Servicio de Publicaciones de RTVE.

CIDH (2012), "Informe Anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos 2012, Volumen II: Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión

CUMBA G (2012), "Las Radios Comunitarias y sus Propuestas Alternativas a las Políticas de Comunicación". Ecuador - septiembre

Democrática", Revista mexicana de comunicación, No 66 México.

FERNANDEZ U. (2010), "Revalorizar la radio como medio para la participación

FRANCO K. (2012) "El proceso de comunicación comunitario", el Ateneo Buenos Aires.

FRANZ B. (2012) "Sicología Social" Gardner Lindsey y Read Ing, Vol. 1, Masachussets.

FREIRE P., (2013) "Extensión o comunicación", Editorial Isiras, Sao Paulo.

GARCÍA J. (2010) "Narrativa audiovisual". Ediciones Cátedra. Madrid.

JÁCOME. R. (2010) "El Arte Radiofónico: Algunas pistas sobre la constitución de su expresividad", 1ª Edición, La Crujía ediciones, Buenos Aires.

KILMER, M. (2011) "La radio asociativa y comunitaria otro concepto de radio", Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia, Ariel, Málaga.

MORA, R. (2012) "Cultura de Masas y Cultura Popular" CALANDRIA.

MORETA D. (2011), "Comunicación para el desarrollo social", Editorial Edulp. Buenos Aires.

MUJICA A. (2012) "El lenguaje radiofónico", Editorial Signo e Imagen, Madrid,

ORGANIZACIÓN de los Estados Americanos (2011). Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. Recuperado el 15 de abril de 2014, de <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/index.asp>

ORQUERA J. (2011) “Comunicación Alternativa. ¿Una Propuesta Urgente o un Cadáver Insepultos?” Cuaderno de Comunicación Alternativa N° 9. La Paz, Abril.

PRADO L. (2009) “La Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica”, un recuento de medio siglo, Documento presentado al V CONGRESO PANAMERICANO DE LA COMUNICACIÓN Panel 3, Buenos Aires.

SALAZAR, E. (2011), “Educación moral”, Ediciones Colegio América de Mérida, Bogotá.

VARGAS S. (2010) “Introducción a la Ciencia Política”. Editorial Harla, México

VENEGAS R. (2012) “Comunicación social y pueblos indígenas del Ecuador”, Abya Yala, Ecuador.

VERA R. (2012) “Elementos de la semiología”, en Comunicaciones, número dedicado a “la semiología”, Edit. Tiempo contemporáneo. Buenos Aires

VIVANCO M. (2010) Introducción a la radio, “Producción y Programación”. WMC. BROWN Communications, Inc. Dubuque.

YEPEZ R. (2011) “Una comunicación para otro desarrollo: Para el diálogo entre el norte y el sur”, 1ª Edición, Abraxas Editorial S. A. Perú.

ZAMORA A. (2010) “La entrevista en radio, televisión y prensa”, Ediciones Cátedra S.A., Madrid.

Anexos

Anexo 1: Radio Parlante en la ciudad de Quito



Fuente: www.nuestroamericano.org

Anexo 2: Radio Parlante, San Felipe - Latacunga



Fuente: www.nuestroamericano.org

Anexo 3: Mapa de Puerto Quito



Fuente: www.puertoquito.gob.ec

Anexo 4: Situación mundial



Fuente: www.upf.edu/materials/fhuma/inth/inth_02/atlas/at_expres.jpg, 2012

Anexo 5: Protesta en Washington DC, Estados Unidos



Fuente: Amnistía Internacional, Situación Mundial de la Libertad de Expresión, 2012

Traducción: "Los chadianos reclamamos un diálogo inclusivo (4 abril 2011)"

Anexo 6: Una mujer reclama libertad y seguridad para los periodistas



Fuente: Amnistía Internacional, Situación Mundial de la Libertad de Expresión, 2012

Anexo 7: Libertad de expresión Ecuador



Fuente: www.ecuadorecuatoriano.blogspot.com

Anexo 8: Radios comunitarias



Fuente: www.comunidadradial.org.

Anexo 9: Radios comunitarias en el mundo



Fuente: www.expresatcomunidad.blogspot.com

Anexo 10: Radio Parlante “La Voz del Tigrillo”



Fotografía: Gabriela Jaramillo E.

Anexo 11: Radio Parlante “La Voz del Tigrillo”



Fotografía: Gabriela Jaramillo E.

Anexo 12: Modelo de encuesta aplicada

CUESTIONARIO

Soy egresada de la Facultad de Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Estoy realizando mi disertación de grado para obtener el título de Licenciada en Comunicación Social, para lo cual he desarrollado la siguiente encuesta y le solicito de la manera más comedida su colaboración.

El objetivo de la presente encuesta es conocer la acogida que tiene la radio parlante “La Voz del Tigrillo” en los habitantes de Puerto Quito, esta encuesta es anónima y los resultados serán utilizados exclusivamente para mi Disertación de Grado en Comunicación Social. Le agradezco de antemano su colaboración

INFORMACION GENERAL:

Edad:

Género:

- a) Femenino
- b) Masculino

Nivel de instrucción:

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Superior
- d) Otra.....

Lugar de Origen: (Marque con una x)

- a) Costa
- b) Sierra
- c) Oriente
- d) Galápagos
- e) Extranjeros

PREGUNTAS GENÉRICAS

1.- ¿Qué medio de comunicación utiliza más? (marque con una X)

- a) Televisión
- b) Radio
- c) Prensa
- d) Internet

2.- Su preferencia de temas en estos medios de comunicación es:

- a) noticias
- b) entretenimiento
- c) deportes
- d) otros.....

3.- ¿Utiliza más los medios nacionales o locales?

- a) Nacionales
- b) Locales

4.- Si es Local ¿Cuál?

.....

5.- ¿usted ha participado en algún programa de un medio de comunicación, como radio, prensa o televisión de aquí del cantón o nacional?

- a) Si
- b) No

Si su respuesta es positiva por favor responda la pregunta 6

6.- ¿En qué programa participó?

PREGUNTAS SOBRE RADIO PARLANTE “LA VOZ DEL TIGRILLO”

7.- ¿Ha escuchado sobre la Radio Parlante “La Voz del Tigrillo”?

- a) Si
- b) No

Si su respuesta es sí continúe a la pregunta 8

Si su respuesta es no continúe a la pregunta 11

8.- ¿Qué comentarios ha escuchado sobre “La Voz del Tigrillo”?

9.- ¿Conoce los temas que se tratan en el programa transmitido por la Radio Parlante “La Voz del Tigrillo”?

- a) Si
- b) No

10.- ¿Sabe quiénes intervienen como invitados en “La Voz del Tigrillo”?

11.- ¿Le gustaría conocer más de esta radio parlante?

- a) Si
- b) No

12.- ¿Qué temas le gustaría que se topen en “La Voz del Tigrillo”?

13.- ¿Le gustaría participar en los programas que realiza la Radio Parlante “La Voz del Tigrillo”?

- a) Si
- b) No

Si su respuesta es afirmativa responda la pregunta 14

14.- ¿cómo le gustaría participar?

- a) Entregando Información de la localidad
- b) Presentando Música
- c) Haciendo arte
- d) Generando entretenimiento

15.- ¿Le gustaría que la radio “La voz del Tigrillo” se transmita con más frecuencia?

- a) Si
- b) No

16.- ¿Qué tipo de ayuda cree que deberían dar las autoridades locales para que la radio parlante “La Voz del Tigrillo” se emita más seguido?

17.- ¿Cree usted que participando en un programa de la radio parlante “La Voz del Tigrillo” puede ejercer su libertad de expresarse?

- a) Si
- b) No